



Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais

ISSN: 1517-4115

revista@anpur.org.br

Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional

Vieira de Jesus, Diego Santos

Só para o moço do corpo dourado do sol de Ipanema: distribuição espacial da economia noturna LGBT na cidade do Rio de Janeiro

Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, vol. 19, núm. 2, mayo-agosto, 2017,
pp. 288-309

Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional
Recife, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513954272006>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

SÓ PARA O MOÇO DO CORPO DOURADO DO SOL DE IPANEMA:

**DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DA ECONOMIA NOTURNA LGBT
NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

**JUST FOR THE BOY WITH THE GOLDEN BODY TANNED
BY THE IPANEMA SUN:**

THE SPATIAL DISTRIBUTION OF LGBT NIGHT ECONOMY IN THE CITY OF RIO DE JANEIRO

DIEGO SANTOS VIEIRA DE JESUS

Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro, Programa de Mestrado Profissional
em Gestão da Economia Criativa, Rio de Janeiro, RJ, Brasil

R E S U M O : O objetivo deste artigo é explicar a desigualdade na distribuição espacial da economia noturna LGBT existente entre as regiões central e sul do Rio de Janeiro e o restante da cidade. O argumento principal é o de que a prefeitura, baseada nos parâmetros exclutivos do “capitalismo rosa”, reurbanizou certas zonas, fiscalizou espaços públicos e ações dos empresários e promoveu o combate à LGBTfobia, entretanto, concentrou suas ações nas áreas revitalizadas ou valorizadas da cidade. Por sua vez, o empresariado auxiliou projetos culturais e gerou empregos para profissionais criativos. Com foco no público masculino gay de renda mais alta, ele fez mais investimentos na Zona Sul e no centro da cidade do que em outros locais. Ademais, como será demonstrado, os usuários se tornaram responsáveis pela seleção dos lugares e a organização deles para a vida noturna, vendo regiões do centro e da Zona Sul como espaços simbólicos de reconhecimento mútuo para a proteção e o exercício pleno da sua identidade, em contraste com outras áreas, normalmente associadas ao preconceito e à rejeição.

P A L A V R A S - C H A V E : economia noturna; economia LGBT; indústrias criativas; Rio de Janeiro; planejamento urbano.

A B S T R A C T : *The aim of this article is to explain the inequality in the spatial distribution of the LGBT night economy in the central and southern regions of Rio de Janeiro in relation to the rest of the city. The central argument points out that, based on the exclusionary parameters of “pink capitalism”, the city government has revitalized certain areas, inspected public spaces and actions by entrepreneurs and promoted the fight against LGBTphobia. However, it focused on revitalized or valued areas of the city. In turn, although entrepreneurs supported cultural projects and created jobs for creative professionals, they were mostly focused on high income gay men, and concentrated their investments in the Southern Region and Center of the city. Additionally, users have become responsible for selecting the places and organizing them for nightlife, regarding areas in the City Center and Southern Region as symbolic spaces of mutual recognition for protecting and permitting them to exercise their identity in contrast to other regions associated with prejudice and rejection.*

K E Y W O R D S : *night economy; LGBT economy; creative industries; Rio de Janeiro; urban planning.*

DOI: <https://doi.org/10.22296/2317-1529.2017v19n2p288>

A ocupação pública e o uso democrático do espaço das cidades no período noturno – em especial nas grandes metrópoles – ganharam força a partir da segunda metade do século XIX, em face de transformações como iluminação artificial, maior patrulhamento policial, incentivo a atividades de entretenimento, mudanças na jornada de trabalho com o desenvolvimento da economia capitalista e da globalização e utilização crescente da noite como momento de trabalho, aprendizado e ócio (BALDWIN, 2012; OTTER, 2008). Desde o início da década de 1990, estudos sobre a dinâmica do espaço urbano durante a noite começaram a ser desenvolvidos, focando, sobretudo, os temas da “economia noturna” (GOIS, 2014) e dos conflitos entre grupos sociais – algo que motivou a criação de regulamentos e programas sociais para controlar o consumo de álcool e drogas e para ampliar a vigilância das cidades. A expressão “economia noturna” refere-se a atividades noturnas (entre às 18 e 6 horas da manhã) associadas a serviços de turismo, lazer e entretenimento que se aproximam dos novos padrões de consumo cultural (HAE, 2011; LOVATT; O’CONNOR, 1995), como cafés, bares, discotecas, restaurantes, galerias de arte, eventos e espetáculos (PINTO, 2012). É uma economia que se insere, em geral, em uma cultura urbana formada por setores artísticos e criativos que recebem estímulo do Poder Público, empresas e meios de comunicação (HANNIGAM, 1998).

A importância econômica da noite pode ser observada nas iniciativas de eventos culturais e programas de regeneração urbana fundamentados nas indústrias criativas que desenvolvem atividades noturnas, como as artes do espetáculo – dança, teatro, música – e o turismo, bem como na criação de estabelecimentos que atraem profissionais criativos, como boates, bares e restaurantes (ALVES, 2009). As indústrias criativas operam a partir da aliança entre indivíduos com capacidades criativas e artísticas e gestores e profissionais da área tecnológica, que, juntos, fabricam produtos e serviços vendáveis cujo valor econômico reside em suas propriedades culturais e/ou intelectuais (MIGUEZ, 2007). Elas se relacionam com a economia noturna na medida em que o período da noite pode ser explorado no intuito de atrair mais consumidores a partir da oferta de entretenimento, de gerar mais renda e empregos e também de estimular a recuperação de áreas por meio do estabelecimento de empreendimentos e atividades socioculturais e da atração de talentos criativos.

É notória a escassez de estudos sobre a exploração da noite como elemento de desenvolvimento urbano, em especial no que diz respeito ao planejamento das cidades e sua relação com as indústrias criativas. Grande parte dos estudos sobre a noite urbana – em particular a produção anglo-saxônica – dedicou-se ao tema do comportamento desviante e sua associação ao alcoolismo, à criminalidade e insegurança e às causas e aos efeitos das políticas de regulação do espaço público durante a noite, indicando a economia noturna como um possível ponto de partida para solucionar os problemas mencionados (HELMS, 2008; TALBOT, 2007). Já na vertente francesa, predominam as análises sobre vivências noturnas, sendo que os autores a ela ligados buscam explorar as potencialidades da noite no que concerne à valorização e diferenciação territorial por meio do incentivo à cultura e às artes (ALMEIDA; FUMEGA; ALVES, 2011). Alguns dos mais importantes estudos sobre vida e espaço urbano à noite (CAUQUELIN, 1977; BUREAU, 1997; GWIAZDZINSKI, 2005) sinalizam a necessidade de práticas com a finalidade de gerir o funcionamento noturno de espaços culturais e criativos e de incorporar novos valores, atitudes e atores nos territórios no período noturno.

Por um lado, pesquisas recentes sobre economia noturna, como as que tomam como casos analíticos algumas cidades do Reino Unido – indicam, por exemplo, que a promoção dessa economia em centros urbanos vem gerando novos receios com relação a ondas de desordem social, violência e consumo exacerbado de drogas e bebidas alcoólicas, o que, por sua vez, tem conduzido à formulação de novos métodos de regulação do espaço urbano e, ao mesmo tempo, incitado práticas exclucentes em relação a certos grupos étnicos, raciais e culturais (TALBOT, 2007). Por outro, algumas investigações também demonstram que o investimento em atividades econômicas à noite permitiu que a operação de indústrias criativas contribuísse para a revitalização de espaços públicos urbanos, gerando novos empregos e atraindo mais pessoas para as cidades (O'CONNOR, 1997; HELMS, 2008). Esse complexo cenário revela que a economia noturna ainda necessita de mais atenção por parte das autoridades públicas, principalmente se são considerados seu potencial para a promoção do desenvolvimento socioeconômico e os desafios que ela impõe em termos de planejamento e gestão territorial, definição e implementação de políticas públicas e coordenação cultural (ALVES, 2009).

Referente aos trabalhos sobre economia noturna, ainda é preciso ressaltar que ela foi objeto de inúmeros estudos efetuados em cidades de Estados desenvolvidos (BAVINTON, 2010; EVANS, 2012; ROWE; LYNCH, 2014; WOLIFSON; DROZDZEWSKI, 2016), mas pouco investigada em cidades de países emergentes, como as grandes metrópoles brasileiras. Entre essas metrópoles, destaca-se o Rio de Janeiro, na qual o entretenimento noturno é um campo de criação de patrimônios materiais e imateriais – tal campo, além de estimular novos compositores, músicos, intérpretes e DJs, entre outros, vem gerando renda para uma cadeia produtiva que engloba produtores culturais, gerentes operacionais, administradores, cozinheiros, garçons, técnicos de som e luz, recepcionistas, seguranças, assessores de imprensa, *designers* e também a empregos indiretos. As arenas e as casas noturnas contribuem para a imagem da cidade, e os empreendedores e profissionais envolvidos na gestão e operação desses espaços têm peso econômico e relação direta com o turismo. Por conta desse intercâmbio de setores, tais espaços de entretenimento necessitam da atenção cada vez maior do Poder Público, assim como carecem de mecanismos de fomento e de articulação com grandes empresas (FEIJÓ, 2012; FEIJÓ; WAGNER, 2014).

