UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO PROFISSIONAL EM ECONOMIA

PAULO ROGÉRIO DE SOUZA

FERVO DE LUTA:
A ECONOMIA CULTURAL DA NOITE EM CASAS NOTURNAS LGBT+ EM PORTO ALEGRE - RS

Porto Alegre
2026

PAULO ROGÉRIO DE SOUZA

FERVO DE LUTA:
A ECONOMIA CULTURAL DA NOITE EM CASAS NOTURNAS LGBT+ EM PORTO ALEGRE - RS

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação Profissional em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Economia, área de concentração: Economia e Política da Cultura e Indústrias Criativas.

Orientadora: Profa. Dra. Luiza Peruffo

Porto Alegre

2026

CIP - Catalogação na Publicação

Souza, Paulo Rogério de
Fervo de luta: a economia cultural da noite em casas noturnas LGBT+ em Porto Alegre - RS / Paulo Rogério de Souza. -- 2026.
165 f.
Orientadora: Luiza Peruffo.

Dissertação (Mestrado Profissional) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Economia, Porto Alegre, BR-RS, 2026.

1. Economia da cultura. 2. Economia noturna. 3. Cadeia de valor cultural. 4. Bares e Casas Noturnas LGBT+. 5. Sociabilidade LGBT+. I. Peruffo, Luiza, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

PAULO ROGÉRIO DE SOUZA

FERVO DE LUTA:
A ECONOMIA CULTURAL DA NOITE EM CASAS NOTURNAS LGBT+ EM PORTO ALEGRE - RS

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação Profissional em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Economia, área de concentração: Economia e Política da Cultura e Indústrias Criativas.

Aprovada em: Porto Alegre, 24 de junho de 2026.

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Luiza Peruffo – Orientadora
UFRGS

Profa. Dra. Ana Lucia Tatsch
UFRGS

Prof. Dr. Ribamar José de Oliveira Junior

UFRJ / City University of New York (CUNY)

Prof. Dr. Marcos Paulo Ferreira de Góis
UFRJ

Dedicatória

Aos Exus e às Pombagiras, guardiões da noite e dos meus caminhos!
Mojubá!

AGRADECIMENTOS

O historiador Luiz Antônio Simas defende a tese de que o Brasil é projetado para a mortandade, mas que, como afronta, os brasileiros produzem tecnologias de vida em ambientes estruturados para que elas não existam. O autor argumenta que esse movimento ocorre por meio de técnicas cotidianas presentes em diversos espaços — como os campos de futebol, os terreiros de umbanda e candomblé e os carnavais —, mas, sobretudo, nas festas, que atuam como frestas de vida.

Sob essa perspectiva, as pistas de dança das casas noturnas LGBT+ são, há anos, fragmentos dessas frestas. Por isso, esta pesquisa se configura também como uma defesa e um reconhecimento da importância da alegria e da diversão noturna. Diante disso, nada mais justo do que iniciar os agradecimentos pelas pessoas trabalhadoras da noite, que operam a infraestrutura da alegria possível. A vocês, o meu muito obrigado! E um carinho especial à Darci e à Isadora.

Agradeço de forma muito especial aos proprietários e às proprietárias das casas noturnas que compõem esta investigação. Muitíssimo obrigado à Alessandra Mendonça e à Clarice Decker, donas do Venezianos, pelas lutas noturnas, pela partilha sincera e por fazerem parte da minha vida e deste projeto. Obrigado ao Rodrigo Borges por partilhar os sucessos e os desafios da Workroom de forma tão honesta. E obrigado ao Jeremy Crawshaw por ter aberto as portas do Cabaret e aceitado contar essa longa trajetória de maneira tão generosa.

Meus agradecimentos aos artistas e fazedores da noite pelos depoimentos compartilhados: Suzzy B, Charlene Voluntaire, DJ Jader Girotto, Ricktocadisco e Madblush.

O meu muito obrigado à Fernanda, à Marina, à Rogéria, à Rita, ao Rafa, ao Dani, ao Jean e ao Alex. Vocês deixaram a pista de dança mais agitada e feliz.

Agradeço ainda à UFRGS (viva a universidade pública), ao Itaú Cultural e ao PPECCO, representados pela gentilíssima Débora Wobeto e pelo Gustavo Moller.

Muito obrigado à Luiza Peruffo, minha orientadora, pelo percurso, cuidado e partilha. Agradeço ainda aos professores que compuseram a banca: Ana Lúcia Tatsch, Ribamar Oliveria e Marocs Góis pela troca generosa, pelo olhar atento e cuidadoso e por aceitarem mergulhar nas noturnidades.

De coração, agradeço a todos os meus colegas de turma. E um agradecimento especial à “bancada POA” pelos encontros extra sala, amo vocês Clara e Nicolle. E aos amigos queridos Lucas, Vivian, Ana, Davi, Priscila, Gabi e Lili pelas trocas, pelas festas, pelos babados partilhados nas mesas de bar e por serem vocês.

Agradeço ainda à Inesplorato, empresa na qual trabalho e que tem como um dos lemas: “o conhecimento é revolucionário”. Obrigado aos colegas pelas trocas e aos sócios pela aposta.

Agradeço ainda ao Paulo Fochi por ter me encaminhado o post de divulgação da seleção deste mestrado com uma frase carinhosa junto: “é sua cara”. E à Ana Clara, amiga e parceira, que ajudou desde o olhar crítico no projeto até a reformulação da pergunta central em um guardanapo de bar.

Meu muito obrigado aos meus amigos do coração, que tanto me escutaram, em especial à Daiane Vara, amiga-irmã.

Por fim, agradeço imensamente à minha família, em especial à minha mãe, que ouviu áudios imensos sobre os mais diversos assuntos, dos mistérios da noite à Luiza Felpuda, mas sobretudo, porque sempre acreditou e continua se emocionando com minhas escolhas. Agradeço ainda à minha irmã Mara, por, desde o dia um, me chamar de mestre. E à minha sobrinha linda Valentina, que quase diariamente me mandava mensagens como: “tioo, bom estudooo, te amooo!”.

E um viva a todos os sujeitos LGBT+, que sigamos afrontando com vida, diversão e alegria.

“Eu avistei a Dama da Noite
Ao lado de Tranca Ruas
Ela é dona da encruza
Rainha da noite
Do cabaré”
Ponto de Dona da Noite

A todas às Pombagiras e aos Exus, sua licença.
Laroyê Mojubá

Abra suas asas
Solte suas feras
Caia na gandaia
Entre nessa festa

E leve com você
Seu sonho mais lou
Ou, ou, ou, louco
Eu quero ver esse corpo
Lindo, leve e solto

A gente às vezes
Sente, sofre, dança
Sem querer dançar
Na nossa festa
Vale tudo
Vale ser alguém
Como eu
Como você

Canção Dancin' Days de Ruban Barra e Nelson Motta, 1978.

RESUMO

Desde a crise da pandemia de Covid-19, iniciada em 2020, o cenário da economia noturna tem passado por grandes transformações em escala global. Cidades conhecidas por sua vitalidade à noite enfrentam dificuldades para manter seus clubes e bares ativos, o que impacta diretamente a dinâmica cultural e econômica dessas metrópoles. Essa onda de fechamentos também tem afetado as casas noturnas LGBT+. Porém, para esta população, o fechamento desses espaços tem implicações maiores, uma vez que grande parte das formações políticas e culturais da comunidade desenvolveu-se a partir dos bares. Esse cenário também tem acontecido em Porto Alegre – RS, que enfrentou adversidades sanitárias e climáticas desestruturantes, o que intensificou um contexto de fragilidade da pequena cena noturna LGBT+. Nesse panorama, esta pesquisa propõe-se a investigar como programação artística, sociabilidade LGBT+ e economia noturna se articulam na criação de valor cultural e econômico em casas noturnas LGBT+ de Porto Alegre. A pesquisa foi estruturada como um estudo de caso múltiplo, com foco em três estabelecimentos – Venezianos, Cabaret e Workroom –, selecionados a partir da diversidade artística e dos modelos de atuação. A coleta de dados foi realizada por meio de triangulação metodológica entre entrevistas em profundidade, observação participante e análise documental. Foram conduzidas 17 entrevistas semiestruturadas com proprietários, artistas, fornecedores e consumidores, organizadas a partir da lógica do *framework Mapping the Creative Value Chains*, de De Voldere *et al*. (2017). Os principais resultados evidenciam que as casas noturnas LGBT+ atuam como parte de uma economia cultural da noite constituída pela articulação entre dois sistemas produtivos complementares: a cadeia de alimentos e bebidas e a cadeia cultural. Nesse sentido, a programação artística atua como principal mecanismo de atração, permanência e fidelização de público, convertendo valor simbólico em consumo. Os achados também demonstram que, embora essas estruturas operem sob fragilidades econômicas e limitações de sustentabilidade, elas permanecem relevantes como espaços de sociabilidade, produção cultural e circulação econômica. Assim, o estudo contribui ao aplicar os debates da economia da cultura para além dos circuitos artísticos convencionais, ao reconhecer as casas noturnas LGBT+ como parte da infraestrutura cultural urbana. Esse movimento permite deslocar o olhar sobre a noite para além da lógica do lazer e compreender sua relevância econômica, social e política.

Palavras-chave: Economia da cultura. Economia noturna. Cadeia de valor cultural. Bares e Casas Noturnas LGBT+.

ABSTRACT

Since the Covid-19 pandemic crisis, which began in 2020, the night-time economy has undergone major transformations on a global scale. Cities known for their nightlife vitality have faced difficulties in keeping their clubs and bars active, directly impacting the cultural and economic dynamics of these metropolises. This wave of closures has also affected LGBT+ nightclubs. However, for this population, the closure of these spaces has greater implications, since a large part of the community's political and cultural formations developed in bars and nightclubs. This scenario has been observed in Porto Alegre (RS), which faced disruptive public health and climate crises, further exacerbating the vulnerability of the small LGBT+ nightlife scene. In this context, this research aims to contribute to this debate by investigating how artistic programming, LGBT+ sociability, and the night-time economy are articulated in the generation of cultural and economic value in LGBT+ nightclubs in Porto Alegre. The research was structured as a multiple case study, focusing on three establishments – Venezianos, Cabaret, and Workroom – selected based on artistic diversity and operating models. Data collection was carried out through methodological triangulation between in-depth interviews, participant observation, and document analysis. Seventeen semi-structured interviews were conducted with owners, artists, suppliers, and consumers, organized according to the logic of the framework Mapping the Creative Value Chains by De Voldere *et al*. (2017). The main results show that LGBT+ nightclubs operate as part of a night-time cultural economy constituted by the articulation between two complementary productive systems: the food and beverage chain and the cultural chain. In this sense, artistic programming acts as the main mechanism for attracting, retaining, and building audience loyalty, converting symbolic value into consumption. The findings also demonstrate that, although these structures operate under economic vulnerabilities and sustainability limitations, they remain relevant as spaces for sociability, cultural production, and economic circulation. Thus, the study contributes by applying debates in cultural economics beyond conventional artistic circuits by recognizing LGBT+ nightclubs as part of the urban cultural infrastructure. This movement makes it possible to shift the perspective on nightlife beyond the logic of entertainment and to understand its economic, social, and political relevance.

Keywords: Cultural economics. Night-time economy. Cultural value chain. LGBT+ Bars and Nightclubs.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Artistas transformistas em cena na Flower´s. 63
Figura 2 - A artista Verusca vencedora de uma das edições de Miss Flower´s e Dirnei Messias, em 1972 64
Figura 3- Roteiro Gay do Sul - onde badalar e caçar em Florianópolis, Curitiba e Porto Alegre 66
Figura 4 - Sistematização das cadeias de valor das casas noturnas LGBT+ 96
Figura 5 - Cartaz de divulgação da festa Drag Fight Club (Workroom) 99
Figura 6 - Sistematização da cadeia de valor cultural das casas noturnas LGBT+ 103
Figura 7 - Exemplos de cartazes digitais da programação cultural das casas noturnas analisadas. 106

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Perfil dos participantes da pesquisa 78
Quadro 2 - Estrutura do Modelo de Negócio e da Cadeia de Valor Cultural do Venezianos . 87
Quadro 3 - Estrutura do Modelo de Negócio e da Cadeia de Valor Cultural do Cabaret 89
Quadro 4 - Estrutura do Modelo de Negócio e da Cadeia de Valor Cultural do Workroom .. 92

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 15
2 REFERENCIAL TEÓRICO 21
2.1 NOITE COMO CULTURA E ECONOMIA 21
2.2 CULTURA LGBT+: ENTRE BARES E FESTAS UMA COMUNIDADE 27
2.2.1 Cultura noturna LGBT+: tem otim neste bar? 31
2.3 A ECONOMIA DA CULTURA 36
2.3.1 Bases históricas e obras seminais 40
2.3.2 Novas perspectivas e abordagens 42
2.4 CADEIA DE VALOR CULTURAL 45
2.4.1 Ecossistema cultural e criativo 47
2.5 SÍNTESE DO REFERENCIAL TEÓRICO 50
3 BREVE HISTÓRICO DA NOITE LGBT+ À GAÚCHA 51
3.1 VIDA NOTURNA À GAÚCHA 51
3.2 FORMAÇÃO DA SOCIABILIDADE LGBT+ À GAÚCHA 56
3.3 O DESBUNDE À GAÚCHA 59
3.3.1 Flower's: a pioneira 62
3.4 A CONSOLIDAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DA NOITE LGBT+ À GAÚCHA 67
3.5 SÍNTESE DO BREVE HISTÓRICO DA NOITE LGBT+ À GAÚCHA 70
4 METODOLOGIA 72
4.1 UNIDADES DE ANÁLISE 73
4.1.1 Venezianos 74
4.1.2 Cabaret 75
4.1.3 Workroom 76
4.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS 77
4.2.1 Entrevistas 77
4.2.2 Observação participante 80
4.2.3 Análise documental 81
4.3 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE 82
5 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS 85
5.1 CADA CASA É UM CASO: CONFIGURAÇÕES DE MODELOS DE NEGÓCIO 85
5.1.1 O modelo de negócio do Venezianos 86

5.1.2 O modelo de negócio do Cabaret 88
5.1.3 O modelo de negócio da Workroom 90
5.2 COMPOSIÇÃO E COORDENAÇÃO DAS CADEIAS DE VALOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS E CADEIA CULTURAL 93
5.3 CADEIA DE VALOR CULTURAL DAS CASAS NOTURNAS LGBT+ 97
5.3.1 Etapa principal: criação e produção 97
5.3.2 Etapa principal: divulgação e comercialização 100
5.3.3 Etapa principal: exibição e consumo 100
5.3.4 Etapas de suporte 101
5.4 MECANISMOS DE CRIAÇÃO DE VALOR CULTURAL E ECONÔMICO 103
5.4.1 Cartazes digitais como ativos de valor 104
5.4.2 Ao vivo: experiência de sociabilidade e consumo 107
5.5 SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA E PERMANÊNCIA DA CENA 110
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS 116
REFERÊNCIAS 121
ENTREVISTAS REALIZADAS 131
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM PROPRIETÁRIOS ... 132
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM ARTISTAS 148
APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM FORNECEDORES... 157
APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM CONSUMIDORES 161
APÊNDICE E – QUADRO DESCRITIVO UTILIZAÇÃO DE IA NA PESQUISA 165

1 INTRODUÇÃO

> "Um pesquisador que tenta trazer luz à noite, registrar seus limites, formas, ambientes e usos não deve objetivá-la e colocá-la em equações para não destruir seu próprio objeto de pesquisa. [...] iluminar a noite sem matá-la" (Gwiazdzinski, 2023, p. 4, tradução nossa).

