

PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA

# 30<sup>a</sup> PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025



Tema 2025:

**FAMÍLIAS LGBTQ+ EXISTEM!**

DIREITOS, INCLUSÃO E DIVERSIDADE



**GOVERNO ESTADUAL**

**Ronaldo Ramos Caiado**  
Governador do Estado de Goiás

**Daniel Elias Carvalho Vilela**  
Vice-Governador

**AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO**

**Roberto Naves**  
Presidente

**Andreia de Araújo I. Adourian**  
Procuradoria Setorial

**Aline de Sousa Lobo**  
Gerência da Secretaria-geral

**Valquíria Faria da Silva**  
Diretoria de Gestão Integrada

**Manoel Eloy de Melo Oliveira dos Santos**  
Gerência de Gestão Institucional e Finanças

**Marcio da Silva Cardoso**  
Gerência de Contabilidade

**Marilianne Glauce Mendes Almeida**  
Gerência de Compras e Apoio Administrativo

**Daniella Pereira Barbosa**  
Diretoria de Fomento ao Turismo

**Thales Queiroz de Oliveira**  
Gerência de Projetos de Fomento ao Empreendedorismo e Atração de Investimentos

**Bruna Ariadne Figueiredo Vieira**  
Gerência de Estudos, Pesquisa e Qualificação

**Delvanira Bernardo Silva**  
Gerência de Estruturação e Produtos Turísticos

**Karla Castanheiro Rady**  
Gerência de Marketing e Promoção do Turismo

## **OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE GOIÁS**

### **Amanda Alves Borges**

Coordenadora do Observatório do Turismo do Estado de Goiás

### **Equipe de Apoio Técnico por Área**

Amanda Alves Borges – Turismo / Analista de Dados / Pesquisadora  
Blenda Domingues Bittencourt – Turismo / Pesquisadora  
Carlos Henrique Pereira de Freitas – Economia / Analista de dados/Pesquisador  
Diego Carneiro Oliveira – Turismo / Analista de Dados / Pesquisador  
Giovanna Adriana Tavares Gomes - Turismo / Pesquisadora Voluntária  
José Carlos Paim Pamplona – Estágio / Ciência da Computação  
José Ricardo Borrás – Apoio / Tabulação de dados / Pesquisador  
Lindalva Maria Costa – Apoio / Tradutora  
Lucas Souza de Oliveira - Design Gráfico  
Maria Aparecida Alves do Carmo – Apoio / Tabulação de dados / Pesquisadora  
Mikaelle Lima Souza – Geografia / Pesquisadora Voluntária  
Polliana Alves da Silva - Turismo/Pesquisadora Voluntária  
Rafael de Araújo Rosa - Estatístico Voluntário  
Reginaldo Soares de Azevedo (Museólogo/Tabulação de Dados/Pesquisador  
Valquíria Vital Machado – Turismo / Pesquisadora Voluntária  
Waldedy Maria de Paula – Jornalismo / Pesquisadora  
Wanessa Silva Ramos - Turismo/Pesquisadora Voluntária

### **Gtur Forms (TI da Goiás Turismo)**

Janio Guilherme Soares Junior  
Pedro Carneiro Junior  
Wesley da Silva Sampaio

## **PARCERIAS 30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ EM GOIÂNIA**

**Presidente da Associação da Parada do Orgulho GLBT de Goiás (APOGLBT-GO)**  
Marcos Silvério

**Presidente da Agência Municipal de Turismo e Eventos - GoiâniaTur**  
Nárcia Kelly Alves da Silva

**Diretoria de Promoção e Incentivo ao Turismo Analista em Cultura e Desportos**  
Fabrício Ramalho da Costa  
Jerônimo Marques Filizola  
Kiara Karizy Guimarães de Melo  
Mércia Caroline Otto de Moraes  
Renato Araújo Isaac

**Assistente Administrativo**  
Camila Fernandes Silva  
Erika Cunha Tocantins

**Coordenadores do Observatório de Turismo de Goiânia/GoiâniaTur**  
Fabrício Ramalho da Costa  
Kiara Karizy Guimarães de Melo

**PESQUISA 30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ EM GOIÂNIA**

**Pesquisadores Observatório do Turismo de Goiás/Goiás Turismo**

Amanda Alves Borges  
Carlos Henrique Pereira  
Diego Carneiro Oliveira  
José Ricardo Borrás

**Pesquisadores do Observatório de Turismo de Goiânia/GoiâniaTur**

Ana Thereza Borges de Oliveira  
Grasiela Alves dos Reis  
Kiara Karizy Guimarães de Melo  
Thiego Souza dos Santos

**Fotos da capa**

Prosa Produções  
Adennyiltonfotografias

**Capa e Destaques da Pesquisa**

Deborah Stephany Novaes Lima

**Relatório Técnico Estatístico**

Amanda Alves Borges  
José Carlos Paim Pamplona

## **1 APRESENTAÇÃO**

A Agência Estadual de Turismo de Goiás — Goiás Turismo — é o órgão do Governo de Goiás responsável pela execução da política estadual de turismo. Tem por objetivo fomentar o setor, consolidar os destinos turísticos goianos e promover o Estado no Brasil e no exterior.

### **1.1 Observatório do Turismo do Estado de Goiás**

A equipe técnica do Observatório do Turismo é composta por técnicos especialistas em Turismo, Economia, Jornalismo, Design, Estatística e Museologia. O objetivo da equipe multidisciplinar é desenvolver um trabalho amplo para a alimentação de banco de dados, colaborando para o desenvolvimento de um Turismo planejado a partir de dados da cadeia produtiva dos serviços turísticos no Estado de Goiás. Todos os trabalhos realizados pelo departamento e seus parceiros são disponibilizados no Site <https://goias.gov.br/observatoriodoturismo/>. O Observatório do Turismo de Goiás está vinculado à Rede Brasileira dos Observatórios de Turismo – RBOT.

### **1.2 30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ EM GOIÂNIA**

O evento aconteceu na cidade de Goiânia no dia 14 de setembro de 2025, nas imediações da Praça Cívica. Com o tema “Famílias LGBT+ existem! Direitos, Inclusão e Diversidade”, a edição trouxe para o centro do debate a valorização das diferentes formações familiares, destacando a importância do reconhecimento de direitos, da inclusão social e do respeito à diversidade.

A Parada LGBT+ de Goiânia foi organizada pela Associação da Parada GLBT de Goiás (PARADA-GO), em parceria com ONGs que atuam na defesa dos direitos humanos e da cidadania da comunidade LGBT+. Reunindo dezenas de milhares de pessoas que se uniram na luta por igualdade e contra a discriminação, os organizadores ressaltaram que a visibilidade e os direitos conquistados ao longo dos anos são fruto da resistência coletiva.

O evento contou com cerca de 40 artistas, entre DJs, drag queens, cantores e dançarinos, distribuídos em seis trios elétricos que animaram o público durante o trajeto da passeata pelas avenidas centrais de Goiânia, com retorno à Praça Cívica.

## **2 METODOLOGIA**

### **2.1 Descrição da Pesquisa**

Visando conhecer e identificar o perfil do público participante, bem como seu grau de satisfação, o Observatório do Turismo do Estado de Goiás, em parceria com o Observatório de Turismo de Goiânia e a Associação da Parada do Orgulho GLBT de Goiás, realizou a pesquisa no dia 14 de setembro de 2025 com os participantes do evento. Os formulários foram aplicados em formato impresso e também digital, por meio do Gtur Forms, uma aplicação interna da Goiás Turismo. A mesma ferramenta foi utilizada para a tabulação dos dados, incluindo tanto os registros coletados digitalmente quanto os provenientes dos formulários impressos.

Os dados foram posteriormente exportados para o Excel e analisados para a elaboração deste relatório técnico estatístico. A avaliação qualitativa das respostas abertas foi realizada com a ferramenta Wordclouds, que constrói “nuvens de palavras” a partir do texto com as respostas dos participantes.

**A estimativa de público do evento foi de 100.000 pessoas, conforme informações fornecidas pela Guarda Civil Metropolitana de Goiânia e pela Câmara Municipal.**

Considerando um grau de confiança de 95% e uma margem de erro de 8%, a amostra ideal para esse público seria de aproximadamente 150 respondentes. No entanto, foram entrevistados 178 participantes, o que mantém a amostra dentro dos parâmetros estatísticos esperados.

### **3 RESUMO DOS RESULTADOS DA PESQUISA**

- 178 respondentes;
- Todos os 178 respondentes eram brasileiros;
- O estado de origem mais recorrente foi Goiás (94,9%), 5,1% são de outras 3 Unidades Federativas, o mais mencionado foi o Distrito Federal (DF), seguido do Pará (PA) e Maranhão (MA);
- A cidade origem mais citada foi Goiânia (68%), seguida por Aparecida de Goiânia (5,6%), Anápolis (4,5%) e Trindade (4,5%);
- Identidade de gênero: 53,37% dos respondentes se identificam como homem cis, 37,6% como mulher cis, 3,9% como mulher trans, 2,2% como homem trans e 1,7% como não binário;
- Orientação sexual: 53,4% dos respondentes se consideram homossexual (lésbica/gay), 20,8% como heterossexual, 19,1% como bissexual, 3,4% como pansexual, 1,1% assexual, 0,6% demissexual;
- A média de idade dos respondentes é de 31 anos, sendo que 45,5% estão na faixa etária de 21 a 30 anos;
- A renda média individual mensal dos respondentes é de R\$ 4.131,84;
- 46,1% possuem Ensino Superior e/ou Pós-Graduação;
- 59% ficaram sabendo do evento por meio das redes sociais;
- 41,6% participaram do evento pela primeira vez, 58,4% já participaram mais do que uma vez, a média de participação é de 6 vezes;
- A média de gasto individual relacionada ao evento foi de R\$ 137,06 por participante. Assim, o gasto total estimado movimentado pelo evento é de R\$ 13.706.000,00, considerando a participação de 100.000 pessoas<sup>1</sup>;
- 52,8% eram grupos de amigos, 20,2% eram casais, 19,1% estavam sozinhos. A média geral do tamanho dos grupos foi de 3 pessoas;
- 46,1% dos respondentes teve como principal motivação para participar do evento “Defender os direitos e a causa LGBT+”, a segunda principal motivação foi diversão/celebração (33,7%);

---

<sup>1</sup> O número de participantes foi apurado pelo Guarda Civil Metropolitana de Goiânia e pela Câmara Municipal de Goiânia.



**PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025**

---

- 60,7% dos respondentes relataram que seus familiares aceitam e apoiam sua participação na comunidade LGBT+, 12,9% parcialmente aceita/apoia, 11,8% não aceita/apoia;
- 51,1% dos respondentes consideram que sua participação na Parada LGBT+ tem um impacto positivo em suas relações familiares; 28,1% acreditam que o impacto é neutro, não afetando as relações; e 9% afirmam que o impacto é negativo, gerando conflitos;
- 68% dos participantes eram moradores de Goiânia, enquanto 32% eram provenientes de outras cidades, sendo 25,3% excursionistas, realizando uma viagem de retorno no mesmo dia, e 6,7% eram turistas, que pernoveram em Goiânia;
- Dos turistas que pernoveram, 58,3% ficaram em casa de amigos e parentes, 33,3% ficaram em hotel e 8,3% em pousada;
- A média de permanência dos turistas é de 2 pernoveres;
- 42,1% dos excursionistas e turistas usaram o veículo próprio para chegar à cidade de Goiânia, 33,3% usaram ônibus de linha;
- 8,8% dos excursionistas e turistas pretendem visitar outras cidades de Goiás, Caldas Novas, Itumbiara e Morrinhos foram as cidades mencionadas;
- Considerando hospedagem, transporte, alimentação e lazer, a média de gasto individual dos turistas foi de R\$ 980,00 durante a estadia em Goiânia, com média de permanência de duas pernoveres. Com base nesse valor, estima-se que os turistas tenham movimentado R\$ 6.569.920,00 na cidade, considerando a participação de 6.704 turistas, o que representa 6,7% do público total de 100.000 pessoas;
- Considerando transporte, alimentação e lazer, a média de gasto individual dos excursionistas foi de R\$ 43,36. Com base nesse valor, estima-se que os excursionistas tenham movimentado R\$ 1.096.140,80, considerando a permanência de um dia no destino e a participação de 25.280 excursionistas, o que corresponde a 25,3% do público total de 100.000 pessoas;
- **Com base nos dados levantados, estima-se que o evento tenha movimentado aproximadamente R\$ 21.372.060,80 em Goiânia.** Desse total, R\$ 13.706.000,00 correspondem aos gastos diretos dos participantes

durante o evento; R\$ 6.569.920,00 resultam dos turistas que pernoveram na cidade, R\$ 1.096.140,80 foram gerados pelos excursionistas, que permaneceram apenas um dia no destino. Esses números evidenciam a relevância econômica do evento para o município, reforçando seu impacto positivo sobre os setores de hospedagem, alimentação, transporte e lazer;

- 100% dos respondentes recomendaria o evento para outras pessoas;
- Em um comparativo entre os anos de 2018 e 2025, o ano de 2025 o evento obteve a maior nota.