Eleita como um dos melhores destinos gays por publicações internacionais, a cidade do Rio de Janeiro recebe um grande número de turistas LGBT de outras cidades do Brasil e do mundo ao longo do ano, especialmente durante o Carnaval. Em 2014, esse público alcançou o índice de 30,75% no total do setor de turismo da cidade (OLIVEIRA, 2014). A Parada do Orgulho Gay carioca é a mais antiga do Brasil. Ela, além de pôr em debate questões envolvendo cidadania LGBT e prestação de serviços, movimenta todos os setores da economia noturna que se destinam à comunidade LGBT, sobretudo a homens gays cisgênero de classes sociais mais altas.

É importante notar que, enquanto o centro e a Zona Sul aparecem como regiões bastante pulsantes no desenvolvimento da economia noturna LGBT, outras regiões – como a Norte e a Oeste – ainda dispõem de poucos setores e serviços relacionados a tal economia. Considerando esses aspectos, o objetivo geral deste artigo é explicar a desigualdade na distribuição espacial da economia noturna LGBT no Rio de Janeiro. Os objetivos específicos são: (1) explicar o conceito de economia noturna e sua relação com as indústrias criativas; a partir dessa base conceitual, (2) examinar

como a prefeitura, o empresariado e os usuários dos serviços da economia noturna LGBT atuam no desenvolvimento dessa economia de forma a concentrar a maior parte das atividades e serviços LGBT no centro e na Zona Sul da cidade. O argumento central é o de que, baseado nos parâmetros excludentes do “capitalismo rosa”, voltado às necessidades estéticas e culturais de homens gays, cisgênero, ocidentais, brancos e de classe média alta, o desenvolvimento da economia noturna LGBT no Rio de Janeiro é resultado de ações dos três atores principais: prefeitura, empresariado e usuários dos serviços dessa economia. É certo que a prefeitura reurbanizou áreas, fiscalizou e ordenou espaços públicos e ações dos empresários, impulsionou o combate à LGBTfobia, lançou campanhas sobre doenças sexualmente transmissíveis e promoveu a cidade como destino para o turismo LGBT, entretanto, a maior parte dessas ações concentrou-se em áreas revitalizadas ou mais valorizadas, relegando ao segundo plano as Zonas Norte e Oeste. Por seu turno, o empresariado auxiliou o Poder Público em projetos culturais e gerou empregos para uma série de profissionais criativos; todavia, com foco no público masculino gay de renda mais alta, concentrou, igualmente, seus investimentos na Zona Sul e no centro da cidade. Por último, os usuários se tornaram responsáveis pela seleção dos lugares e pela organização deles para a vida noturna, porém viram apenas regiões específicas do centro e da Zona Sul como espaços simbólicos de reconhecimento mútuo para a proteção e o exercício pleno da sua identidade, o que se contrasta com o medo do preconceito e da possível rejeição em outros locais.

A pesquisa qualitativa realizada neste artigo examina, em profundidade, um fenômeno, histórica, cultural e economicamente, significativo, assim como dá atenção aos detalhes do processo de desenvolvimento da economia noturna LGBT carioca. Ainda que esse estudo de caso tenha como obstáculo a dificuldade de produzir generalizações mais amplas, ele permite alto nível de validação do argumento defendido, uma vez que explica de maneira precisa processos e resultados de aspectos bem definidos dos casos particulares selecionados para investigação (BENNETT, 2004), justificando assim sua adequação a esta pesquisa. Para a análise interna do desenvolvimento da economia noturna LGBT no Rio de Janeiro, é feito o rastreamento do processo (*process tracing*), movimento que permite verificar se o caminho entre uma causa hipotética e o efeito observado comportou-se conforme previsto pela base teórica e conceitual mobilizada na pesquisa (BENNETT, 2004). Os dados foram coletados por meio de uma pesquisa bibliográfica sobre economia noturna mundial, brasileira e carioca e sobre economia LGBT, bem como de observação direta nos locais em que se desenvolve a economia noturna LGBT no Rio de Janeiro e de entrevistas semiestruturadas com os frequentadores de tais lugares.

Para mapear melhor os caminhos da análise, é apresentado, a seguir, um exame do conceito de economia noturna e sua relação com as indústrias criativas. Posteriormente, é analisada a economia noturna na cidade do Rio de Janeiro. Antes das considerações finais, há uma investigação da distribuição espacial desigual da economia noturna LGBT carioca.

A ECONOMIA NOTURNA E AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS

As práticas sociais relacionadas ao tempo livre como um período de valorização pessoal estão relacionadas ao prolongamento de atividades culturais e criativas ao longo da noite e à reserva de mais tempo pelas pessoas para elas mesmas. Tal prolongamento faz com que a noite se torne um palco para a expansão de atividades econômicas, o que conduziu a uma tipificação dos consumos e a uma categorização dos espaços urbanos em função do gênero, orientação sexual, idade, nível de instrução e *status socioeconômico* dos consumidores.

No contexto da ampliação da economia noturna, após a Segunda Guerra Mundial, as inovações tecnológicas na produção e distribuição de energia elétrica permitiram o desenvolvimento de projetos de iluminação mais complexos para o planejamento das cidades. Esses projetos foram fundamentais na transformação e criação das paisagens noturnas, pois revelaram monumentos importantes do patrimônio edificado, os quais se tornaram, por conseguinte, pontos referenciais, enriquecendo a paisagem noturna com informações não perceptíveis à luz do dia, e estimularam o uso do espaço público, o convívio e a interação social. A utilização da cidade no período noturno foi também estimulada pelo avorecer da globalização, pelo crescimento da economia mundial e pela expansão da classe média. A noite deixou de ser um período do dia utilizado apenas por um conjunto reduzido de pessoas, tornando-se amplamente usada pela população para a realização de atividades como trabalho, estudo e lazer (ALMEIDA; FUMEGA; ALVES, 2011).

A desaceleração do crescimento do Estados desenvolvidos a partir da década de 1970, com a consequente precarização das condições de vida, e a popularização das tecnologias ligadas ao lazer privado, as quais fizeram com que as pessoas buscassem formas de interação social sem sair de casa, conduziram a um gradual abandono dos centros urbanos, principalmente durante a noite, e a sua ocupação por uma população empobrecida. A patologização dos centros urbanos no período noturno ficou evidente com o uso desses espaços por criminosos, prostitutas e viciados em drogas, fato que acabou reduzindo o uso desses espaços públicos por mulheres, crianças e idosos, os quais os associam ao medo, ao crime e à violência (LOVATT; O'CONNOR, 1995). A fim de superar tal quadro, foi necessário o investimento em atividades de lazer e entretenimento; houve, assim, um rearranjo dos interesses dos governos locais, das empresas privadas e da população para articular, à noite, “cidades festivas” com ofertas de entretenimento corporativo e de consumo para a classe média (HOLLANDS; CHATTERTON, 2003). Em alguns casos, observou-se, por exemplo, o investimento em aspectos relacionados à cultura local, como patrimonialização e conversão das funções de edificações antigas, que, em geral, adotaram um padrão comercial voltado para o consumo de jovens de classe média (GÓIS, 2014). Nesse sentido, a própria imagem da cidade passou a apontar para a superação das crises, para a recuperação da estética e para a promoção da ordem e da estabilidade, com novos regimes de controle que objetivavam manter comportamentos indesejados sob constante monitoramento. Tais regimes permitiram transformar os espaços urbanos em ambientes propícios para o consumo noturno. Tudo isso aconteceu num contexto em que se observava o incentivo público a privadas atividades de lazer, cujos

efeitos resultaram, em inúmeras cidades, na expulsão de classes, gêneros e raças da convivência pública noturna (TALBOT, 2007).

O estímulo das autoridades ao entretenimento comprova que as cidades apresentam grandes potencialidades quanto ao uso noturno do lazer, o que inclusive viabiliza sua maior projeção midiática; todavia, é fundamental perceber o surgimento de questões como segurança, iluminação e adequação dos equipamentos para a fruição plena do espaço público nesse período do dia (ALMEIDA; FUMEGA; ALVES, 2011).

Concernente aos serviços de animação noturna, merecem destaque as atividades ligadas à economia do entretenimento e ao setor alimentar (restaurantes, bares e boates), às artes do espetáculo, à cultura (abertura de museus, centros de exposição e galerias de arte à noite) e a práticas esportivas. É interessante indicar, desde já, que a ação de políticas territoriais, motivadas tanto por ações integradas locais como por pressões econômicas mundiais, pode influenciar a formação e a consolidação dos espaços em que esses serviços se concentram. O êxito das atividades oferecidas depende, muitas vezes, da capacidade de fixar públicos; nesse sentido, as atividades de animação noturna – em especial as de cunho cultural e criativo – têm um papel fundamental no *marketing* territorial e urbano, contribuindo para a atração de investimentos, dinamização da economia urbana e competição nos locais onde elas surgem como fatores diferenciadores da qualidade de vida. A oferta de lazeres noturnos (festas, festivais e *shows* de música e dança etc.) é fundamental, por exemplo, para a atração de turistas, em especial de jovens, como são os casos de Ibiza e Cancun (ALVES, 2009; BAVINTON, 2010).