Desde a crise da pandemia de Covid-19, iniciada em 2020, o cenário da economia noturna tem passado por grandes transformações em escala global. Cidades reconhecidas por sua vitalidade e diversidade cultural, como Berlim e Londres, enfrentam dificuldades para manter seus clubes e bares ativos. Na Alemanha, esse fenômeno ficou conhecido como clubsterben ou "a morte dos clubes". Entre os motivos para essa crise estão as mudanças de comportamento das novas gerações, que têm optado por alternativas diversas de socialização, bem como transformações socioeconômicas, como os processos de gentrificação e reurbanização, além do aumento do custo de vida e da insegurança urbana. Esses fatores têm comprometido a permanência desses estabelecimentos e impactado diretamente a dinâmica cultural e econômica da vida noturna nas grandes metrópoles. (Dw News, 2025; Time Out; Gay Times, 2026).

Os empreendimentos culturais noturnos participam há décadas da atividade econômica das cidades, acompanhando as transformações sociais e as diferentes formas de sociabilidade (Baldwin, 2012). Diante desse cenário, as preocupações com o vigor noturno têm sido intensamente debatidas pela contribuição simbólica que uma cidade reconhecida como epicentro de cultura e lazer proporciona à economia local (Gwiazdzinski, 2023). Em Londres, por exemplo, segundo o sociólogo Amin Ghaziani (2024)[1], foi montado um comitê de crise, apoiado por investimentos e políticas públicas, para a reversão do cenário de fechamentos e a manutenção desses estabelecimentos. Em sua extensa investigação, o sociólogo cita ainda o caso de Berlim, cidade na qual o parlamento federal votou, em 2021, para reclassificar seus locais noturnos como instituições culturais, em vez de locais de entretenimento, funcionando como um incentivo à sustentabilidade do setor. Conforme aponta o autor, a campanha foi capitaneada pela *Berlin Club Commission (BCC)*, um grupo de proprietários e gerentes que protestaram nas ruas gritando: "clubes são cultura!". Na análise de Ghaziani (2024), a justificativa para as mobilizações em ambas as capitais assentava-se, fundamentalmente, na dimensão econômica.

[1] Tradução nossa. Para mais detalhes ver: *Long Live Queer Nightlife* (Ghaziani, 2024).

Essa onda de fechamentos também tem afetado os bares e as casas noturnas LGBT+[2]. No entanto, segundo Ghaziani (2024), essa crise na comunidade já acontece há mais tempo. Em sua pesquisa sobre a noite urbana dessa comunidade, Ghaziani mostrou que, durante as duas primeiras décadas dos anos 2000, mais da metade dos locais noturnos LGBT+ fechou em Londres. Nos Estados Unidos, o cenário é semelhante. O também sociólogo Greggor Mattson (2023) constatou que uma média de quinze bares LGBT+ fechou todos os anos entre 2008 e 2021. Para esta população, porém, o fechamento desses espaços tem implicações ainda maiores. Lucas Hilderbrand, autor do livro "*The Bars Are Ours"* (2023), defende esses estabelecimentos como a principal instituição da vida pública de uma pessoa LGBT+. Em suma, para esses autores, a maioria das formações políticas e culturais da comunidade do passado recente desenvolveu-se a partir dos bares ou em reação a eles.

As transformações globais também reverberam no Brasil, onde esses espaços de resistência política se tornaram circuitos de visibilidade e consumo. Em São Paulo e no Rio de Janeiro, empreendimentos tradicionais, como a *The Week* que operou por dezessete anos na capital paulista, encerraram as operações por problemas financeiras decorrentes do período pandêmico (Yassuda, 2021). Esse cenário de dificuldades na economia da noite também tem se manifestado em Porto Alegre.

Nas últimas décadas, a cena noturna da capital gaúcha enfrentou três grandes crises desestruturantes: o endurecimento dos licenciamentos após a tragédia da Boate Kiss, em 2013[3]; a suspensão das atividades durante os picos da pandemia de Covid-19; e, mais recentemente, as enchentes de maio de 2024, que assolaram grande parte das casas noturnas LGBT+. Somam-se a esse panorama uma tensão vigente de caráter urbano-cultural, manifesta entre o direito à diversão noturna e o direito ao silêncio (Germano, 2025). Essa combinação caracteriza um cenário de fragilidade da pequena cena noturna LGBT+ porto-alegrense, localizada em bairros boêmios, o que pode colocar em xeque a continuidade desses espaços.

---

[2] Historicamente, muitas foram as formas assumidas para dar nome à comunidade: MHB (movimento homossexual brasileiro), GLS (gays, lésbicas e simpatizantes), GLT (gays, lésbicas e travestis), GLBT (gays, lésbicas, bissexuais e travestis), LGBT (lésbicas, gays, bissexuais e travestis), LGBTI+ (incluindo pessoas intersexo), LGBTQIAP+ (incluindo pessoas queer, assexuais e pansexuais). Não há uma instância oficial de validação das siglas, trata-se de convenção para usos específicos, a depender do que e a quem se quer comunicar. Assim, opta-se, para os propósitos e objeto desta pesquisa, pelo uso da sigla LGBT+, uma das formulações utilizada pelo movimento organizado no Brasil, e com um sinal de "+" que expressa o caráter indeterminado, aberto e em permanente construção dessa comunidade que desafia as estruturas binárias e heterocisnormativas da nossa sociedade (Quinalha, 2024).

[3] A tragédia da Boate Kiss ocorreu na madrugada de 27 de janeiro de 2013, na cidade de Santa Maria, no interior do Rio Grande do Sul. O incêndio, causado pelo uso incorreto de um artefato pirotécnico em ambiente fechado, resultou na morte de 242 pessoas e deixou outras 636 feridas.

Bares e casas noturnas LGBT+ são incubadoras de manifestações próprias que criam repertórios culturais específicos, os quais se manifestam na linguagem, nos processos simbólicos, nos códigos sociais e em diversas expressões artísticas (Moore, 2016; Valencia, 2024). Embora frequentemente estigmatizados, esses espaços de socialização e cultura de subversão se materializam em uma realidade econômica concreta. Valencia (2024) reforça que são locais vitais para o desenvolvimento artístico e para a experimentação de profissionais da comunidade, além de impulsionarem uma cadeia produtiva que gera postos de trabalho e renda. Mesmo estruturados, geralmente, como empresas de pequeno porte, esses empreendimentos atuam como agentes relevantes, principalmente na economia da noite e da cultura, ativando uma cadeia de valor cultural urbana que abrange, além dos aspectos artísticos e do entretenimento, a gastronomia, a hospitalidade, o turismo e uma gama de serviços interligados.

A importância econômica e simbólica dos estabelecimentos LGBT+ tem sido abordada por diversos teóricos estrangeiros, como Ghaziani (2024), Mattson (2015; 2023), Valencia (2024), Moore (2016) e Hilderbrand (2023). No cenário brasileiro, a produção acadêmica sobre a temática tem focado tradicionalmente nas dimensões políticas, de resistência e de memória (Bortolozzi, 2021; Medeiros, 2020). Embora investigações mais recentes comecem a tensionar as dinâmicas de consumo e circulação dessas cenas culturais (Almeida, 2023; Ostruca dos Santos, 2024), persiste uma lacuna teórica no país quanto ao mapeamento sistemático desses espaços como eixos da economia da cultura.

Diante desse percurso – do cenário global de transformação da cultura noturna às dinâmicas locais de Porto Alegre –, observa-se uma oportunidade no entendimento do papel econômico de bares e casas noturnas LGBT+ e de sua integração na cadeia de valor cultural urbana. A presente pesquisa propõe-se, portanto, a contribuir para esse debate no campo acadêmico, ao investigar a dinâmica econômica desse setor e sua relação com a economia da cultura. A partir desse contexto, surge a seguinte questão de investigação: como programação artística, sociabilidade LGBT+ e economia noturna se articulam na criação de valor cultural e econômico em casas noturnas LGBT+ de Porto Alegre?

Esta pesquisa se justifica por três razões principais. A primeira é de ordem teórica, aoaplicar os estudos sobre economia noturna ao contexto de uma cidade brasileira. Embora esse debate já esteja consolidado em grandes centros internacionais, é pouco explorado em metrópoles de países emergentes, como Porto Alegre, onde a sociabilidade noturna tem relevância econômica e cultural, especialmente para trabalhadores diretos e indiretos da cultura que atuam à noite. Ainda sob a perspectiva teórica, a pesquisa contribui ao aplicar e

tensionar modelos de análise de cadeias de valor cultural em espaços frequentemente não reconhecidos como infraestrutura cultural, como bares e casas noturnas, tradicionalmente menos associados ao setor do que linguagens como o teatro, o cinema ou os museus. Isso permite ampliar a compreensão da economia da cultura para além dos circuitos artísticos convencionais.

A segunda é de ordem social, por abordar espaços vitais para a comunidade LGBT+ em um contexto ainda marcado por preconceitos e violências. O jurista Renan Quinalha (2024), ao analisar a constituição moderna do movimento social LGBT+[4], lembra que, durante séculos, essa população foi criminalizada e estigmatizada por diferentes instâncias de poder, evidenciando uma longa história de controle político e sexual sobre suas subjetividades. Nesse cenário, estudos históricos que investigam o início da vida gay e lésbica frequentemente relacionam sua sociabilidade à vida noturna e aos bares, reconhecidos como espaços centrais para as culturas e trajetórias LGBT+ (Hilderbrand, 2023). Dessa forma, o enfraquecimento ou desaparecimento desses espaços representa também uma perda significativa de sociabilidade, pertencimento e memória coletiva para esse grupo.

A terceira justificativa é de ordem prática, por contribuir com informações que possam auxiliar gestores, produtores culturais e o poder público na compreensão das dinâmicas econômicas e culturais que sustentam parte da noite LGBT+ local. Ao analisar essas casas noturnas como parte da economia da cultura e da infraestrutura urbana, o estudo oferece subsídios para viabilizar estratégias de permanência desses espaços, fortalecimento da produção artística local e formas de sustentabilidade econômica diante das especificidades da noite LGBT+, além de contribuir para políticas públicas voltadas à cultura noturna, à diversidade e ao desenvolvimento urbano.

Diante desse contexto, esta pesquisa tem como objetivo geral analisar empiricamente como programação artística, sociabilidade LGBT+ e economia noturna se articulam na criação de valor cultural e econômico em casas noturnas LGBT+ de Porto Alegre. Para isso, propõem-se como objetivos específicos: (i) identificar a articulação entre economia noturna e cultura LGBT+, considerando suas dimensões simbólicas e organizacionais; (ii) compreender a formação histórica da cena noturna LGBT+ de Porto Alegre e sua consolidação como espaço de sociabilidade, cultura e circulação econômica; e (iii) mapear e analisar a cadeia de valor cultural de três casas noturnas LGBT+ de Porto Alegre, examinando seus modelos de

[4] Movimento social LGBT+ como uma ação coletiva de ativismo que prioriza a dimensão política-organizativa (Quinalha, 2024).

negócio, os mecanismos de criação de valor cultural e econômico e os desafios de sustentabilidade.

Para atingir tais objetivos, esta investigação adotou uma abordagem qualitativa, de natureza descritiva e de caráter exploratório. A pesquisa foi estruturada como um estudo de caso múltiplo, com foco em três casas noturnas LGBT da cidade: Venezianos, Cabaret e Workroom. A escolha das unidades de análise considerou a diversidade de expressões artísticas e modelos de atuação, contemplando música ao vivo, discotecagem e performances *drag*, com o objetivo de compreender diferentes elos da cadeia de valor cultural.

A coleta de dados foi realizada por meio de triangulação metodológica entre entrevistas em profundidade, observação participante e análise documental. Foram conduzidas dezessete entrevistas semiestruturadas com proprietários, artistas, fornecedores e consumidores, organizadas a partir da lógica do *framework Mapping the Creative Value Chains* da (De Voldere *et al*., 2017), buscando captar desde a criação e produção até a etapa de recepção e consumo.

Como complemento, a observação participante foi realizada nas três casas investigadas entre agosto e dezembro de 2025, com registro em diário de campo, permitindo observar práticas econômicas, interações sociais e dinâmicas culturais da experiência noturna. Também foram analisados documentos, como cartazes digitais de programação cultural e materiais públicos relacionados à cultura LGBT+, incorporados ao corpus analítico.

A análise empírica foi realizada com base na Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011). Como suporte metodológico, a pesquisa utilizou o *framework* de artes performáticas do estudo *Mapping the Creative Value Chains* (De Voldere *et al*., 2017) e o Modelo de Geração de Valor Cultural da UNESCO (2025a), permitindo relacionar a interpretação cultural à análise econômica da noite LGBT+ local.

A expressão “fervo de luta”, que dá título à pesquisa, resulta da articulação entre duas dimensões identificadas no campo empírico: o “fervo”, presente nas entrevistas e na comunicação das casas como expressão da experiência de festa, dança e celebração, e a “luta”, evidenciada nas condições enfrentadas por proprietários e artistas para produzir e sustentar essas experiências. Mais do que uma categoria analítica, a expressão sintetiza essa dualidade entre a experiência da noite e o trabalho necessário para fazê-la existir.

A presente dissertação[5] está organizada em quatro capítulos, além desta introdução e das considerações finais. No capítulo 1, apresenta-se o referencial teórico, que percorre os estudos noturnos e a economia da noite, o encontro da comunidade LGBT+ com as culturas de bares e festas, a economia da cultura como eixo analítico central e o conceito de cadeia de valor cultural. No capítulo 2, delineia-se um breve panorama histórico da noite LGBT+ porto-alegrense, resgatando a formação da sociabilidade dessa população na cidade, percurso seguido pela virada institucional tensionada pelo "desbunde" à gaúcha e pela posterior consolidação e transformação da noite na capital. No capítulo 3, descreve-se o desenho metodológico utilizado nesta investigação. No capítulo 4, expõem-se os resultados da pesquisa e suas respectivas análises. Por fim, são apresentadas as considerações finais, acompanhadas de sugestões para investigações futuras. O capítulo a seguir apresenta o referencial teórico que orienta esta investigação.

[5] Esta pesquisa não pretende produzir uma etnografia aprofundada da experiência noturna LGBT+ porto-alegrense, tampouco uma história única da sociabilidade dissidente na cidade. Seu foco concentra-se na questão central de investigação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo apresenta o referencial teórico que fundamenta esta pesquisa e está organizado em quatro eixos principais: economia noturna, cultura LGBT+, economia da cultura e cadeia de valor cultural. A articulação entre esses eixos, em conjunto com o percurso metodológico adotado, permite responder de forma integrada à investigação proposta. O capítulo está dividido em cinco seções. A primeira discute a economia noturna a partir de sua constituição como fenômeno cultural e econômico, abordando suas dimensões simbólicas, históricas e suas formas de organização e regulação. A segunda trata da cultura LGBT+, compreendendo sua formação histórica, suas práticas culturais, formas de sociabilidade e sua expressão na cultura noturna de bares e festas. A terceira aborda a economia da cultura, apresentando os principais fundamentos teóricos que permitem compreender a relação entre cultura e dinâmicas econômicas. A quarta seção discute a cadeia de valor cultural, articulando os elementos que estruturam a criação de valor e a sustentabilidade das casas noturnas analisadas. Por fim, a quinta seção apresenta as considerações parciais do capítulo.

2.1 NOITE COMO CULTURA E ECONOMIA

> "A noite sugere, não mostra. A noite perturba-nos e surpreende-nos pela sua estranheza, liberta em nós forças que durante o dia são dominadas pela razão"
> (Brassaï, 2000, p. 157, tradução nossa).