### **3.1 Avaliações**

#### **I. Serviços utilizados em Goiânia**

- Transporte Público: 3,6
- Gastronomia (Restaurantes e Bares): 4,3
- Hospedagem: 4,2
- Lazer e Cultura: 4,1
- Média geral: 4,1

#### **II. Avaliações do evento**

- Local do Evento: 4,5
- Divulgação do Evento: 4,1
- Programação do Evento: 4,3
- Organização do Evento: 4,4
- Tema abordado no Evento: 4,7
- Acessibilidade para PCD: 4,1
- Segurança: 4,3
- Banheiros: 4,2
- Média geral: 4,3

**Observação:** As notas da avaliação variam entre 1 e 5 e equivalem a: 5 Ótimo, 4 Bom, 3 Regular, 2 Ruim e 1 Péssimo.

- As notas mais altas foram atribuídas à gastronomia e às opções de hospedagem em Goiânia, assim como a organização e tema abordado no evento. As principais sugestões de melhoria referiram-se aos banheiros, acessibilidade para PCD e à divulgação do evento.

178

RESPONDENTES

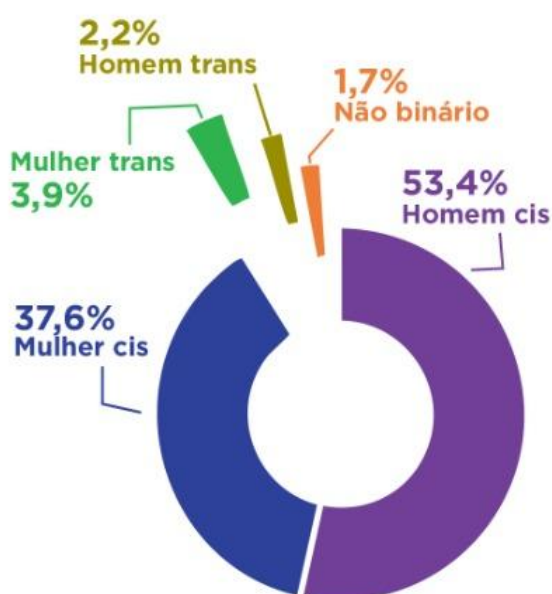
31 ANOS

MÉDIA DE IDADE

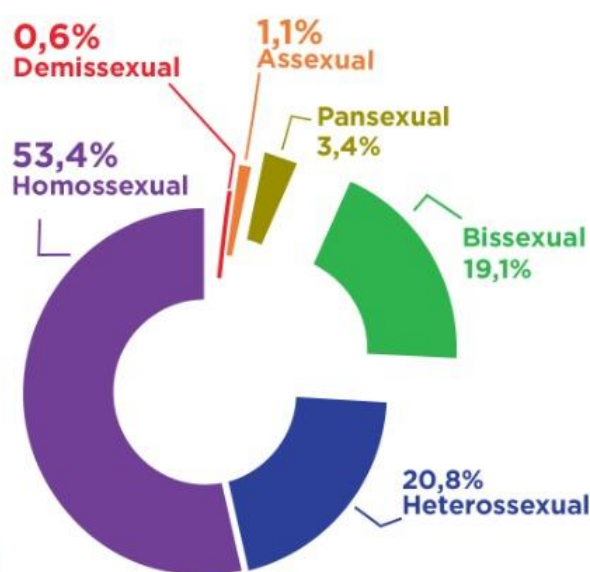
## ORIGEM



## IDENTIDADE DE GÊNERO



## ORIENTAÇÃO SEXUAL



Estimativa de movimentação econômica do evento:

R\$ 21.372.060,80

Renda média individual mensal: R\$ 4.131,84

Média de gasto do participante no evento: R\$ 137,06

Média de gasto do turista na estadia de Goiânia: R\$ 980

Média de permanência dos turistas: 2 pernoites

59% Souberam do evento por meio das redes sociais

58,4% Já participaram do evento mais do que uma vez, a média de participação é de 6 vezes

46,1% Teve como principal motivação para participar do evento "Defender os direitos e a causa LGBTQ+"

60,7% Relataram que seus familiares aceitam e apoiam sua participação na comunidade LGBTQ+

51,1% Consideram que sua participação na Parada LGBTQ+ tem um impacto positivo em suas relações familiares

★★★★★  
AVALIAÇÃO  
GERAL

1 a 5

4,1  
Serviços  
em Goiânia4,3  
Evento

100%

Recomendaria o evento  
para outras pessoas

4 RESULTADOS COMPLETOS DA PESQUISA

Perfil do Entrevistado

Tabela 1: País de origem

	Respondentes	%
Brasil	178	100,0%
Total	178	100,0%

Tabela 2: Estado de origem

	Respondentes	%
Goiás (GO)	169	94,9%
Distrito Federal (DF)	6	3,4%
Pará (PA)	2	1,1%
Maranhão (MA)	1	0,6%
Total	178	100,0%

Tabela 3: Cidades de origem por estado

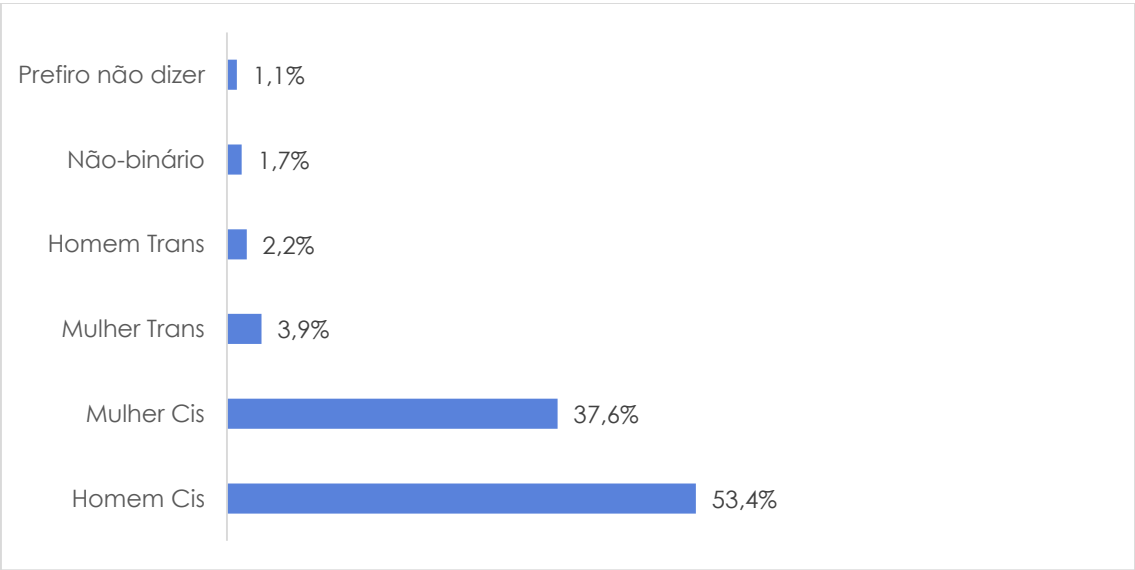
	Respondentes	%
<b>Goiás (GO)</b>	<b>169</b>	<b>94,9%</b>
Goiânia	121	68,0%
Aparecida de Goiânia	10	5,6%
Anápolis	8	4,5%
Trindade	8	4,5%
Senador Canedo	6	3,4%
Bela Vista de Goiás	5	2,8%
Goianira	4	2,2%
Pires do Rio	3	1,7%
Aruanã	1	0,6%
Abadiânia	1	0,6%
Itumbiara	1	0,6%
Hidrolândia	1	0,6%
<b>Distrito Federal (DF)</b>	<b>6</b>	<b>3,4%</b>
Brasília	6	3,4%
<b>Pará (PA)</b>	<b>2</b>	<b>1,1%</b>
Marabá	1	0,6%
Belém	1	0,6%
<b>Maranhão (MA)</b>	<b>1</b>	<b>0,6%</b>
São Luiz do Maranhão	1	0,6%
Total	178	100,0%

PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025

**Tabela 4:** Identidade de Gênero – Como você se identifica?

	Respondentes	%
Homem Cis	95	53,4%
Mulher Cis	67	37,6%
Mulher Trans	7	3,9%
Homem Trans	4	2,2%
Não-binário	3	1,7%
Prefiro não dizer	2	1,1%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 1:** Identidade de Gênero – Como você se identifica?



**Tabela 5:** Orientação Sexual

	Respondentes	%
Homossexual (lésbica/gay)	95	53,4%
Heterossexual	37	20,8%
Bissexual	34	19,1%
Pansexual	6	3,4%
Prefiro não dizer	3	1,7%
Assexual	2	1,1%
Demissexual	1	0,6%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100,0%</b>



PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025

Gráfico 2: Orientação Sexual

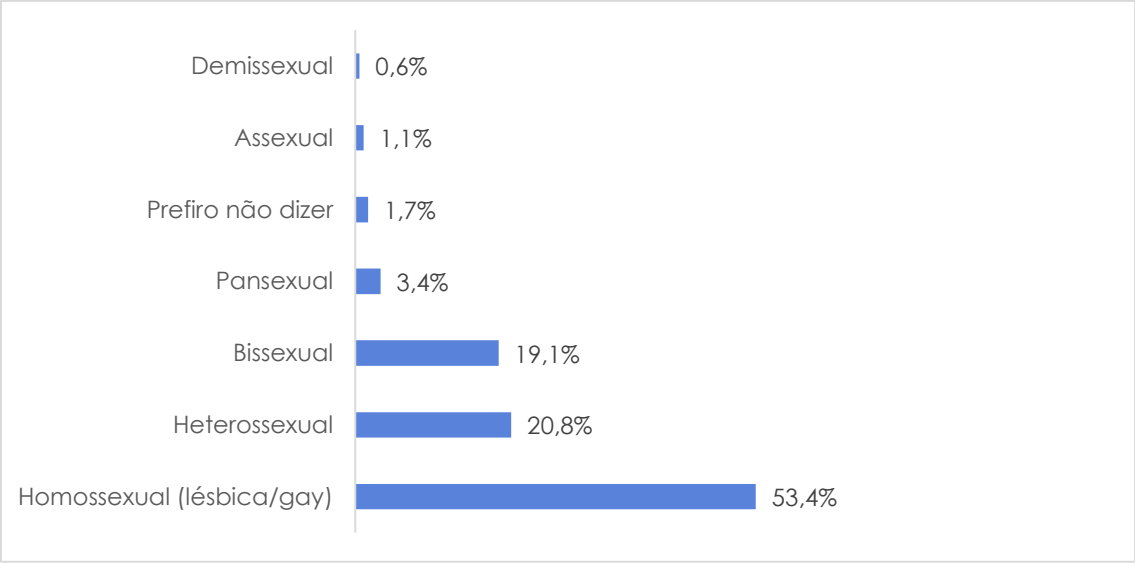
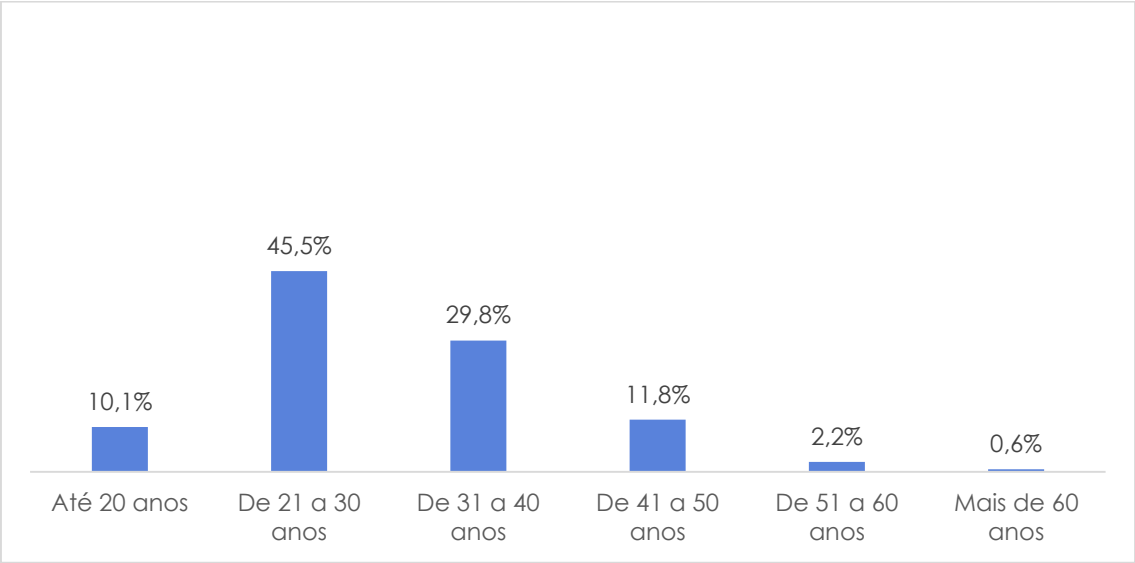


