

Los desfiles del Orgullo como potencializadores del turismo LGBT+: un análisis en Rio Grande do Norte, Brasil

Adson de Lima Claudino¹
Ricardo Lanzarini²

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo analizar cómo los Desfiles del Orgullo en Natal/RN y en la región metropolitana impulsan el turismo LGBT+ en Rio Grande do Norte (RN), a partir de un estudio exploratorio con enfoque cualitativo, utilizando entrevistas con los organizadores de los Desfiles en Extremoz/RN, Natal/RN y São Gonçalo do Amarante/RN en 2024. Los datos fueron sistematizados con el software Iramuteq y analizados con la técnica de análisis de contenido. Los resultados mostraron que los Desfiles en RN necesitan más apoyo de organismos públicos y organizaciones privadas, así como un mayor apoyo público. Aunque el estado tenga potencial para aumentar el turismo LGBT+, para que estos eventos fomenten esta posibilidad es necesario que haya inversión en infraestructura local, seguridad y una cultura LGBT+ más abierta en las ciudades, para garantizar un sentimiento de acogida y respeto tanto para los residentes como para los visitantes, con el fin de combatir la violencia de género y la violencia contra las sexualidades no hegemónicas. Por último, se entiende que estos eventos pueden ser una herramienta de promoción de los destinos turísticos y del turismo responsable.

Palabras clave: Turismo LGBT+; Desfiles del Orgullo; LGBT-friendly; Eventos; Rio Grande do Norte.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el debate sobre género y turismo fomenta sesgos de investigación relacionados con las necesidades, intereses y patrones de consumo de las personas LGBT+, favoreciendo, por ejemplo, el turismo LGBT+ y presentándolo como un fenómeno de apreciación, inclusión y promoción de la diversidad (Damascono et al., 2022; Silva y Carvalho, 2023). Para fines académicos, el acrónimo LGBTQIAPN+ (lesbianas, gays, bisexuales, travestis, transgénero, queer, intersexuales, asexuales/agénero, pansexuales/polisexuales, no binarios y otras identidades y orientaciones) se abreviará como LGBT+.

El público LGBT+ es un nicho de mercado relevante, especialmente para el turismo, debido a sus hábitos de consumo y a la rentabilidad financiera que obtienen de los productos y servicios dirigidos a ellos, ya sea directa o indirectamente

1. Estudiante de doctorado y maestría en Turismo del Programa de Posgrado en Turismo de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte (UFRN). Licenciada en Turismo por la UFRN. Diseñadora de Moda por el IFRN. Técnica de Eventos por el IFRN. Correo electrónico: adsonlc@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6519-6847>.

2. Doctor en Ciencias Humanas con Posdoctorado en Ocio y Turismo. Profesor Titular del Programa de Posgrado en Turismo (PPGTUR) y del Departamento de Turismo (DETUR) de la UFRN. Correo electrónico: ricardo.lanzarini@ufrn.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6817-7177>

(Fernandes et al., 2023; Trigo, 2009). Ante este panorama, el mercado de eventos, vislumbrando este potencial, ha buscado promover eventos que satisfagan las necesidades e intereses de estas personas.

Getz (2007) ya enfatizó que ciertos grupos sociales se ven alentados a organizar eventos que despiertan un sentido de pertenencia y orgullo, como una forma de valorar su cultura y a sus pares. Así, los eventos LGBT+ pueden realizarse para fortalecer la imagen de un lugar, celebrar la cultura y la diversidad, o atraer turistas (Markwell y Waitt, 2009). Un ejemplo son los Desfiles del Orgullo, que se han celebrado en Brasil durante más de dos décadas, siendo el de São Paulo el más grande del mundo (Grillo y Lanzarini, 2019; Passos y Melo, 2022).

En 2023, el estado de Rio Grande do Norte (RN) ocupó el primer lugar en Latinoamérica en cuanto a promoción turística en el segmento LGBT+, superando a Bahía, Mato Grosso do Sul, Río de Janeiro y São Paulo (Panrotas, 2023). Por lo tanto, el potencial del estado para este mercado es evidente, y se requieren nuevas estrategias para aprovechar las iniciativas existentes, ofrecer nuevos productos a los visitantes y consolidar a RN como destino para turistas LGBT+.

A su vez, la ciudad de Natal, capital de RN, además de ser la segunda ciudad brasileña con mayor índice de adultos que se declaran homosexuales y/o bisexuales (G1/RN, 2022), ha ganado notoriedad al ser sede de eventos LGBT+, especialmente fiestas, lo que fue destacado como objeto de estudio por Damasceno et al. (2022), en el que los autores señalaron que los festivales dirigidos a este público en Natal/RN contribuyen a una imagen amigable de la ciudad y, en consecuencia, contribuyen al turismo LGBT+ en el municipio.

Considerando que el turismo LGBT+ se ve favorecido por la realización de los Desfiles del Orgullo y que los destinos considerados *LGBT-friendly* influyen en las decisiones de viaje (Silva & Carvalho, 2023), esta investigación está dedicada a los Desfiles del Orgullo como amplificadores del turismo LGBT+ en Rio Grande do Norte, debido a la necesidad de profundizar la comprensión del papel de los Desfiles del Orgullo en el impulso del turismo LGBT+ y la consolidación de destinos *LGBT-friendly*.

La producción científica sobre eventos LGBT+ abarca la experiencia del participante (Damasceno et al., 2022; Gürkan, 2024) y considera el evento desde la perspectiva de la hospitalidad (Ferro & Constantino, 2023), la comunicación (Markwell & Waitt, 2009), la salud pública (Passos & Melo, 2022), el bienestar psicológico (Zhou et al., 2021) y la planificación urbana (Turesky & Crisman, 2023; Vorobjovas-Pinta & Fong-Emmerson, 2022).

Como señalan Sousa-Silva, Diéguez-Castrillón y Gueimonde-Canto (2024), existe una brecha de conocimiento sobre las percepciones de los organizadores del Orgullo y las contribuciones que su implementación genera para la gestión del destino, su relación con la administración pública local y el turismo regional. Por lo tanto, este estudio considera los Desfiles del Orgullo no solo como manifestaciones sociales, políticas y culturales, sino también como instrumentos estratégicos para la promoción turística y el desarrollo económico, basados en el concepto de turismo responsable, incorporando las cuestiones de género y sexualidad en el contexto.

En este contexto, el turismo responsable puede entenderse como aquel que promueve la justicia y la equidad social, combatiendo los prejuicios y el estigma. El turismo responsable se refiere a prácticas que, basadas en los principios de

sostenibilidad, abarcan todos los sectores del mercado, empresas turísticas, instalaciones, productos y servicios, así como a los actores sociales involucrados en el turismo. Su objetivo es minimizar los efectos negativos y maximizar los impactos positivos generados por el turismo, además de identificar y medir los impactos locales mediante el monitoreo de sus resultados (Barreto y Lanzarini, 2023).

Este trabajo tiene como objetivo orientar a la gestión del Estado de Rio Grande do Norte y demás órganos involucrados en la organización de estos eventos, destacando la importancia del apoyo institucional en la estructuración y consolidación de los Desfiles como atractivos turísticos. Por ello, este artículo tiene como objetivo analizar cómo los Desfiles del Orgullo en Natal (RN) y la región metropolitana impulsan el turismo LGBT+ en Rio Grande do Norte.

Por lo tanto, abarca los Desfiles celebrados en Extremoz (RN), Natal (RN) y São Gonçalo do Amarante (RN), mediante una investigación exploratoria y cualitativa que incluye entrevistas con los organizadores de estos eventos. Además, si bien los eventos son objeto de estudio, las discusiones no se limitan a ellos, ya que el turismo LGBT+ es más que un segmento turístico; es una discusión social y política.

REVISIÓN DE LITERATURA

TURISMO LGBT+

El turismo, considerado una actividad compleja y sociocultural, puede ser un factor decisivo para el desarrollo urbano, ya que abarca las dimensiones económicas, culturales, geográficas, comerciales, espaciales y sociales de un lugar y sus residentes (Silva *et al.*, 2019; Silva & Carvalho, 2023). La competitividad del mercado exige que los destinos desarrollen estrategias para atender a los perfiles de consumidor más diversos y sus respectivas particularidades, como la población LGBT+.