A relação do homem com a noite acompanha toda a história da humanidade e varia de acordo com diversos aspectos, mas, acima de tudo, com as diferentes culturas. No Ocidente, em diferentes domínios do saber, a noite surge como metáfora da superstição, da insegurança, do mistério, do obscuro, da liberdade e até do mal. A noite também está associada à transgressão, aos desejos e ao proibido. Talvez por isso, fascine e perturbe a imaginação coletiva. Acreditava-se, inclusive, que forças sobrenaturais se fortaleciam no escuro e que o próprio ar noturno carregava doenças. Mas as representações artísticas da noite ajudaram a desmistificar e compreender um pouco mais esse período, renovando o modo como esse espaço-tempo é sentido e vivido. Diante disso, o campo dos estudos noturnos (*night studies)* tem se estruturado em torno de uma abordagem interdisciplinar, de forma a compreender as diversas facetas da noite (Alves, 2009; Baldwin, 2012; Fina, 2018; Gwiazdzinski, 2023).

Do ponto de vista histórico, antes dos processos de urbanização, a vida era regulada pelos ritmos naturais, como a sequência das estações do ano e os calendários religiosos. Essa noção de tempo estava mais atrelada a aspectos subjetivos e, nesse sistema de organização, a noite era o espaço da diminuição das atividades laborais, da sociabilidade na esfera privada e do tempo reservado para si. No entanto, aconteceram mudanças na noção de tempo e hora, impulsionadas pela urbanização da população, pelo desenvolvimento das tecnologias de informação e pela industrialização dos processos produtivos. Essas alterações sinalizam otimização, principalmente, do fluxo comercial, já que diversos países criaram sistemas para regulamentar e uniformizar a hora nos seus territórios. Desse modo, o tempo deixou de ser uma organização natural e passou a depender da organização industrial do trabalho, o que modificou a noção de tempo social e pessoal (Alves, 2010; Baldwin, 2012).

Esse tempo reconfigurado se estrutura com o surgimento das novas tecnologias de iluminação. A noção de avanço para Baldwin (2012) e Alves (2010), é impulsionada pela introdução do gás (c. 1820) e da eletricidade (c. 1920), que alteraram a percepção dos ritmos da sucessão do tempo. Isso permitiu que as atividades econômicas se expandissem nesse novo período criado. Para esses autores, a luz artificial apoderou-se do espaço noturno, controlando ameaças simbólicas e imprimindo novas dinâmicas às diferentes esferas da sociedade, atravessando a economia, a política e a cultura. A eletricidade permitiu turnos de fábricas noturnos, a expansão do horário das atividades do comércio e a criação de novas formas de lazer. Entretanto, segundo os autores, no espaço urbano, a eletricidade refletia e reforçava as hierarquias de classe, poder e moralidade da sociedade do fim do século XIX e início do século XX.

A partir da perspectiva de Baldwin (2012), a iluminação urbana operava como uma cronologia moral. Nesse cenário, o relógio passava a ditar uma divisão rígida entre duas categorias recreativas. A primeira delas era restauradora e legitimada por instituições como igrejas, escolas e artes cultas, além de ser vista como necessária para a produtividade do dia seguinte. Já a segunda era uma recreação dissipadora e pecaminosa, que marginalizava as práticas noturnas, especialmente após a meia-noite, como as que ocorriam em tavernas, casas de jogo e bordéis, percebidos como espaços de perigo e imoralidade que escapavam ao controle normativo da burguesia. Portanto, no campo dos estudos noturnos (Baldwin, 2012; Gwiazdzinski, 2023; Talbot, 2007), a noite é historicamente entendida como um problema social e um espaço a ser regulado e ordenado. Essa perspectiva de regulação moral da noite e, consequentemente, de quem a habita orienta a análise desta pesquisa, pois aponta para discriminações que desembocam em preconceitos de gênero e de orientação sexual.

Dessa forma, a noite urbana, enquanto espaço-tempo, é culturalmente construída, regulada e atravessada por disputas simbólicas e sociais, por regras de acesso e por códigos de comportamento. Diante disso, ela também se configura como um campo de organização econômica, cuja compreensão exige o deslocamento da análise para as formas pelas quais essas dinâmicas se estruturam materialmente. No entanto, somente a partir da década de 1990 começou-se a observar uma profusão de pesquisas sobre a noite sob a perspectiva econômica. A preocupação inicial desses estudos centrou-se na economia urbana, nos processos de gentrificação e nos conflitos entre grupos sociais. Nesse cenário, Lovatt e O'Connor (1995) foram os primeiros a conceituar a noite como uma estratégia de desenvolvimento econômico. Segundo os autores, o período de crises, que desacelerou o ritmo de crescimento dos países desenvolvidos nas décadas de 1960 e 1970, arrefeceu o investimento privado nas cidades. Esse cenário de retração impulsionou a formulação de políticas, entre elas as culturais, e articulou a formação de grupos diversificados de agentes:

> A década de 1980 viu o reconhecimento gradual deste papel mutável da cultura na cidade (e em outros lugares). O governo local, organizações artísticas, empresários (tanto empresas individuais quanto grupos abrangentes, como a Câmara de Comércio), grupos comunitários, organizações de treinamento e, claro, artistas locais começaram a criar coalizões fluidas, frequentemente informais, em torno da elaboração de estratégias culturais (formais e informais) visando a "regeneração" do centro da cidade e (esperançosamente) da cidade como um todo (Lovatt; O'connor, 1995, p. 129, tradução nossa).

Nessa perspectiva, a expressão “economia noturna” ganha força e contempla as atividades realizadas entre as 18 horas e as 6 horas. Alves (2010) pontua quatro pilares principais que compõem esse setor: atividades que prolongam o funcionamento do dia para a noite; serviços essenciais que operam 24 horas; operações de cultura, lazer e entretenimento; e toda a estrutura de suporte necessária para atender quem trabalha enquanto a maioria da população dorme. Para esta pesquisa, interessa compreender como as operações de cultura abriram espaço para o empreendedorismo cultural noturno e formataram essa economia a partir do recebimento de estímulos do poder público, das empresas e dos meios de comunicação (Hannigan, 1998; Lovatt; O'connor, 1995).

No entanto, apesar dessa coalizão, inclusive com donos de casas noturnas e bares LGBT+, o fortalecimento da economia por meio de empreendimentos culturais noturnos como política cultural foi estranhamente marginalizado, o que aponta para a exclusão de certos agentes da dinâmica econômica. Para Lovatt e O'Connor (1995), é como se essa vida

noturna não fosse um objeto legítimo de atenção, a não ser como algo a ser regulamentado e contido, como tem sido no histórico dos estudos noturnos.

Apesar de marginalizado, esse setor, segundo Bianchini (1995), utilizou políticas culturais para revitalizar a vida noturna urbana como estratégia em diversos países europeus ao longo das décadas de 1980 e 1990. Políticos perceberam que havia uma demanda pública crescente por sair e se divertir à noite nas cidades. Diante disso, uma maneira de tornar o ambiente mais seguro foi desenvolver calendários urbanos atraentes de eventos culturais que incentivassem as pessoas a sair em grande número. No entanto, o autor chamou a atenção, naquele momento, para o fato de que o fortalecimento da vida e da economia noturna precisaria evoluir do modelo de regeneração urbana por meio da cultura para um conjunto de políticas sociais e de planejamento territorial. Segundo ele, havia a possibilidade de "duplicar" a economia da cidade, começando pelo entretenimento, mas depois expandindo para outras áreas.

Como visto, até o final dos anos 1990, a economia noturna e os estudos relacionados a esse campo atrelavam-se à relevância das atividades culturais como fator-chave nas ações de marketing territorial. Apesar de um cenário adverso, destaca-se o papel de ativo econômico e cultural que as casas noturnas tiveram nessas políticas de regeneração urbana e de criação de novas identidades municipais. Contudo, como aponta Talbot (2007), houve um revés nos anos 2000, e a vida noturna deixou de ser vista como um motor econômico para ser tratada novamente como um problema social ancorado na desordem, na violência urbana e na poluição sonora.

Esse movimento pode ser observado no caso do Reino Unido, que, décadas atrás, foi o palco principal da aplicação prática dos estudos sobre economia noturna, mas se tornou o local de regulamentações rígidas orientadas à gestão do risco e da desordem. Talbot (2007) aponta a Lei de Licenciamento de 2003[6] não apenas como um reenquadramento estratégico, mas como uma legislação bifurcada de controle que diferencia culturalmente espaços tidos como ordenados, como cafés e atrações turísticas, de locais tidos como desordeiros, como bares e casas noturnas. Essa política acabou por favorecer grandes corporações em detrimento de pequenos negócios e residentes, retornando, assim, à cronologia moral do espaço-tempo noturno.

[6] A Lei de Licenciamento de 2003 (Licensing Act 2003) é uma legislação do Reino Unido que unificou e reformou o sistema de licenciamento de bares, casas noturnas e atividades de entretenimento, flexibilizando horários de funcionamento e, ao mesmo tempo, ampliando mecanismos de controle com base em objetivos como segurança pública, prevenção da desordem e redução de incômodos.

Segundo a avaliação de Talbot (2007), essa reproblematização da noite, apoiada por sanções como zonas de desordem e ordens de fechamento, foi vista como uma intolerância punitiva que criminaliza pequenos negócios e pessoas marginalizadas. Para a autora, as fragilidades estão nas contradições de uma regulação que tenta conter os efeitos colaterais de uma economia noturna que o próprio Estado incentivou a expandir. O ponto crítico para Talbot (2007) é o que ela conceitua como "marketing da cultura subcultural", ou seja, a utilização estratégica e banal de elementos transgressores e inovadores da cultura noturna, como as festas raves, como um verniz de autenticidade de bairros ou cidades para atrair investimentos e gentrificar localidades degradadas. Nesse sentido, a regulação busca "higienizar" a noite, o que afeta qualquer grupo considerado marginalizado, incluindo comunidades e segmentos de identidade sexual.

Inserido nesse debate Hadfield, (2014) organiza a evolução dos estudos sobre a noite em um *framework* de ondas, situando o período de endurecimento regulatório como uma segunda fase que priorizou a gestão de riscos e a contenção de externalidades negativas geradas pelo afrouxamento anterior. Segundo o autor, nessa segunda onda, consolidaram-se modelos de governança baseados em parcerias público-privadas, como os Business Improvement Districts[7] e esquemas de acreditação, como o Purple Flag[8] no Reino Unido. Na prática, essas estruturas impuseram uma burocratização da noite que favoreceu grandes grupos corporativos, capazes de arcar com os altos custos de sistemas de vigilância e segurança privada, enquanto excluíram pequenos comerciantes e negócios independentes.

Essa tentativa de quantificar e gerir a noite de forma eficiente resultou em mais vigilância punitiva de práticas consideradas desordeiras. Hadfield (2014) avança ao identificar uma terceira onda contemporânea, definida especificamente como o estudo dos resultados excludentes gerados pelos mecanismos de controle, analisando exclusões baseadas em raça, classe, gênero, idade e orientação sexual. Sob essa ótica, o direito à noite é mais condicionado ao consumo do que ao convívio social plural, operando por meio de quatro modos de

[7] Business Improvement Districts (BIDs) são arranjos institucionais de governança local, geralmente constituídos por parcerias público-privadas, nos quais proprietários e comerciantes de uma área delimitada contribuem financeiramente para um fundo coletivo destinado a melhorias urbanas e serviços adicionais, como segurança, limpeza, marketing territorial e organização de eventos. Esses mecanismos visam valorizar economicamente determinadas regiões, sendo frequentemente associados a processos de revitalização urbana e gestão de áreas comerciais e de entretenimento.

[8] Purple Flag é um selo de certificação internacional, originado no Reino Unido, que reconhece áreas urbanas com gestão considerada segura, diversificada e bem estruturada para a economia noturna. Avalia critérios como segurança, mobilidade, oferta cultural, diversidade de atividades e qualidade da governança local.

exclusão: econômica, espacial, legal e cultural, que afetam desproporcionalmente os grupos classificados como marginalizados.

Diante desse cenário de controle rígido, Seijas e Gelders (2019), baseando-se no *framework* de Hadfield (2014), trazem à tona um debate que Gwiazdzinski (1999) já havia proposto em suas discussões: a eleição de um "maire de nuit" ou ainda *night czar* (prefeito de noite). A intenção de Gwiazdzinski era criar um mecanismo para recuperar a noite urbana e impedir a banalização desse campo, tratando-a como um território que necessita de representação própria. Essa posição de “prefeito da noite” foi eleita pela primeira vez em Amsterdã, no ano de 2003, e, em 2014, o cargo foi institucionalizado por meio da criação de uma organização sem fins lucrativos independente, a Stichting Nachtburgemeester Amsterdam (N8BM)[9], que atua como mediadora entre os agentes da economia da noite, como proprietários de bares, autoridades de planejamento, representantes do governo e cidadãos (Gwiazdzinski, 1999; Seijas; Gelders, 2019).

O estudo qualitativo realizado por Seijas e Gelders (2019), com 35 prefeitos da noite e organizações de defesa da vida noturna de 34 cidades ao redor do mundo, revelou que grande parte desses gestores responde aos governos locais e por eles é financiada. Como consequência, há limites de recursos e de mão de obra, sobressaindo a mediação entre operadores da vida noturna, moradores e governo como a principal atribuição do cargo. Seijas e Gelders (2019) destacam como positivo que a figura do prefeito noturno é relevante nas atualizações de regulamentações locais para apoiar o setor, na inclusão de questões noturnas nas agendas políticas e na captação de fundos ou parcerias para melhorias em aspectos como isolamento acústico e transporte. O papel do prefeito noturno em grandes cidades, como Londres, tem sido fundamental para a manutenção de bares e casas noturnas LGBT+; essa perspectiva de gestão, que busca proteger a identidade cultural e a diversidade de grupos, como as comunidades de identidade sexual, orienta a análise desta pesquisa.

Como visto, a noite urbana não é apenas a ausência de luz solar, mas um espaço-tempo distinto, com dinâmicas sociais, econômicas, políticas e culturais próprias que exigem métodos de estudo e governança específicos. Nesse cenário, a economia noturna, apoiada na cultura, emergiu como uma estratégia relevante na regeneração e diferenciação de cidades para a atração de investimentos. Ao mesmo tempo, torna-se evidente que a regulação noturna, apoiada na cronologia moral, atua como uma ferramenta de controle social. Em suma, a noite é tratada como um território em disputa, no qual o desejo de liberdade e divertimento colide

[9] Em tradução livre: Fundação Prefeito Noturno de Amsterdã.

constantemente com os imperativos do capital, da gentrificação, dos novos ritmos de vida e da vigilância. Todavia, a noite também se configura como um espaço crucial para a construção de identidades, de comunidades e de espaços de sociabilidade, especialmente para pessoas LGBT+, que historicamente usaram e utilizam a escuridão para reivindicar seu direito à cidade, ao lazer, à expressão dos desejos e à construção de suas subjetividades. Nesse contexto, torna-se relevante observar como essas dinâmicas se manifestam na cultura LGBT+, como será abordado na seção seguinte.

2.2 CULTURA LGBT+: ENTRE BARES E FESTAS UMA COMUNIDADE

> Os bares são onde as culturas gays podiam ser
> imaginadas e expressas
> (Hilderbrand, 2023).