Tabela 6: Faixa etária

	Respondentes	%
Até 20 anos	18	10,1%
De 21 a 30 anos	81	45,5%
De 31 a 40 anos	53	29,8%
De 41 a 50 anos	21	11,8%
De 51 a 60 anos	4	2,2%
Mais de 60 anos	1	0,6%
Total	178	100,0%
Média	31 anos	

Gráfico 3: Faixa etária



**PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025**

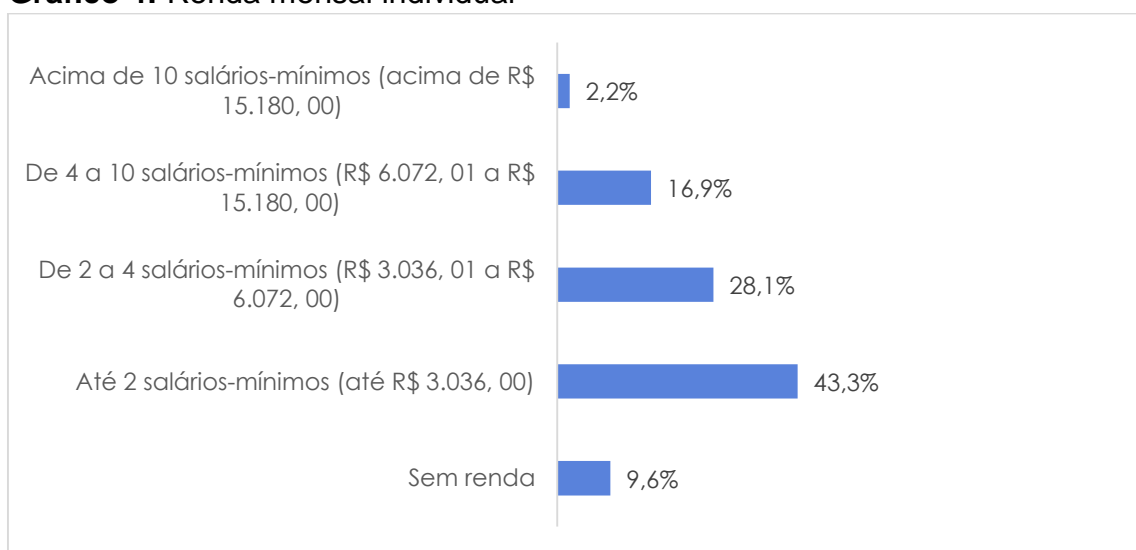
---

**Tabela 7:** Renda mensal individual

	Respondentes	%
Sem renda	17	9,6%
Até 2 salários-mínimos (até R\$ 3.036, 00)	77	43,3%
De 2 a 4 salários-mínimos (R\$ 3.036, 01 a R\$ 6.072, 00)	50	28,1%
De 4 a 10 salários-mínimos (R\$ 6.072, 01 a R\$ 15.180, 00)	30	16,9%
Acima de 10 salários-mínimos (acima de R\$ 15.180, 00)	4	2,2%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média</b>	<b>R\$ 4.131,84</b>	

**Observação:** Salário mínimo considerado de R\$ 1.518,00.

**Gráfico 4:** Renda mensal individual



**Tabela 8:** Escolaridade

	Respondentes	%
Sem Escolaridade	1	0,6%
Ensino Fundamental	5	2,8%
Ensino Médio	79	44,4%
Ensino Técnico	11	6,2%
Ensino Superior	58	32,6%
Pós-Graduação	24	13,5%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100,0%</b>

PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025

Gráfico 5: Escolaridade

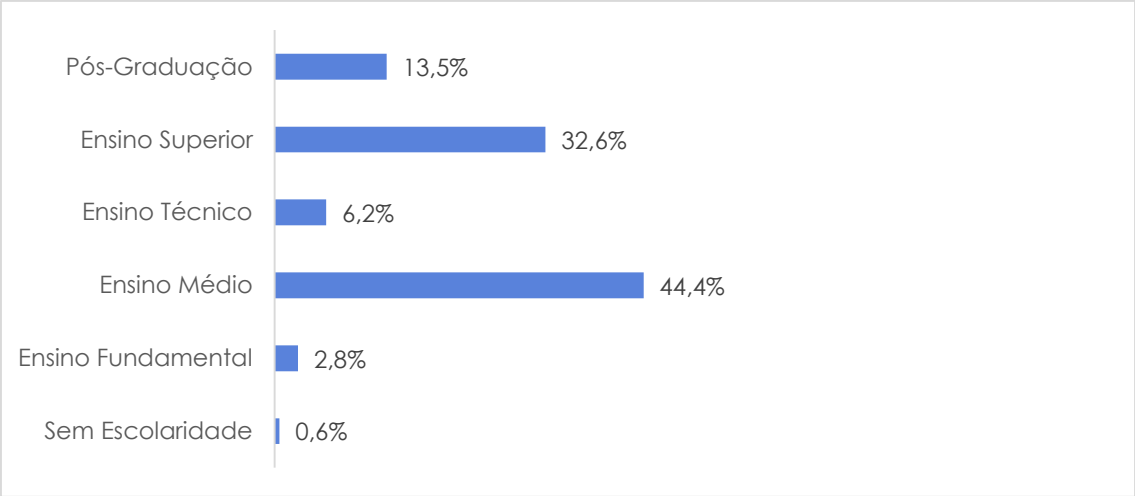
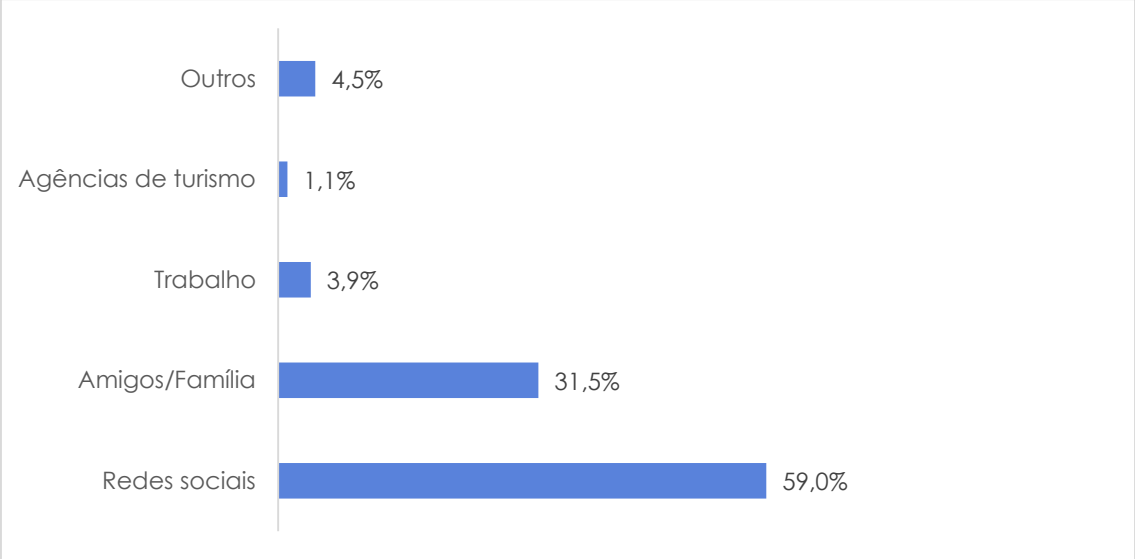


Tabela 9: Como ficou sabendo do evento?

	Respondentes	%
Redes sociais	105	59,0%
Amigos/Família	56	31,5%
Trabalho	7	3,9%
Agências de turismo	2	1,1%
Outros	8	4,5%
Total	178	100,0%

**Observação:** A categoria “Outros” reúne 7 respostas que não se enquadram nas opções principais, incluindo “passando na rua” (2), “já conhecia” (2), “organização” (1), “movimento social” (1) e “carro de som” (1).

Gráfico 6: Como ficou sabendo do evento?



PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025

Tabela 10: Primeira vez que participou do evento?

	Respondentes	%
Não	104	58,4%
Sim	74	41,6%
Total	178	100,0%

Gráfico 7: Primeira vez que participou do evento?