Entre as indústrias criativas de grande relevância à noite, estão aquelas das artes do espetáculo e as do ramo da gastronomia. Salientar isso é uma forma de demonstrar o crescimento da preocupação em torno da espacialização noturna dessas atividades, dos fluxos que geram e dos impactos delas no funcionamento da cidade (DELEUIL, 1994). Por exemplo, essas indústrias começam a ter grande expansão nos centros da cidade, em concomitância com a quebra das indústrias tradicionais, que tendem, cada vez mais, a se localizar nas periferias. Com o ganho de espaço dos setores criativos nas cidades e a maior oferta de produtos e serviços por eles no período da noite, as populações tornam-se cada vez mais exigentes quanto a novos produtos e experiências noturnos que vão além do consumo de itens essenciais. A demanda maior por inovações dessas indústrias vem de pessoas com níveis maiores de instrução e riqueza (HOLLANDS; CHATTERTON, 2003). O consumo de novos bens e a criação de experiências durante a noite são alimentados pela publicidade, que oferece aos consumidores variados estilos de vida e os associa a espaços de lazer e entretenimento.

Em termos de planejamento urbano, as cidades passam a se colocar cada vez mais como locais de entretenimento, vivência e cultura. As atividades econômicas noturnas crescem especialmente a partir da década de 1990, tendo apoio dos poderes municipais; os centros voltam a ser povoados e afirmados como polos econômica e culturalmente ativos. Vale lembrar que tais polos, em geral, apresentam uma histórica tendência de uso noturno do espaço ou configuram-se como zonas funcionais da cidade, resultantes, pois, de processos de renovação e requalificação.

A modernização da imagem das cidades caminha simultaneamente ao combate de problemas como a criminalidade. Entre as problemáticas que precisam ser solucionadas, devem ser mencionados o consumo excessivo de álcool e drogas à noite, o ruído

causado pelas ações noturnas, a sobrelocação de determinados espaços, o sobredimensionamento de espaços que não são adequados ao uso diurno e, num escopo mais amplo, a gentrificação dessas áreas e o controle das atividades criativas por pequenos grupos de empresas e marcas num contexto de desigualdade de acesso e segmentação de mercado (ALMEIDA; FUMEGA; ALVES, 2011). Quando se mensura o enfrentamento dessas questões, fica evidente que os custos econômico-financeiros maiores do desenvolvimento da economia noturna se referem a policiamento, sistema judicial, sistema de saúde, emissão de licenças por autarquias locais para os estabelecimentos e serviços de limpeza. Em termos de custos sociais, devem ser citados os de caráter emocional – efeitos negativos do ruído na população de moradores da região central – e ambiental, como os casos de vandalismo. Apesar desses problemas, os benefícios do reavivamento do centro são múltiplos, como valorização imobiliária, maior coleta de impostos em razão da maior quantidade de atividades noturnas e do consumo, aumento do sentimento de segurança devido à maior movimentação de pessoas à noite em áreas que antes eram praticamente desertas e melhoria do ambiente construído a partir da ocupação e restauração de edifícios até então abandonados.

Esses aspectos – positivos e negativos – demonstram que a economia noturna exige gestão, regulação e planejamento, os quais podem ser realizados de formas variadas. Em alguns casos, o governo dá apoio às autoridades locais para que desenvolvam estratégias direcionadas à economia noturna nos seus centros, sempre levando em conta as comodidades residenciais, a concentração de atividades, o congestionamento, o estacionamento e a perda da diversidade comercial. Em outros, as autoridades locais cedem a pressões comerciais para a descentralização do comércio, dos escritórios e do entretenimento. Uma abordagem alternativa a essas duas é a adoção das estratégias da chamada “cidade 24 horas”, ligadas às temáticas de segurança e vitalidade. Esse tipo de estratégia busca alargar o período de funcionamento das atividades diárias, aumentar a diversidade social dos usuários do centro da cidade à noite, com uma oferta mais variada de funções e serviços, e promover mais segurança com o objetivo de atrair maiores investimentos. Por fim, outras formas de gestão e planejamento procuram desenvolver parcerias entre os setores público e privado, de modo que este receba financiamentos daquele (PINTO, 2012).

Em consequência da urbanização e da concentração populacional, as profissões mais solicitadas para o trabalho na economia noturna não exigem qualificação, na verdade, são, muitas vezes, empregos precários organizados apenas localmente. As atividades mais expressivas que abarcam grande parte das pessoas que trabalham nesse âmbito voltam-se para a satisfação de necessidades básicas e para a garantia do funcionamento normal da sociedade, como segurança, limpeza, transporte, saúde e energia. Em Estados como os Estados Unidos, os trabalhadores noturnos recebem salários mais baixos e, em geral, pertencem a minorias, são mais jovens e têm menos vantagens sociais. Nesse quadro de nítida desvantagem para os trabalhadores, a competição exacerbada e a falta ou flexibilidade excessiva de constrangimentos legais contribuem para a expansão geográfica e temporal da jornada de trabalho (ALVES, 2009). Com o crescimento exponencial de setores ligados a indústrias criativas e de uma população que usufrui de atividades noturnas, nota-se também um aumento no número de pessoas que trabalham à noite.

Pelo exposto, a economia noturna, associada a indústrias criativas, trouxe uma nova classe de trabalhadores, a qual opera fora dos padrões fordistas e da dinâmica de

horários diurnos: a “classe criativa”, formada por profissionais que lideram a geração de riqueza nas cidades e regiões por meio do intelecto e da criatividade. As ocupações profissionais cujo característica principal é o uso da criatividade em suas atividades produtivas trazem dinamismo socioeconômico e cultural e novas ideias, tecnologias ou conteúdos criativos. A economia noturna pode também promover a interação entre produtores culturais, operadores de bares, residentes, estudantes e turistas, o que permite criar as bases de territórios e cidades criativas com ambientes saudáveis em termos econômicos e atrativos para a classe de profissionais criativos (FLORIDA, 2002). Entretanto, grande parte dos profissionais criativos que desenvolvem suas profissões à noite trabalha em regime autônomo e em relações de trabalho de curto prazo, sob condições contratuais desfavoráveis e precárias, como também ocorre em indústrias criativas diurnas. Os empregos casuais e contingentes predominam e são caracterizados por instabilidade e descontinuidade diante de questões como variações das condições de demanda, forma de produção por projeto e pressões por diferenciação. Para muitos trabalhadores, o trabalho noturno nas indústrias criativas transforma-se numa ocupação de tempo parcial, para a qual a educação formal nem sempre se mostra tão valorizada e na qual os retornos financeiros são incertos (BENDASSOLLI; WOOD JR., 2010; ROWE; LYNCH, 2014).

A ECONOMIA NOTURNA DO RIO DE JANEIRO

Ao tornar mais atrativos o centro e algumas áreas periféricas das cidades, em razão da maior viabilidade e vitalidade, a economia noturna tem um papel importante na reurbanização. Na fase inicial de exploração dessa economia, o número de usuários, a interferência na vida socioeconômica dos moradores e a ação do governo local apresentam níveis baixos. Com o aumento da regularidade de visitas, começam a surgir infraestruturas mais especializadas para os usuários, o que gera, por conseguinte, maior contato entre eles e os residentes, que, inclusive, podem envolver-se nos setores da economia noturna. A partir do aumento da divulgação, surgem pressões sobre as entidades públicas para que disponibilizem infraestruturas capazes de oferecer mais acessibilidade às referidas áreas. Em seguida, nota-se o crescimento do empreendedorismo relacionado a atividades econômicas noturnas e também a emergência de novas atividades. Nesse processo, locais de entretenimento mais tradicionais tendem a ser substituídos por outros, normalmente maiores, com capital para investir e de natureza não local; por sua vez, mudanças físicas podem não ser aprovadas pelos residentes. Com o aumento do número de usuários noturnos, pode-se ampliar o conflito com os residentes por conta de certa insegurança sentida pelos moradores, de vandalismo e conflitos entre atividades noturnas lícitas e ilícitas. Com a estagnação da economia noturna, observa-se uma redução na qualidade da experiência de urbanidade. A partir daí, pode-se ter o declínio do número de usuários e de locais de entretenimento. É também possível que ocorra o reajuste na utilização dos recursos para ir de encontro aos diferentes níveis de capacidade de carga da economia noturna ou a completa reinvenção da área como local de animação noturna, com a modificação de hábitos de consumo e o desenvolvimento de novas infraestruturas (PINTO, 2012).

No caso específico do Rio de Janeiro, são percebidos passos semelhantes aos expostos acima no desenvolvimento de sua economia noturna. Até a década de 1980, as noites no centro carioca eram marcadas pela escassez de atividades culturais e de lazer, como pode ser comprovado com os exemplos da remoção da boemia da Lapa durante a Era Vargas na década de 1940, da decadência dos cinemas da Cinelândia no fim dos anos 1960 e da tomada da Praça Tiradentes pela prostituição. Por esses motivos, a maior parte da vida noturna migrou para a Zona Sul entre 1930 e 1980.