Trigo (2009) destaca que, dada la diversidad de sectores impulsados por la fortaleza económica y social de estas personas, el turismo se considera uno de ellos, incluso en Brasil (Fernandes *et al.*, 2023). Silva *et al.* (2019) señalan que la consolidación del segmento de turismo LGBT+ surge de la necesidad de satisfacer las demandas de estos turistas, tanto en la promoción de productos y servicios como en el contexto de la seguridad y el respeto por los destinos, las empresas y la comunidad local.

El turismo LGBT+ abarca la planificación, ejecución y promoción de destinos para este público, desarrollando estrategias para comercializar bienes, servicios y atracciones compatibles con sus necesidades y expectativas, trabajando en el marketing, la gestión y la operacionalización con el objetivo de atenderlos satisfactoriamente (Trigo, 2009), valorándolos a través de la especialización en el servicio, el bienestar durante la estancia y una recepción acogedora y segura, imponiéndose frente a los prejuicios (Lanzarini & Rial, 2010; Silva & Carvalho, 2023).

Según Neves y Brambatti (2019), este grupo se motiva por experiencias que incluyen descanso, ocio, placer y consumo, ya sea en metrópolis urbanas o en destinos de sol y playa. Un aspecto característico es que, según Silva y Carvalho

(2023), la implicación emocional y la compatibilidad de intereses de los turistas LGBT+ con los destinos que visitan se derivan del trato respetuoso que reciben.

Aunque el acrónimo LGBT+ engloba diferentes identidades de género y orientaciones sexuales, los hombres gay reciben una excesiva notoriedad debido a la jerarquía patriarcal, en la que los hombres tienen mayores privilegios que las mujeres, especialmente en cuanto a ingresos económicos y oportunidades de ocio (Ram et al., 2019). Por lo tanto, como afirman Lanzarini y Rial (2010), obtienen mayor apoyo en el mercado y en el turismo, ya que son considerados para negocios dedicados a ellos, como bares, eventos, cruceros, agencias de viajes, hoteles y espacios de ocio y entretenimiento.

Silva et al. (2019) demuestran que las personas LGBT+ deciden viajar en cualquier época del año, lo que les permite mayor libertad para elegir su destino y la duración de su estancia. Costa et al. (2019) señalan que los turistas LGBT+ en Brasil viajan solos, no tienen hijos e invierten en ocio y entretenimiento. Se trata de un público exigente que establece relaciones con marcas que aportan valor social a sus productos.

Neves y Brambatti (2019) argumentan que las personas LGBT+ experimentan placer intensamente, materializan sus gustos y estilos de vida en los bienes que consumen y han ido ganando terreno en una sociedad prejuiciosa y conservadora. Sin embargo, según Fernandes et al. (2023) y Silva et al. (2019), aunque se considera beneficioso, especialmente desde una perspectiva económica, el turismo LGBT+ sufre represalias y discriminación.

En el contexto nacional, a pesar de su notoriedad en el segmento, cabe destacar que Brasil es un país violento con una cultura conservadora, con numerosos casos de violencia de género y violencia contra la diversidad sexual reportados diariamente. Según el Observatorio Nacional de Derechos Humanos (ObservaDH), 11.120 personas LGBTQIA+ fueron víctimas de agresión relacionada con su orientación sexual o identidad de género en 2022. La mayoría de los casos (38,5%) involucraron a personas transgénero y travestis. Los tipos de violencia más frecuentemente reportados fueron la física (7.792), la psicológica (3.402) y la sexual (3.669).

Por lo tanto, el desarrollo del turismo LGBT+ puede ser no solo una estrategia social, sino también política, al validar los derechos civiles en un entorno donde el crecimiento de este segmento contrasta con los delitos cometidos contra ellos. Por ello, el sector de los eventos se considera un factor que contribuye al auge de este público como medio de activismo en la búsqueda de visibilidad y la garantía de los derechos sociales.

DESFILES DEL ORGULLO LGBT+

El mercado de eventos ha buscado atender al público LGBT+ de forma personalizada, creando eventos compatibles con sus intereses. Los eventos dirigidos a este grupo son medios de activismo político (Schwarzkopf et al., 2024; Silva y Carvalho, 2023; Vorobjovas-Pinta y Fong-Emmerson, 2022) y factores que potencian el atractivo turístico e influyen en la elección de un lugar, como Brasil, donde se celebra el Carnaval y el Desfile del Orgullo de São Paulo (Silva et al., 2019).

Los desfiles del Orgullo, celebrados en varias ciudades del mundo, pueden considerarse los eventos más emblemáticos de este nicho, contribuyendo a la economía y el turismo de las ciudades (Zhou et al., 2021). Sin embargo, su precursora proviene de la lucha por los derechos civiles, inicialmente dirigida contra los homosexuales, que surgió en junio de 1969 en el Stonewall Inn de Nueva York, tras tres noches en las que la policía abusó de su poder en bares frecuentados por personas LGBT+. Estas, cansadas de tal acoso, contraatacaron (Markwell y Waitt, 2009; Neves, 2021; Turesky y Crisman, 2023).

En este contexto, en la década de 1970, grupos LGBT+ organizaron desfiles en las ciudades de Nueva York, San Francisco y Los Ángeles, protestando contra la opresión vivida en Stonewall y la falta de leyes a favor de estas personas, buscando obtener atención mediática y llamar la atención sobre la necesidad de cambio (Markwell & Waitt, 2009; Ram et al., 2019; Turesky & Crisman, 2023), lo que retrata los inicios de los Desfiles del Orgullo.

Hoy en día, estos eventos admiten nuevas configuraciones, pero siguen siendo espacios sociales, culturales y políticos para la reivindicación de derechos civiles (Ferro y Constantino, 2023; Gürkan, 2024; Passos y Melo, 2022; Turesky y Crisman, 2023; Vorobjovas-Pinta y Fong-Emmerson, 2022). Además, son momentos para celebrar, debatir y visibilizar la causa (Ferro y Constantino, 2023; Passos y Melo, 2022; Schwarzkopf et al., 2024).

Los desfiles pueden ser atracciones que atraen a diferentes públicos interesados en participar en la ocasión (Silva y Carvalho, 2023), tanto a personas LGBT+ como a quienes no lo son, pero reconocen la relevancia del evento y su propósito (Ram et al., 2019). Gürkan (2024) y Zhou et al. (2021) los describen como eventos que despiertan nuevas experiencias en sus participantes y brindan oportunidades para fortalecer vínculos entre ellos.

Markwell y Waitt (2009) argumentan que dichos eventos despiertan un sentido de pertenencia y conexión con ese grupo de personas, promoviendo además cambios personales en sus participantes, como en la percepción de la identidad social de cada persona (Gürkan, 2024; Vorobjovas-Pinta & Fong-Emmerson, 2022).

Según Passos y Melo (2022), debido a los prejuicios arraigados en la sociedad, los espacios donde las personas LGBT+ se sienten abiertamente cómodas y seguras pueden verse limitados. Por ello, los Desfiles del Orgullo buscan animar a estas personas a ocupar espacios de ocio y vida, y garantizar la libertad de expresar sus identidades. Los autores también señalan que estos eventos son instrumentos contra los prejuicios, en la lucha por los derechos LGBT+ desatendidos y su visibilidad. Es un momento de empoderamiento, resistencia y un llamado al respeto.

Según Ferro y Constantino (2023), el primer desfile celebrado en Brasil tuvo lugar en Río de Janeiro en 1995, seguido por el de São Paulo en 1997, convirtiéndose en el más grande del mundo. Si bien se celebran desde hace mucho tiempo, aún existe una interpretación distorsionada de estos eventos, que se asocian con un carnaval, especialmente en Brasil, a medida que el país se aleja del carácter formal de los desfiles y comienza a utilizar tríos eléctricos, uniendo el debate social y político con la festividad del pueblo brasileño en un ambiente irreverente de protesta, resistencia y alegría (Passos & Melo, 2022).