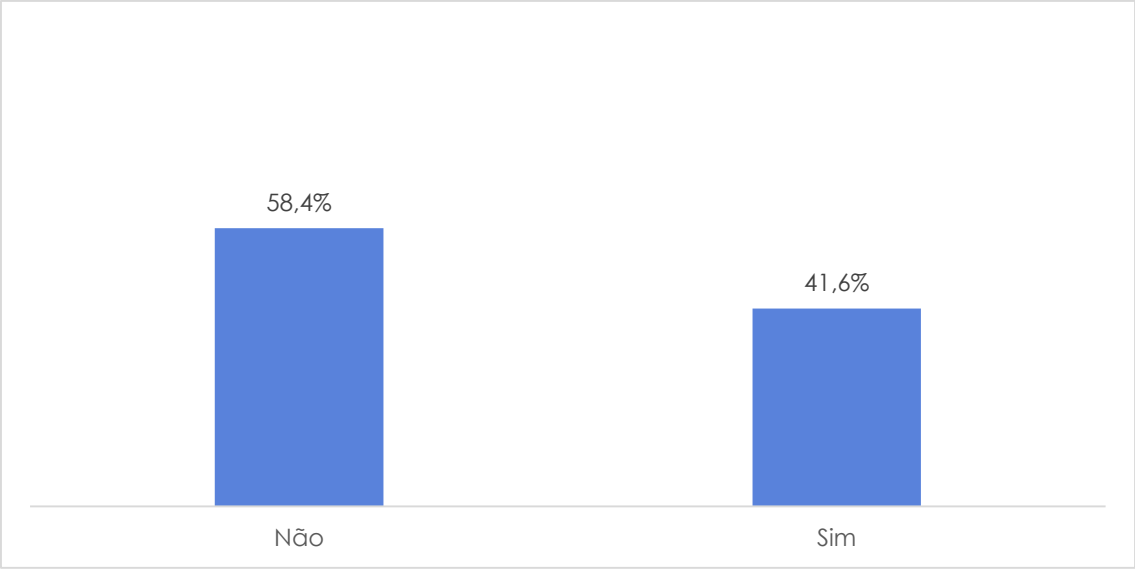
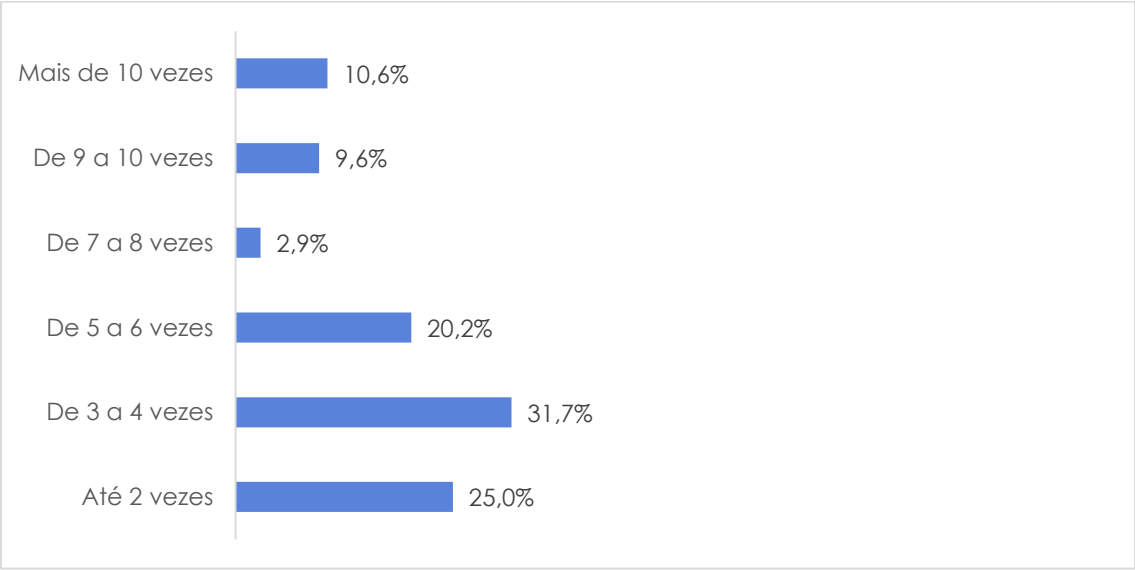


Tabela 11: Se não, quantas vezes?

	Respondentes	%
Até 2 vezes	26	25,0%
De 3 a 4 vezes	33	31,7%
De 5 a 6 vezes	21	20,2%
De 7 a 8 vezes	3	2,9%
De 9 a 10 vezes	10	9,6%
Mais de 10 vezes	11	10,6%
Total	104	100,0%
Média	6 vezes	

Observação: 74 dos respondentes participaram do evento pela primeira vez.

**Gráfico 8:** Se não, quantas vezes?



**Tabela 12:** Gasto individual relativo ao evento (estimativa):

	Respondentes	%
Até R\$ 50,00	80	44,9%
De R\$ 50,01 até R\$ 100,00	47	26,4%
De R\$ 100,01 até R\$ 200,00	27	15,2%
De R\$ 200,01 até R\$ 500,00	19	10,7%
De R\$ 500,01 até R\$ 1000,00	4	2,2%
Mais de R\$ 1000,01	1	0,6%
Total	178	100,0%
Média	137,06	

**Observação 1:** A média de gasto individual relacionada ao evento foi de R\$ 137,06 por participante. Assim, o gasto total estimado movimentado pelo evento é de aproximadamente R\$ 13.706.000,00, considerando a estimativa de 100.000 participantes.



PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025

Gráfico 9: Gasto INDIVIDUAL relativo ao evento (estimativa):

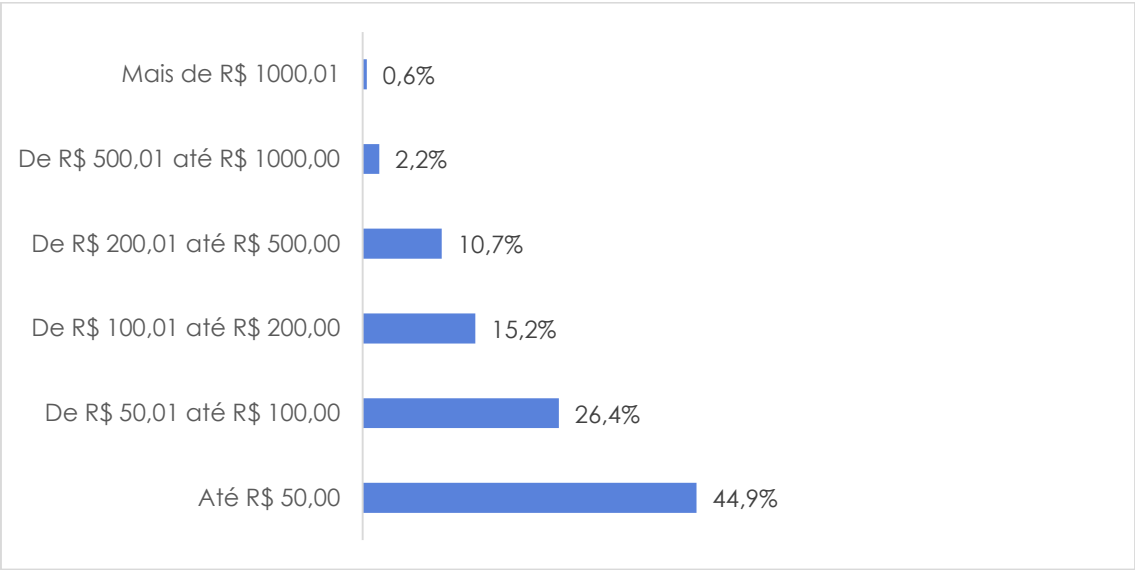
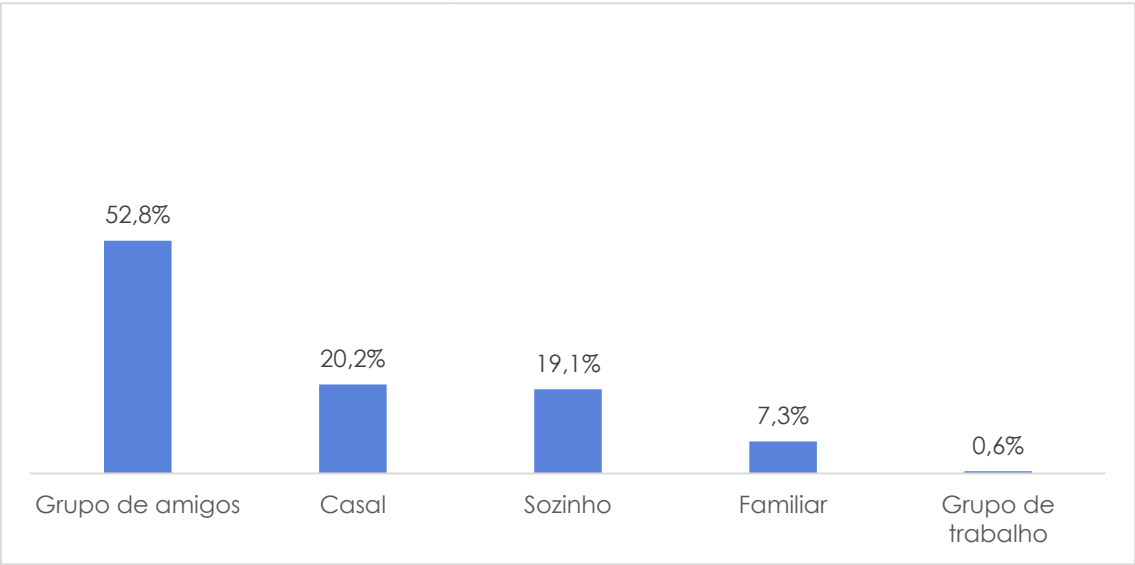


Tabela 13: Características do grupo

	Respondentes	%
Grupo de amigos	94	52,8%
Casal	36	20,2%
Sozinho	34	19,1%
Familiar	13	7,3%
Grupo de trabalho	1	0,6%
Total	178	100,0%

Gráfico 10: Características do grupo



PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025

Tabela 14: Tamanho do Grupo

	Respondentes	%
1 pessoa (Individual)	34	19,1%
De 2 a 4 pessoas	113	63,5%
De 5 a 7 pessoas	20	11,2%
De 8 a 10 pessoas	9	5,1%
Mais de 10 pessoas	2	1,1%
Total	178	100,0%
Média	3 pessoas	

Gráfico 11: Tamanho do Grupo

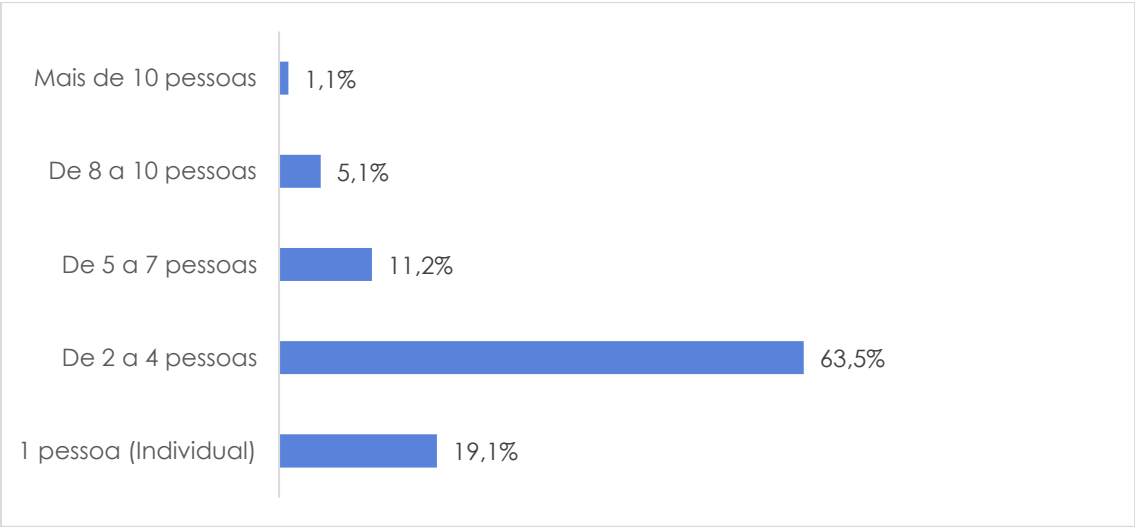
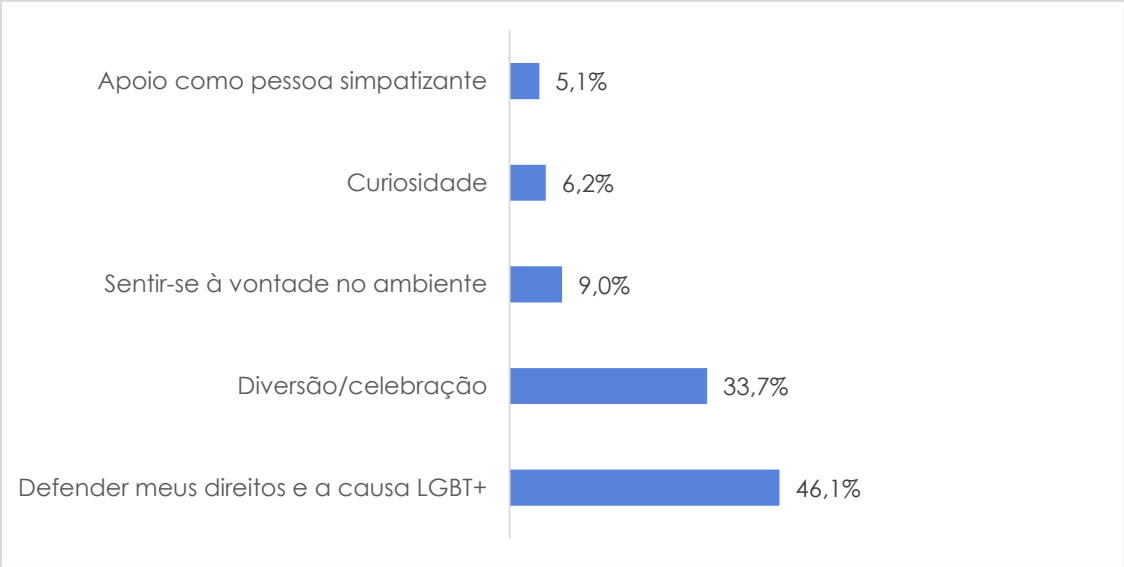


Tabela 15: Qual a principal motivação da participação no evento?