O crescimento das atividades noturnas, a expansão do uso dos espaços públicos à noite e a revitalização dos centros de bairros periféricos começaram a ganhar força somente a partir das décadas de 1980, sobretudo com o Corredor Cultural, que fornecia benefícios fiscais aos proprietários dos imóveis que se comprometessem em fornecer como contrapartida a reforma dos prédios e das fachadas, e 1990, com o projeto Rio Orla, cujo foco era a promoção do uso dos calçadões das praias durante o período noturno por meio da criação de mobiliário urbano para a prática esportiva ou da construção de bares e quiosques com iluminação cênica. Tais projetos foram ampliados para fora do eixo Centro-Zona Sul com o programa Rio Cidade, criado e desenvolvido ao longo da gestão do prefeito Cesar Maia (1993-1996) e seguido, posteriormente, por Luiz Paulo Conde (1997-2000). Por fim, o Rio Ruas Comerciais formalizou a renovação da vida noturna com a construção de parcerias do governo com empresários (GÓIS, 2014; 2015).

O programa Corredor Cultural objetivava dar melhoria estética aos prédios e, ao mesmo tempo, habilitar o território para uso social e comercial. Isso estimulou o turismo e possibilitou o “retorno ao centro” de alguns trabalhadores (CARVALHO, 1983). Já o Rio Orla permitiu que praias como a de Copacabana recebessem novos quiosques e fez com que o calçadão fosse mais utilizado durante a noite (ANDREATTA; CHIAVARI; REGO, 2009). O Rio Cidade, por seu turno, promoveu uma mudança na direção das intervenções das áreas nobres da cidade para outros centros comerciais, valorizando o uso dos espaços públicos de um modo geral e, em particular, na parte da noite. Essas ações se relacionavam com a proposta do Plano Diretor de Iluminação Pública de 1993, que, em parceria com o governo federal por meio dos Programas Procel e Reluz, criou as bases para que a prefeitura realizasse obras de urbanização em áreas ocupadas desde a década de 1980. Programas como o Favela Bairro e o Urbe Cidade incorporaram medidas de planejamento da noite urbana.

As reformas urbanísticas vieram acompanhadas de mecanismos de incentivo comercial, como o Rio Ruas Comerciais – hoje denominado Polos do Rio –, que estimulava os polos de lazer, cultura e gastronomia a explorarem as potencialidades locais e, conjuntamente, oficializava a coesão espacial para gerar ganhos às empresas por meio da concentração de consumidores. No contexto das reformas urbanísticas, as gestões de Eduardo Paes (2009-2012, 2013-2016) deram mais atenção à iluminação pública nos principais projetos de infraestrutura do novo plano estratégico e contaram com uma participação ainda maior dos agentes privados (GÓIS, 2014).

A composição da economia noturna no Rio de Janeiro fundou-se na articulação de dois processos: regeneração das áreas centrais tradicionais e descentralização da vida noturna. No que diz respeito ao primeiro aspecto, é necessário pontuar que a superação da crise fiscal motivou, em meados da década de 1970, a busca de recuperação da imagem da cidade como uma política de governo, o que englobava a reade-

quação dos usos noturnos. Para entender melhor essa mudança, vale retomar alguns detalhes históricos. O centro do Rio de Janeiro sofreu um processo de esvaziamento já com a reforma urbanística do prefeito Francisco Pereira Passos no início do século XX, por conseguinte, veio a construção da Avenida Presidente Vargas, inaugurada em 1944, e a implementação parcial do Plano Doxiadis em 1965, cujo objetivo era a reformulação das linhas mestras do urbanismo do Rio de Janeiro. De um lado, a construção de corredores de ligação com o centro incidiu sobre áreas anteriormente habitadas pela população, que foi obrigada a migrar para outras cidades ou a ocupar os morros; de outro, novas áreas no cordão litorâneo – como Copacabana, Ipanema e Barra da Tijuca – atraíram a elite urbana (SANTOS JÚNIOR, 2011).

Em face da decadência do centro, o Estado adotou, a partir da década de 1980, medidas iniciais para a melhoria das condições urbanas da região em contato com a população residente, que teve papel direto na retomada dos investimentos privados, além de ter sido incorporada nas práticas comerciais e no debate dos projetos. A recuperação da arquitetura, da história e da imagem do local como socialmente prestigioso como forma de ampliar a venda de imóveis e a circulação de pessoas era parte de um projeto de recuperação econômica do centro por meio da cultura, do lazer e do entretenimento noturno. Bairros como a Lapa foram vinculados a valores e bens culturais explorados pelas estratégias de *marketing*. Tais valores e bens permitiram que os bairros fossem apresentados como mercadorias para o consumo. A partir dos anos 2000, o interesse do Estado passou a se concentrar no controle dos comportamentos e na regulação das práticas (GÓIS, 2015). Em tal década, foi possível observar o surgimento de novos empreendimentos no centro da cidade – como o novo Circo Voador e o Teatro Odisseia – e a entrada de bairros como a Lapa nos destinos de entretenimento. Houve tanto a diminuição da presença de prostitutas e criminosos com a expansão de casas de *show*, bares e do aumento do mercado de música ao vivo, o que revelou novos compositores e instrumentistas, quanto a consolidação da governança a partir da interação da prefeitura com outras instituições, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o Sindicato de Hotéis, Bares e Restaurantes (SindRio) e a Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio-RJ). Apesar do fortalecimento dos mecanismos de governança, ainda se observam gargalos, como a concorrência desleal e a perda de receita de estabelecimentos formais com a venda de bebidas a preços menores por ambulantes e a falta de estímulo à maior circulação durante os dias de semana e no período diurno no sábado e no domingo (FEIJÓ, 2012).

Já o segundo processo se iniciou com a descentralização comercial para bairros residenciais motivada pelo Poder Público a partir da construção e reformulação de espaços públicos e do impulsionamento de agentes privados. Muitos desses bairros tradicionais eram locais de transição entre o centro e o interior da cidade por conta de ligações de meios de transporte como o trem e o bonde, e, gradualmente, eles se tornaram polos de comércio varejista, como aconteceu com a Tijuca, o Meier e Madureira, na Zona Norte (SANTOS, 2011). Apesar do dinamismo econômico, tais bairros deterioraram-se em razão da falta de investimentos públicos. Apoiados em diagnósticos sobre a degradação dos bairros da periferia para justificar a urgência de reformas, os técnicos do projeto Rio Cidade desenvolveram um discurso técnico e intelectual que destacava as características culturais e as potencialidades comerciais dos bairros e sublinhava a necessidade de reinvestimento nos subúrbios. Empresários

das atividades de entretenimento noturno tomaram a dianteira das iniciativas locais ao promover novos espaços para a expansão da área de acomodação de clientes. A construção de pontos comerciais trouxe novas práticas, como regulações de horários e medidas de restrição de práticas como mendicância e prostituição. No começo, a prefeitura agiu de forma direta na reurbanização das áreas do entorno desses estabelecimentos; depois, na fiscalização e no ordenamento dos espaços públicos e das ações dos empresários. O empresariado, inicialmente, reformulou seus estabelecimentos para a ampliação do mercado e a expansão da clientela; posteriormente, passou a ser parceiro do Poder Público local na negociação de intervenções nos espaços públicos, no financiamento e no apoio a projetos culturais. Os usuários adquiriram mais autonomia com a descentralização da vida noturna e tornaram-se agentes responsáveis pela seleção dos lugares e de sua organização para a vida noturna (GÓIS, 2015).

A ECONOMIA NOTURNA LGBT DO RIO DE JANEIRO

O crescimento da economia noturna ocorreu, em parte, por conta do aumento tanto da procura por atividades de entretenimento quanto do poder de compra dos jovens, que têm pouca ou nenhuma responsabilidade familiar e um montante de rendimento para despender em lazer. Concomitantemente, a promoção de identidades estéticas e culturais veio atrelada à atração da classe criativa, que busca infraestruturas para consumo de cultura e espaços para a criação de redes de interação, e do capital móvel para reverter o declínio econômico de territórios urbanos e aumentar a competitividade urbana (PINTO, 2012). Na busca de ampliação dessa competitividade, inúmeros territórios criativos reúnem marcas tradicionais da música e da gastronomia em plena convivência com novos empreendimentos e também oferecem atrações com preços variados para os públicos consumidores de cultura e entretenimento (FEIJÓ, 2012). Os jovens LGBT, em geral, dispõem de um capital maior para despender em lazer e são atraídos pela promoção de identidades estéticas e culturais, de forma que vieram cada vez mais chamando a atenção de empresários da economia noturna e também de autoridades, que viram a possibilidade de atraí-los em direção à revitalização de áreas urbanas e ao fortalecimento do turismo (HERZOG, 2007).