A ampliação da vida noturna, em decorrência dos processos de urbanização da população e do desenvolvimento das tecnologias de informação, tem grande importância para a constituição comunitária da população LGBT+. Para o filósofo Didier Eribon (2008), o anonimato dos grandes centros urbanos permitiu o afastamento de vínculos e hostilidades familiares, o que possibilitou a construção de outros modos de vida, de sociabilidade e a realização de desejos homoeróticos. Esse processo de migração como forma de existir, Eribon definiu como “fuga para a cidade”. Nesse contexto, ainda bastante guetificado, emerge a formação de uma subcultura[10] noturna dotada de sentidos e valores que vão dando coesão a um grupo que, mesmo involuntariamente, está em contraposição a uma cultura de socialização dominante. David Halperin (2012), nessa linha, afirma que o processo de aculturação de homens gays (mas extensivo a pessoas LGBT+) não acontece em casa, junto às famílias biológicas, mas sim por meio do contato com a sociedade e o mundo mais amplo. Quinalha (2024) reforça que a comunidade LGBT+ não se deu naturalmente pela mera existência de pessoas LGBT+, mas sim a partir de um processo longo e complexo de construção de uma identidade subjetiva e coletivamente compartilhada. Como fruto dessa comunidade, surge o movimento social LGBT+, bem como uma cultura específica desse grupo.

[10] Toma-se aqui uma ideia mais livre de subcultura para ressaltar como a comunidade LGBT+ produz um tipo distinto e antinormativo de cultura. Para aprofundamento ver: GELDER, Ken (Ed). The subculture Reader. Londres; Nova York. Routledge, 2005.

Com o intuito de delimitar melhor a abordagem adotada nesta pesquisa, revelam-se necessários alguns apontamentos que orientem o recorte analítico. A utilização da expressão "comunidade LGBT+" nesta investigação não pressupõe homogeneidade identitária, política ou experiencial. Reconhece-se que diferentes marcadores, como gênero, raça, classe, geração e territorialidade, atravessam de forma desigual as experiências noturnas e os modos de inserção na cena LGBT+. Além disso, esta pesquisa dialoga com o campo dos estudos de gênero e sexualidade, o qual, embora não constitua o eixo central da investigação, é mobilizado na medida em que contribui para situar a formação das práticas e identidades LGBT+. Nesse sentido, tais discussões são acionadas a partir de duas compreensões mais amplas sobre suas origens e explicações, permitindo localizar a influência dessas correntes sobre o movimento LGBT+ e sobre a constituição de sua cultura.

A primeira corrente calca-se na perspectiva essencialista, na qual se pressupõe que as identidades e os comportamentos decorrem de atributos inatos ou naturais dos corpos biológicos. Para essa tradição, gênero e sexualidade seriam categorias de classificação e descrição com um significado fixo na história, não atentando para as singularidades. Já a perspectiva construcionista considera que gênero e sexualidade possuem uma inscrição na história e na cultura, sendo mais relevantes do que as determinações dos códigos genéticos e biológicos. Fazem parte dessa vertente os pensadores Michel Foucault, Jeffrey Weeks e Judith Butler, entre outros. Essas duas tradições, como pontua Quinalha (2024), mobilizam argumentos de diferentes ordens e de diversas áreas do conhecimento para sustentar narrativas sobre a constituição de sujeitos LGBT+. Para esse autor, ambas são importantes para informar as diferentes táticas e estratégias não só do movimento social LGBT+ e de sua atuação como ativismo organizado, mas também da cultura LGBT+, marcada por suas características gregárias e por um repertório comunitário.

Diante disso, a perspectiva construcionista orienta esta pesquisa a partir do pensamento de Weeks (1986), que aborda a sexualidade como um fenômeno produzido historicamente por práticas sociais, normas culturais, discursos científicos e relações de poder que se transformam ao longo do tempo. Assim, a história da sexualidade não se limita ao controle e à regulação moral, mas também envolve processos de oposição, transgressão e resistência. Nesse contexto, segundo o autor, formaram-se subculturas e redes sociais entre minorias sexuais que contribuíram para a constituição de identidades coletivas. Weeks (1986) aponta uma trajetória dessas organizações de homossexualidade masculina no Ocidente desde o século XVII, na qual redes entre indivíduos com práticas semelhantes favoreceram formas próprias de sociabilidade. O autor demonstra que, a partir do século XIX, a homossexualidade

deixa de ser compreendida apenas como um conjunto de atos, como a sodomia, e passa a ser reconhecida como uma identidade social, processo que contribui para o surgimento das identidades homossexuais modernas e de comunidades organizadas em torno dessas identidades.

Essa perspectiva pode ser observada empiricamente em estudos como o de George Chauncey (1994) sobre a construção do "mundo gay". O historiador analisou esse universo na cidade americana de Nova York entre 1890 e 1940. Segundo ele, os homens gays desenvolveram diversas táticas cotidianas para construir um mundo social coletivo e enfrentar a opressão. Entre essas estratégias estavam a apropriação de espaços urbanos, transformando bairros e estabelecimentos como bares, cafés e casas de banho em territórios de sociabilidade. Além disso, o uso de códigos de linguagem e estilos de vestuário permitia o reconhecimento mútuo sem exposição direta. Nesse contexto, esses homens desenvolveram uma cultura própria, com linguagem, costumes, tradições e referências compartilhadas. Assim como produziram eventos e expressões culturais que incluíam concursos de beleza masculina, bailes de gala, apresentações em clubes, bem como produção literária, teatral e até guias de turismo voltados ao mundo gay da cidade (Chauncey, 1994).

Ampliando essa análise para as condições estruturais que possibilitam essas formas de sociabilidade, John D'Emilio (1983) argumenta que o capitalismo, a urbanização e o surgimento do sistema de trabalho assalariado mudaram a estrutura econômica fundamental da unidade familiar e criaram as possibilidades estruturais para que as identidades e comunidades gays modernas surgissem. Segundo o pesquisador, enquanto as famílias agrárias dependiam do trabalho de seus filhos para operar como uma unidade autossuficiente, a virada em direção aos trabalhadores industriais que recebiam salários permitiu novas liberdades econômicas e geográficas, pelo menos para os homens. A migração e a concentração de populações nas cidades fomentaram o desenvolvimento de locais comerciais, como tavernas, bares e cabarés, e nesses lugares, os homens podiam forjar novas relações afetivas e sexuais.

Em perspectiva complementar, no campo das experiências lésbicas e das formas de sociabilidade entre mulheres, destaca-se o estudo da antropóloga Elizabeth Kennedy em conjunto com a ativista Madeline Davis (2014). As autoras traçaram a evolução de uma comunidade lésbica de classe trabalhadora na cidade estadunidense de Buffalo, entre as décadas de 1930 e 1960. Segundo elas, o desenvolvimento da identidade lésbica moderna se deu em comunidade e por meio da socialização coletiva. Essa comunidade se organizava, principalmente, em torno de bares e festas particulares, pois a busca por esses espaços de sociabilidade era motivada pela necessidade de encontrar locais com mulheres que

compartilhassem identidades semelhantes e para a formação de relacionamentos íntimos. Nesse contexto, as autoras apontam a criação da cultura Butch-Fem: códigos de comportamento pessoal e um princípio organizador central da comunidade lésbica. A "Butch" projetava uma imagem atrelada a códigos tidos como masculinos por meio do vestuário e dos maneirismos, enquanto a "Fem" adotava uma estética convencionalmente feminina. Essa construção social organizava o desejo e a intimidade, criando uma linguagem para a expressão sexual feminina em uma era de repressão. A figura da "Butch" tornava as lésbicas visíveis ao público e umas às outras, desafiando a invisibilidade imposta pela sociedade (Kennedy; Davis, 2014).

Para Weeks (1986), Chauncey (1994) e Kennedy e Davis (2014), as identidades sexuais são construções sociais e culturais que emergem dentro de sistemas de gênero e contextos urbanos específicos. Como demonstrado, apesar de o contexto ser norte-americano, a apropriação de espaços públicos – principalmente de bares –, os códigos de vestuário e a linguagem tramaram a construção de uma cultura gay e lésbica como estratégia de sobrevivência e visibilidade. Para Quinalha (2024), foi sobretudo uma forma de criar práticas e identidades LGBT+ para contrapor-se às referências tradicionais heteronormativas. Nessa mesma direção, Halperin (2012), numa investigação sobre a subjetividade gay, afirma que essa cultura não é apenas guiada pela orientação sexual, mas por um conjunto de repertórios culturais específicos, abarcando referências cinematográficas, gosto musical, estilo de humor e gírias.

Esses repertórios culturais também se expressam em formas específicas de linguagem e códigos compartilhados no cotidiano da vida noturna brasileira. É o caso do pajubá, composto por palavras de origem tupi-guarani, nagô ou iorubá, com as quais as travestis[11] se comunicavam na rua enquanto trabalhavam na noite, para evitar que policiais e clientes entendessem a linguagem entre elas (451 MHz [...], 2025). Essa fala em códigos deu origem, em 2006, ao livro *Aurélia, a dicionária da língua afiada* (Vip; Libi, 2006), que listou, em formato de dicionário, o pajubá e as gírias ligadas à comunidade LGBT+, muito usadas em contextos noturnos, contendo frases, expressões, apelidos e cacoetes transformados em 1.300

[11] Travestis são aquelas pessoas que promovem modificações nas formas de seu corpo visando a deixá-lo o mais parecido possível com o padrão associado ao feminino; vestem-se e vivem cotidianamente como pertencentes a esse gênero sem, no entanto, desejarem explicitamente recorrer à cirurgia de transgenitalização. Ademais, essa identidade de gênero não deve ser analisada de forma isolada, mas sim a partir de suas intersecções com classe, raça, contexto cultural urbano e com sua inserção em redes específicas de sociabilidade. Para aprofundamento, ver: Benedetti, Marcos Renato. Toda feita: o corpo e o gênero das travestis. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2005.

verbetes, como amapô (mulher), aqué (dinheiro), Betty Faria (quando alguém é bonito e gostoso, incitando o desejo sexual) e otim (bebida).

Diante dessas dimensões culturais e sociais, nesta pesquisa, a cultura LGBT+ é compreendida como um conjunto compartilhado de práticas culturais, processos simbólicos, formas de linguagem, expressões artísticas e espaços de sociabilidade que estruturam a construção de identidades coletivas e a produção de formas próprias de interação social e cultural. Essas práticas derivam das experiências plurais de pessoas com orientações sexuais e identidades de gênero diversas, reconhecendo-se, ainda, a diversidade interna da comunidade e os marcadores sociais de diferença que atravessam essas vivências (Chauncey, 1994; Halperin, 2012; Kennedy; Davis, 2014; Quinalha, 2024; UNESCO, 2001; Weeks, 1986).

Essas formas de sociabilidade encontram, historicamente, nos espaços noturnos, especialmente em bares e festas, um dos seus principais meios de expressão e organização, tema abordado na próxima seção.

2.2.1 Cultura noturna LGBT+: tem otim neste bar?

> Eu sei que as pessoas lhe agridem
> E até mesmo proíbem
> Sua forma de amor
> E você tem que ir pra boate
> Pra bater um papo
> Ou desabafar
> Canção “Ombro Amigo”, de Leci Brandão, 1977.

Impedidas de participar do mundo social de uma forma mais afinada à sua existência, as pessoas LGBT+ usaram a vida noturna para moldar um mundo à sua própria imagem. Para Ghaziani (2024), isso fez dos bares gays[12] uma instituição central, se não a expressão mais importante e visível das vidas LGBT+. Sob essa mesma ótica, Hilderbrand (2023) analisa a constituição histórica desses espaços públicos informais, distintos da casa e do local de trabalho, tanto como base para a formação da comunidade quanto para a celebração dela. Segundo o autor, esses locais podem ser entendidos como esferas públicas ou mesmo contrapúblicos voltados à produção de debate e dissidência. Hilderbrand (2023) destaca ainda

[12] Segundo Ghaziani (2024), historicamente, os estabelecimentos eram chamados de bares gay pela principal forma de autorreferência entre pessoas homossexuais, marcando uma identidade ligada ao desejo pelo mesmo sexo e não apenas à expressão de gênero. A partir da década de 1990, termos mais amplos como LGBT+ e *queer* ganharam força, impulsionados pela crítica à homonormatividade e à centralidade masculina, branca e cisgênera associada ao termo “gay”, além da necessidade de maior inclusão de lésbicas, pessoas trans, identidades não binárias e pessoas racializadas, ampliando a compreensão desses espaços para além de uma única forma identitária.

que, para gerações de pessoas LGBT+, frequentar bares gays funcionou como um rito de passagem, no qual o processo de assumir-se frequentemente ocorria ao sair à noite. Nesse contexto, para esses autores, além de os bares operarem como a instituição mais visível da vida pública LGBT+, eles funcionaram, desde sua origem, como espaços centrais para a formação de comunidades, de culturas, de práticas políticas e de dinâmicas econômicas locais.

Essa centralidade dos bares pode ser observada na formação de sociabilidades e culturas LGBT+ em diferentes contextos históricos, políticos e geográficos. O *Café 't Mandje*, aberto em 1927 em Amsterdã por Bet van Beeren, tornou-se um dos primeiros lugares onde *gays* e lésbicas podiam reunir-se sem esconder sua orientação. Em Londres, o *Comptons of Soho*, nos anos 1950, consolidou-se como um dos primeiros bares declaradamente gays da cidade, contribuindo para transformar a *Old Compton Street*[13] em um centro da vida noturna gay (Neves, 2024). Para Quinalha (2024), o surgimento desses estabelecimentos possibilitou a presença cada vez maior e mais aberta de homossexuais circulando pelo espaço público. Entretanto, segundo o autor, esse movimento acontecia em constante tensão com a repressão policial que essa visibilidade acarretava. Logo, foi nesse território de bares e festas que emergiram protestos e confrontos contra as forças policiais.

O mais marcante deles aconteceu em 1969, no bar *Stonewall Inn*, no bairro nova-iorquino de *Greenwich Village*. No dia 28 de junho[14], uma agressiva abordagem policial fez irromper uma revolta espontânea por parte dos sujeitos LGBT+, que reagiram àquela brutalidade. Nos dias seguintes, a repercussão nos jornais e os panfletos distribuídos pela população LGBT+ provocaram novos protestos que continuaram desafiando o controle estatal. Algumas razões ajudam a compreender a singularidade de *Stonewall* como marco internacional do movimento LGBT+, argumenta Quinalha (2024). A primeira delas vincula-se às lutas por liberdade sexual e igualdade de gênero iniciadas durante as décadas de 1950 e 1960; já a segunda foi a afirmação de uma identidade homossexual coletiva e igualitária, resumida na palavra *"gay"*, que não mais se hierarquizava centralmente pelos papéis tradicionais de gênero, o que permitiu a criação de laços de solidariedade e a formação de

[13] Ruas e bairros urbanos com uma alta concentração de estabelecimentos comerciais e serviços voltados para à comunidade LGBT+ denominadas nas pesquisas de Amin Ghaziani como *gayborhoods* (bairros e distritos gays). Para aprofundamento ver: There Goes the Gayborhood? (2015).

[14] Essa data tornou-se o Dia Internacional do Orgulho LGBT+.

uma subcultura mais espessa. Ao analisar os desdobramentos de Stonewall, Quinalha (2024) afirma:

> Depois dessa revolta histórica, o melhor jeito de lidar com o preconceito parecia ser o embate, a denúncia e a não conformidade. Desse modo, houve um deslocamento no estilo de ativismo, com o orgulho funcionando como vetor ideológico principal de um modo eroticamente subversivo de ser contra uma ordem social e sexual conservadora. A saída do armário, que sempre foi reduzida a uma decisão essencialmente pessoal, foi se conectando cada vez mais com um senso de comunidade, sendo cada vez mais politizada na esfera pública. A revolta de *Stonewall* criou, assim, novos horizontes para a população LGBTI+ dotar de sentido suas existências, cultura e ação política, constituindo uma narrativa coletiva a partir da memória social dessa luta (Quinalha, 2024, p. 83).