	Respondentes	%
Defender meus direitos e a causa LGBT+	82	46,1%
Diversão/celebração	60	33,7%
Sentir-se à vontade no ambiente	16	9,0%
Curiosidade	11	6,2%
Apoio como pessoa simpatizante	9	5,1%
Total	178	100,0%

**Gráfico 12:** Qual a principal motivação da participação no evento?

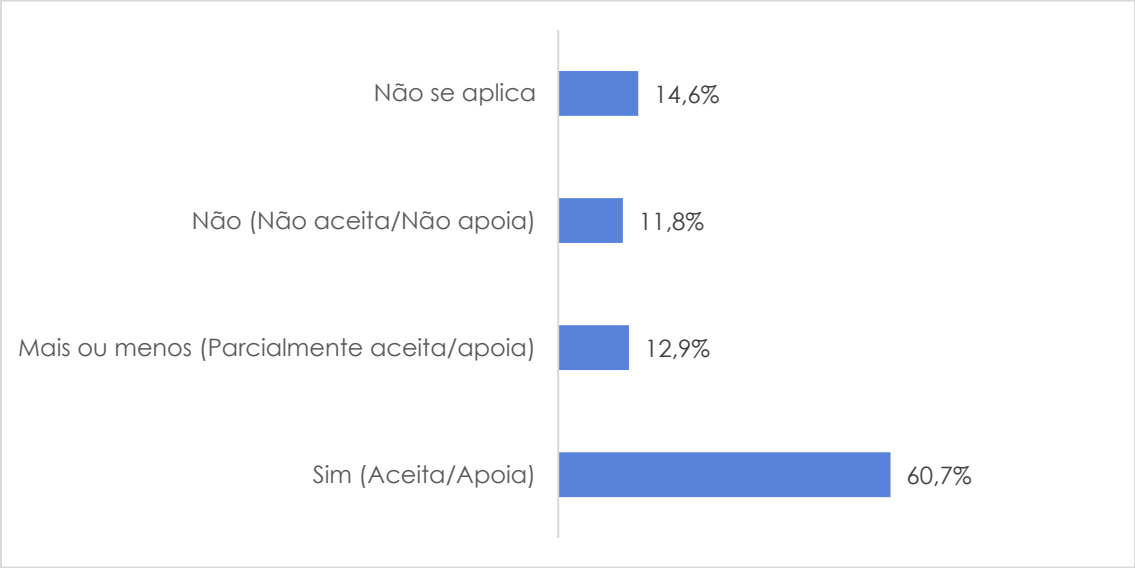


**Tabela 16:** A sua família aceita e apoia a sua participação na comunidade LGBT+?

	Respondentes	%
Sim (Aceita/Apoia)	108	60,7%
Mais ou menos (Parcialmente aceita/apoia)	23	12,9%
Não (Não aceita/Não apoia)	21	11,8%
Não se aplica	26	14,6%
Total	178	100,0%

**Observação:** A opção “Não se aplica” indica que a pergunta não é pertinente à realidade do respondente, seja por não se identificar com o tema abordado ou por não possuir vínculo familiar que possibilite essa avaliação.

**Gráfico 13:** A sua família aceita e apoia a sua participação na comunidade LGBT+?



**Observação:** A opção “Não se aplica” indica que a pergunta não é pertinente à realidade do respondente, seja por não se identificar com o tema abordado ou por não possuir vínculo familiar que possibilite essa avaliação.

**Tabela 17:** Como você percebe o impacto da sua participação na Parada LGBT+ nas suas relações familiares?

	Respondentes	%
De forma positiva / fortalece as relações	91	51,1%
De forma neutra / não afeta as relações	50	28,1%
De forma negativa / causa conflitos	16	9,0%
Não se aplica	21	11,8%
Total	178	100,0%

**Observação:** A opção “Não se aplica” indica que a pergunta não é pertinente à realidade do respondente, seja por não se identificar com o tema abordado ou por não possuir vínculo familiar que possibilite essa avaliação.

**Gráfico 14:** Como você percebe o impacto da sua participação na Parada LGBT+ nas suas relações familiares?

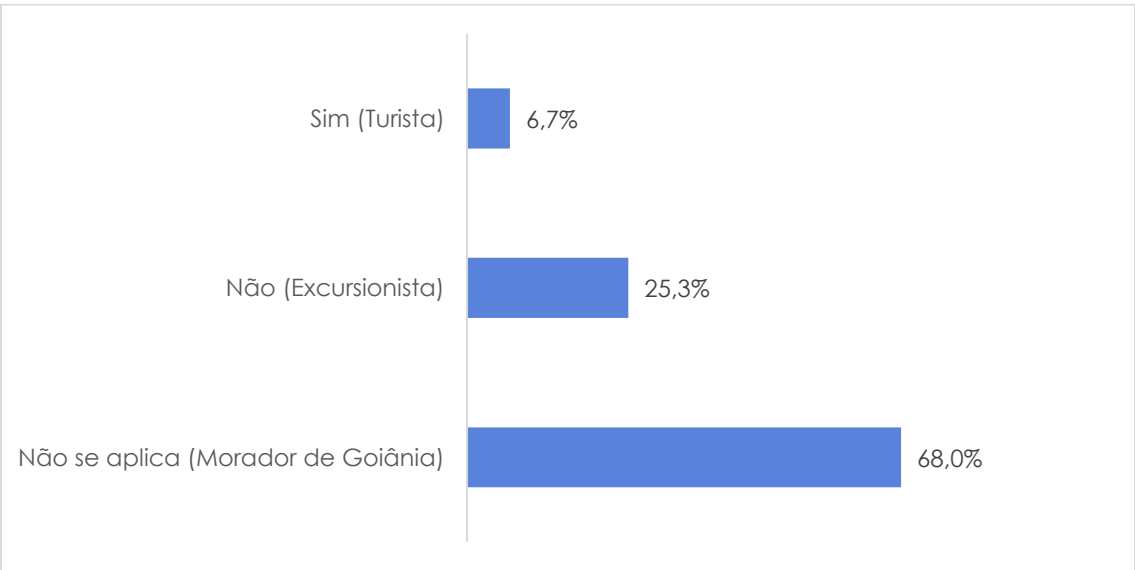


**Observação:** A opção “Não se aplica” indica que a pergunta não é pertinente à realidade do respondente, seja por não se identificar com o tema abordado ou por não possuir vínculo familiar que possibilite essa avaliação.

**Tabela 18:** Pernoitou em Goiânia?

	Respondentes	%
Não se aplica (Morador de Goiânia)	121	68,0%
Não (Excursionista)	45	25,3%
Sim (Turista)	12	6,7%
Total	178	100,0%

**Gráfico 15:** Pernoitou em Goiânia?





**PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025**

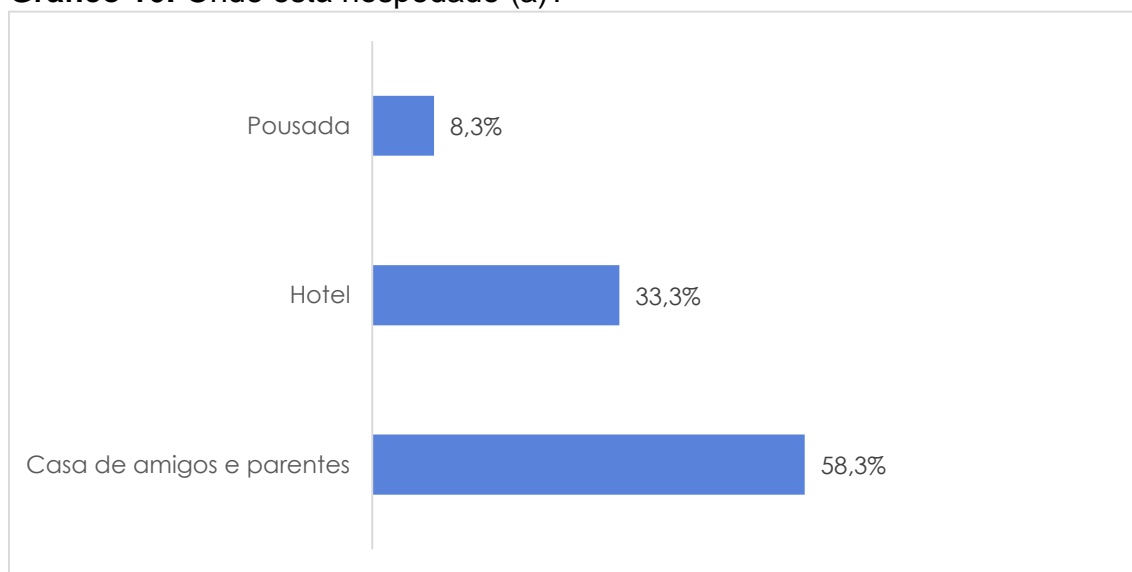
---

**Tabela 19:** Onde está hospedado (a)?

	Respondentes	%
Casa de amigos e parentes	7	58,3%
Hotel	4	33,3%
Pousada	1	8,3%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0%</b>

**Observação:** Dos 178 respondentes, apenas 12 estavam em meio de hospedagem, pois 121 dos respondentes eram residentes de Goiânia e 45 são excursionista/bate e volta.

**Gráfico 16:** Onde está hospedado (a)?



**Tabela 20:** Número de Pernoites

	Respondentes	%
1 pernoite	4	33,3%
2 pernoites	7	58,3%
3 pernoites	1	8,3%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média</b>	<b>2 pernoites</b>	

**Observação:** Dos 178 respondentes, apenas 12 estavam em meio de hospedagem, pois 121 dos respondentes eram residentes de Goiânia e 45 são excursionista/bate e volta.

PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025

Gráfico 17: Número de Pernoites

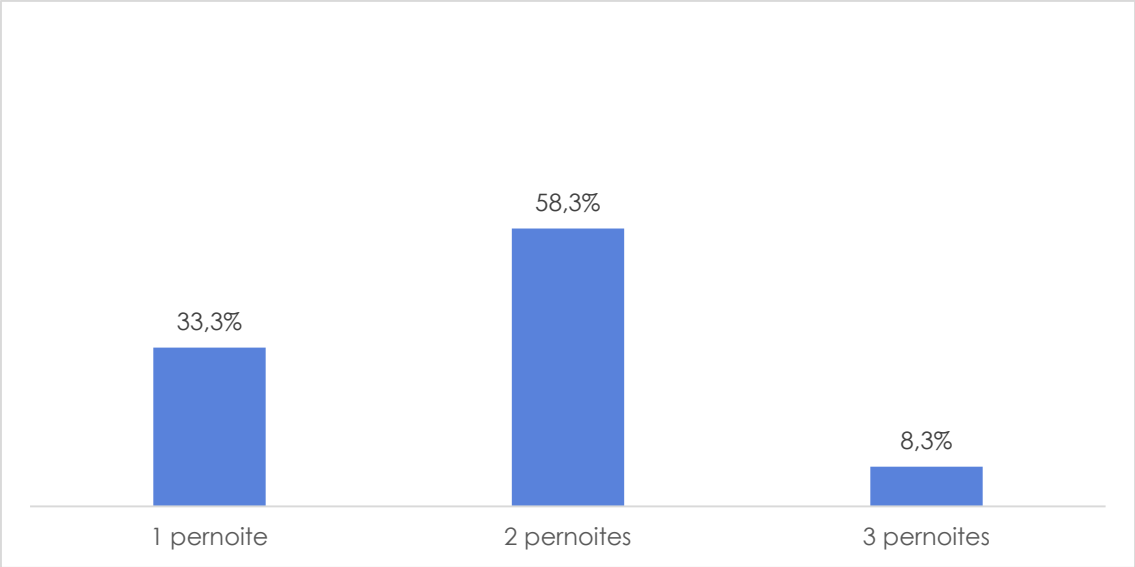


Tabela 21: Meio de Transporte até Goiânia

	Respondentes	%
Veículo próprio	24	42,1%
Ônibus de linha	19	33,3%
Transporte por aplicativo	9	15,8%
Van	3	5,3%
Excursão	1	1,8%
Carona	1	1,8%
Total	57	100,0%

**Observação:** Dos 178 respondentes, 121 dos respondentes eram residentes de Goiânia, 45 excursionista/bate e volta e 12 turistas.