Para a comunidade LGBT, o mercado tem um papel constitutivo no desenvolvimento de sua coesão – bares e boates permitiram a construção de mecanismos de interação e solidariedade entre gays, lésbicas, bissexuais, transgêneros e travestis. A primeira fase do desenvolvimento da história econômica LGBT se estendeu do fim do século XIX até a ascensão do fascismo. As instituições econômicas primárias eram bares, cabarés, prostíbulos, saunas e livrarias adultas dirigidas especialmente para o público homossexual, as quais, muitas vezes, operavam clandestinamente em cidades da Europa e dos Estados Unidos. Após o fim da Segunda Guerra Mundial, os lugares e o consumo LGBT continuaram sendo predominantemente marginais, mas, depois disso, surgiram várias associações que buscavam a valoração positiva da homossexualidade, em contraposição a comportamentos então socialmente condenados, como a promiscuidade e a prostituição (HERZOG, 2007). Com a rebelião no bar Stonewall Inn em 1969 e com a maior visibilidade pública da comunidade

LGBT, tornou-se característico da “economia da liberação” a proliferação de negócios como bares, livrarias, saunas e serviços de consumo, que emergiam da semilegalidade ou da ilegalidade; de sua parte, as instituições políticas passaram a oferecer serviços públicos antes indisponíveis à comunidade LGBT. Bairros gays que inicialmente eram concebidos como marginais e degradados tornaram-se mais atraentes à população LGBT em razão dos menores preços e da possível convivência com outras minorias (O’SULLIVAN, 2016). A “economia territorial” desenvolveu-se no fim da década de 1970, sendo marcada pela disseminação da gentrificação de vizinhanças LGBT em Estados desenvolvidos. A gentrificação fez com que o custo de vida nos bairros gays subisse, obrigando a população LGBT que não pudesse assumir os novos custos a se retirar. A emergência da AIDS interrompeu o desenvolvimento dessa economia. A partir da década de 1990, com a maior aceitação e visibilidade das causas LGBT, ampliou-se o acesso a postos de trabalho e também o poder aquisitivo dessa população, em particular dos homens gays. Atualmente, as comunidades LGBT encontram-se num momento de hipercomoditização, no qual as empresas do *mainstream* focam nessa comunidade com a oferta de bens de consumo e publicidade. É importante frisar que as assimetrias entre homens e mulheres em termos do acesso a esses bens ainda permanecem, sobretudo por causa das maiores oportunidades de emprego, renda e mobilidade destinadas a homens gays (ESCOFFIER, 1997).

Um outro elemento é crucial para compreender as assimetrias no mundo LGBT: o “capitalismo rosa”. Tal expressão é uma designação crítica à incorporação nos discursos de um setor da população tradicionalmente discriminado – no caso a comunidade LGBT – do consumo e da economia capitalista, a partir da assimilação do modelo prototípico de homem gay, cisgênero, ocidental, branco e de classe média alta. Homens que se enquadram nesse perfil têm, normalmente, poder aquisitivo suficiente para que sejam gerados mercados específicos para eles, como bares, boates, turismo homossexual e consumo cultural especializado, sendo muitas dessas atividades desenvolvidas durante a noite. Esse mercado atende às necessidades particulares desses homens com a venda de produtos e serviços exclusivos e com a defesa de seus direitos. Ainda que os espaços para o consumo ofereçam oportunidades para a interação e a socialização entre homens homossexuais, em termos estéticos e corporais, a definição de padrões de consumo normaliza a diversidade sexual em parâmetros heterossexuais estabelecidos pela mídia no contexto de um capitalismo patriarcal pós-fordista (COVER, 2004; VELA, 2013). Em vez de contestar pressupostos e instituições dominantes, essa definição de padrões desmobiliza e despolitiza a luta LGBT, mostrando-se associada a uma moralidade masculina, branca e de classe média fundada numa “homonormatividade”. Na lógica homonormativa do “capitalismo rosa”, agentes sociais como empresários segmentam o mercado LGBT ao privilegiarem uma forma de vida gay que replica aspectos da primazia heterossexual com o apoio do Estado e a partir de práticas de consumo a ela relacionadas. Na base das práticas homonormativas, é possível observar a ação de empresas com fins apenas lucrativos, isto é, com o objetivo de promover a expansão econômica e a redução da provisão estatal, dando incentivo a processos de privatização, por exemplo (BROWN, 2013).

O “capitalismo rosa” tornou-se objeto de estudos e debates na academia devido a seu caráter excluente e despolitizante, como apontam as obras de Guasch (1991), Branchik (2002) e Drucker (2015). Grande parte dessa literatura foi produzida por

autores norte-atlânticos, logo, não tinham o propósito de examinar as particularidades da realidade brasileira ou, mais especificamente, carioca. Seria inadequado, por isso, fazer uma aplicação direta da expressão “capitalismo rosa” à sociedade brasileira. Duas considerações devem ser demarcadas. Primeiramente, cabe lembrar que, segundo dados globais, o Brasil apresenta um dos maiores índices de desigualdade na distribuição de renda, embora esta venha diminuindo desde o fim da década de 1990 (MEDEIROS; SOUZA; CASTRO, 2015). Tal situação reduz, por exemplo, as oportunidades de acesso da população LGBT mais pobre aos bens e serviços disponíveis na economia noturna. No caso do Rio de Janeiro, a renda dos moradores dos bairros mais ricos chega a ser de 10 a 18 vezes mais elevada do que a daqueles que vivem nas localidades mais pobres da cidade (COSTA, 2011). Os Quadros 1 e 2, feitos a partir de dados do Censo de 2010, revelam o retrato da disparidade entre os cinco bairros com maior rendimento nominal médio domiciliar – quase todos localizados na Zona Sul – e os com menor rendimento – por contraste, localizados na Zona Norte.

Quadro 1: Bairros com maior rendimento nominal médio domiciliar no Rio de Janeiro (2010)

Bairro	Zona	Rendimento nominal médio domiciliar (em reais)
Joá	Oeste	17.537
Lagoa	Sul	14.707
São Conrado	Sul	13.473
Barra da Tijuca	Oeste	12.113
Leblon	Sul	11.633

Fonte: IBGE (2010).

Quadro 2: Bairros com menor rendimento nominal médio domiciliar no Rio de Janeiro (2010)

Bairro	Zona	Rendimento nominal médio domiciliar (em reais)
Costa Barros	Norte	1.250
Barros Filho	Norte	1.247
Manguinhos	Norte	1.246
Acari	Norte	1.141
Grumari	Oeste	973

Fonte: IBGE (2010).

No caso brasileiro, as representações estigmatizantes da diversidade sexual ainda vêm permeadas de hierarquias e clivagens sociais relacionadas a questões de raça e/ou classe social, questões que muitas vezes são internalizadas por instituições que deveriam garantir a proteção de todos os cidadãos. Muitos dos usuários da economia noturna LGBT que dispõem de maior renda – quase sempre homens brancos de classes média alta e alta – buscam, nos grandes centros urbanos como o Rio de Janeiro, por exemplo, áreas para viver e frequentar em que sintam maior proteção e identificação com outros indivíduos que estão na mesma condição, em especial localidades que possuam melhores serviços de segurança e que sejam supostamente mais receptivas a cidadãos LGBT do que as zonas mais carentes. Em inúmeras áreas mais pobres, há menor segurança e a população se mostra menos receptiva à diversidade

sexual devido a uma educação mais conservadora e à falta de informação. Mesmo em áreas consideradas mais seguras, como lembra Miskolci (2013), é criado um “regime de armário” em que homens homossexuais reforçam padrões sociais de domínio, controle e consumo tipicamente associados à heterossexualidade, a fim de se defenderem de ameaças como violência e intolerância.

Mesmo diante de um quadro de violência que incide diretamente sobre os homossexuais, há um patente homopatriarcado no protagonismo de homens gays, brancos, cisgênero e de classe média alta, quando se analisa o acesso ao consumo de bens e serviços disponíveis na economia noturna LGBT, que relegou ao segundo plano lésbicas, bissexuais, transgêneros e homens gays de outras raças e classes sociais, por exemplo (FUENTE, 2015). No caso do Rio de Janeiro, é possível perceber que a maior parte dos estabelecimentos voltados especificamente para o entretenimento do público LGBT ou *LGBT-friendly* concentra-se nas áreas habitadas e frequentadas por uma população de classe média alta, em especial na Zona Sul. Essa concentração fica clara no mapeamento desses estabelecimentos em 2015, muitos dos quais são lugares da economia noturna LGBT:

Quadro 3: Estabelecimentos para entretenimento LGBT e *LGBT-friendly* no Rio de Janeiro em 2015

Estabelecimentos	Centro	Zona Sul	Zona Norte	Zona Oeste
Bares, cafés e restaurantes	3	8	0	0
Clubes	4	6	1	4
Termas, saunas, cinemas eróticos e clubes de sexo	9	11	2	1

Fonte: Rio Guia Gay (2015).

Com base nos parâmetros excludentes do “capitalismo rosa”, a prefeitura, o empresariado e os usuários redefiniram seus papéis na estruturação da economia noturna destinada à comunidade LGBT. Além de reurbanizar as áreas no entorno dos estabelecimentos e atuar na fiscalização e no ordenamento dos espaços públicos e das ações dos empresários, a prefeitura destacou a preocupação com (1) a promoção do combate à LGBTfobia, (2) fez o lançamento de campanhas sobre doenças sexualmente transmissíveis e (3) trabalhou na promoção da imagem do Rio de Janeiro como destino para o turismo LGBT.