A partir desse levante, fundaram-se grupos que estampavam com orgulho a palavra "gay" em suas comunicações e iniciaram-se as marchas de rua, as quais originaram as Paradas do Orgulho LGBT+ difundidas mundialmente. Em conjunto, esses casos demonstram que, em diferentes contextos, os bares e casas noturnas evoluíram de espaços de sociabilidade e resistência política para circuitos de visibilidade, orgulho e consumo. Nesse sentido, D'Emilio (1983) e Hilderbrand (2023) avaliam que a libertação *gay* desenvolveu-se por meio da emergência conjunta do consumidor *gay* e do sujeito político *gay*, configurando o que passaria a ser concebido como um estilo de vida inteiramente novo.

Essa dinâmica também se manifesta no contexto brasileiro, em que o processo de modernização propiciou a emergência de identidades gays e lésbicas comuns a várias regiões do mundo. Embora dotado de algumas particularidades, o cenário brasileiro – especialmente o das grandes metrópoles – não parece diferir de modo tão abismal daquele observado em outros contextos. Já na virada do século XIX para o XX, uma cultura homossexual, similar àquela que florescia em Nova York e Buenos Aires, podia ser observada em cidades como Rio de Janeiro e São Paulo. Ao longo dos anos 1900, o país foi palco de transformações significativas para a população LGBT+, e poucos segmentos sentiram tanto o impacto dessas mudanças quanto os espaços de sociabilidade frequentados pelo público homossexual, cujas reconfigurações estiveram diretamente associadas ao crescimento de bares voltados à comunidade (Green, 2000; Saggese, 2015).

Aprofundando a análise sobre essa cena urbana nacional, a jornalista Erika Palomino (2024) reuniu no livro *Babado Forte* um panorama da cultura noturna paulista com ênfase na cultura LGBT+ que emergiu na cidade a partir da década de 1990, frequentemente chamada de "anos gays". Palomino faz uma espécie de etnografia noturna por meio de bares, clubes e boates da cidade, bem como de personagens da noite: de produtores a DJs, passando por

figuras simbólicas que deram o tom da constituição econômica e cultural desses espaços. Foi nessa época também que a sigla GLS (gays, lésbicas e simpatizantes) teve papel importante na ampliação de visibilidade e circulação cultural, surgindo no contexto do Festival Mix Brasil – derivado do *New York Lesbian and Gay Experimental Film Festival* e organizado no país a partir da atuação do jornalista e pesquisador André Fischer. Criado em 1993, o evento buscou adaptar a proposta original ao contexto brasileiro e ampliar seu alcance, posteriormente incorporando outras linguagens artísticas e consolidando-se como Festival Mix Brasil de Cultura e Diversidade.

Em outro grande centro urbano, o Rio de Janeiro, o jornalista Rodrigo Faour (2025) documenta, em *A audácia dos invertidos*, livro originado de sua tese de doutorado, como a cidade se tornou um importante epicentro cultural da comunidade LGBT+ no Brasil entre 1950 e 1990. A obra revela estratégias de sobrevivência em um contexto de repressão, bem como práticas culturais e formas de sociabilidade que, segundo o autor, contribuíram para moldar a cultura LGBT+ nacional. Faour destaca que essas práticas envolviam eventos específicos da comunidade, como o Baile das Travestis, os bailes carnavalescos e as festas nas casas noturnas, que passaram a abrigar shows e espetáculos performáticos de artistas como Rogéria e Laura de Vison[15]. Desenvolveram-se ainda, segundo Faour, práticas culturais como o culto aos concursos de miss, desfiles organizados por coletivos e a produção de jornais e fanzines. Essas práticas ilustram como funcionavam a sociabilidade, a expressão cultural e a resistência à repressão social da comunidade LGBT+, evidenciando também a força dessa população em produzir sua própria cultura.

Para além desses registros históricos, estudos contemporâneos apontam que a cultura noturna LGBT+ transcende a função de entretenimento (Moore, 2016; Valencia, 2024). Em um estudo de caso sobre a vida noturna dessa comunidade em Los Angeles, EUA, Valencia caracteriza ambientes como bares, clubes e festas como espaços vitais para a criação artística e a experimentação cultural. Tanto para ele quanto para Moore, é nesses locais que artistas LGBT+ encontram um "incubatório" para desenvolver suas práticas artísticas, produzindo uma cena distante da adequação do *mainstream*. Moore avança no argumento e conclui que essas cenas, normalmente, referem-se a um tipo de conhecimento especializado sobre estilos musicais, tendências artísticas e locais geográficos que compartilham das promessas que a

[15] Rogéria (1943–2017) e Laura de Vison (identidade artística do professor Renato Bandeira, 1934–2007) foram artistas pioneiras da noite carioca, cujas trajetórias nos palcos e casas noturnas tornaram-se marcos na história da visibilidade e da expressão cultural LGBT+ no país.

escuridão cria e permite. Assim, a presença desse circuito sustenta a própria base de produção e celebração da cultura noturna LGBT+ fora do *mainstream*.

Ghaziani (2025) junta-se a Valencia (2024) e Moore (2016) na defesa da vida noturna como um espaço de produção cultural, caracterizando-a especificamente como um “campo cultural". Essa perspectiva a define como um espaço expressivo composto por múltiplas cenas que oferecem oportunidades para a produção e o consumo artísticos das expressões dessa comunidade. Para Ghaziani (2025), compreender a vida noturna como campo implica entendê-la como uma comunidade de organizações com múltiplas lógicas, irredutível a uma única forma organizacional. Essa abordagem enfatiza a pluralidade institucional, na medida em que abrange uma multiplicidade de formas – como bares e clubes permanentes, espaços *pop-up*, festivais, armazéns, cafés e festas –, articuladas por instituições sociais, interações e redes de artistas. Assim, a cultura noturna LGBT+ não se configura como uma prática isolada, mas como um espaço de criação relacional, atravessado por uma estética do ativismo que desafia hierarquias sociais, dinâmicas de poder e exclusões, transformando eventos noturnos em ferramentas de mudança social e justiça, além de celebração (Ghaziani, 2025).

Diante desse contexto, fica evidente que as formas de sociabilidade e as expressões culturais da comunidade LGBT+ forjam seus espaços físicos e simbólicos. No entanto, essas dinâmicas não se dão sem tensões. Segundo Mattson (2015), em um estudo de caso sobre Polk Gulch, um dos distritos LGBT+ mais famosos de São Francisco, nos Estados Unidos, a dinâmica da revitalização noturna estabelece uma hierarquia de valor que privilegia o que o autor nomeia de "criatividade boêmia" (práticas culturais que podem ser industrializadas e transformadas em mercadoria, como aconteceu com a cena de rock/indie) em detrimento das práticas culturais não hegemônicas. Para o autor, embora os bares LGBT+ funcionem como polos de produção cultural – manifestada em linguagens e expressões estilísticas próprias –, essa cultura é frequentemente de uso interno, tornando-se ininteligível como forma de arte para grande parte da sociedade. Mattson (2015) argumenta ainda que a fragilidade dessas manifestações decorre de uma carência estrutural de capitais: capital financeiro para modernizar seus espaços; capital social para atrair patrocínios diversos; e capital cultural para se ajustar aos gostos mutáveis da gentrificação noturna. Assim, tais estabelecimentos lutam continuamente para operar à margem dos projetos oficiais de revitalização e desenvolvimento noturno, permanecendo vulneráveis ao apagamento.

Portanto, a cultura noturna LGBT+ urbana possui dinâmicas sociais, econômicas, políticas e culturais próprias, configurando-se como um espaço privilegiado de produção e circulação de práticas culturais. Nesse contexto, compreender essas dinâmicas exige

considerar não apenas seus aspectos simbólicos e sociais, mas também os mecanismos pelos quais cultura e economia se articulam, aspecto que será abordado na seção seguinte a partir do campo da economia da cultura.

2.3 A ECONOMIA DA CULTURA

O desenvolvimento de uma economia baseada na criatividade e no conhecimento é um fato recente. Segundo o economista Alain Lipietz (1991), a organização do trabalho baseada na produção em massa de bens padronizados foi abandonada por volta dos anos 1970 para dar espaço a novos hábitos e arranjos de produção. Para o autor, tais mudanças levaram ao advento de uma nova lógica, pautada no saber e na criatividade, que substituiu a racionalidade da produção em série. Essa virada de chave abre um novo contexto econômico que, após ganhar intensidade ao longo dos anos 1980, foi mapeado em um amplo estudo da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2008), no qual acadêmicos e formuladores de políticas públicas passam a reconhecer uma conexão importante entre economia, criatividade e cultura.

Nesse novo campo de investigação, segundo Paul Tolila (2007), um dos principais especialistas mundiais em gestão cultural e políticas públicas de cultura, os economistas buscaram adequar os pressupostos tradicionais das ciências econômicas ao setor das artes e da cultura. De acordo com o autor, na economia clássica, basta que a característica de um bem seja mensurável para que ela preencha as condições para ser universalmente reconhecida. No entanto, esses teóricos perceberam que os bens culturais e artísticos escapam do modelo da mercadoria-tipo, porque o que constitui sua definição, a qualidade artística, responde a uma avaliação subjetiva e não a uma medida cuja universalidade possa ser consensual (Tolila, 2007).

Tolila avança no argumento ao justificar que os bens culturais possuem características diferentes em relação às mercadorias definidas pela economia padrão, pois sua compra e sua fruição não destroem nenhuma de suas propriedades e não eliminam a possibilidade de um acesso mais amplo ou posterior. Outro contraexemplo apontado pelo autor em relação aos modelos clássicos de mercado é que toda mercadoria convencional é declarada um bem privado, caracterizado pelo fato de ser exclusivo e rival no consumo. No entanto, a maioria dos bens e serviços sob a rubrica cultural comporta-se sempre, no todo ou em parte, como bens não exclusivos e não rivais no consumo, ou seja, constituem o que a teoria econômica classifica como bens coletivos.

Nesse sentido, Tolila aponta que, nos anos 1990, os economistas ainda se debruçaram sobre os procedimentos de tentativa de objetivação da qualidade artística. No intuito de adequá-la, elegeu-se a originalidade como convenção e instância de legitimação da qualidade de uma obra artística e cultural. Para essa qualificação, os critérios selecionados estavam ancorados na autenticidade, na unicidade e na novidade. No entanto, nessa mesma época, o autor sinaliza um fenômeno importante nesse percurso de ligação entre economia e cultura: o fomento de produtos culturais tidos como de "massa"[16]. Esse movimento, ao mesmo tempo em que avançou certas discussões entre esses dois temas, reforçou a lógica que consistiu, fundamentalmente, na aplicação dos processos industriais aos protótipos da criação artística e cultural. A partir disso, o termo indústria ganha força ao lado do de cultura.

Sob essa ótica, cinema, música e livros se tornam os principais itens de produção dessa nova indústria. Diante disso, foram organizados esquemas produtivos sequenciais dessas operações, englobando desde o tratamento das matérias-primas até a elaboração do produto final. Entre as etapas-chave, estavam a criação, a produção, a fabricação, a distribuição e a comercialização desses bens. Como consequência dessa industrialização, Tolila destaca a concentração dos Estados Unidos na produção, cujos produtos culturais tornaram-se marca do país e item de exportação mundial, bem como a formação de um oligopólio de franja, marcando um setor dominado por grandes empresas cercadas por uma miríade de pequenas empresas independentes que assumem os riscos da inovação e da descoberta de talentos.

A partir desse percurso, observa-se que a relação entre economia e cultura deixa de se restringir às tentativas de adequação dos bens culturais aos pressupostos tradicionais da ciência econômica, para se estruturar, simultaneamente, em formas específicas de organização da produção, da circulação e do consumo. Se, por um lado, a qualidade artística permanece central, por outro, a incorporação de processos industriais evidencia a inserção da cultura em lógicas econômicas mais amplas. Nesse movimento, a articulação entre criatividade, cultura e economia ganha novos contornos.

É nesse contexto que se consolida o debate em torno das chamadas indústrias criativas. O paradigma de produção que começava a caracterizar a sociedade baseada no capital intelectual e no indivíduo impulsionou o surgimento do termo "indústrias criativas" (Miguez, 2023). O conceito surgiu inicialmente na Austrália, em 1994, como uma política

[16] O termo "massa" remete à lógica da Indústria Cultural, conceito formulado pela Escola de Frankfurt por Adorno e Horkheimer, sob a influência dos debates de Walter Benjamin sobre reprodutibilidade técnica. Para ver mais: ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985 [1944].

governamental para o desenvolvimento cultural do país. Porém, foi na Inglaterra, em 1997, que a identificação dessas indústrias como um setor particular da economia ganhou maior impulso. O caso inglês é referência devido ao seu pioneirismo e à associação do tema com uma agenda política e econômica. O país realizou um mapeamento detalhado de atividades atreladas à criatividade e ao conhecimento e organizou uma governança direcionada por meio do impulsionamento das atividades classificadas. Entre os setores criativos que compuseram a lista, estavam a publicidade, a arquitetura, o artesanato, o design, o cinema, o software, a música, as artes performáticas, o rádio, a TV e as atividades relacionadas às tradições culturais. Essa iniciativa modelou inúmeros estudos desse tema em âmbito internacional (Bendassolli, 2009; Cunningham, 2008; Dcms, 2001).

Desde então, criou-se uma disputa terminológica entre indústrias culturais e indústrias criativas, presente tanto na discussão sobre os setores considerados quanto nas diferenças de enfoque conceitual. Para a UNCTAD (2010), a economia criativa é determinada pelo escopo das indústrias criativas, embora haja incongruência quanto à definição dessas indústrias – que são consideradas sinônimos de indústrias culturais para alguns e conceitos intercambiáveis para outros. Diante dessa disputa, no relatório de 2024, o órgão revisitou os conceitos propostos em 2008 e manteve as definições da época, apesar das rápidas mudanças tecnológicas. Como forma de delimitar as diretrizes conceituais desta pesquisa, a economia criativa é assim definida:

> A economia criativa é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que têm o potencial de gerar crescimento e desenvolvimento econômico. Ela promove a geração de renda, a criação de empregos e o aumento das receitas de exportação, ao mesmo tempo em que estimula a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. Abrange aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia, a propriedade intelectual e o setor turístico. É um conjunto de atividades econômicas baseadas no conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e ligações transversais aos níveis macro e micro da economia global. Trata-se de uma opção de desenvolvimento viável que exige respostas políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial. No centro da economia criativa estão as indústrias criativas (UNCTAD; UNDP, 2008, p. 111–112, tradução nossa).

A partir dessa definição, a economia da cultura, por sua vez, configura-se como uma área de aplicação das ciências econômicas, semelhante ao que ocorre com o tratamento teórico dado, por exemplo, à economia do meio ambiente, à economia da saúde e à economia da educação.

Para Valiati (2022), esse ramo da ciência econômica se apresenta como um instrumento analítico para a compreensão dos efeitos econômicos, em sentido abrangente, da

atividade cultural. Nesse sentido, os estudos vinculados a essa área podem fundamentar-se em paradigmas quantitativos e qualitativos. Os efeitos correlatos podem estar relacionados à geração de emprego e renda, aos investimentos, à produção, à balança comercial e aos gastos públicos, mas também a impactos e motivações mais abrangentes, como a criação de atividades com valor de mérito cultural, as externalidades positivas e a estruturação da condição de bem público das manifestações culturais. Dessa forma, o setor da cultura amplia o cenário da análise econômica, agregando à lógica do valor de troca e suas variáveis a perspectiva do valor intrínseco, produzindo um sentido que expande as variáveis quantitativas do campo (Valiati; Corazza; Florissi, 2022).