Gráfico 18: Meio de Transporte até Goiânia

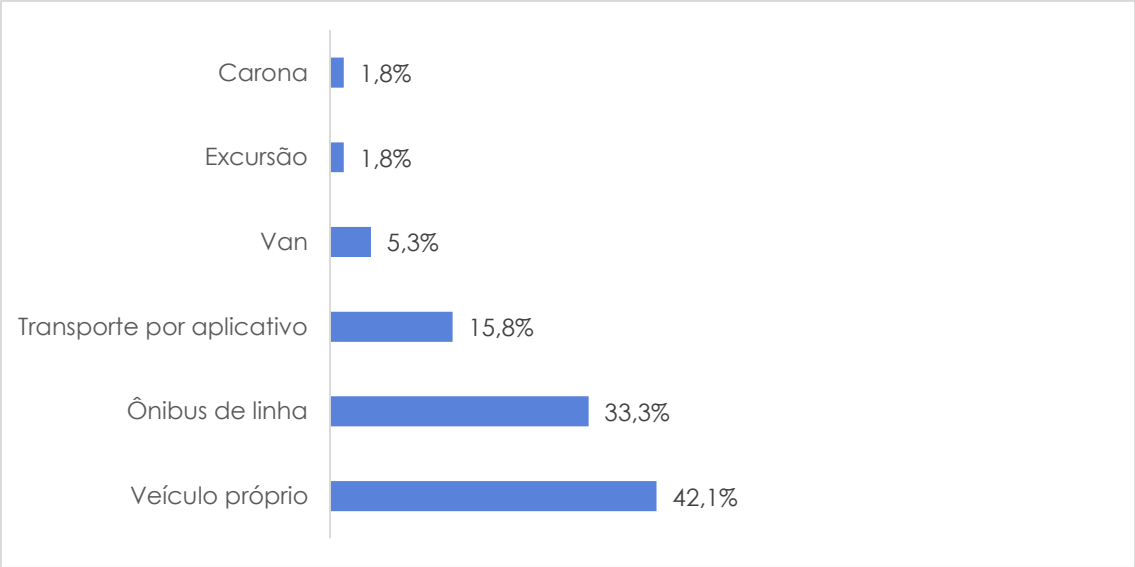
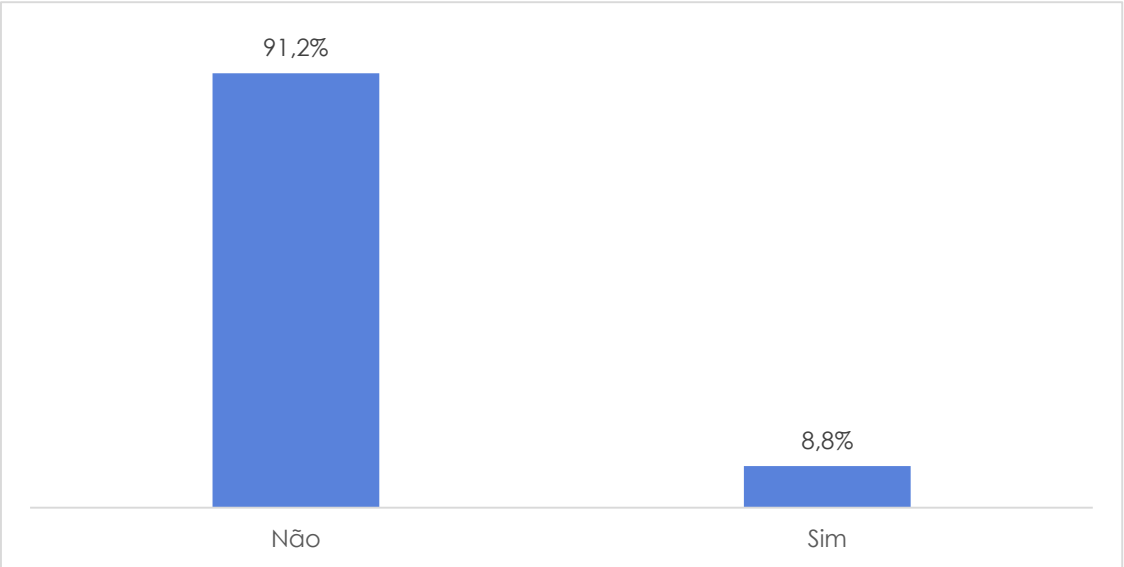


Tabela 22: Irá visitar outras cidades do estado de Goiás?

	Respondentes	%
Não	52	91,2%
Sim	5	8,8%
Total	57	100,0%

**Observação:** Dos 178 respondentes, 121 dos respondentes eram residentes de Goiânia, 45 excursionista/bate e volta e 12 turistas.

Gráfico 19: Irá visitar outras cidades do estado de Goiás?



PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025

**Tabela 23:** Se sim, quais?

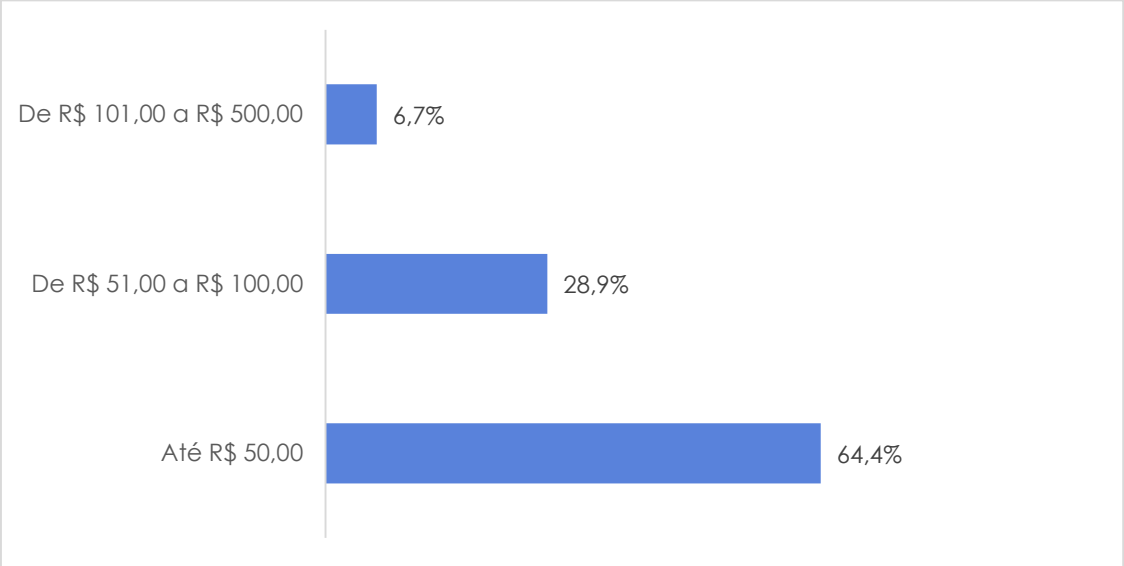
Respondentes	
Caldas Novas	4
Itumbiara	1
Morrinhos	1

**Tabela 24:** Gasto médio individual dos turistas na cidade de Goiânia (considere hospedagem, alimentação, lazer e transporte na cidade):

Respondentes		%
Até R\$ 50,00	2	16,7%
De R\$ 101,00 a R\$ 500,00	5	41,7%
De R\$ 501,00 a R\$ 1000,00	1	8,3%
Mais de R\$ 1.000,00	4	33,3%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média</b>	<b>R\$ 980,00</b>	

**Observação:** Considerando hospedagem, transporte, alimentação e lazer, a média de gasto individual dos turistas foi de R\$ 980,00 durante a estadia em Goiânia, com média de permanência de duas pernoites. Com base nesse valor, estima-se que os turistas tenham movimentado R\$ 6.569.920,00 na cidade, considerando a participação de 6.704 turistas, o que representa 6,7% do público total de 100.000 pessoas.

**Gráfico 20:** Gasto médio individual dos turistas na cidade de Goiânia (considere hospedagem, alimentação, lazer e transporte na cidade):



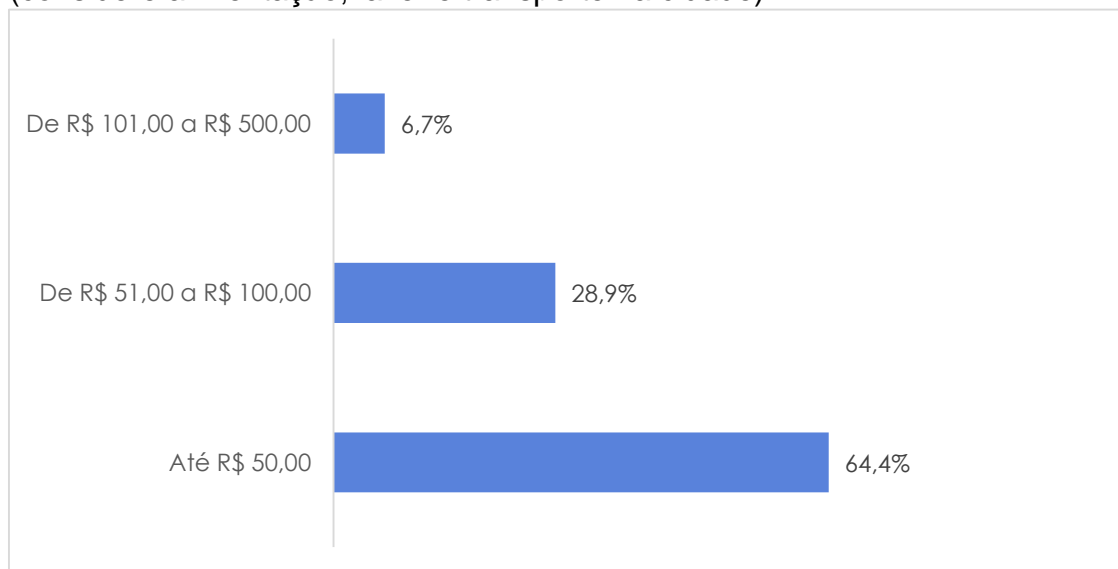
**PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025**

**Tabela 25:** Gasto médio individual dos excursionistas na cidade de Goiânia (considere alimentação, lazer e transporte na cidade):

	Respondentes	%
Até R\$ 50,00	29	64,4%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	13	28,9%
De R\$ 101,00 a R\$ 500,00	3	6,7%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média</b>	<b>R\$ 43,36</b>	

**Observação:** Considerando transporte, alimentação e lazer, a média de gasto individual dos excursionistas foi de R\$ 43,36. Com base nesse valor, estima-se que os excursionistas tenham movimentado R\$ 1.096.140,80 durante o evento, considerando a permanência de um dia no destino e a participação de 25.280 excursionistas, o que corresponde a 25,3% do público total de 100.000 pessoas.

