

Entenda como a Parada Gay estimula a economia e promove grandes marcas

[D istoedinheiro.com.br/entenda-como-a-parada-gay-estimula-a-economia-e-promove-grandes-marcas](https://istoedinheiro.com.br/entenda-como-a-parada-gay-estimula-a-economia-e-promove-grandes-marcas)

23 de junho de 2022



Lana Pinheiroi

23/06/2022 - 8:27

Foram dois anos sem a Parada Gay. Neste intervalo, o Brasil viu exemplos de homofobia explícitos. Alguns deles protagonizados por quem mais deveria assumir o papel de proteger cidadãos brasileiros, o presidente Jair Bolsonaro. Em uma das situações, esbravejou que o Brasil tinha “que deixar de ser um país de maricas”, referindo-se ao comportamento do brasileiro durante a pandemia. No mesmo período, mais de 500 pessoas LGBTQIA+ foram assassinadas de forma violenta.

Ainda assim, em 2022 a 26ª edição da Parada chega com recorde de 4 milhões de participantes que lotaram a Avenida Paulista, ajudaram a ocupar cerca de 80% da capacidade hoteleira da cidade de São Paulo e movimentaram estimados R\$ 500 milhões — os números oficiais ainda estão sendo fechados. No ano anterior da pandemia, foram R\$ 400 milhões e um público de 3 milhões de pessoas.

+ AS MARCAS MAIS VALIOSAS DA DINHEIRO: o que as vencedoras Google, Mercado Livre e Nubank têm em comum?

Quem pensa que o impacto parou por aí, engana-se. Além da capacidade de fazer gerar a economia durante o fim de semana de sua realização, o evento também ajuda na construção de reputação de marcas que se associam a ele. Neste ano Terra, Smirnoff, Burger King, Amstel, Mercado Livre, Jean Paul Gaultier e Vivo foram os patrocinadores e Accor, Avon, Doritos, LAIS e Philip Morris, apoiadores. De retorno imediato, tiveram uma exposição de mídia de R\$ 57 milhões em veículos de imprensa que cobriram o evento, segundo o índice de qualidade de exposição nas mídias (IQEM-V).

No longo prazo, a aproximação das empresas com a comunidade pode ser ainda mais lucrativa. O motivo é o pink money, expressão que em português significa dinheiro rosa e se refere ao poder de compra dos membros LGBTQIA+. E não é pouca coisa, segundo o Instituto Brasileiro de Diversidade Sexual (IBDSEX) somente em 2020 o consumo atribuído a eles movimentou R\$ 450 milhões. Com um pormenor importante: eles preferem comprar de marcas que dialoguem com suas causas.

Vale uma ressalva. Aproveitar o poder econômico e de influência de representantes dessa comunidade é sempre uma opção estratégica da companhia. Participar de um evento como a Parada Gay, também. Mas homofobia é crime no Brasil e sua prática deveria ser punida seja o autor uma pessoa jurídica ou física, mesmo que ele seja o presidente da República.