Quanto ao primeiro ponto, o Rio de Janeiro foi pioneiro no Brasil na criação de uma lei que pune práticas discriminatórias contra cidadãos LGBT (Lei nº 2475/1996, regulamentada pelo Decreto 33.033/2008), assegurando que nenhum estabelecimento comercial ou repartição pública carioca discriminasse pessoas em virtude de sua orientação sexual ou identidade de gênero. Em 2011, a prefeitura criou a Coordenadoria Especial da Diversidade Sexual (CEDS), cujos objetivos são: propor políticas públicas de promoção de uma cultura de respeito à livre orientação sexual e identidade de gênero e resguardar direitos que favoreçam a visibilidade e o reconhecimento social do cidadão LGBT no município. A CEDS lançou as seguintes campanhas: em 2011 e 2012, a Rio: Carnaval Sem Preconceito, programa de orientação aos cariocas e turistas contra os mais diversos tipos de preconceito, as formas de denunciá-los e os direitos do cidadão; em 2013, a Rio Sem Preconceito, em 2013 (CEDS, s.d.). Em 2011, a prefeitura lançou um pacote de ações contra a LGBTfobia que incluía a agili-

¹ Fora das iniciativas da prefeitura, a cidade também conta com um dos centros de cidadania do Programa Rio sem Homofobia, liderado pelo Estado do Rio de Janeiro, que procura combater a discriminação e a violência contra a população LGBT, bem como promover a sua cidadania em todo o território fluminense (RIO SEM HOMOFobia, s.d.).

zação do encaminhamento de casos de discriminação ao Poder Público, a divulgação de toda a legislação de proteção aos direitos LGBT na cidade e a visita de assistentes sociais e pedagogos a comunidades carentes para orientar a população sobre leis e direitos civis¹. A oferta de cursos de capacitação em estabelecimentos comerciais para orientar os funcionários sobre os direitos da comunidade LGBT também fazia parte do pacote (LAURIANO, 2011).

Apesar de tais iniciativas, a violência verbal e física contra a população LGBT continua intensa na cidade, sobretudo durante o período noturno e com frequência maior nas áreas mais pobres, que contam com pouca fiscalização e monitoramento policial. Permanece, no imaginário de indivíduos LGBTfóbicos, a expectativa de impunidade ou punições brandas pela violência que cometem (LISBOA, 2013). Ademais, as representações estigmatizantes da homossexualidade feitas por policiais, promotores, juízes e advogados têm como implicação a impunidade dos acusados de violência contra a população LGBT (CARRARA; VIANNA, 2001), particularmente nas zonas periféricas da cidade, onde as ações da prefeitura parecem ter tido impacto marginal ou até mesmo nulo. Esses aspectos servem de justificativa para que os frequentadores LGBT se afastem desses locais durante a noite.

Quanto ao segundo ponto, a Secretaria Municipal de Saúde realizou, com apoio da CEDS, a Campanha Carioca de Prevenção – Teste, Trate, Viva Melhor, que mobilizou unidades de saúde para reforçar as ações de conscientização e prevenção das doenças sexualmente transmissíveis, com reforço na oferta de testes para detecção de HIV e sífilis. No entanto, muitos jovens – também usuários da economia noturna – vêm iniciando as suas vidas sexuais em uma época em que novos tratamentos aumentaram a qualidade de vida das pessoas que vivem com HIV/AIDS. Tal realidade parece ter gerado uma interpretação equivocada sobre a gravidade da doença, de maneira que, entre 2001 e 2014, foram notificados 13.965 casos na cidade, e a taxa de óbitos por complicações relacionadas à AIDS chegou a 13,5/100.000 habitantes (CEDS, 2015).

No que tange ao terceiro ponto, iniciativas visando à promoção da imagem internacional do Rio de Janeiro como destino gay são evidentes. Em 2011, a CEDS e a Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (Riotur) prepararam a campanha *Come to live the Rio Sensation* no intuito de incrementar o turismo LGBT na cidade e de realizar sua primeira participação na feira da IGLTA (International Gay & Lesbian Travel Association), a maior feira de operadores de turismo LGBT no mundo (CEDS, 2011). Contudo, a campanha parecia estritamente voltada para homens gays de classe média alta, com menções pontuais a lésbicas e o completo silenciamento de bissexuais e transgêneros. Ela valorizou pontos de consumo em regiões nobres e mais caras da cidade – em especial a Zona Sul – e os mesmos padrões estéticos de homens másculos veiculados na mídia, reiterando padrões heterossexuais dominantes. Além disso, mesmo com a realização de iniciativas que visam a promover a cidade como destino seguro e com serviços de qualidade, muitos turistas LGBT que vieram ao Rio de Janeiro ainda reclamaram da falta de segurança, do atendimento precário oferecido pelos prestadores de serviços e dos problemas de mobilidade urbana.

Após a análise das ações da prefeitura na estruturação da economia noturna LGBT, cabe examinar a atuação dos empresários. Como foi averiguado na pesquisa, o empresariado reformulou estabelecimentos, auxiliou o Poder Público em projetos

culturais e gerou empregos para uma série de profissionais criativos; todavia, grande parte dos investimentos ficou concentrada na Zona Sul e no centro da cidade, sendo predominantemente focados no entretenimento de homens gays de classes média e alta que podem pagar mais caro pelos serviços. Após intensificar a vida noturna na zona portuária e consagrar o lado boêmio da região entre 2007 e 2013, a boate The Week retornou em 2015 num novo ponto, em frente ao antigo, e contribuiu para a atração de cariocas e turistas para a região, com uma programação de música eletrônica com DJs residentes e internacionais. No centro, há opções de menor custo para LGBTs, mas são mais raras e não são tradicionalmente frequentadas por homens gays brancos de classe mais alta. Por exemplo, o Buraco da Lacraia, na Lapa, trouxe uma mistura de bar, restaurante e boate com performances cômicas e teatrais de *drag queens*. A casa foi recentemente reformada para se adequar às normas de segurança. Festas itinerantes ou sem data fixa também movimentam espaços que não são exclusivamente gays no centro do Rio, como a festa Chá da Alice, que acontecia no Circo Voador, mas, depois, foi transferida para a Fundição Progresso, ambos na Lapa. Na Zona Sul da cidade, as boates Zero Zero, com sua Festa Duo aos domingos, na Gávea, TV Bar e Fosfobox, em Copacabana, e Galeria Café, em Ipanema, geraram renda não apenas para músicos e DJs, mas também para produtores culturais, administradores, *bartenders*, técnicos de som e luz, recepcionistas e seguranças. Em Copacabana, a boate Le Boy – a boate gay mais antiga do Rio de Janeiro, que atraiu inúmeros turistas e até mesmo celebridades internacionais com música eletrônica e *shows* de *go-go boys* e *drag queens* – encerrou suas atividades em 2016; porém, algumas boates gays também antigas no bairro, como a La Cueva – focada em homens gays maduros –, mantêm suas atividades até hoje.

As áreas periféricas da cidade possuem poucas boates voltadas para o público LGBT, sendo a boate 1140, localizada na Praça Seca, um dos principais exemplos. Ela oferece opções de entretenimento para jovens de classes mais baixas e tem uma programação composta por funk, pagode e música pop, além de apresentações de *drag queens* e *shows* com voz e violão. A frequência de travestis e transgêneros é maior na Boite Casa Grande, localizada em Bangu, um dos bairros mais pobres da Zona Oeste do Rio de Janeiro. As lésbicas encontram opção de entretenimento nas quintas-feiras na Lapa, na boate Sinônimo, que, no fim de semana, tem *shows* de *drag queens* e música ao vivo (RIO GUIA GAY, 2015; OBAOBA, 2016).

O mesmo padrão desigual de distribuição espacial das boates gays no Rio de Janeiro pode ser observado com os bares, cafés e restaurantes, que se concentram, em sua grande maioria, no centro da cidade e na Zona Sul. No centro, assumem destaque o Bar das Quengas e o Estilo da Lapa 127. Ipanema concentra a maior parte dos cafés e bares gays ou *gay-friendly* do Rio de Janeiro, em especial o Felice Caffé e o bar Tô Nem Aí. Este último localiza-se na rua Farme de Amoedo, um dos principais territórios de convivência gay da cidade, que não só atrai turistas gays em épocas festivas como o Carnaval ou a Parada Gay, mas também opera como um espaço simbólico de reconhecimento mútuo para proteção e exercício pleno da identidade LGBT, sem o medo do preconceito e da rejeição observado em outros locais (BARRETO, 2010).

Os usuários da economia noturna LGBT se tornaram responsáveis pela seleção dos lugares e sua organização para a vida noturna, mas a autonomia deles ainda é limitada em face da pouca descentralização da vida noturna LGBT para além do centro e da Zona Sul da cidade – ao contrário do que vem acontecendo com a

economia noturna que não se destina especificamente para esse público. Nas regiões fora do eixo Centro–Zona Sul, muitos se sentem, como foi possível identificar a partir da observação direta e dos relatos oferecidos por entrevistados, menos protegidos e mais vulneráveis à violência em consequência, entre outras coisas, das condições mais precárias de iluminação, do policiamento escasso e do baixo monitoramento.