**Gráfico 21:** Gasto médio individual dos excursionistas na cidade de Goiânia (considere alimentação, lazer e transporte na cidade):



**Tabela 26:** Avaliação dos serviços utilizados na cidade de Goiânia

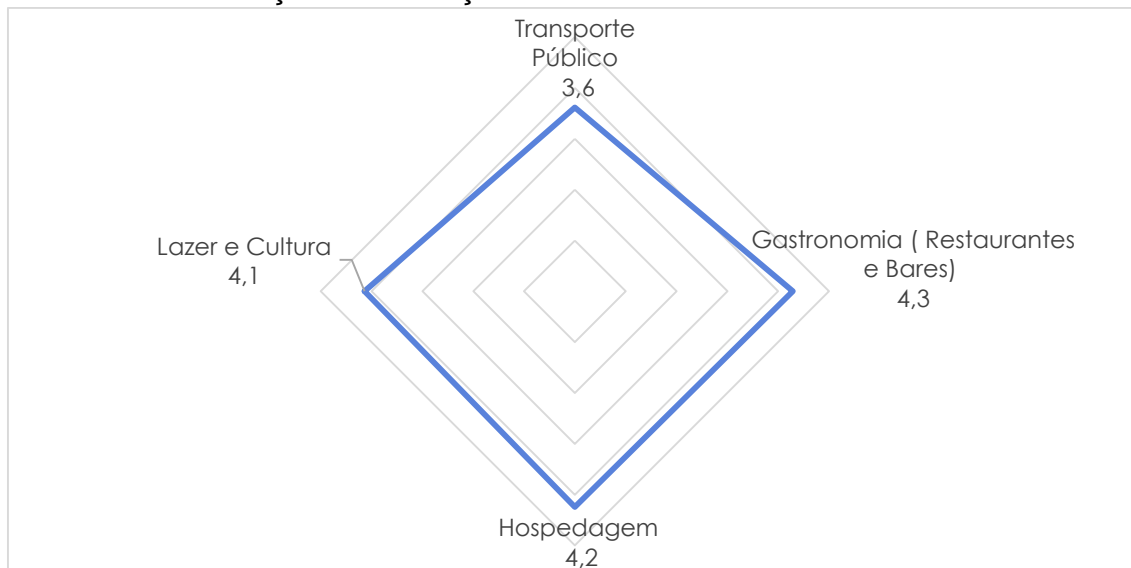
	Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo	Total
Transporte Público	2,1%	2,4%	26,8%	34,4%	34,4%	3,6
Gastronomia (Restaurantes e Bares)	0,1%	1,1%	8,2%	35,7%	54,9%	4,3
Hospedagem	0,5%	1,0%	7,4%	37,7%	53,3%	4,2
Lazer e Cultura	0,1%	1,4%	14,5%	33,5%	50,4%	4,1
<b>Média Geral</b>						<b>4,1</b>

**Sendo:** Péssimo /1, Ruim /2, Razoável / 3, Bom / 4 e Ótimo /5.



**PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025**

**Gráfico 22:** Avaliação dos serviços utilizados na cidade de Goiânia



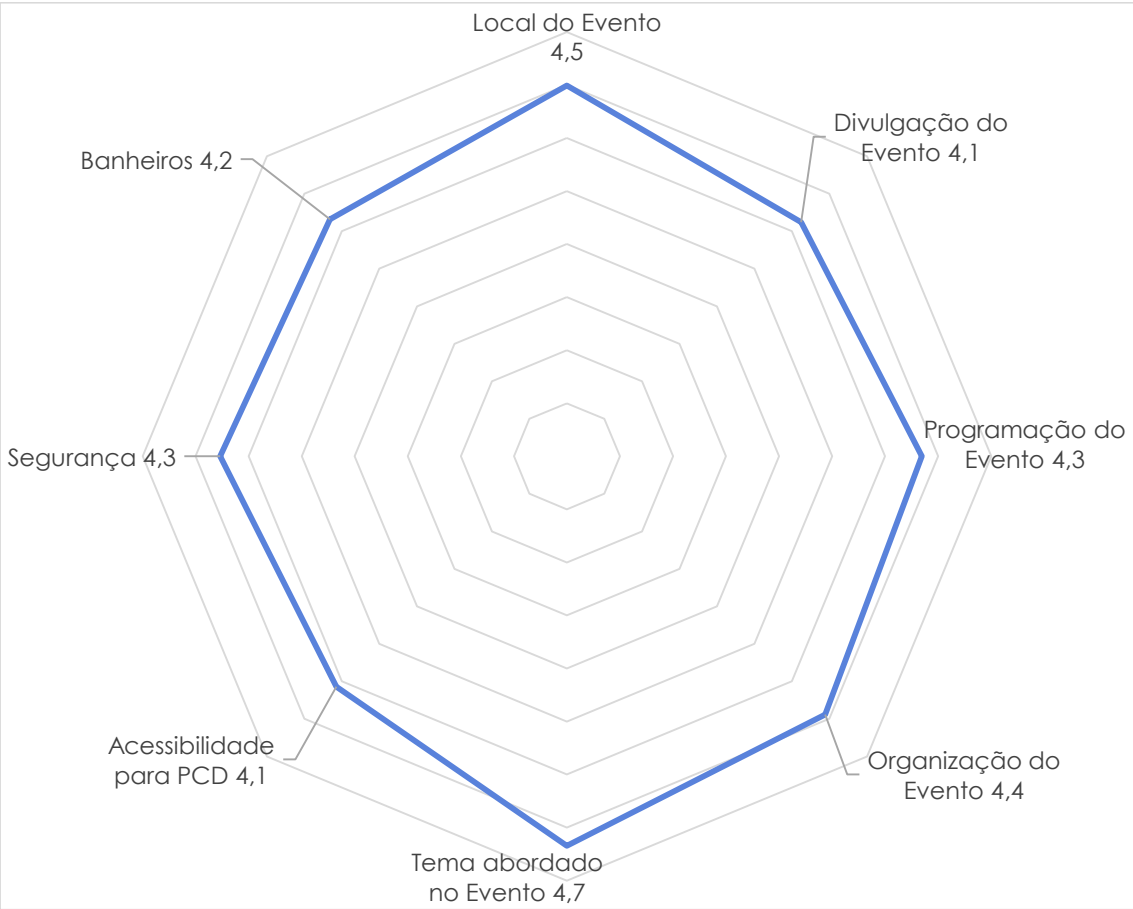
**Sendo:** Péssimo /1, Ruim /2, Razoável / 3, Bom / 4 e Ótimo /5.

**Tabela 27:** Avaliação do evento 30º parada do Orgulho LGBT+ em Goiânia

	Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo	Total
Local do Evento	0,0%	0,8%	4,9%	27,3%	67,0%	4,5
Divulgação do Evento	0,3%	3,4%	11,8%	28,8%	55,7%	4,1
Programação do Evento	0,0%	1,1%	8,6%	30,7%	59,6%	4,3
Organização do Evento	0,1%	0,8%	5,9%	27,7%	65,4%	4,4
Tema abordado no Evento	0,0%	0,2%	2,6%	19,7%	77,5%	4,7
Acessibilidade para PCD	1,1%	1,8%	9,9%	36,7%	50,5%	4,1
Segurança	0,5%	1,1%	9,2%	28,9%	60,2%	4,3
Banheiros	0,6%	1,5%	12,4%	28,8%	56,7%	4,2
<b>Média Geral</b>						<b>4,3</b>

**Sendo:** Péssimo /1, Ruim /2, Razoável / 3, Bom / 4 e Ótimo /5.

Gráfico 23: Avaliação do evento 30º parada do Orgulho LGBT+ em Goiânia



Sendo: Péssimo /1, Ruim /2, Razoável / 3, Bom / 4 e Ótimo /5.

Tabela 28: Comparativo dos indicadores da avaliação do evento entre os anos de 2018, 2019, 2024 e 2025

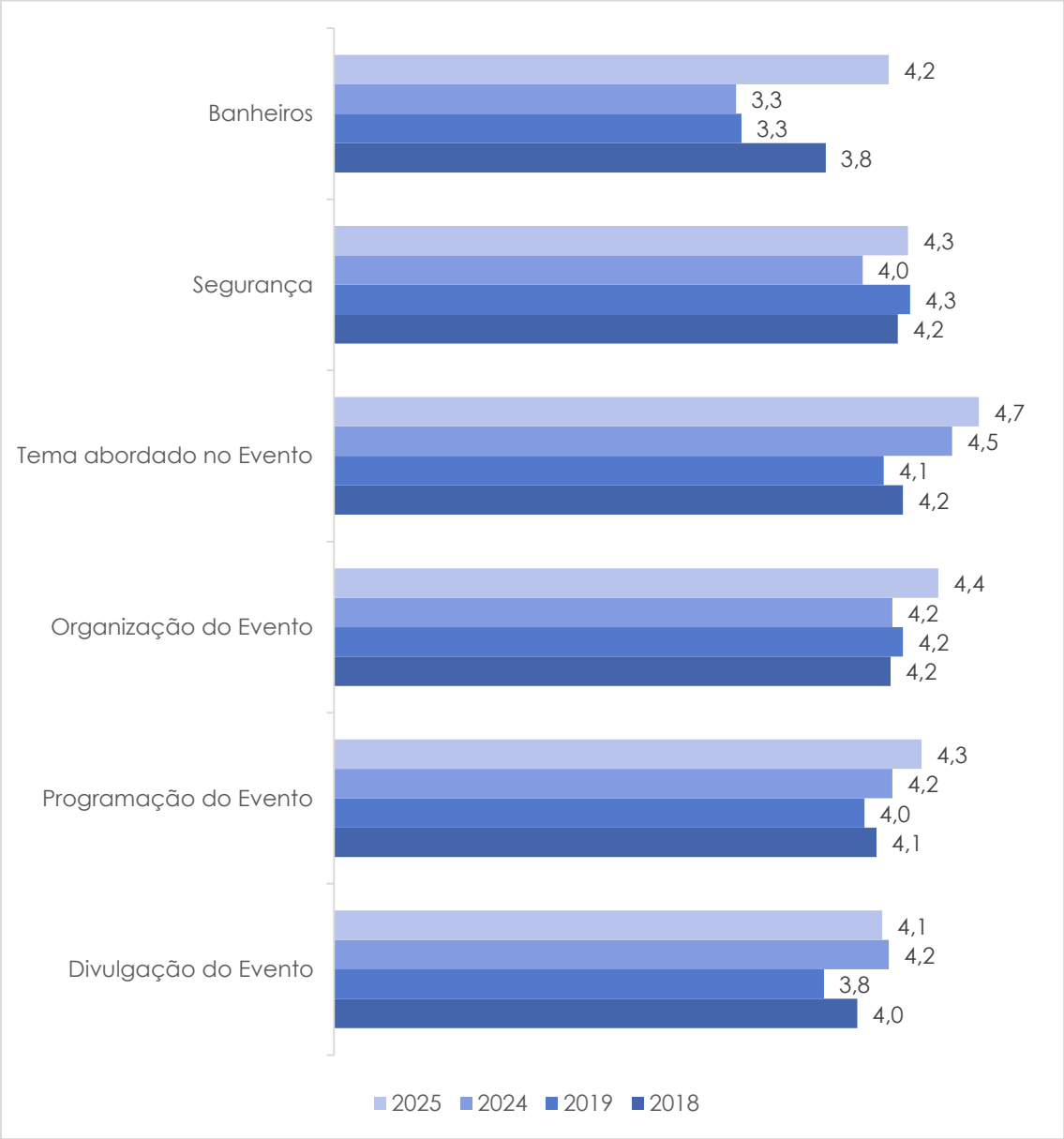
	2018	2019	2024	2025
Divulgação do Evento	4,0	3,8	4,2	4,1
Programação do Evento	4,1	4,0	4,2	4,3
Organização do Evento	4,2	4,2	4,2	4,4
Tema abordado no Evento	4,2	4,1	4,5	4,7
Segurança	4,2	4,3	4,0	4,3
Banheiros	3,8	3,3	3,3	4,2
Nota Média Geral	4,1	4,0	4,0	4,3

Sendo: Péssimo /1, Ruim /2, Razoável / 3, Bom / 4 e Ótimo /5.

Observação: A média abrange apenas os indicadores que aparecem no quadro.

PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025

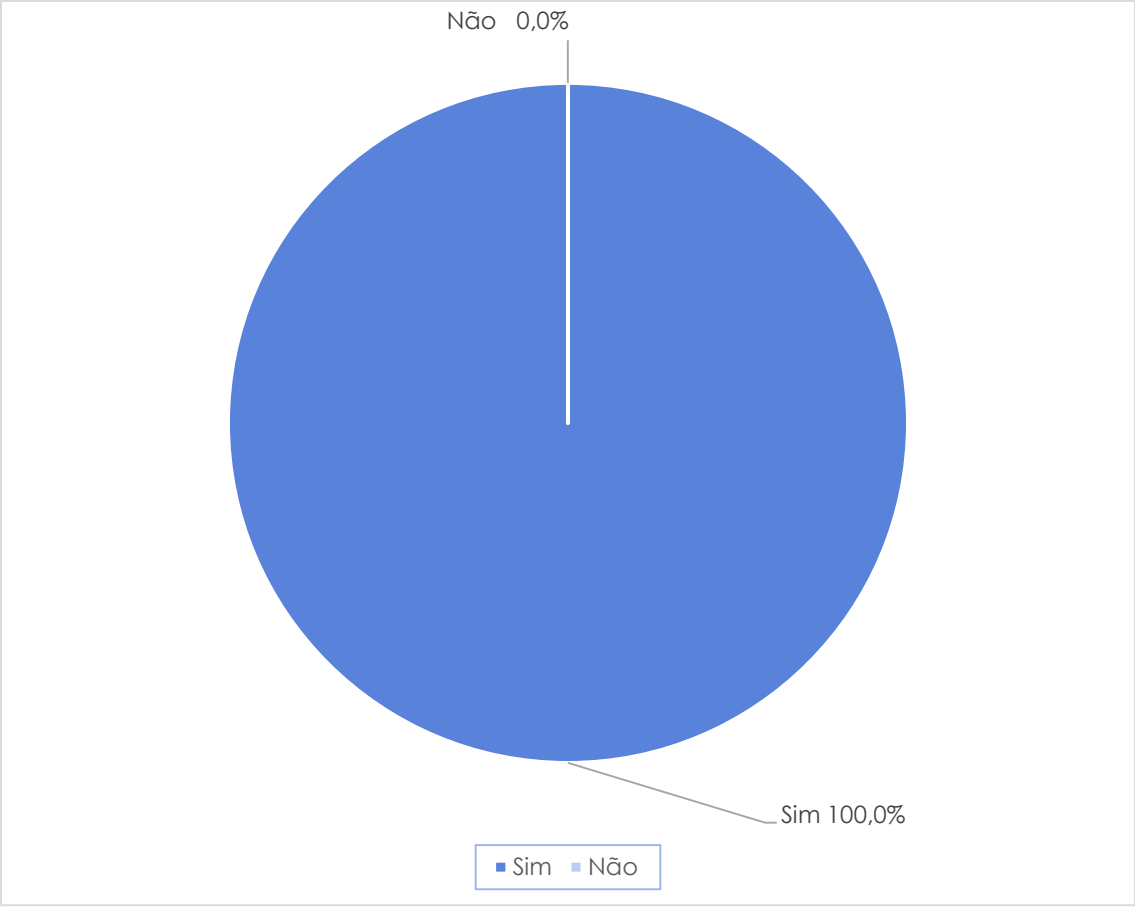
**Gráfico 24:** Comparativo dos indicadores da avaliação do evento entre os anos de 2018, 2019, 2024 e 2025



**Tabela 29:** Recomendaria o evento para outras pessoas?

	Respondentes	%
Sim	178	100,0%
Não	0	0,0%
Total	178	100,0%

Gráfico 25: Recomendaria o evento para outras pessoas?



**PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025**

**Tabela 30:** Pontos fortes/Comentários positivos sobre o evento:

	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Organização	9	5,1%
Tudo ótimo	3	1,7%
O Som	2	1,1%
Divulgação	2	1,1%
Local do evento e divulgação	1	0,6%
Oportunidade de luta pelos direitos e diversão	1	0,6%
Muitos banheiros	1	0,6%
Todos são seres humanos, merecem o evento.	1	0,6%
Segurança	1	0,6%
Ações de divulgação sobre saúde e à importância da causa	1	0,6%
Muitas pessoas e famílias	1	0,6%
Acolhimento para os jovens	1	0,6%
Música	1	0,6%
Alimentação e segurança	1	0,6%
O público	1	0,6%
Ambiente ao ar livre	1	0,6%
Todos os anos foram, esse ano também	1	0,6%
Animação e visibilidade	1	0,6%
Luta válida e importante, que se mantenha muitos anos	1	0,6%
Auxilia na luta e é importante para comunidade LGBT+	1	0,6%
Muito divertido	1	0,6%
Bandeiras para vender	1	0,6%
Muitos bares e acolhimento	1	0,6%
Cultura	1	0,6%
Música e interação positiva	1	0,6%
Diversão e diversidade	1	0,6%
O ponto de encontro	1	0,6%
Diversidade, interação e celebração	1	0,6%
Representatividade ótima	1	0,6%
Trio elétrico	1	0,6%
Som e diversidade	1	0,6%
Tema	1	0,6%
Visibilidade	1	0,6%
Um ponto de acolhimento	1	0,6%
Importante para a comunidade	1	0,6%
União da comunidade	1	0,6%
Interação positiva	1	0,6%
Diversidade	1	0,6%
Interessante	1	0,6%
Não responderam	127	71,3%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100,0%</b>

Nuvem de palavras (Pontos fortes)



**PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025**

**Tabela 31:** Pontos fracos/Sugestões de melhoria para o evento:

	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Divulgação	5	2,8%
Os trios estão muito próximos, o som acaba atrapalhando	3	1,7%
Banheiros	3	1,7%
Mais artistas do meio LGBT	2	1,1%
Segurança	2	1,1%
Era melhor na Praça Cívica	2	1,1%
Mais trios	2	1,1%
Acessibilidade nos banheiros	1	0,6%
Som alto	1	0,6%
Poucas famílias	1	0,6%
Melhorar organização e divulgação	1	0,6%
Acessibilidade	1	0,6%
Mais recurso público	1	0,6%
Mais diversidade de músicas nos Trios	1	0,6%
Melhor a divulgação, chamar mais artistas relevantes na cena, e aumentar o espaçamento entre os trios.	1	0,6%
Local mais arborizado	1	0,6%
Programação e Organização	1	0,6%
Programação	1	0,6%
Acessibilidade	1	0,6%
Participação de famílias e acessibilidade	1	0,6%
Policiamento	1	0,6%
Mais dias de evento	1	0,6%
Banheiros e segurança	1	0,6%
Começar o evento mais tarde	1	0,6%
Não responderam	142	79,8%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100,0 %</b>

Nuvem de palavras (Pontos fracos)





PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025

QUESTIONÁRIO DA PESQUISA



Pesquisa de Perfil e Satisfação 30ª Parada LGBTQIA+ de Goiânia 2025

Pesquisador:

Data: 14/ 09 / 2025

1. Identidade de Gênero – como você se identifica?

( ) Homem Cis ( ) Homem Trans ( ) Não-binário

( ) Mulher Cis ( ) Mulher Trans ( ) Travesti

( ) Prefiro não dizer ( ) Outra: \_\_\_\_\_

2. Qual é a sua orientação sexual?

( ) Heterossexual ( ) Homossexual(gay/lésbica)

( ) Bissexual ( ) Pansexual ( ) Assexual

( ) Prefiro não dizer ( ) Outra: \_\_\_\_\_

3. Idade: \_\_\_\_\_

4. Município de moradia: ( ) Aparecida de Goiânia ( ) Brasília

( ) Goiânia ( ) Anápolis ( ) Outro: \_\_\_\_\_

5. Estado: ( ) GO ( ) DF Outro: \_\_\_\_\_

6. País: ( ) Brasil Outro: \_\_\_\_\_

7. Qual é a sua escolaridade completa?

( ) Sem Escolaridade ( ) Ensino Fundamental

( ) Ensino Médio ( ) Ensino Técnico ( ) Ensino Superior

( ) Pós-Graduação ( ) Outra: \_\_\_\_\_

8. Renda individual mensal? \_\_\_\_\_

9. Como ficou sabendo do evento?

( ) Rede social ( ) Amigos/família ( ) Tv

( ) Agências de turismo ( ) Outros: \_\_\_\_\_

10. Primeira vez que participou do evento?

( ) Sim ( ) Se não, quantas vezes? \_\_\_\_\_

11. Gasto INDIVIDUAL relativo ao evento (estimativa):

R\$ \_\_\_\_\_

12. Características do grupo? ( ) Sozinho ( ) Casal ( ) Familiar

( ) Grupo de amigos ( ) Outro: \_\_\_\_\_

13. Tamanho do Grupo: \_\_\_\_\_

14. Qual a principal motivação da participação no evento?

( ) Defender meus direitos e a causa LGBTQIAPN+

( ) Sentir-se à vontade no ambiente

( ) Diversão/celebração ( ) Curiosidade

( ) Apoio como pessoa simpatizante ( ) Nenhuma

Tema da Parada: Famílias LGBT+ existem!

Direitos, inclusão e diversidade

15. A sua família aceita e apoia a sua participação na comunidade LGBT+?

( ) Sim (Aceita/Apoia)

( ) Mais ou menos (Parcialmente aceita/apoia)

( ) Não (Não aceita/Não apoia)

( ) Não se aplica

16. Como você percebe o impacto da sua participação na

Parada LGBT+ nas suas relações familiares?

( ) De forma positiva / fortalece as relações

( ) De forma neutra / não afeta as relações

( ) De forma negativa / causa conflitos

( ) Não se aplica

17. Avaliação dos serviços utilizados na cidade de Goiânia:

	Não se aplica	Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo
Mobilidade/Transporte	0	1	2	3	4	5
Gastronomia (Restaurantes e bares)	0	1	2	3	4	5
Hospedagem	0	1	2	3	4	5
Lazer/Cultura	0	1	2	3	4	5

18. Para cada item, assinale a opção que melhor reflete sua opinião no que se refere ao evento:

	Não se aplica	Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo
Local do Evento	0	1	2	3	4	5
Divulgação do Evento	0	1	2	3	4	5
Programação do Evento	0	1	2	3	4	5
Organização do Evento	0	1	2	3	4	5
Tema abordado no Evento	0	1	2	3	4	5
Acessibilidade para PCD	0	1	2	3	4	5
Segurança	0	1	2	3	4	5
Banheiros	0	1	2	3	4	5

19. Recomendaria o evento para outras pessoas? ( ) Sim ( ) Não

20. Pontos fortes/Comentários positivos sobre o evento:

\_\_\_\_\_

21. Pontos fracos/Sugestões de melhoria para o evento:

\_\_\_\_\_

**PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025**



**Pesquisa de Perfil e Satisfação 30ª Parada LGBTQIA+ de Goiânia 2025**

**PARA TURISTAS/EXCURSIONISTAS**

**22. Pernoitou em Goiânia?**

( ) Sim: Turista ( ) Não: Excursionista

**23. Onde está hospedado (a)?**

( ) Retorno no mesmo dia ( ) Hotel ( ) Pousada ( ) Airbnb e similares ( ) Casa de amigos e parentes ( ) Outros \_\_\_\_\_

**24. Número de Pernoites:** \_\_\_\_\_ ( ) Não se aplica

**25. Meio de Transporte até Goiânia:**

( ) Veículo próprio ( ) Ônibus de linha ( ) Avião ( ) Transporte por aplicativo ( ) Carona

**26. Irá visitar outras cidades do estado de Goiás?**

( ) Não ( ) Sim, quais? \_\_\_\_\_

**27. Gasto médio INDIVIDUAL (considere hospedagem, alimentação, lazer e transporte na cidade):** \_\_\_\_\_



PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025

FOTOS DA PESQUISA





PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DA  
30ª PARADA DO ORGULHO LGBT+ DE GOIÂNIA 2025





CARD DE DIVULGAÇÃO PARADA LGBT+ GOIÂNIA 2025