Más allá de su impacto económico, los Desfiles del Orgullo contribuyen a construir una imagen inclusiva de los destinos que las albergan, como espacios seguros y acogedores. La visibilidad que generan estos eventos fortalece la reputa-

ción *LGBT-friendly* de un destino, aunque no son los únicos factores que pueden contribuir a ello. Por lo tanto, es necesario analizar qué atributos ayudan a proyectar una imagen turística amigable hacia el público LGBT+.

DESTINOS LGBT-FRIENDLY

La competitividad del mercado pone de relieve la necesidad de dirigir productos y servicios a segmentos específicos para satisfacer eficazmente las demandas y deseos de los turistas (Silva y Carvalho, 2023). Una de las acciones de la gestión de destinos es la creación y comercialización de imágenes que despierten la intención de visita de los turistas potenciales, ya sea a través del vínculo establecido o de la exclusividad de sus atracciones.

Según Silva y Perinotto (2016), la imagen de un destino es una importante estrategia de comunicación y promoción turística. Utiliza la percepción mental que los visitantes potenciales tienen de un destino, derivada de fotos, reseñas, informes, entre otros, y que puede generar la intención de visitarlo. Por lo tanto, existe un interés por parte de las empresas y los destinos turísticos en ser amigables con las personas LGBT+, con el objetivo de atraerlas, ya que son fieles a los productos y servicios que demuestran interés por sus necesidades (Damasceno et al., 2022; Ro & Khan, 2022).

Silva y Perinotto (2016) señalan que la forma en que se construye, comercializa y difunde una imagen puede influir en el posicionamiento estratégico de un destino en el mercado, además de estimular orgánicamente la atracción de visitantes y su relación positiva con el lugar. Getz (2007) añade que los eventos impulsan la actividad turística al atraer visitantes e influir en la imagen de un destino. Por lo tanto, estos son aspectos que se retroalimentan y pueden reflejarse en la expansión del mercado turístico, beneficiar a los consumidores y optimizar las experiencias.

Lanzarini y Rial (2010) y Silva y Carvalho (2023) argumentan que la lógica de producción y consumo de bienes dirigidos a los consumidores LGBT+ ha favorecido, en el turismo, la institucionalización de destinos que se autodenominan *LGBT-friendly*, es decir, la apropiación y ocupación de espacios públicos y privados que buscan satisfacer las demandas de estos clientes. La comprensión de los destinos LGBT+ surge en Norteamérica y Europa, especialmente en las grandes ciudades y en aquellas centradas en el turismo de sol y playa, debido a la presencia masiva, en ciertas épocas del año, del público gay (Silva et al., 2019).

El concepto de *LGBT-friendly* implica espacios de respeto y acogida (Damasceno et al., 2022; Silva & Carvalho, 2023) y la adopción de prácticas (contratación de personas LGBT+, promoción e inversión en la causa), identificadas positivamente como amigables, que repercuten en la lealtad e intención de visita/retorno de este público (Ro & Khan, 2022).

Se utilizó el término *LGBT-friendly*, en contraposición a “destino *gay-friendly*”, aunque ambos hacen referencia a espacios que acogen a estas personas de forma respetuosa, segura y sin discriminación, ya que, como destacan Damasceno et al. (2022), *LGBT-friendly* engloba a todos aquellos amparados por el acrónimo LGBT+, a diferencia de *gay-friendly*, que puede admitir un tono sexista al poner el énfasis únicamente en los hombres gays.

Los destinos considerados *LGBT-friendly* crean un ambiente de respeto hacia estas personas con el fin de atraer a más clientes. Sin embargo, es importante estar alerta ante quienes solo utilizan el término para obtener beneficios económicos, pero no actúan a favor del segmento (Silva y Carvalho, 2023). Silva y Perinotto (2016) añaden que la imagen que se desea proyectar en la imaginación de los clientes potenciales debe ser coherente con la realidad. No tiene sentido que los destinos promuevan expectativas que difieran de la realidad, ya que esto puede generar resultados negativos al final de la experiencia turística.

Damasceno et al. (2022) destacan que los eventos, especialmente los festivales, tienden a fortalecer la perspectiva *LGBT-friendly* de un destino. Por lo tanto, cuando un destino ofrece productos orientados a esta demanda, satisfaciéndola, la competitividad del sector aumenta y el flujo de turistas LGBT+ al lugar puede incrementarse. Los destinos o negocios considerados *LGBT-friendly* no segregan a sus clientes: atienden a todas las personas y promueven el bienestar por igual (Silva y Carvalho, 2023).

Según Ro y Khan (2022), la promoción turística puede influir en la percepción que los visitantes tienen de un destino como *LGBT-friendly* o no. En este sentido, Neves (2021) destaca que los destinos que promueven una imagen *LGBT-friendly* y se sabe que apoyan genuinamente la causa probablemente atraerán mayor interés de este público.

La identificación de un entorno *LGBT-friendly* puede percibirse mediante la proliferación explícita de símbolos, como banderas arcoíris y triángulos rosas, o implícitamente, en espacios específicos dedicados a este público: los guetos (Ram et al., 2019). Considerando este escenario, cabe suponer que el potencial del turismo LGBT+ también se basaría en la proyección de la imagen *LGBT-friendly* de un destino y su atractivo.

METODOLOGÍA

En cuanto a su tipología, el estudio se caracteriza por ser exploratorio y cualitativo. Según Cerro et al. (2007), la investigación exploratoria presupone una comprensión detallada de un objeto de estudio determinado, utilizando la información disponible, lo que permite nuevas concepciones sobre él. Además, se adoptó un enfoque cualitativo, utilizando las perspectivas y experiencias de los participantes del estudio, además de basar los resultados en la interpretación del investigador (Flick, 2013).

El universo de la investigación está compuesto por los Desfiles del Orgullo celebrados en los municipios de Extremoz, Rio Grande do Norte, Natal, y São Gonçalo do Amarante, Rio Grande do Norte. Estos desfiles se identificaron mediante búsquedas en Google.com y sitios web de periódicos locales como los eventos más populares de este tipo en el estado. Se entrevistaron a los organizadores de los tres eventos en cuestión.

Se utilizó una muestra no probabilística por conveniencia, según lo descrito por Gil (2008), compuesta por sujetos accesibles al investigador y dispuestos a colaborar con la investigación. El instrumento de recolección fue una guía de entrevista compuesta por nueve preguntas abiertas (Tabla 1), desarrollada con base en Damasceno et al. (2022) y Vorobjovas-Pinta y Fong-Emmerson (2022),

que abordan aspectos como la visibilidad, la inclusión, el turismo y los destinos *LGBT-friendly*.

Tabla 1. Guión de la entrevista

¿Cómo describirías la importancia de los Desfiles realizados en Rio Grande do Norte, en términos de visibilidad e inclusión, para las personas LGBT+ del estado?
¿Cómo evalúa el impacto de los Desfiles del Orgullo en la visibilidad de las políticas públicas centradas en los derechos LGBT+ en Rio Grande do Norte?
¿Qué recomendaciones darías a los organizadores de estos eventos para mejorar la experiencia de los asistentes?
¿Qué aspecto del desfile (cultural, social, político, festivo, etc.) crees que atrae a más participantes? ¿Podría también atraer turistas?
¿Cómo pueden los Desfiles del Orgullo realizados en Rio Grande do Norte contribuir a crear un ambiente más acogedor?
¿Cree que una mayor publicidad de estos eventos celebrados en Rio Grande do Norte podría, en el futuro, incentivar la visita de turistas LGBT+ al estado? De ser así, ¿por qué no?
En su opinión, ¿Rio Grande do Norte está preparado para recibir turistas LGBT+? Por favor, comente.
¿Crees que el Desfile puede influir en la percepción de un destino turístico como <i>LGBT-friendly</i> ? De ser así, ¿por qué no?
¿Cuáles son los desafíos que Rio Grande do Norte puede enfrentar al intentar posicionarse como <i>LGBT-friendly</i> a través de la realización de Desfiles del Orgullo?

Fuente : Elaborado por los autores (2024).

De conformidad con la Ley General de Protección de Datos Personales (Ley n.º 13.709/2018), los nombres de los entrevistados se mantendrán anónimos. Además, se utilizó el Formulario de Consentimiento Informado, solicitando la grabación de las entrevistas y garantizando la confidencialidad de sus identidades durante todo el estudio.