Diante disso, revela-se necessário conceituar a economia da cultura. Conforme registrado pela UNCTAD (2010) em seu *Creative Economy Report*:

> A economia da cultura é a aplicação da análise econômica a todo o espectro das artes criativas ou performáticas, ao patrimônio e às indústrias culturais, providos pelas esferas pública ou privada. Consiste também na análise dos modelos de organização econômica do setor cultural e na compreensão do comportamento dos produtores, consumidores e governos que interagem nesse setor. O tema pode ser tratado por uma série de abordagens, incluindo as do *mainstream* neoclássico, da economia do bem-estar, das políticas públicas e da economia institucional (p. 11, tradução nossa).

Esta distinção é crucial para definir políticas, abordagens, metas e indicadores, sobretudo pela necessidade de demarcações setoriais, já que o setor criativo responde por um escopo muito representativo em termos de áreas contempladas, as quais abrangem segmentos por vezes distantes das tradicionais manifestações artísticas. Por isso, nas recomendações de Valiati, Corazza e Florissi (2022) para recortes analíticos, o ideal é a delimitação de um objeto. Segundo esses autores, o escopo da economia criativa acaba por incluir elementos ligados à criatividade em sentido amplo, passando pela publicidade e pelas tecnologias de informação e comunicação (TICs).

Por outro lado, como campo de estudo, a economia da cultura corresponde à aplicação do instrumental analítico da ciência econômica – em suas diversas abordagens – ao setor cultural. Nesse sentido, o foco de investigação recai sobre o setor produtivo de bens culturais, de modo geral, e suas cadeias de produção de valor econômico, além dos elementos que estruturam as cadeias de valor cultural em uma sociedade, os quais não podem ser ignorados pela análise econômica. A partir dessas definições, o conceito-guia e objeto de análise desta pesquisa é a economia da cultura. Diante dessa delimitação conceitual, torna-se necessário compreender as bases teóricas que estruturam esse campo de estudo.

2.3.1 Bases históricas e obras seminais

Segundo Valiati (2022), as recentes raízes históricas da economia da cultura concentram-se em três obras seminais, de caráter instrumental, focadas na dimensão das preferências do consumidor e nos impactos econômicos *stricto sensu* da cultura. Essas obras reúnem trabalhos elaborados, em geral, sob duas perspectivas: a da microeconomia tradicional e a dos estudos a partir da economia do bem-estar, em especial os que se voltam à justificativa da ação pública.

O primeiro marco seminal reconhecido como essencial é o livro *Performing Arts: The Economic Dilemma*, de William J. Baumol e William G. Bowen (1966), então consultores da *The Twentieth Century Fund*[17], que procuravam responder à questão fundamental sobre as dificuldades financeiras enfrentadas pela área cultural. Na economia, uma forma de mensurar a produtividade é aquela relacionada ao custo total de produção de um bem em relação ao seu custo em termos salariais, buscando a redução deste último (Valiati; Corazza; Florissi, 2022). No entanto, as investigações de Baumol e Bowen, que tinham como foco as artes performáticas, levaram-nos à conclusão de que as próprias condições de produção artística não permitem quaisquer mudanças substanciais de produtividade, pois "o trabalho do artista é um fim em si mesmo, não um meio para a produção de algum bem" (Baumol; Bowen, 1966, p. 164, tradução nossa).

Na evolução dos argumentos, Baumol e Bowen compararam as condições de produção de setores manufatureiros em geral àquelas das artes performáticas e constataram o que eles chamaram de *productive lag*, ou seja, um diferencial de produtividade a favor da manufatura, que poderia ter seus custos minorados. Dessa forma, os rendimentos dos setores artísticos tenderiam a se tornar insustentáveis, uma vez que apresentariam produtividade estagnada e custos relativos crescentes na economia. Em função dessa "doença de custos de Baumol", os autores apresentaram a ideia de apoio à política pública no setor cultural não apenas como incentivo, mas também como mecanismo de sobrevivência das atividades, expansão do acesso ao público e aumento da oferta de bens culturais (Valiati; Corazza; Florissi, 2022).

Outra perspectiva econômica dos bens culturais é apresentada por Gary Becker (1964), com foco na análise do comportamento do consumidor. Segundo sua abordagem, os gostos influenciam profundamente as escolhas humanas, tanto na vida privada quanto na pública.

[17] O The Twentieth Century Fund (TCF), atualmente conhecido como The Century Foundation, é um dos institutos de pesquisa de políticas públicas mais antigos dos EUA, fundado em 1919.

Para o autor, nos modelos econômicos tradicionais, ditos neoclássicos, de comportamento do consumidor e teoria da demanda, as preferências são dadas – não sendo, portanto, afetadas pelo consumo de terceiros, pela oferta, pela experiência passada, pelas expectativas do próprio consumidor quanto ao seu futuro ou por qualquer aspecto do cenário individual ou coletivo.

No entanto, na perspectiva de Becker (1964), as preferências não são dadas, mas sim formadas. E essa formação é construída de forma individual e racional. Para o autor, as referências culturais, as interações sociais, os fatores ambientais e a criação de hábitos interferem na formação dos gostos, referidos nos modelos econômicos como preferências. Sendo assim, de acordo com Becker, as preferências por bens culturais são moldadas pela educação e pela construção do gosto. Desse modo, o desejo pelo consumo suplementar desses bens aumentaria à medida que fossem mais consumidos, dinâmica exemplificada pelo autor por meio dos bens relacionados a vícios (Valiati; Miguez; Cauzzi; Silva, 2017).

Ainda entre os trabalhos seminais em economia da cultura, destaca-se Richard Musgrave (1959), que apresentou, em seu livro *The Theory of Public Finance*, sua concepção sobre bens de mérito. Segundo o economista, incluem-se nessa categoria exemplos como refeições gratuitas ou a preços reduzidos em escolas, habitações subsidiadas para populações de baixa renda e educação pública gratuita. Correspondentemente, entre os bens de demérito, ele inclui o álcool e o tabaco, cujo consumo deveria ser desencorajado por meio da aplicação de taxas elevadas. Ressalta-se que a perspectiva de bem-estar social subjacente ao conceito de Musgrave implica que o indivíduo não é visto apenas como consumidor, mas também como cidadão.

Diante disso, Musgrave (1959) justifica a intervenção do Estado no mercado para fornecer os referidos bens de mérito, uma vez que certos bens e serviços devem receber estímulo ao consumo, dado que, se deixados à mercê do livre mercado, muitos consumidores não estariam dispostos a adquiri-los ou a fazê-lo em quantidades adequadas. No setor cultural, Musgrave cita exemplos de bens de mérito que incluem ópera, balé, museus, além de documentários, debates e programas educativos em emissoras públicas de televisão. O incentivo público do Programa Vale-Cultura no Brasil constitui o que o autor denomina redistribuição em espécie, na qual a doação de recursos está condicionada a uma despesa específica de consumo (Valiati; Corazza; Florissi, 2022).

Posto esse cenário, apontam-se alguns pressupostos. Os indivíduos são agentes de ação cujo comportamento depende tanto das preferências individuais quanto dos recursos (renda) e das condições a que estão sujeitos. Como regra, os indivíduos buscam seu próprio interesse, sendo seu comportamento influenciado por incentivos. Por fim, as mudanças

comportamentais podem ser atribuídas a alterações nas restrições externas, como renda e normas (Valiati; Corazza; Florissi, 2022).

A partir desse panorama sobre as raízes da economia da cultura e da aplicação dessa abordagem, observa-se que esse campo se estrutura a partir de diferentes dimensões que envolvem a produção dos bens culturais, o comportamento dos indivíduos e a atuação do Estado. Esses elementos, embora fundamentais para a compreensão do funcionamento econômico da cultura, não esgotam as possibilidades de análise. Nesse sentido, a partir dos anos 2000, novas perspectivas passam a ampliar esse debate, incorporando outros componentes para a compreensão das relações entre cultura, economia e sociedade.

2.3.2 Novas perspectivas e abordagens

Essa ampliação do debate se expressa em uma nova inflexão teórica na economia da cultura, que, segundo Valiati (2022), caracteriza uma segunda abordagem de caráter estruturante, com investigações e proposições de fundamentos mais abrangentes para compreender o comportamento humano anterior ao mercado. Esses estudos assumem um caráter interdisciplinar pelos diálogos com outras ciências sociais. Entre os temas de destaque, estão as delimitações de cultura, de valor cultural e de valor econômico para esse campo.

Um dos pesquisadores de destaque dessa nova fase da economia da cultura é David Throsby, economista australiano. Um dos pontos fundamentais da construção teórica de Throsby (2001) está na definição instrumental de cultura, dividida em duas partes para melhor compreensão. Na primeira, a cultura é definida por um amplo espectro antropológico ou sociológico, acionado para descrever um conjunto de atividades, crenças, convenções, costumes, valores e práticas comuns ou compartilhadas por qualquer grupo. Na segunda, a cultura aparece como as atividades dos agentes econômicos e os produtos dessas ações, desde que estejam vinculadas ao meio intelectual, moral ou artístico. As duas definições apresentadas pelo autor não são excludentes e, em muitos casos, podem até se sobrepor.

A partir dessas definições, fica evidente que se faz necessário superar a dicotomia entre o bem materializado e a prática social. Como aponta Throsby (2022), a cultura opera como um fluxo que se converte em estoque. Assim, o inventário cultural da sociedade é instável, dinâmico e resulta de complexos processos culturais e relações de poder que contribuem para a materialização de bens tratados como culturais.

Segundo Valiati (2022), a conexão com os ramos das teorias do valor das ciências econômicas é um ponto crucial para a economia da cultura, pois estabelece a ponte entre

economia e cultura. Para Throsby (2022), em um sentido fundamental, a ideia de valor é a origem e a motivação de todo comportamento econômico; mesmo que sob outra perspectiva, as ideias de valor também permeiam a esfera da cultura. No domínio econômico, o valor, segundo Throsby, está associado à utilidade, ao preço e à equivalência que indivíduos ou mercados atribuem às mercadorias.

Já no caso da cultura, o autor alerta que se faz necessária uma distinção *a priori* entre mercadorias culturais existentes como bens privados, nas quais há um conjunto de preços de mercado, e os bens públicos, para os quais não há preços observáveis disponíveis. Posto isso, para o autor, o valor subsiste em certas propriedades dos fenômenos culturais, expressas seja em termos específicos, como o valor tonal de uma nota musical, seja em termos gerais, como a indicação do mérito ou do valor de uma obra, de um objeto, de uma experiência ou de qualquer outra manifestação cultural.

Throsby (2022) avança ao qualificar as facetas e os métodos de avaliação do valor cultural. Para tanto, o autor recorre à teoria do discurso cultural – na qual o valor de uma obra de arte é equivalente às suas qualidades estéticas, artísticas ou culturais – para, em seguida, utilizar o pensamento econômico como ferramenta de modelagem. O autor constata ainda que o valor cultural é múltiplo, variado, mutável e transcende um único prisma. Isso implica aceitar que a sua medição pode não ser plenamente viável, visto que alguns fenômenos são considerados incomensuráveis de acordo com qualquer padrão quantitativo ou qualitativo conhecido. Diante disso, Throsby (2022) elenca alguns princípios norteadores para descrever uma obra de arte, os quais podem perfeitamente ser ampliados como forma de mensuração do valor cultural em sentido amplo.

O autor destaca seis dimensões não hierarquizadas para essa composição: valor estético, que se refere à qualidade da forma, do estilo e da harmonia; valor espiritual, que oferece significado tanto em contextos religiosos quanto seculares, proporcionando entendimento ao observador; valor social, fundamental para criar conexões entre indivíduos e fortalecer o senso de identidade e pertencimento comunitário; valor histórico, que atua como um elo de continuidade ao refletir as condições de vida de sua época e iluminar o presente; valor simbólico, que define a obra como um repositório de significados, permitindo ao consumidor extrair e interpretar mensagens específicas; e valor de autenticidade, que garante a integridade da representação como algo real, original e único, conferindo uma importância intrínseca que valida as demais fontes.

Enquanto Throsby (2022) estrutura o valor, o economista holandês Arjo Klamer (2022) propõe uma ampliação do entendimento do valor cultural ao identificar quatro formas

de interpretação no campo da economia da cultura. A primeira corresponde à abordagem tradicional dos economistas, voltada à mensuração do valor econômico das atividades culturais, contemplando estudos sobre rendimentos decorrentes do investimento em bens culturais, análises de demanda (elasticidades e preferências) e a avaliação dos impactos econômicos de ações privadas e da ação estatal. Em uma segunda perspectiva, o valor cultural é reconhecido a partir de aspectos sociais e culturais, como identidade e pertencimento, que sustentam argumentos favoráveis à subvenção pública como forma de promover o desenvolvimento social. A terceira forma compreende a cultura como um conjunto de crenças, tradições e valores compartilhados que distinguem grupos sociais, sendo o valor econômico associado às expressões culturais derivado desses valores coletivos. Por fim, a quarta abordagem propõe uma leitura integrada das três anteriores, contribuindo para a consolidação desse campo. Nesse sentido, o autor afirma que o valor pode referir-se simultaneamente às dimensões econômica, social e cultural (Klamer, 2022).

Ambos os autores reconhecem que o valor cultural não se reduz às métricas econômicas tradicionais. Enquanto Klamer (2022) amplia o conceito ao enfatizar valores compartilhados, significados e práticas sociais como constitutivos desse valor, Throsby (2022) organiza e sistematiza essa categoria em uma estrutura analítica multidimensional, capaz de articular as dimensões cultural e econômica. Dessa forma, evidencia-se que o valor da cultura pode ser compreendido a partir de duas dimensões complementares. De um lado, há o valor econômico associado às atividades culturais, como geração de emprego, renda e outros ativos mensuráveis. De outro, há a dimensão simbólica de valor, mais distanciada dos mercados e dos ativos reais (Valiati, 2022). Nesse sentido, esta pesquisa reconhece nessas abordagens um caminho conceitual relevante, ao indicar a necessidade de considerar os valores econômico e cultural como entidades distintas, cada qual contribuindo de forma específica para a compreensão do valor das mercadorias culturais.

Articulado à discussão sobre o valor, outro aspecto proeminente nas discussões da economia da cultura são as políticas públicas de cultura. Como visto, já se encontram na obra de Baumol e Bowen (1966) elementos embasadores de ações estatais no setor cultural. Na perspectiva dos autores, a complexidade do mercado cultural afasta-se do perfil competitivo, apresentando tendências ao monopólio e à assimetria de informações entre os agentes. A presença de órgãos fomentadores seria não apenas um incentivo, mas uma questão de sobrevivência, como já apontado. Em um sentido mais amplo, de acordo com Raussel (Corazza; Florissi, 2022; Raussel, 2007 *apud* Valiati;), uma política cultural constitui toda ação promovida por agentes públicos ou privados que tem incidência sobre o universo

simbólico de um grupo social, abrangendo, portanto, políticas educacionais, linguísticas, de informação, de comunicação, de turismo e industriais (desde que estas sejam orientadas para um setor cultural).

Valiati, Corazza e Florissi (2022) reforçam que, para que certa atividade cultural seja passível de fomento por políticas públicas, é imperativo reconhecer que ela crie um sentimento de pertença na maioria, havendo um consenso social que legitime tal intervenção. Segundo os autores, é necessário mapear as relações complexas entre os agentes e as instituições e formular um diagnóstico que revele o funcionamento da realidade social vinculada aos fenômenos culturais. É esse diagnóstico que disponibilizará as ferramentas para elaborar um modelo justo de implementação de tais ações públicas, buscando uma distribuição de bens culturais igualitária e acessível a todos.