Ao lado da busca por entretenimento noturno, esses usuários demandam lojas especializadas onde possam adquirir roupas que permitam cumprir os padrões estéticos que predominam nos locais que frequentam durante a noite. Tais lojas ficam predominantemente localizadas em *shoppings* da Zona Sul – como o Rio Sul ou o Shopping Leblon; já artigos mais específicos para o público LGBT podem ser adquiridos em lojas em Ipanema, como o Café Bazar e a Foch. Além disso, na procura por entretenimento adulto em outros momentos do dia, tais usuários também procuram por clubes de sexo e cinemas eróticos – a maior parte localizada no centro – e saunas, predominantemente localizadas em bairros da Zona Sul, como Botafogo, Catete, Glória, Copacabana e Ipanema. Observa-se uma escassez de saunas gays em bairros das Zonas Norte e Oeste. Há apenas três estabelecimentos do gênero nessas regiões, os quais contam com estruturas precárias, se comparados aos da Zona Sul: as Termas Casa Grande, em Bangu; a Sauna Bonsucesso, no bairro homônimo; e a Kabalk Sauna, no Maracanã (GUIA GAY RIO, 2015). Essas saunas são frequentadas por moradores das regiões em que estão localizadas e vizinhanças, em geral de classes sociais mais baixas. Tais frequentadores muitas vezes optam pela discrição desses ambientes por não assumirem o desejo e a vivência homossexuais na esfera pública.

Em razão dos padrões excludentes a partir dos quais a economia noturna LGBT se formatou no Rio de Janeiro, o modelo dominante de definição dessa economia noturna vem sendo questionado por opções alternativas de entretenimento e lazer para esses usuários, inclusive nas Zonas Norte e Oeste. As rodas de samba LGBT vieram ganhando destaque, em especial a Roda de Samba Se Joga, em Madureira, na Zona Norte, que acontece também durante o dia. Entretanto, é ainda prematuro afirmar que esse exemplo é o início de um processo mais amplo de descentralização da vida noturna LGBT no Rio de Janeiro, uma vez que tais iniciativas são pontuais e contam com pouca verba para sua organização, assim como há a participação de um público bastante limitado, advindo normalmente das próprias localidades em que as atrações alternativas ocorrem. Esses eventos continuam sendo pouco atraentes aos usuários gays brancos de classe mais alta, que preferem opções de entretenimento e lazer em áreas onde se sintam mais seguros e possam interagir com gays da mesma condição social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cadeia produtiva da economia criativa tem participação expressiva no PIB da cidade do Rio de Janeiro, sendo de fundamental importância a atuação de casas noturnas, arenas de *shows* e festivais nesse universo e na construção da imagem da cidade. Contudo, há muito a ser feito em termos de regulação e diálogo entre todos os atores envolvidos nesse mercado, em especial nas indústrias criativas ligadas à economia noturna (SESI CULTURAL; FIRJAN, 2013). Se o sucesso da economia criativa é baseado na organização de pessoas com diferentes habilidades e aptidões, é

necessário fundar uma variedade de novas funções que ainda não são cobertas pelas definições correntes de trabalhador criativo, oferecendo, assim, oportunidades para trabalhadores menos qualificados. Uma estratégia de inclusão social deve identificar oportunidades de mobilidade social e de geração de riqueza ao longo de todo um setor, e não apenas no seu topo. Tal estratégia pode ter implicações na educação e no treinamento, além poder criar um círculo virtuoso de revalorização de empregos na economia criativa. De certa maneira, é permitido dizer que ela tende a desenvolver recursos renováveis para apoiar programas criativos baseados nas comunidades e a estimular as capacidades empreendedoras e criativas das empresas desse ramo da economia, trazendo mudanças graduais (STERN, SEIFERT, 2008).

No que diz respeito especificamente à economia noturna do Rio de Janeiro, é importante que as casas de cultura e de *shows* tenham mais apoio para o custeio de manutenções e para a comunicação integrada com o mercado turístico; elas também devem atuar como laboratório para novas expressões artísticas brasileiras. Para tanto, é necessário que haja linhas de patrocínio cultural, com apoio do Ministério da Cultura, da Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro e da prefeitura, de forma a encontrar empresas parceiras em bairros e territórios criativos. Os benefícios para tais empresas são evidentes, haja vista a associação de sua imagem à construção do local como espaço criativo. Outra proposta é a ampliação da atuação das associações locais de casas de *shows*, centros culturais, bares e restaurantes e antiquários para formulação de estratégias de desenvolvimento. O objetivo desse tipo de ação é fortalecer as articulações com o Poder Público, empresas, universidades, artistas e profissionais da economia criativa para o desenvolvimento de atividades diurnas e noturnas que estimulem a melhoria das condições de vida em tais territórios e na cidade como um todo (FEIJÓ, 2012).

Fica claro, considerando-se o que foi discutido, que o desenvolvimento da economia noturna que incorporou a diversidade sexual no sistema capitalista ocorreu não necessariamente em função de uma maior preocupação com o reconhecimento da diferença em sua dimensão de riqueza, mas da possibilidade de aumento de clientela, o que acaba por reproduzir o caráter excludente desse sistema. A maior tolerância para com a comunidade LGBT acontece especialmente no que se refere ao acesso a recursos que essas pessoas possuem, de modo que homens gays, cisgênero, brancos e de classe média alta são aqueles que são mais aceitos dentro do marco social de consumo, construindo, dessa maneira, a imagem de um homopatriarcado (FUENTE, 2015), o qual se revela, entre outros âmbitos, na distribuição espacial da economia noturna LGBT do Rio de Janeiro.

Diego Santos Vieira de Jesus
é graduado em Comunicação Social, mestre e doutor em Relações Internacionais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio); professor no Programa de Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa (MPGEC) da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM-Rio).
E-mail: dvieira@espm.br

Artigo recebido em 22 de julho de 2016 e aprovado para publicação em 9 de setembro de 2016.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALMEIDA, D.; FUMEGA, J.; ALVES, T. A noite como produto turístico a integrar no planeamento urbano. *Finisterra*, v. 46, n. 92, p. 43-64, 2011. <https://doi.org/10.18055/finis1310>

ALVES, T. *Geografia da noite: conhecer, compreender e repensar territórios*. Lisboa: Universidade de Lisboa, abr. 2009.

ANDREATTA, V.; CHIAVARI, M. P.; REGO, H. O Rio de Janeiro e a sua orla: história, projetos e identidade carioca. *Coleção Estudos Cariocas*, n. 20091201, p.1-16, dez.2009.

Disponível em: <http://portalgeo.rio.rj.gov.br/estudoscariocas/download/2418_O%20Rio%20de%20Janeiro%20e%20sua%20orla.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2017.

BALDWIN, P. *In the Watches of the Night: life in the nocturnal city, 1820-1930*. Chicago: University of Chicago Press, 2012.

BARRETO, R. C. V. Geografia da diversidade: breve análise das territorialidades homossexuais no Rio de Janeiro. *Revista Latinoamericana de Geografia e Gênero*, v.1, n.1, p. 14-20, jan./jul. 2010. <https://doi.org/10.5212/rlagg.v1.i1.014020>

BAVINTON, N. Putting leisure to work: city image and representations of nightlife. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, v. 2, n. 3, p. 236-250, 2010. <https://doi.org/10.1080/19407963.2010.512206>

BENDASSOLLI, P. F.; WOOD JR., T. O paradoxo de Mozart: carreiras nas indústrias criativas. *Organizações & Sociedade*, v. 17, n. 53, p. 259-277, abr./jun. 2010. <https://doi.org/10.1590/s1984-92302010000200002>

BENNETT, A. Case study methods: design, use, and comparative advantages. In: SPRINZ, D. F.; WOLINSKY-NAHMIAS, Y. (Ed.) *Models, numbers, and cases: methods for studying International Relations*. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2004. p. 19-55.

BRANCHIK, B. J. Out in the Market: A History of the Gay Market Segment in the United States. *Journal of Macromarketing*, v. 22, n. 1, p. 86-97, 2002. <https://doi.org/10.1177/027467022001008>

BROWN, G. Pensando Além da Homonormatividade: Explorações Performativas de Economias Gays Diversificadas. *Revista Latino-americana de Geografia e Gênero*, v. 4, n. 1, p.125-138, jan./jul. 2013. <https://doi.org/10.5212/rlagg.v4.i1.3045>

BUREAU, L. *Géographie de la nuit*. Montreal: l'Hexagone, 1997.

CAUQUELIN, A. *La ville la nuit*. Paris: PUF, 1977.

CARRARA, S.; VIANNA, A. R. B. *Homossexualidade, violência e justiça: a violência letal contra homossexuais no município do Rio de Janeiro*. Relatório de pesquisa. IMS/UERJ/Fundação Ford, 2001.

CARVALHO, M. L. O Corredor Cultural do Rio de Janeiro. *Módulo, Arquitetura e Arte*, n. 77, p. 23-29, 1983.

COORDENADORIA ESPECIAL DA DIVERSIDADE SEXUAL (CEDS). *CEDS website*, s.d. Disponível em: <<http://www.cedsrio.com.br/site/coordenadoria>>. Acesso em: 20 jul. 2016.

_____. Rio Sensation. *CEDS website*, 2011. Disponível em: <<http://www.cedsrio.com.br/site/campanhas/rio-sensation>>. Acesso em: 20 jul. 2016.