Para el análisis de datos, se utilizó el Análisis de Contenido, propuesto por Bardin (2016), siguiendo los pasos de preanálisis, exploración del material, tratamiento de los resultados e interpretación. Según Bardin (2016), el Análisis de Contenido comprende un conjunto de técnicas destinadas a analizar las comunicaciones, con el objetivo de obtener, mediante procedimientos sistemáticos y descriptivos, la inferencia de conocimiento sobre los mensajes implícitos o explícitos presentes en el contenido de estos mensajes.

En la etapa de preanálisis, se transcribieron las entrevistas y, posteriormente, se realizó una lectura exploratoria inicial para familiarizarse con las declaraciones y asimilarlas con el objetivo de la investigación y la literatura. Para explorar el material, los textos de las entrevistas se formatearon en un único *corpus textual* y se enviaron al *software Iramuteq* (versión 0.7 *alpha 2*), que permite sistematizar las palabras del texto, agruparlas y correlacionarlas según su frecuencia.

Para identificar la expresividad de las palabras en el enunciado y establecer una relación con los temas abordados en el estudio, optamos por utilizar la Clasificación Jerárquica Descendente (CDS) y el Análisis de Similitud. Como señalan Klant y Santos (2021), la CDS genera agrupaciones de clases de segmentos de texto (SDT), mostrando qué palabras dentro de estos SDT están conectadas. El

Análisis de Similitud, por otro lado, presenta la correlación entre palabras, utilizando indicadores estadísticos para establecer esta conexión.

Tras la generación de las clases y categorías de análisis por parte de Iramuteq, se procesaron e interpretaron los resultados. En esta etapa, buscamos ir más allá de la simple descripción de las declaraciones, promoviendo un análisis reflexivo de los significados del discurso de los entrevistados. Además, el proceso interpretativo implicó correlacionar estas declaraciones con la revisión bibliográfica, lo que permitió formular propuestas que ayudaran a comprender cómo se promueve el turismo LGBT+ a través de los Desfiles del Orgullo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta sección se presentan los eventos analizados, para conocimiento del lector y, posteriormente, se discuten los hallazgos de las entrevistas y la discusión con literatura especializada, proporcionando explicaciones sobre el Turismo LGBT+ en RN.

CARACTERIZACIÓN DE LOS DESFILES

El Desfile del Orgullo más antiguo de Rio Grande do Norte es el de Natal, que, según el Entrevistado 1, se celebró por primera vez en 1999 en el barrio de Cidade Alta. Sin embargo, en 1998, un grupo de drags organizó una carrera de tacones altos junto con una manifestación en el mismo barrio, atrayendo a varios participantes. No obstante, fue solo al año siguiente, tras la organización de un movimiento social, que el Desfile del Orgullo LGBT+ de Natal se celebró oficialmente.

En su primera edición, el evento reunió a más de 300 personas, se desarrolló a pie, con el apoyo de un trío eléctrico (una carroza) y conciertos. A lo largo de los años, ha ocupado espacios como Praia do Meio, Avenida Prudente de Moraes, Avenida Salgado Filho, Avenida Engenheiro Roberto Freire y Praça dos Gringos en el barrio de Ponta Negra. Está coordinado por el Fórum LGBTQIA+ Potiguar (Foro Popular LGBTQIA+) y su infraestructura se proporciona mediante una colaboración con los gobiernos municipal y estatal, mediante el alquiler de equipos como escenario, sistema de sonido, iluminación, carpas, baños portátiles, refrigerios y honorarios para los artistas.

A su vez, el Desfile de Extremoz, según lo informado por el Entrevistado 2, surgió en 2014 como algo nuevo y diferente en la ciudad, sin que ni siquiera sus organizadores tuvieran experiencia en este tipo de eventos. Con los años, creció y, como señaló el entrevistado, en 2023 se convirtió en el más grande del estado, superando a Natal en asistencia. Es un evento que se realiza en las calles de la ciudad y concluye en un club, con presentaciones musicales y artísticas, con artistas locales, drag queens y DJs. El evento cuenta con el apoyo del gobierno estatal, el ayuntamiento de Extremoz y el Foro LGBTQIA+ de Potiguar.

El Desfile de São Gonçalo do Amarante es el más reciente. Está organizado por ATTRANSPARÊNCIA/RN, la Asociación de Travestis y Transexuales de Rio Grande do Norte, y cuenta con el apoyo del gobierno estatal, la ciudad anfitriona y empresas privadas locales. Al igual que los demás, el formato del evento sigue

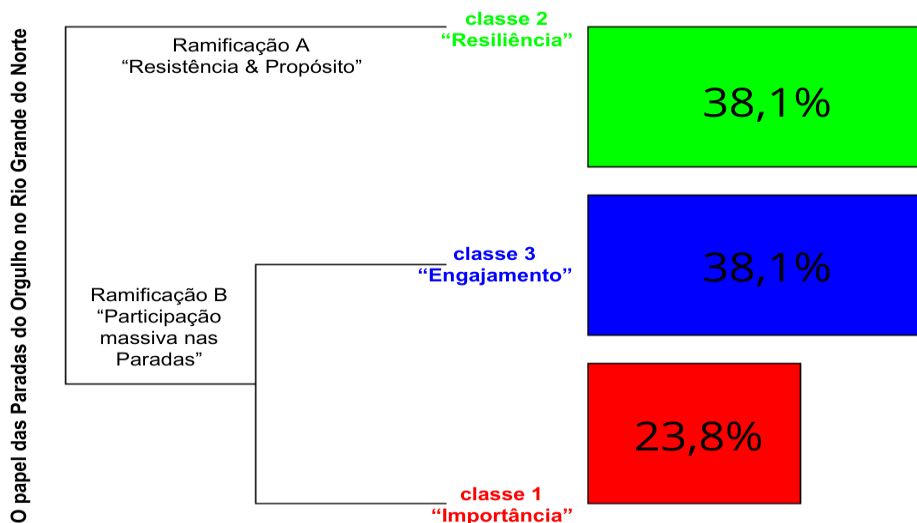
el mismo patrón, y su principal objetivo, según el Entrevistado 3, es visibilizar a la comunidad LGBTQ+ en São Gonçalo do Amarante.

DESFILES DEL ORGULLO Y TURISMO LGBTQ+ EN RIO GRANDE DO NORTE

Al gestionar los datos en Iramuteq, se obtuvo un *corpus* de 27 textos y 27 ST, con un aprovechamiento de 21 ST (77,78%). Además, se identificaron 3.478 palabras, resultando en 3 clústeres (Figura 1): Clase 1, con 5 ST (23,8%); Clase 2, con 8 ST (38,1%); y Clase 3, también con 8 ST (38,1%).

El programa dividió estas clases en dos ramas (A y B). En este caso, la Rama A —«Resistencia y Propósito»— comprende la Clase 2 (Resiliencia) y aborda los obstáculos que se enfrentan al organizar estos eventos y cómo se superan para garantizar que la causa no se debilite. Por consiguiente, la Rama B —«Participación Masiva en los Desfiles del Orgullo»— comprende la Clase 1 (Importancia) y la Clase 3 (Compromiso), lo que presupone la cooperación entre diferentes actores para impulsar estos eventos.

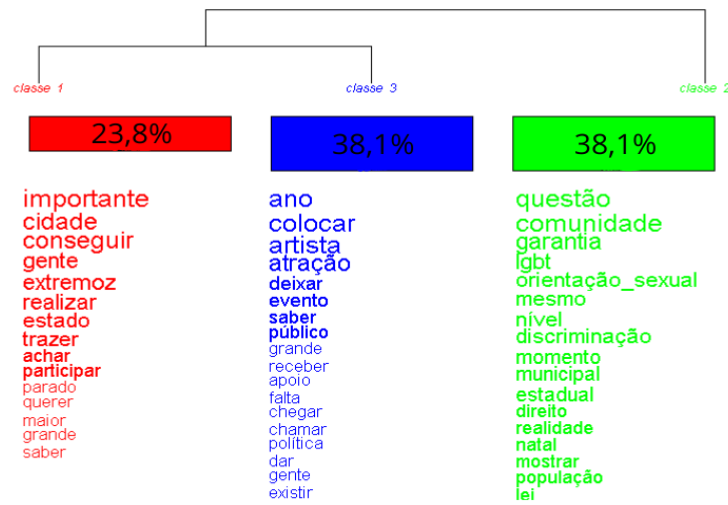
Figura 1. Dendrograma de clasificación jerárquica descendente (DHC)



Fuente : Datos de investigación (2024). Elaborado mediante el *software* Iramuteq.

