

Teatro LGBT na cidade de São Paulo/SP: um estudo de caso sobre a Parada do Orgulho LGBT 2017 e o turismo cultural

Camila Karla Grillo¹
Ricardo Lanzarini²

Resumo

Este estudo faz parte de uma pesquisa de mestrado relacionada à invisibilidade lésbica no teatro e traz como discussão a contribuição dos guias culturais midiáticos para os hábitos de lazer artísticos voltados ao público LGBT, de maneira a dialogar com as manifestações de turismo cultural na cidade de São Paulo/SP. Devido a grande visibilidade das práticas homoeróticas, evidenciadas em eventos turísticos como a Parada do Orgulho LGBT, levanta-se a discussão do papel da divulgação midiática teatral e suas contribuições para o turismo cultural de São Paulo e como atrativo cultural do evento turístico. Para tanto, apresenta um diálogo acerca do papel do turismo e do jornalismo cultural como ferramentas importantes para a divulgação da arte LGBT e da oferta de experiências culturais ligadas às práticas homoeróticas. Como metodologia foi utilizada a pesquisa exploratória, de cunho qualitativo, tomando como base de dados o Guia *Gay* São Paulo, com a publicação de 19 espetáculos com temáticas LGBT que ficaram em cartaz no período que antecedeu a Parada 2017, a fim de analisar os assuntos que foram abordados nos espetáculos por meio das sinopses divulgadas, bem como correlacionar dados da Pesquisa de Perfil de Público - Parada LGBT, do Observatório de Turismo e Eventos de São Paulo para entender qual é a identidade de gênero predominante na participação do evento e se ela é representada nas produções teatrais. Para a coleta de dados, foi analisada uma matéria no *site* do guia com *hiperlinks* para as 19 peças. Como resultado obtido, compreende-se que esses espetáculos teatrais refletem a demanda de público/turista que mais manifesta a orientação homossexual na sociedade. Informações da Pesquisa de Perfil de Público apresentam que em 2017, 51,3% dos participantes da Parada eram *gays*, 18,9% lésbicas, 10,5% bissexuais e 19,3% heterossexuais. Esta análise também revela que as peças ficaram em cartaz em espaços culturais de fácil acesso para os viajantes, que em sua maioria, segundo o Ministério do Turismo, estiveram hospedados na região da Paulista. Conclui-se, assim, que os turistas *gays* têm maior representatividade cultural nas peças com temáticas LGBT, sendo o maior público consumidor da festa e que detém o maior número de atividades culturais e de entretenimento promovidas pelo evento.

Palavras-chave: turismo cultural; LGBT; evento.

¹ Mestranda do Programa de Estudos Culturais da Escola de Artes, Ciências e Humanidades - EACH da Universidade de São Paulo - USP. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1158296891171841>. E-mail: camilagrillo@usp.br.

² Doutor em Ciências Humanas (UFSC) e Pós-doutor em Lazer e Turismo (USP). É Professor Adjunto da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e Orientador do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos Culturais da EACH-USP. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9857446311863232>. E-mail: ricardolanzarini@ccsa.ufrn.br.