Partindo dessa proposta, revela-se importante considerar esses locais como espaços passíveis de políticas culturais ou de incentivos público-privados. Nesse sentido, esta pesquisa se vale da discussão de cadeias de valor cultural não apenas para mapear as relações complexas que estruturam esse setor, mas também para compreender como essas dinâmicas contribuem para a economia e o desenvolvimento local. Diante disso, a cadeia de valor cultural é adotada como ferramenta analítica central deste estudo e discutida na seção seguinte.

2.4 CADEIA DE VALOR CULTURAL

Para operacionalizar a análise da economia da cultura nas casas noturnas LGBT+, esta pesquisa adota o conceito de cadeia de valor cultural. A esse respeito, faz-se relevante pontuar que as cadeias de valor, segundo Kaplinsky e Morris (2000), representam todas as etapas necessárias para que um produto ou serviço seja desenvolvido, desde a sua concepção inicial até a entrega ao consumidor final e ao seu descarte pós-uso. Assim, essa perspectiva permite uma compreensão mais profunda do funcionamento e das dinâmicas de um setor ao percorrer todas as suas fases.

No campo cultural, o conceito de cadeia de valor foi adaptado por De Voldere *et al*. (2017) no estudo *Mapping the Creative Value Chains: A study on the economy of culture in the digital age*. Segundo os autores, a cadeia de valor criativa consiste em uma ideia criativa inicial que, somada a outros insumos e percorrendo uma sequência de etapas interligadas, resulta no bem ou serviço cultural destinado ao consumidor final. Nessa perspectiva, as cadeias de valor criativas contemplam atividades e atores interligados em uma estrutura que

abrange funções principais – como as etapas de criação, produção, disseminação e exibição – articuladas com funções de suporte, como preservação, educação, gestão e regulação.

A análise da cadeia de valor criativa mostra-se relevante tanto para o estudo do setor cultural quanto para a formulação de políticas públicas, pois possibilita uma avaliação que ultrapassa a abordagem setorial tradicional, evidenciando com mais clareza os vínculos econômicos e as inter-relações entre os diferentes agentes. Esse olhar proporciona uma compreensão mais aprofundada do funcionamento dinâmico do setor e de como cada atividade contribui para agregar valor econômico (De Voldere *et al*., 2017).

Em uma perspectiva complementar, a UNCTAD (2008) também adota a análise da cadeia de valor como um dos principais instrumentos para compreender a estrutura e o funcionamento das indústrias criativas. Segundo essa abordagem, a cadeia de valor criativa pode ser entendida como um processo no qual ideias criativas iniciais são combinadas a diferentes insumos e percorrem uma sequência de etapas sucessivas de agregação de valor, até resultarem em um bem ou serviço criativo que alcança o consumidor final por meio de canais de marketing e distribuição. Um dos aspectos centrais dessa perspectiva é sua capacidade de considerar tanto a atuação individual dos agentes quanto o contexto no qual estão inseridos, incluindo instituições, redes e formas de governança. A UNCTAD (2008) destaca ainda que as cadeias de valor das indústrias criativas apresentam graus variados de complexidade, a depender do tipo de produto ou serviço cultural analisado, diferindo significativamente entre si, tanto em extensão quanto em organização, o que pode impactar a distribuição de receitas e a dinâmica concorrencial entre as distintas etapas do fluxo.

A partir dessas contribuições e com base nas definições propostas por De Voldere *et al*. (2017), esta pesquisa adota o conceito de cadeia de valor cultural como termo de referência teórica, ainda que o documento mencionado utilize a denominação "cadeia de valor criativa". Essa escolha busca manter coerência com o conceito de economia da cultura adotado neste estudo, privilegiando uma abordagem que enfatiza as especificidades do setor cultural e suas formas de organização econômica. Nesse sentido, o modelo estilizado de cadeia de valor criativa é utilizado como base analítica, sendo aqui mobilizado sob a denominação de cadeia de valor cultural. Diante disso, a descrição e a análise incidirão sobre esse modelo, organizado em torno de quatro funções principais e funções de suporte.

As funções principais representam os elos sequenciais e interdependentes da cadeia:

- Criação: envolve todas as atividades relacionadas à concepção e à elaboração de ideias artísticas, conteúdos e produtos culturais originais;

- Produção/Edição: refere-se às atividades que transformam uma obra original em um produto acessível. A produção está ligada a bens não reprodutíveis (como as artes visuais), enquanto a edição foca em produtos reprodutíveis (como livros ou músicas em formato físico ou digital);
- Disseminação/Comércio: constitui a função de tornar a obra disponível ao público. Inclui as estratégias de *marketing*, comunicação, distribuição atacadista e varejo. Com a digitalização, essa etapa engloba também o comércio eletrônico;
- Exposição/Recepção/Transmissão: trata-se do fornecimento de experiências ao vivo (como concertos ou espetáculos teatrais) ou do processo final de entrega do produto ao consumidor (como cinema digital ou radiodifusão).

As funções de suporte não são necessariamente sequenciais, mas sustentam e regulam a cadeia de valor:

- Preservação: inclui atividades de conservação e proteção, sendo a própria digitalização compreendida, hoje, como uma forma de preservar patrimônios;
- Educação/Treinamento: compreende a educação formal e não formal no campo da cultura, permitindo o desenvolvimento e a transferência de competências profissionais, além de desempenhar uma função de conscientização dentro dos domínios culturais;
- Gestão/Regulação: envolve atividades realizadas por organizações institucionais, públicas ou privadas, que oferecem um ambiente favorável ao setor, incluindo suporte administrativo e técnico. A regulamentação cumpre o papel de incentivar as atividades culturais, bem como de definir e conferir direitos autorais.

Ademais, é importante notar que se trata de uma cadeia de valor cultural estilizada que, mesmo oferecendo uma visão analítica geral, carrega abstrações e certa linearidade quando aplicada à realidade local. Isso ocorre justamente porque o cenário prático é mais complexo e a cadeia não é estática, mas dinâmica. Como aponta o estudo, as diferentes funções tornaram-se mais híbridas, o que significa que um mesmo agente pode acumular múltiplos papéis ao longo do fluxo (De Voldere *et al.*, 2017).

2.4.1 Ecossistema cultural e criativo

Para complementar esse referencial teórico sobre cadeia de valor cultural e possibilitar uma perspectiva mais aprofundada da dinâmica cultural-econômica da noite, mostra-se relevante combinar o modelo estilizado da cadeia de valor cultural de De Voldere *et al.*

(2017) com o Quadro de Estatísticas Culturais[18] produzido pela UNESCO (2025a), a diretriz global mais recente para a mensuração do setor cultural. Trata-se de uma ferramenta abrangente, concebida para fornecer conceitos, definições e classificações padronizados para identificar, categorizar e medir eficazmente os aspectos sociais e econômicos do setor cultural.

Sendo assim, como ponto de partida, revela-se importante a definição de cultura proposta por esse Quadro de Estatísticas Culturais:

> [...] práticas realizadas por artistas, grupos sociais, comunidades, públicos, produtores criativos e um amplo espectro de intermediários, por meio de expressões artísticas e da documentação, preservação, proteção e transmissão do patrimônio cultural e natural. Essas práticas culturais (patrimônio, participação artística e cultural) não apenas definem identidades e a diversidade cultural hoje, mas também servem como um legado para as gerações futuras. [...] Nesse contexto, a cultura, para fins estatísticos, abrange todas as expressões culturais que geram valor (estético, espiritual, social, histórico, simbólico, autêntico, educativo e inovador) através de sistemas de documentação, preservação e transmissão do patrimônio cultural e natural, bem como por meio das indústrias culturais e criativas. [...] Como resultado, as práticas culturais podem ser categorizadas em três grupos: (i) práticas artísticas relacionadas a produtores culturais e criativos, (ii) práticas patrimoniais relacionadas a grupos e comunidades culturais; e (iii) participação cultural relacionada ao público (UNESCO, 2025a, p. 10-14, tradução nossa).

A partir dessa definição, é possível compreender a cultura como um conjunto articulado de práticas e processos que estruturam a produção de valor no setor. Nesse contexto, destaca-se, nessa nova versão da ferramenta, o conceito de Ecossistema Cultural e Criativo, definido como um ambiente complexo onde artistas, produtores criativos, grupos sociais, comunidades, públicos e um amplo espectro de intermediários públicos e privados se engajam para criar diversas formas de valor cultural e econômico. Essa estrutura classifica esses participantes em três grupos: agentes centrais, intermediários e de apoio (UNESCO, 2025a, p. 10, tradução nossa). O conceito é utilizado para delimitar o universo das estatísticas culturais a partir da aplicação do Modelo de Geração de Valor Cultural. Esse modelo estrutura-se a partir de 14 domínios, categorizados em dois grupos principais: domínios culturais e domínios transversais. Essa abordagem expande o escopo da análise para capturar os processos de interação entre os agentes, indo além da estrutura tradicional de criação, produção, divulgação, acesso e consumo. Em vez disso, agrega as práticas culturais em três

[18] Para esta pesquisa, o *The 2025 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS), Part I: Concepts and Definitions* será referenciado como UNESCO (2025a) e o *The 2025 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS), Part II: A Classification Guide* será referenciado como UNESCO (2025b). Ambos serão denominados, em conjunto, Quadro de Estatísticas Culturais. Tradução nossa.

sistemas interligados: criação e produção; divulgação e/ou consumo; e preservação e transmissão.

Diante disso, a abordagem de criação de valor proposta pela UNESCO (2025a) mostra-se adequada aos objetivos desta pesquisa por enfatizar as relações estabelecidas entre os diferentes agentes do ecossistema cultural e criativo. Nesta dissertação, o conceito de criação de valor é adotado como lente analítica para compreender como as práticas culturais mobilizadas pelas casas noturnas LGBT+ produzem diferentes formas de valor e sustentam sua dinâmica econômica. Tendo em vista a amplitude do modelo, este estudo adota um recorte analítico centrado nos domínios de artes performativas, música e festivais, priorizando os elementos diretamente relacionados ao objeto investigado.

Considerando que esse objeto consiste nas casas noturnas LGBT+, adota-se especificamente a categoria conceitual de *feasts* (festividades, em tradução livre), parte do domínio transversal de festivais:

> Festividades são um fenômeno cultural coletivo que comemora um ser ou evento sagrado ou profano por meio de rituais, cerimônias ou atos comemorativos. As festividades são transmitidas por meio da tradição, exibem permanência, evoluem e são intrínsecas à sociedade que as celebra e as imbui de significado. Elas podem ser classificadas em duas categorias principais: celebrações nacionais e celebrações tradicionais, referindo-se, respectivamente, a festividades religiosas e eventos profanos, como carnavais (Colômbia, 2013 *apud* UNESCO, 2025a, p. 78-80, tradução nossa).

À luz dessa definição, as festividades da comunidade LGBT+ constituem-se como celebrações tradicionais profanas de um grupo social. Nesta pesquisa, busca-se descrever essa manifestação como um domínio cultural transversal que viabiliza a disseminação e o consumo de diversos conteúdos culturais. Sendo assim, tais festividades, como fenômeno cultural coletivo, geram valores estéticos, sociais, históricos e simbólicos que coexitem com a dimensão mercantil da fruição noturna.

Nesse sentido, essas festividades configuram espaços de resistência, construção de identidade e salvaguarda de uma cultura específica, expressa em manifestações artísticas como a cultura *ballroom* e a arte *drag*. A festividade legitima o patrimônio imaterial – que abrange as técnicas de maquiagem, as linguagens, os comportamentos e a memória histórica do grupo –, conferindo-lhe um espaço de permanência e evolução. Portanto, alinhando-se à lógica da UNESCO (2025a), as práticas culturais em casas noturnas LGBT+ constituem fenômenos culturais coletivos ancorados em processos de autogestão e enraizamento

comunitário, essenciais para a delimitação e legitimação do patrimônio cultural dessa comunidade.

2.5 SÍNTESE DO REFERENCIAL TEÓRICO

Diante do exposto, a leitura articulada dos eixos teóricos adotados evidencia que a noite urbana não pode ser compreendida apenas como um recorte temporal, mas como um campo complexo de produção cultural, sociabilidade e organização econômica. Conforme discutido, a economia noturna se estrutura a partir de dinâmicas simbólicas, históricas e institucionais que conformam práticas sociais específicas, atravessadas por processos de regulação, controle e disputa.

Nesse contexto, a cultura LGBT+ emerge não apenas como um arranjo identitário, mas como um sistema de práticas e formas de sociabilidade que encontram na cena noturna de bares e festas um espaço privilegiado de expressão e consumo. Esses espaços são, por sua vez, atravessados por dinâmicas materiais e institucionais marcadas por tensões relacionadas à regulação, à valoração e à sustentabilidade dessas atividades.

Dessa forma, a noite se configura como um ambiente no qual práticas culturais e formas de organização social se articulam com processos econômicos, ainda que estes nem sempre sejam plenamente visíveis ou formalizados. É nesse ponto que a economia da cultura se apresenta como um referencial analítico fundamental, ao permitir compreender como essas relações se estruturam. Por fim, o conceito de cadeia de valor cultural permite materializar tais dimensões, ao evidenciar as articulações entre agentes, atividades e fluxos, bem como a sustentabilidade desse arranjo em âmbito local. Além disso, esse debate aproxima-se de perspectivas contemporâneas que vêm propondo compreender determinados espaços da vida noturna como parte da infraestrutura cultural urbana.

Nesse sentido, o referencial teórico sustenta a análise proposta ao integrar as dimensões culturais, sociais e econômicas que atravessam a vida noturna. Fornece, assim, os elementos necessários para compreender, no contexto das casas noturnas LGBT+, como essas dinâmicas se relacionam à economia da cultura.

Para avançar nessa análise, torna-se necessário situar tais dinâmicas em seu contexto histórico e local, observando como elas se constituíram ao longo do tempo, movimento que orienta a discussão apresentada no capítulo a seguir.

3 BREVE HISTÓRICO DA NOITE LGBT+ À GAÚCHA

> "- Mocinho delicado, hein? É daqueles bem-educados, é? Pois se eu te pego num cortado bravo, tu vai ver o que é bom pra tosse, perobão."
> Conto Sargento Garcia (Abreu, 2009 p. 81).

Este capítulo apresenta um breve histórico da vida noturna porto-alegrense, com a intenção de constituir uma base contextual que auxilie no entendimento das dinâmicas da noite LGBT+ até a contemporaneidade. Esse recorte faz-se necessário, visto que o surgimento e o desenvolvimento da vida noturna na capital ocorreram em paralelo a períodos conservadores, ancorados no tradicionalismo cultural e moral gaúcho. Sendo assim, este capítulo está estruturado em cinco seções. A primeira aborda algumas das evidências do surgimento da vida noturna na capital. A segunda trata da emergência da sociabilidade LGBT+. A terceira e a quarta seções discutem como a cultura de bares e as festividades LGBT+ se formaram e se desenvolveram ao longo das últimas décadas em Porto Alegre. Por fim, a quinta seção apresenta as considerações parciais do capítulo.