Para visualizar las palabras que constituyen las respectivas clases, el *software* generó un organigrama con las palabras relacionadas en el discurso, generando las ramas mencionadas. La Figura 2 ilustra esta representación.

Figura 2. Cuadro de frecuencia de palabras por clase



Fuente : Datos de investigación (2024). Elaborado mediante el *software* Iramuteq.

La Rama A incluye la Clase 2, “Resiliencia”, que se centra en cómo el Desfile tiene una imagen distorsionada entre algunas personas que, a través de comentarios y comportamientos prejuiciosos y desinformados, intentan menospreciar su logro y objetivo.

Si bien los Desfiles del Orgullo son cada vez más populares en todo el mundo y atraen a un gran público (Vorobjovas-Pinta y Fong-Emmerson, 2022), en Rio Grande do Norte se celebran a pesar de la resistencia de los organizadores. Estos enfrentan desafíos, especialmente en cuanto al apoyo público. Incluso con apoyo logístico y de infraestructura, existe una búsqueda incesante de apoyo efectivo, sumado a una sociedad local que los reprime. Las siguientes declaraciones complementan este análisis:

El Desfile es un momento de cierre, de sellado, sí, porque sellar y cerrar es salir a la calle a gritar, esto también es una manera de denunciar todo tipo de arbitrariedades, de crímenes contra nuestra comunidad LGBT (Entrevistado 1).

Es importante que el desfile sea festivo, pero no podemos perder la esencia y no explicar por qué estamos allí. Porque si solo es un desfile con una carroza en la calle, una banda tocando, etc., nunca podremos transmitirle a la gente por qué estamos allí. Y el desfile no es un Carnaval fuera de temporada; sigue siendo una manifestación. Una manifestación festiva, por así decirlo. (Entrevistado 2)

El Desfile del Orgullo de São Paulo se publicita con meses de antelación y bate récords de asistencia cada año. Aquí, los organizadores esperan demasiado pronto para dar a conocer el evento, y el apoyo también es limitado, lo que deja al desfile en una situación vulnerable. El apoyo a menudo no llega con la rapidez necesaria. Para que el desfile se haga más conocido, necesita este apoyo para que quienes vienen de otros lugares también sean bienvenidos (Entrevistado 3).

Una de las declaraciones de los entrevistados plantea inquietudes sobre la interpretación errónea del Desfile, comparándolo con un Carnaval fuera de temporada, similar a lo que afirman Passos y Melo (2022), quienes enfatizaron que estos eventos se asocian con un Carnaval. Este reduccionismo puede debilitar la relevancia del evento, ya que ignora su papel en la defensa y visibilidad de las personas LGBT+.

La minimización de este impacto se debe a la falta de información social y a la insuficiente difusión institucional para esclarecer la importancia histórica y política de estas manifestaciones. Por lo tanto, es necesario fortalecer las estrategias de comunicación, científicas y de marketing, tanto por parte del gobierno como de las instituciones que promueven los Desfiles, para cambiar esta percepción, garantizando que el evento no se desvirtúe y cumpla una de sus principales funciones: la educación y la lucha contra la violencia de género.

Cabe destacar que, partiendo de la premisa de promover un turismo responsable, que busca un turismo más ético, en entornos seguros, y acciones de promoción de la imagen de igualdad y justicia social, para mejorar la calidad de vida, en el corto plazo, en todos sus aspectos, estas acciones son urgentes y necesitan del apoyo de los poderes públicos para ser implementadas y mantenidas (Barreto & Lanzarini, 2023).

Los hallazgos demuestran que la organización de los Desfiles del Orgullo se enfrenta a diversos obstáculos, como la falta de concienciación pública sobre el propósito del evento, la resistencia sociopolítica, la seguridad pública y la legislación discriminatoria. Otro desafío es la recaudación de fondos, donde la falta de apoyo adecuado a menudo limita su alcance, lo que dificulta su capacidad para atraer a un público más amplio y diverso.

En este contexto, es pertinente preguntarse si la resistencia de los sectores público y privado a apoyar los Desfiles se debe a limitaciones presupuestarias o a la falta de prioridad política en la promoción de estos eventos. Integrar los Desfiles en el calendario municipal oficial podría representar un avance, legitimando su carácter cultural y social y facilitando el acceso a incentivos financieros y logísticos.

Por lo tanto, es importante estudiar la población LGBT+ y sus eventos para comprender sus necesidades y establecer posibles soluciones. Como afirman Costa et al. (2019), dedicar tiempo a investigar e incluso ofrecer productos y servicios dirigidos a esta población contribuye a comprender su comportamiento como consumidores y los factores que influyen en sus decisiones.

Las clases 1 y 3 se encuentran en la Rama B, ya que resaltan la necesidad de apoyo institucional, participación pública y mayor publicidad para los Desfiles del Orgullo como forma de aumentar su visibilidad. La clase 1, "Importancia", destaca la relevancia del evento para la lucha por la causa LGBT+, la notoriedad que el movimiento adquiere cuando se lleva a cabo y, además, según lo declarado por los entrevistados, la necesidad de una mayor participación gubernamental en su implementación, dado que las ciudades, sin generalizar a la población en general, han acogido estos eventos con satisfacción.

Getz (2007) añade que un evento es un acontecimiento con un inicio y un final programados que reúne a personas con fines y actividades similares. Por lo tanto, los Desfiles del Orgullo, marcadas por manifestaciones culturales, sirven como plataformas para visibilizar la ciudadanía de las personas LGBT+; la visi-

bilidad que brindan es importante para combatir los prejuicios, ofreciendo un espacio donde se pueden celebrar diversas identidades sin temor a la represión. Los siguientes extractos lo ilustran:

Los Desfiles del Orgullo impulsaron la promulgación de leyes en materia de educación, cultura, seguridad pública y la garantía de los derechos de la comunidad. Así, gracias a los Desfiles del Orgullo, no solo en Rio Grande do Norte, el tema de la garantía de los derechos de la comunidad LGBT+ comenzó a debatirse a nivel estatal, federal y municipal (Entrevistado 1).

Los desfiles son súper importantes para nuestro estado en términos de visibilidad para nuestra comunidad, ya que es justo en este día que todos deciden salir a las calles vestidos de orgullo para demostrar quiénes son realmente (Entrevistado 3).

Otro punto es que, más allá de su perspectiva social, los Desfiles del Orgullo pueden tener un efecto positivo en las ciudades, atrayendo turistas, impulsando la economía y promoviendo a los artistas locales. Además, la organización de estos eventos implica la colaboración entre gobiernos locales, ONG y empresas, lo que puede ser un vínculo prometedor para el desarrollo urbano, como se destaca en la Clase 3, «Participación».

No solo publicidad, sino también mayor inversión del gobierno. Podríamos llegar y atraer a más gente. Consideramos el desfile de São Paulo: la inversión allí, la cantidad de personas que participan en él y la cantidad de personas que viajan desde otros lugares para participar en el desfile en esa ciudad, en ese estado (Entrevistado 2).

Creo que los desfiles deberían tener más apoyo del gobierno, que se realicen en lugares más accesibles a la población y no sólo en un lugar específico [...] si se difundiera a nivel nacional tendríamos turistas de varios otros estados, y los tenemos, pero como invitados de los organizadores, muchos turistas LGBT no vienen a Natal para estos eventos por la falta de seguridad (Entrevistado 3).

Según Neves y Brambatti (2019), la comunidad LGBT+ disfruta de viajar, salir de fiesta y valora la calidad de sus compras. Por lo tanto, como señalan Silva et al. (2019), el turismo LGBT+ es un segmento importante para el desarrollo de un destino. Por lo tanto, explorar este nicho en Rio Grande do Norte podría ser una oportunidad para expandir la oferta turística, que aún carece de la estructura básica para lograr esta prerrogativa.