_____. Campanha capitaneada pela Prefeitura do Rio marcará maior ação de prevenção no país no Dia Mundial de Luta Contra a AIDS. *CEDS website*, nov. 2015. Disponível em: <<http://www.cedsrio.com.br/site/noticias/2015-11/campanha-capitaneada-pela-prefeitura-do-rio-marcara-maior-acao-de-prevencao-no-pais>>. Acesso em: 20 jul. 2015.

COSTA, Mariana. Censo 2010: renda dos bairros ricos do Rio é 10 vezes maior que a dos mais pobres. *R7*, 18 nov. 2011. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/noticias/censo-2010-renda-dos-bairros-ricos-do-rio-e-10-vezes-maior-que-a-dos-mais-pobres-20111118.html>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

COVER, R. Material/queer theory: Performativity, subjectivity, and affinity-based struggles in the culture of late capitalism. *Rethinking Marxism: A Journal of Economics, Culture & Society*, v. 16, n. 3, p. 293-310, 2004. <https://doi.org/10.1080/0893569042000239299>

DELEUIL, J-M. *Lyon la nuit, lieux, pratiques et images*. Lyon: Transversales Presses Universitaires de Lyon, 1994.

DRUCKER, P. *Warped: Gay Normality and Queer Anti-Capitalism*. Leiden: Brill, 2015.

ESCOFFIER, J. The political economy of the closet: notes towards an economic history

of gay and lesbian life before Stonewall. In: GLUCKMAN, A.; REED, B. *Homo Economics: Capitalism, Community, and Lesbian and Gay Life*. Nova York: Routledge, 1997. p. 123-134.

EVANS, G. Hold back the night: Nuit Blanche and all-night events in capital cities. *Current Issues in Tourism*, v. 15, n. 1-2, p. 35-49, 2012. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.634893>

FEIJÓ, L. *Lapa Sustentável – Economia da Noite*, 2012. Disponível em: <http://www.jalan.com.br/eventos/encontrocreativo/downloadDoc.php?d=download&f=Leo_Feijo_-_LAPA_Cluster_Criativo.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2017.

_____; WAGNER, M. *Rio Cultura da Noite: uma história da noite carioca*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2014.

FLORIDA, R. *The Rise of the Creative Class – and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Nova York: Basic Books, 2002.

FUENTE, I. B. ¿Y qué pasa con las lesbianas? *El País*, 2 jul. 2015. Disponível em: <http://elpais.com/elpais/2015/07/02/tentaciones/1435839831_340586.html>. Acesso em: 10 mar. 2017.

GÓIS, M. P. F. A Gestão da Noite Urbana Carioca: entre discursos sobre ordem urbana e práticas socioeconômicas. *Sociedade & Natureza*, v. 26, n. 2, p. 221-235, maio/ago. 2014. <https://doi.org/10.1590/1982-451320140202>

_____. Processos espaciais e reconfiguração do lazer noturno na cidade do Rio de Janeiro. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA URBANA, 14., Fortaleza, 2015. *Anais...* Fortaleza: PPGG/UFC, 2015. p. 1-20. Disponível em: <http://simpurb2015.com.br/?media_dl=2595>. Acesso em: 10 mar. 2017.

GUASCH, Ó. *La sociedad rosa*. Barcelona: Anagrama, 1991.

GWIAZDZINSKI, L. *La nuit, dernière frontière de la ville*. Paris: Editions de l'Aube, 2005.

HAE, L. Gentrification and Politicization of Nightlife in New York City. *ACME: An International Journal for Critical Geographies*, v. 11, n. 3, p. 564-584, 2011. Disponível em: <<https://ojs.unbc.ca/index.php/acme/article/view/911>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

HANNIGAN, J. *Fantasy City: pleasure and profit in the postmodern metropolis*. London: Routledge, 1998.

HELMS, G. *Towards safe city centres? Remaking the spaces of an Old-Industrial City*. Hampshire: Ashgate, 2008.

HERZOG, D. *Sex after fascism: memory and morality in twentieth-century Germany*. Princeton: Princeton University Press, 2007.

HOLLANDS, R.; CHATTERTON, P. *Urban Nightscapes: youth cultures, pleasure spaces and corporate power*. Londres: Routledge, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Censo Demográfico 2010*, 2010. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=330455&search=rio-de-janeiro|rio-de-janeiro>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

LAURIANO, C. Novo site informa agenda LGBT e recebe denúncias on-line no Rio. *GI*, 18 maio 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2011/05/novo-site-informa-agenda-lgbt-e-recebe-denuncias-line-no-rio.html>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

LISBOA, V. Ambiente familiar é o local onde homossexuais mais sofrem agressões. *Agência Brasil*, 17 maio 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/05/ambiente-familiar-e-o-local-onde-homossexuais-mais-sofrem-agressoes>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

LOVATT, A.; O'CONNOR, J. Cities and the Night-time Economy. *Planning Practice and Research*, v. 10, n. 2, p. 127-134, 1995. <http://dx.doi.org/10.1080/02697459550036676>

MEDEIROS, M.; SOUZA, P.; CASTRO, F. O Topo da Distribuição de Renda no Brasil:

Primeiras Estimativas com Dados Tributários e Comparação com Pesquisas Domiciliares (2006-2012). *Dados: Revista de Ciências Sociais*, v. 58, n. 1, p. 7-36, 2015. <https://doi.org/10.1590/00115258201537>

MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, G. M. (Org.) *Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 95-113.

MISKOLCI, R. Machos e Brothers: uma etnografia sobre o armário em relações homoeróticas masculinas criadas on-line. *Revista Estudos Feministas*, v. 21, n. 1, p. 301-324, jan./abr.2013. <https://doi.org/10.1590/s0104-026x2013000100016>

O'CONNOR, J. Donner de l'espace public à la nuit. Les cas des centres urbains en Grande-Bretagne. *Les Annales de Recherche Urbaine*, n. 77, p. 40-46, 1997. <https://doi.org/10.3406/aru.1997.2135>

O'SULLIVAN, F. The 'gaytrification' effect: why gay neighbourhoods are being priced out. *The Guardian*, 13 jan. 2016. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/cities/2016/jan/13/end-of-gaytrification-cities-lgbt-communities-gentrification-gay-villages>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

OBAOBA. Veja as melhores baladas e festas gays do Rio de Janeiro. *ObaOba*, 26 fez. 2016. Disponível em: <<http://www.obaoba.com.br/brasil/magazine/veja-melhores-baladas-e-festas-gls-do-rio-de-janeiro>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

OLIVEIRA, P. Gays foram responsáveis por 30% da receita do Rio com turismo no carnaval. *Veja*, 2 abr. 2014. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/economia/gays-foram-responsaveis-por-30-da-receita-do-rio-com-turismo-no-carnaval>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

OTTER, C. *The Victorian Eye: a political history of light and vision in Britain, 1800-1910*. Chicago: University of Chicago Press, 2008.

PINTO, S. H. D. *Economia Noturna e as Dinâmicas Recentes no Centro Histórico da Cidade do Porto*. 2012. 168 f. Dissertação (Mestrado em Economia e Gestão das Cidades) – Faculdade de Economia, Universidade do Porto, Porto, 2012.

RIO GUIA GAY. *Rio Guia Gay website*, 2015. Disponível em: <https://issuu.com/guiya-editora/docs/rio_guia_gay_-_rio_gay_guide_-_2>. Acesso em: 10 mar. 2017.

RIO SEM HOMOFOBIA. O programa. *RSH website*, s.d. Disponível em: <<http://www.riosemhomofobia.rj.gov.br/secao/sobre/o-programa>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

ROWE, D.; LYNCH, R. Work and play in the city: some reflections on the night-time leisure economy of Sydney. *Annals of Leisure Research*, v. 15, n. 2, p. 132-147, 2012. <https://doi.org/10.1080/11745398.2012.659716>

SANTOS, L. S. Os subúrbios do Rio de Janeiro no início do século XX. *Mneme – Revista de Humanidades*, v. 12, n. 30, p. 257-280, jul./dez. 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/mneme/article/view/1265>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

SANTOS JÚNIOR, W. R. Considerações sobre o Plano Doxiadis. *Revista Geográfica de América Central*, n. esp., p. 1-17, 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/2282>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

SESI CULTURAL; FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). Prêmio Noite Rio terá votação popular na edição 2013. *Prêmio Noite Rio website*, 2013. Disponível em: <http://www.premionoiterio.com.br/2013/RESOURCE/RELEASE_PNR_2013.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2017.

STERN, M. J.; SEIFERT, S. C. From Creative Economy to Creative Society. *Creativity & Change*, p. 1-16, jan. 2008.

TALBOT, D. *Regulating the night: race, culture and exclusion in the making of night-time economy*. Hampshire: Ashgate, 2007.

VELA, D. R. I. *Zona Rosa como territorio queer*. Entre la empresarialidad, el consumo y el

crisol de identidades gay. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Geografia Humana) – División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Ciudad de México, 2013.

WOLIFSON, P.; DROZDZEWSKI, S. Co-opting the Night: The Entrepreneurial Shift and Economic Imperative in NTE Planning. *Urban Policy and Research*, v. 34, n. 3, p. 1-19, 2016. <https://doi.org/10.1080/08111146.2016.1155983>