Silva y Carvalho (2023) señalan que el turismo LGBT+ es un segmento con potencial económico y que las ciudades que adoptan políticas inclusivas pueden beneficiarse de la fidelización de este público. Por lo tanto, implementar estrategias que involucren no solo el evento en sí, sino también toda una red de servicios e infraestructura, podría impulsar **este** segmento en Rio Grande do Norte.

Continuando, la Clase 3, “Participación”, destaca la falta de inversión y colaboración en estos eventos. Por lo tanto, para la expansión de los Desfiles de Rio Grande do Norte, es crucial una mayor participación, apoyo e inversión de los involucrados directa e indirectamente, ya que sus beneficios pueden extenderse a todo el estado.

Lo que realmente falta son mejores espacios LGBT en la ciudad de Natal, tenemos varios guetos aquí [...] nos falta cultura LGBT en el campo artístico, música, espectáculos, drag queens, comediantes [...] Es necesario que haya inversión en el campo cultural, en el campo de los espacios LGBT, que son los llamados espacios amigables (Entrevistado 1).

Siempre contamos con artistas locales, tanto de Extremoz, invitamos a varios artistas LGBT de Natal, abrimos una convocatoria pública para artistas que deseen participar del Desfile (Entrevistado 2).

Lo que más atrae a los participantes son los espectáculos de artistas famosos, desgraciadamente pocos participantes se unen a la causa basada en la temática de ese año (Entrevistado 3).

Getz (2007) enfatiza que los eventos pueden fomentar un sentido de apego a un lugar, debido a una experiencia positiva durante la participación. Por lo tanto, considerando las declaraciones realizadas durante las entrevistas, surge una pregunta: ¿por qué no hay mayor participación pública en los Desfiles del Orgullo de Rio Grande do Norte? Esta preocupación surge de la observación de la significativa presencia de personas LGBT+ en eventos privados celebrados en Natal, que incluso atraen turistas, como citan Damasceno et al. (2022): Bloquíssimo: Festival da Diversidade, Festival MADA e Carnatal.

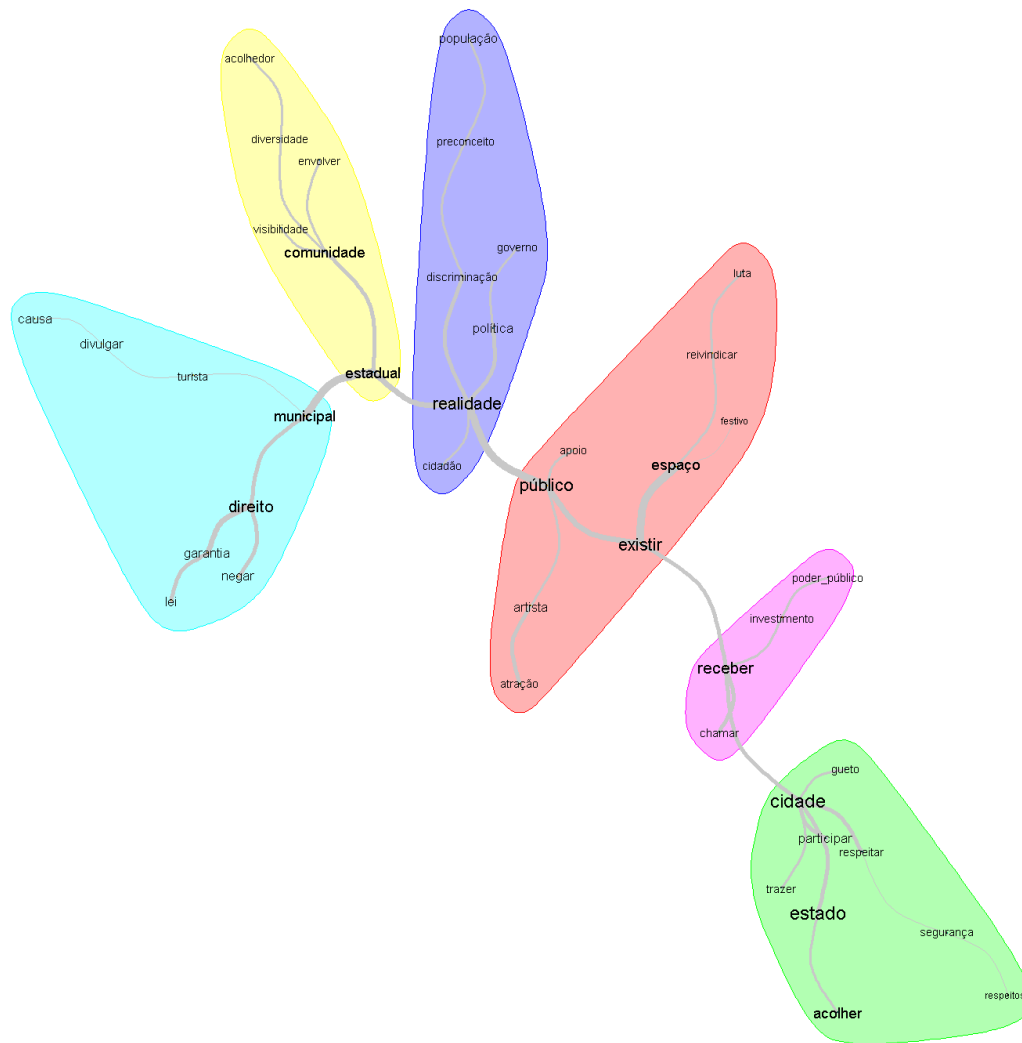
Esta pregunta puede llevar a reflexionar sobre las razones por las que la gente no asiste a los desfiles (gratuitos), sino a eventos privados (de pago). ¿Qué impide la participación masiva? ¿Desinformación? ¿Prejuicios? ¿Falta de acceso? ¿Falta de publicidad? Independientemente de la respuesta, se puede inferir que la audiencia no está creciendo, lo que refleja la inversión que recibe el evento, ya sea del sector público o privado, el marketing y el interés de los residentes en participar en la manifestación y la celebración.

Por lo tanto, si el evento no amplía la audiencia local, fomentar la participación turística suele ser una tarea difícil. Y, más aún, para que Rio Grande do Norte se considere un destino LGBT-*friendly* y fomentar el turismo LGBT+, invertir solo en los Desfiles del Orgullo no es suficiente; debe existir una cultura LGBT+ más amplia en el estado, ya sea por parte de este mismo grupo, del público en general, de las empresas, de las políticas públicas, de las campañas publicitarias y de un sentido de bienvenida y respeto por parte de todos.

Según Getz (2007), los eventos brindan experiencias, actitudes y comportamientos únicos. La forma en que un participante experimenta un evento es única en ese momento. Los Desfiles no son la excepción: existe un potencial significativo para estos eventos en Rio Grande do Norte, que debería gestionarse y desarrollarse de forma más participativa si existe interés en ampliar las estrategias para atraer a un público más amplio, ya sean residentes locales o turistas.

Luego de procesar el Análisis de Similitud en el *software*, la Figura 3 muestra palabras que se agrupan por similitud en el discurso de los entrevistados, permitiendo inferir algunas interpretaciones sobre los cuellos de botella que se enfrentan en la realización de estos eventos y cómo estos afectan el desarrollo del turismo local.

Figura 3 – Análisis de similitud



Fuente : Datos de la investigación (2024). Elaborado mediante el *software* Iramuteq.

Como se muestra en la Figura 3, se crearon seis clústeres, conectados por palabras como (en español) “recibir”, “municipal”, “estado”, “bienvenido”, “ciudad”, “existir”, “derecho”, entre otras. Inicialmente, los Desfiles del Orgullo, como eventos que promueven los derechos LGBT+, dependen del apoyo de organismos públicos para su realización. Además, presuponen la ocupación de espacios municipales por parte de este grupo, posicionándolos como ciudadanos que exigen el reconocimiento de su existencia y realidad. Por lo tanto, considerando el ámbito de la investigación, las ciudades están evolucionando hacia una perspectiva más acogedora y receptiva, y, por lo tanto, podrían convertirse en destinos LGBT-friendly.

Al considerar los Desfiles como vectores para una concepción LGBT-friendly de Rio Grande do Norte, se podría explorar estratégicamente un nuevo frente de competitividad turística, no solo dentro del estado, sino también entre destinos vecinos que utilizan estos eventos para atraer a este perfil de consumidor. Además, Silva y Carvalho (2023) señalan que los destinos LGBT-friendly pueden ser

una alternativa para la promoción turística y la atracción de público a través de espacios de ocio, eventos, alojamiento, bares y restaurantes, entre otros.

La cita anterior concuerda con la representación del clúster azul claro en la Figura 3, donde las palabras “publicitar” y “turista” se presentan muy cerca de “municipal”, ya que esta podría ser una estrategia para que las ciudades de Rio Grande do Norte se promocionen y, en consecuencia, difundan el evento para atraer visitantes, una estrategia que también se destaca en las entrevistas como positiva. Además, “inversión” y “autoridad pública” (el clúster rosa) aparecen conectados, lo que resalta la necesidad de una mayor atención por parte de estas entidades al desarrollo de los Desfiles en Rio Grande do Norte y a la promoción del turismo.

Además, se observa que “Estado” y “comunidad” (entendida como la comunidad LGBT+) están cerca debido a esta sinergia en la promoción de eventos, lo que repercute en “visibilidad”, “acogida” e “involucramiento” del público y, en una perspectiva macro, como se destaca en el *clúster* verde, en una ciudad más “respetuosa”, “segura” y “acogedora”, eliminando gradualmente los “guetos” como espacios exclusivos de encuentro y socialización entre estos individuos, permitiéndoles moverse en cualquier entorno.

Finalmente, como se puede observar en los grupos azul oscuro y rojo, los Orgullos son movimientos “políticos” y “festivos”, que resaltan la “existencia” de las personas LGBT+ contra los “prejuicios” y la “discriminación”. Estos resultados corroboran lo postulado por Ferro y Constantino (2023), Gürkan (2024), Passos y Melo (2022), Turesky y Crisman (2023), y Vorobjovas-Pinta y Fong-Emmerson (2022), respecto al activismo social y político característico de los Orgullos a favor de los derechos LGBT+.

Con base en estos resultados, no basta con simplemente tener iniciativas para promover y fomentar a los organismos públicos; es necesario unir, como fuerza impulsora, a quienes comprenden la importancia del Desfile como una forma de exigir una ciudadanía digna para las personas LGBT+, como ya señalaron Ram et al. (2019). Por lo tanto, se infiere que el apoyo, la participación y el compromiso de los interesados en estos eventos son cruciales, ya que los impulsan a crecer y, en consecuencia, a ganar mayor notoriedad en los ámbitos público y privado de los municipios y el estado, lo que, posteriormente, puede ser beneficioso para la planificación del turismo LGBT+ en Rio Grande do Norte.

Para Grillo y Lanzarini (2019), los destinos LGBT+ en Brasil se han consolidado como espacios que acogen la diversidad. Si bien la violencia y la persecución por parte de grupos conservadores aún persisten, esta realidad también se observa en diferentes partes del mundo, donde numerosos países condenan la homosexualidad y se oponen a este segmento del turismo con argumentos morales y religiosos, sin respetar la diversidad. Esto alude directamente al concepto de turismo responsable, fuertemente promovido por el Ministerio de Turismo de Brasil.

Por lo tanto, se puede argumentar que los Desfiles del Orgullo celebrados en Rio Grande do Norte tienden a impulsar el turismo LGBT+ en el estado. Sin embargo, es necesario atender las necesidades de los residentes para satisfacer la demanda de los visitantes. Según Damasceno et al. (2022) y Silva y Carvalho (2023), un destino LGBT-*friendly* debe ser, ante todo, seguro y respetuoso para sus residentes, ya que la percepción de la acogida de las comunidades locales impacta directamente en la experiencia turística.

Los desfiles del Orgullo fortalecen la cohesión social y demuestran el compromiso de la ciudad con la diversidad y la inclusión, sirviendo como vía de cooperación mutua entre entidades públicas y privadas y la gestión de eventos. Los eventos pueden ser herramientas de marketing turístico, contribuyendo a la promoción de productos y servicios y proyectando la imagen de un destino, beneficiando así los aspectos socioeconómicos del lugar (Getz, 2007; Silva et al., 2019).

Por lo tanto, la sinergia dentro de la industria turística de Rio Grande do Norte es esencial para apoyar y mantener espacios *LGBT-friendly* en Rio Grande do Norte, garantizando su accesibilidad, ubicación y visibilidad. Por lo tanto, la consolidación de una comunidad acogedora, sumada a la visibilidad que brindan los desfiles y eventos similares, es un pilar clave para atraer turistas e impulsar el crecimiento del destino.

El análisis de las entrevistas refuerza la idea de que la promoción de estos eventos está directamente relacionada con la construcción de una sociedad más acogedora, donde la presencia LGBT+ en los espacios públicos se naturalice y se respete. La visibilidad que brinda el evento tiene un impacto significativo en el posicionamiento de la ciudad respecto a la diversidad. Por lo tanto, al incorporarse a una estrategia de desarrollo turístico y cultural, el Orgullo puede convertirse no solo en un evento aislado, sino en un elemento transformador de la dinámica urbana, la imagen del destino y el turismo local, en beneficio de todos.

CONCLUSIÓN

Este estudio analizó cómo los Desfiles del Orgullo en Natal, Rio Grande do Norte y el área metropolitana circundante impulsan el turismo LGBT+ en Rio Grande do Norte. Mediante análisis cualitativos y entrevistas con organizadores de eventos, se identificó que la correlación entre los Desfiles del Orgullo y el desarrollo de este segmento turístico depende de una mejor gestión regional, más allá del aspecto turístico.

Los resultados indicaron que los Desfiles del Orgullo locales pueden actuar como catalizadores para atraer turistas al fomentar un ambiente de visibilidad, respeto y celebración de la diversidad. Sin embargo, se hizo evidente que el potencial de estos eventos sigue desaprovechándose debido a la limitada participación pública (debida, entre otros factores, a los prejuicios y el estigma) y al apoyo municipal y estatal (que implica la disponibilidad de recursos humanos y financieros). Es imperativo que el gobierno participe en la promoción y organización de estos eventos, lo cual puede lograrse mediante políticas públicas que fomenten la inclusión, el apoyo financiero y logístico, y la mejora de la infraestructura local, tanto para residentes como para turistas, promoviendo así un turismo responsable.

Además, se debe fortalecer la cooperación entre los sectores público y privado, y la comunidad local, mediante alianzas que mejoren la calidad y la seguridad de la ciudad durante los Desfiles del Orgullo, y que también promuevan a Rio Grande do Norte como un destino *LGBT-friendly*, ya sea mediante la certificación de negocios *LGBT-friendly*, itinerarios enfocados en este segmento o incluso campañas publicitarias que valoren a este segmento y promuevan el respeto por la diversidad. Por

lo tanto, la expansión de los Desfiles del Orgullo, con el apoyo gubernamental adecuado, tiene el potencial de expandir el turismo LGBT+ en el estado.

Desde una perspectiva científica, este estudio contribuye a la literatura sobre eventos LGBT+ al destacar el papel de los Desfiles del Orgullo en el desarrollo del turismo regional, la promoción de la inclusión social y la visibilidad de la causa LGBT+. Además, refuerza que los eventos culturales son impulsores importantes del turismo regional y destaca la dinámica entre el sector público y la organización de eventos LGBT+, sugiriendo que el apoyo y la promoción por parte de las autoridades son cruciales para maximizar los beneficios de estos eventos.

A pesar de las contribuciones aquí presentadas, es importante destacar que el alcance geográfico, centrado en tres ciudades de Rio Grande do Norte, puede limitar la generalización de los resultados, por lo que se justifica una mayor investigación sobre otros eventos en la región. Además, es crucial que futuras investigaciones consideren la inclusión de asistentes al Desfile y representantes de iniciativas públicas y privadas para comprender los diferentes contextos en los que este escenario se desarrolla anualmente.

También recomendamos investigar la contribución sociocultural de los Desfiles, tanto para residentes como para turistas, lo que podría proporcionar una comprensión más integral de la participación ciudadana en el evento y orientar la gestión turística local. Finalmente, concluimos que el turismo LGBT+ no se difunde únicamente a través de eventos, ya que la comunidad local y la gestión pública y privada deben involucrarse y comprometerse, de forma ética y responsable, para que todos los actores sociales involucrados en el proceso de desarrollo del destino tengan voz y respeten la diversidad de género y sexual, combatiendo los prejuicios y el estigma.

REFERENCIAS

- Bardin, L. (2016). *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Barreto, L. M. T. da S., & Lanzarini, R. (2023). *Turismo Responsável no Brasil: Tendências, estratégias e fomento em Sustentabilidade, Turismo de Base Comunitária e Segurança Turística*. SEDIS-UFRN, Ministério do Turismo.
- Cervo, A. L., Bervian, P. A., & Da Silva, R. (2007). *Metodologia científica*. (6ª ed.). Pearson Prentice Hall.
- Costa, L. M. A., Vasconcelos, E. G. da S., Maia, M. R. de A., Palmeira, P. S. A., & Leite, J. C. de L. (2019). Consumo conspicuo: perspectiva de fidelização do consumidor LGBT no setor de turismo brasileiro. *Revista Hospitalidade*, 15(2), 83–101. <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2018v15n2.005>
- Damasceno, M. L. B., Claudino, A. de L., Lanzarini, R., & Ferreira, L. V. F. (2022). “Apertem o cinto que o close é garantido”: Contribuição dos eventos LGBT+ para a imagem de destino amigável de Natal/RN. *Anais do 16º Fórum Internacional de Turismo Do Iguassu, Foz do Iguacu, Paraná*, 1–27. <https://www.sisapeventos.com.br/staff/app/files/submissions/40/2766-10418-53.pdf>
- Fernandes, A. C. N., Santos, R. de O., & Rodrigues, M. M. (2023). Velhices LGBTQIAP+ e turismo: reflexões iniciais para iluminar um campo complexo. *Ateliê Do Turismo*, 7(2), 239–259. <https://doi.org/10.55028/at.v7i2.18334>

- Ferro, R. C., & Constantino, C. B. (2023). Hospitalidade na Parada Do Orgulho LGBT+ de São Paulo. In Lavandoski, J., Elicher, M. J., Brambilla, A., & Guilherme, F. S. (Orgs.), *TEC: Turismo, Eventos e Cultura - "Olhares contemporâneos sobre Eventos em Turismo"* (pp. 298–330). Editora do CCTA.
- Flick, U. (2013). *Introdução à metodologia da pesquisa: um guia para iniciantes*. Penso.
- G1/RN. (2022). *IBGE: Natal é 2ª capital com maior percentual de adultos que se declaram homossexuais ou bissexuais no Brasil*. <https://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2022/05/25/ibge-natal-e-2a-capital-com-maior-percentual-de-adultos-que-se-declaram-homossexuais-ou-bissexuais-no-brasil.ghtml>
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas da pesquisa social* (6a ed.). Atlas.
- Grillo, C. K., & Lanzarini, R. (2019). Turismo de eventos en la ciudad de São Paulo - Brasil: Los espectáculos teatrales como atractivos culturales. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(4), 1146–1162. <https://www.redalyc.org/journal/1807/180762638015/html/>
- Gürkan, H. (2024). In-between the Identities: A Personal Reflection on Two Pride Parades in Spain and Turkey. *Sexuality & Culture*, 28, 1326–1331. <https://doi.org/10.1007/s12119-023-10167-y>
- Klant, L. M., & Santos, V. S. (2021). The use of the IRAMUTEQ software in content analysis – a comparative study between the ProfEPT course completion works and the program references. *Research, Society and Development*, 10(4). <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i4.13786>
- Lanzarini, R., & Rial, C. (2010). Turismo gay na ilha de Santa Catarina: homosociabilidades e perspectivas. *Anais do 9 Seminário Internacional Fazendo Gênero, Universidade Federal de Santa Catarina*, 1–10. https://www.fg2010.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1290698937_ARQUIVO_artigoTurismo_Gay_na_Ilha_de_Santa_Catarina_-_completorevRial.pdf
- Markwell, K., & Waitt, G. (2009). Festivals, space and sexuality: gay pride in Australia. *Tourism Geographies*, 11(2), 143–168. <https://doi.org/10.1080/14616680902827092>
- Neves, C. S. B. (2021). Perfil de consumo dos turistas gays e bissexuais masculinos brasileiros (2019–2020). *Revista Iberoamericana de Turismo (Ritur)*, 11(2), 196–225. <https://doi.org/10.2436/20.8070.01.226>
- Neves, C. S. B., & Brambatti, L. E. (2019). O comportamento do turista LGBT com relação ao consumo em viagens de lazer. *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 11(4), 831–842. <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/6501>
- Observatório Nacional dos Direitos Humanos [ObservaDH]. (2024). *Violências – Pessoas LGBTQIA+*. <https://experience.arcgis.com/experience/54febd2948d54d68a1a462581f89d920/page/LGBTQIA%2B---Viol%C3%Aancias>
- Panrotas. (2023). *Rio Grande do Norte ganha prêmio no Turismo LGBTQIA+: No ranking, ultrapassou destinos brasileiros como Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul, Bahia e São Paulo*. https://www.panrotas.com.br/destinos/alternativo/2023/01/rio-grande-do-norte-ganha-premio-no-turismo-lgbtqia_194289.html
- Passos, G. O., & Melo, M. R. (2022). Muito mais que uma festa: As Paradas LGBT de Sergipe como um espaço de produção de saúde. *Cadernos de Gênero e Diversidade*, 8(2), 38–66. <https://doi.org/10.9771/cgd.v8i2.49116>

- Ram, Y., Kama, A., Mizrachi, I., & Hall, C. M. (2019). The benefits of an LGBT-inclusive tourist destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 100374. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100374>
- Ro, H., & Khan, M. (2022). The impact of LGBT friendliness on sexual minority customers' perceptions and intentions to stay. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103181. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103181>
- Schwarzkopf, S., Just, S. N., & Christensen, J. F. (2024). Stairway to Heaven: LGBTQ+ gatherings as civil-religious rituals. *Society*, 61, 322–332. <https://doi.org/10.1007/s12115-024-00983-9>
- Silva, B. J. C., & Carvalho, K. D. (2023). Turismo e hospitalidade gay friendly na perspectiva da comunidade LGBTQIA+. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 17(1), 51–79. <https://doi.org/10.61564/raoit.v17n1.7185>
- Silva, M. L., & Perinotto, A. R. C. (2016). A imagem do destino turístico como ferramenta de diferenciação e promoção do turismo: Caso de Barra Grande/PI – Brasil. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 417–431. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.027>
- Silva, S. de S., Cardoso, D. de B. P., & Sousa, B. B. (2019). O papel do marketing no turismo LGBT: um contributo exploratório no contexto português. *Turismo e Sociedade*, 11(2), 236–260. <https://doi.org/10.5380/tes.v11i2.59436>
- Sousa-Silva, S., Diéguez-Castrillón, M. I., & Gueimonde-Canto, A. (2024). Past, present, and future of LGBTIQ tourism literature: A systematic literature review. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1–34. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2024.2417186>
- Trigo, L. G. G. (2009). Ascensão do prazer na sociedade atual: turismo GLS. In Panosso Netto, A., & Ansarah, M. G. dos R. (Orgs.), *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas* (pp. 141–163). Manole.
- Turesky, M., & Crisman, J. J. (2023). 50 years of pride: Queer spatial joy as radical planning praxis. *Urban Planning*, 8(2), 262–276. <https://doi.org/10.17645/up.v8i2.6373>
- Vorobjovas-Pinta, O., & Fong-Emmerson, M. (2022). The contemporary role of urban LGBTQI+ festivals and events. *Event Management*, 26(8), 1801–1816. <https://doi.org/10.3727/152599522X16419948694720>
- Zhou, P. P., Wu, M.-Y., Filep, S., & Weber, K. (2021). Exploring well-being outcomes at an iconic Chinese LGBT event: A PERMA model perspective. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100905. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100905>

Expresiones de gratitud: Este trabajo se realizó con el apoyo del CNPq, Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico – Brasil.

Recibido el 19 out. 2024

Aprobado el 26 mai. 2025