3.1 VIDA NOTURNA À GAÚCHA

Algumas das evidências do surgimento da vida noturna no estado gaúcho coincide com o período da Primeira República (1889-1930). Enquanto o Brasil passava por profundas transformações políticas, econômicas e sociais, o Rio Grande do Sul assistiu à ascensão do Partido Republicano Rio-Grandense (PRR) ao poder. Esse modelo de gestão conservadora, de base positivista, inaugurou uma nova orientação para as políticas públicas e para a moralidade no estado. Segundo Mário Maestri (2021), esse período caracterizou-se por uma singularidade política, articulada a um forte projeto de autonomia regional e desenvolvimento econômico. A base dessa estrutura, conforme o historiador, contou com a submissão de um contingente de trabalhadores urbanos – operários impulsionados pela industrialização – e rurais, como peões gaúchos, colonos imigrantes, caboclos e descendentes de escravizados, arranjo que sustentou o projeto de poder das elites republicanas locais. Logo, esse modelo de governança moldou as dinâmicas sociais e a identidade cultural gaúcha até, pelo menos, 1930 (Maestri, 2021).

Nesse contexto, Porto Alegre tornou-se o centro do projeto de desenvolvimento republicano do estado. Os avanços infraestruturais, como a implementação da iluminação elétrica nas ruas (1898), a expansão da rede de esgotos (1907) e a modernização do transporte

público, impulsionaram o crescimento da capital. Nesse período, também foram criadas diversas instituições de ensino superior, tais como as Faculdades de Medicina (1898) e de Direito (1900), e o Instituto de Belas Artes (1908). Essa expansão educacional integrou a estratégia governamental de implementar um modelo pedagógico disciplinar, cujas diretrizes eram estipuladas por uma política centralizada. Como consequência, o fomento à instrução concentrou uma massa de jovens na cidade, o que provocou mudanças na vida pública e impactou os modelos de socialização diurnos e noturnos. Desse modo, Porto Alegre deixou de ser um entreposto focado no comércio de trigo para se tornar uma metrópole provincial, impulsionada pela administração pública, pelo comércio gerado pela imigração e pelos estágios iniciais da indústria republicana (Maestri, 2021; Santos, 2008).

Tais transformações impactaram diretamente a vida social e cultural da capital. O historiador Luiz Antonio Maroneze (1996, 2007) buscou compreender como as ideias de modernidade foram interpretadas e incorporadas pela sociedade porto-alegrense, abrangendo desde as intervenções arquitetônicas até as formas de sociabilidade. Segundo o autor, nas primeiras décadas do século XX, expandiram-se os espaços abertos e fechados de convivência pública. Havia, conforme o historiador, o desejo de simular o dinamismo de grandes metrópoles, como Paris. Esse processo teve como palco principal o Centro da cidade, mais especificamente a Rua da Praia, núcleo simbólico onde a vida pública da burguesia local se manifestava.

Maroneze (1996) relata que, na Rua da Praia, surgiram os principais espaços fechados de sociabilidade da capital. Entre os destaques estavam os cafés e confeitarias – como a Confeitaria Colombo – e a abertura de múltiplas salas de cinema, a exemplo do Cine Teatro Guarany e do Cine Central, que movimentavam as noites até as 22h. Essa organização cronológica convida à revisão das categorias recreativas noturnas legitimadas socialmente sob a perspectiva de Baldwin (2012), entre as quais se incluem as chamadas "artes cultas". De todo modo, a Rua da Praia constituía passagem obrigatória para quem residia em Porto Alegre ou visitava a cidade, justamente por se configurar como o principal território de convivência pública, impactando as dinâmicas de socialização e ampliando as práticas que se estendiam do dia para a noite. Tratava-se, ademais, de um espaço de distinção social e de classe, a ponto de marcar a identidade dos moradores com base na regularidade com que frequentavam esse local (Faria, 2022; Maroneze, 2007; Santos, 2008).

Ainda dentro desse circuito de socialização, Maroneze (1996, 2007) aponta o *footing* como a principal prática da época: um passeio ritualístico entre as esquinas das ruas da Ladeira (atual Rua General Câmara) e da Bragança (atual Rua Marechal Floriano Peixoto),

onde os frequentadores (especialmente os jovens) caminhavam para ver e ser vistos. Para Santos (2008), essa prática constituía um ritual coletivo de sedução de grande importância para a sociedade do período. Segundo a historiadora, grupos de jovens mulheres em idade de casar, vestidas com trajes elegantes, desfilavam pela Rua da Praia durante o entardecer, enquanto os rapazes as cortejavam. O escritor e cronista gaúcho Theodomiro Tostes descreve a ambiência desse cotidiano, demonstrando como o *footing* organizava a sociabilidade, regulava a interação e antecipava dinâmicas que posteriormente migrariam para a vida noturna. Em suas palavras:

> O Café-confeitaria Colombo, ou simplesmente o Colombo, [...] era uma *Coupole* provinciana onde poetas, boêmios, homens sérios e até senhoras bem-comportadas faziam ponto de reunião, especialmente nas horas do fim de tarde. [...] Na parte superior da sala, havia uma galeria familiar onde o elemento feminino tomava o seu cafezinho depois do *footing*. No fundo da galeria, sobre um estrado, a orquestra do velho Gnatalli funcionava musicalmente à hora do chá (Tostes, 1989, p. 61).

Diante desse panorama conservador e heteronormativo, a historiadora Alice Trusz (2004) aponta a raridade de menções à homossexualidade nos circuitos de sociabilidade das elites porto-alegrenses. Ainda que a vida social da capital contasse com uma cobertura midiática expressiva à época, os registros sobre essa população eram sistematicamente omitidos. Apesar desse silenciamento, Trusz localizou publicações nas revistas *Kodak* e *Máscara* que, embora não tematizem diretamente a homossexualidade, permitem observar a emergência de um tipo social que se tornou comum na virada da década de 1910 para a de 1920. Em suas palavras:

> “Almofadinhas” foi a expressão pejorativa com que alguns veículos de imprensa locais passaram a definir um tipo específico de indivíduo que não gozava de boa reputação entre a elite, as ditas famílias e pessoas de bem, em função de sua aparência física e comportamento. Esse tipo social era encarnado por jovens rapazes que se trajavam segundo a última moda de Paris, costumavam polir e esmaltar as unhas, usavam perfume e maquiagem, com direito a pó de arroz e *rouge* nas faces e lápis para o contorno dos olhos. Além disso, mantinham poses e trejeitos afeminados (Trusz, 2004, p. 12).

Nesses registros, tais rapazes – que se reuniam em pequenos grupos em frente às confeitarias e aos cafés centrais, ocupando os mesmos pontos elegantes da cidade – recebiam notas na imprensa que traduziam reações indignadas e condenatórias contra uma possível prática homossexual, vista no período como proibida, danosa e imoral (Trusz, 2004). Embora a crônica da época utilizasse a chacota e a estigmatização para policiar os corpos desses jovens, a própria necessidade de criar uma categoria pejorativa denunciava que esses agentes

já ocupavam o espaço público. Sob a ótica de Green (2000), esses sujeitos sinalizavam o deslocamento de suas formas de sociabilidade para o contratempo da noite.

A rigidez dos costumes porto-alegrenses também impunha uma hierarquização de gênero, limitando as mulheres a locais e horários específicos de sociabilidade. No período noturno, restava a elas o convívio doméstico ou as recepções privadas em salões, desde que não ultrapassassem o "horário familiar". Em contrapartida, os homens desfrutavam da liberdade de avançar tanto no tempo quanto no espaço urbano, extrapolando as fronteiras da esfera privada (Maroneze, 1996; Trusz, 2004).

Sendo assim, esse pequeno recorte da "sala de visitas" de Porto Alegre, como ironiza Maroneze (2007) em relação à região da Rua da Praia, serviu de modelo e referência para o restante da cidade. Apesar de restrito a um universo limitado e elitista, esse circuito materializou o imaginário moderno retratado pela imprensa e pelo cinema da época. Portanto, é diante desse panorama que a vida noturna urbana se desenvolveu na capital.

Para além dos cafés e confeitarias, a noturnidade estruturou-se em torno de bares – como o Antonello e o Chalé da Praça XV –, mas, principalmente, de cabarés com variados níveis de sofisticação. Esses empreendimentos concentravam-se nos arredores da Rua da Praia, expandindo-se posteriormente para a Rua Voluntários da Pátria (que ficou conhecida como a "Rua do Pecado") e para a Cidade Baixa, região de perfil mais popular à época. O Clube dos Caçadores era o mais famoso entre a elite, reunindo figuras das esferas política e comercial. Em contrapartida, o Beco do Oitavo abrigava, em seus bordeis e cortiços, a classe trabalhadora, estudantes e portuários (Faria, 2022; Fonseca, 2006; Maroneze, 1994; Santos, 2008). Diante desse panorama, evidenciam-se os territórios ocupados pela sociabilidade noturna à luz de uma cronologia moral, bem como a fragmentação socioespacial que a vida noturna provoca no espaço urbano.

Nesse mesmo contexto, o jornalista Arthur de Faria relata, em *Porto Alegre: uma biografia musical* (Vol. 1, 2022), que até a década de 1950 a noite na cidade invariavelmente convergia para um dos muitos cabarés locais, tais como o Balalaica, o Castelo Rosado, o Tropical, o Saint Claire ou o American Boite. O autor aponta que os estabelecimentos de maior prestígio mantinham ao menos dois conjuntos contratados: um grupo de jazz, responsável pelo repertório de música brasileira, caribenha e estadunidense, e uma orquestra típica, dedicada exclusivamente a tangos e milongas. A relevância dessas casas, portanto, transcendia a atividade da prostituição, uma vez que operavam como complexos de lazer que integravam espetáculos artísticos, shows de variedades e música ao vivo de excelência. Esse circuito impulsionou a cena artística local e estruturou uma cadeia na economia noturna;

contudo, a escassez de registros oficiais sobre esse processo evidencia o papel secundário que as economias provenientes de sociabilidades marginalizadas ocupavam – e ainda ocupam – no planejamento e no desenvolvimento urbano.

Ampliando essa análise, o historiador Joselito Zalla (2018, 2023) aponta que, entre as décadas de 1940 e 1950, surgiu na capital um movimento tradicionalista urbano de caráter regionalista. A concretização desse movimento ocorreu com a fundação, na cidade, do Centro de Tradições Gaúchas, o 35 CTG, cujo nome faz alusão ao início da Revolução Farroupilha (1835). Esse novo tradicionalismo foi articulado por jovens estudantes migrantes do interior do estado, majoritariamente filhos de proprietários rurais, que se sentiam deslocados em uma Porto Alegre em acelerado processo de urbanização e modernização. Segundo Zalla, o movimento operou uma nova cultura de massas, ancorada fortemente em danças tradicionalistas importadas de países vizinhos, como Argentina e Uruguai. Essa construção identitária forjou as figuras arquetípicas do peão, inspirado no mito heroico do gaúcho farroupilha, e da prenda, vista como a representação da mulher normatizada, idealizada e disciplinada. Esse arranjo regionalista foi impulsionado por uma cadeia de produtos culturais, como a música, a literatura e o cinema, fazendo com que o gauchismo passasse a ser tratado como sinônimo de cultura local.

Diante desse panorama, o desenvolvimento da economia da noite em Porto Alegre revela-se indissociável das contradições do ciclo de modernização, sendo estruturado por privilégios de classe, gênero e orientação afetivo-sexual. Assim, a noturnidade consolidou-se na fricção entre três forças: o desejo de civilidade de uma elite espelhada nos padrões europeus, a realidade de uma cidade portuária em crescimento socioeconômico acelerado e desordenado, bem como a emergência do tradicionalismo gaúcho urbano.

Tais dinâmicas de sociabilidade, embora ancoradas em mitos conservadores, tensionaram, mas não impediram o surgimento de espaços noturnos, especialmente bares e festividades para pessoas dissidentes[19], analisadas na seção a seguir.

[19] Esta pesquisa compartilha da noção proposta por Diego Sempol, que define as sexualidades dissidentes como aquelas relacionadas a um grupo de sujeitos que desafiam e escapam da heteronormatividade, entendida como "um sistema de dominação política caracterizado pelo poder normalizador da heterossexualidade e pelas normativas que garantem e fortalecem sua legitimidade social tanto no nível das representações sociais, das subjetividades, do âmbito jurídico e dos regulamentos, assim como nas instituições públicas e privadas". Para ver mais: Sempol, 2013, p. 21.

3.2 FORMAÇÃO DA SOCIABILIDADE LGBT+ À GAÚCHA

No ano de 2016, o Museu de Porto Alegre Joaquim Felizardo inaugurou uma exposição intitulada "Uma cidade pelas margens", que retratava parte da história e da memória da população LGBT+ da cidade. Os desafios de reconstrução dessa memória são sintetizados na passagem a seguir:

> Contar a história da bichice em Porto Alegre é como costurar uma colcha de retalhos. São pedaços de alguma época que conseguimos reconstruir, cenários que montamos novamente, vidas que são lembradas através de depoimentos ou notas de jornal, boletins policiais, cartas, documentos que muitas vezes precisam ser 'traduzidos' para que seus verdadeiros significados ultrapassem o que aparentam na superfície, por pressão do preconceito. Ligando uma peça com outro remendo, vamos entendendo qual a cara da bixórdia em outras idades [...] (Jornal Do Nuances, 2004 *apud* Barnart; Bauer, 2017, p. 456).

O processo de criação do projeto foi coletivo e teve a participação, além da equipe do museu, de diversos grupos de ativistas da causa LGBT+, do Memorial do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul e de pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), provenientes de distintas áreas do conhecimento (Medeiros, 2020).

Dez anos depois da exposição, pouca coisa mudou em termos de registro e documentação formal na historicidade sobre a comunidade local. Existe uma memória social de alguns lugares, mas muitos não aparecem em jornais digitalizados, artigos acadêmicos e acervos formais. Pesquisadores como o historiador Jandiro Koch têm feito um trabalho importante de construção dessa memória. A partir desse diagnóstico, esta pesquisa se propõe a costurar uma pequena colcha de retalhos e juntar alguns desses "pedaços", em especial os registros relacionados à noite e à cultura de bares e festividades LGBT+, que serão apresentados em perspectiva cronológica.

Como ponto de partida, vale ressaltar que o processo criativo da exposição citada há pouco virou um artigo publicado na Revista Latino-Americana de Geografia e Gênero (Barnart; Bauer, 2017). Nesse trabalho, há menções sobre alguns movimentos festivos na cidade escritas por pesquisadores diversos para *o Jornal do Nuances*[20], uma publicação do Nuances – Grupo pela Livre Expressão Sexual, uma das organizações LGBT+ mais importantes da cidade, fundada em 1991 como Movimento Homossexual Gaúcho (MHG).

[20] A publicação foi criada em 1998 e tinha como linha editorial ser um instrumento de interlocução com a sociedade, promover discussões sobre sexualidade, direitos humanos, AIDS, cultura e combate ao preconceito.

Algumas das edições do jornal fazem parte do Acervo do Núcleo de Pesquisa Histórica da UFRGS (NPH), que contribui com alguns registros contados a seguir.

A historiadora Íris Germano (1999), pesquisadora do carnaval porto-alegrense, conta que, nas décadas de 1930 e 1940, a população negra e pobre da cidade começou a organizar carnavais de rua. Nessa época, segundo Germano (1999), surgiram centenas de blocos e cordões populares que passaram a desfilar pelas ruas do Centro, da Cidade Baixa e do Santana. Havia ainda, além dos cortejos, concursos carnavalescos, nos quais uma das categorias de destaque era a do humorismo. Essa categoria caracterizou diversas bandas e blocos que, por meio do humor, teciam suas críticas sociais, políticas, econômicas e culturais durante os desfiles. O carnaval configurava-se, assim, como um espaço de sociabilidade coletiva que abria brechas para práticas e expressões mais críticas no espaço público. Ainda segundo a autora, as bandas e os blocos humorísticos eram agrupamentos exclusivamente compostos por homens, originados em associações como sociedades de tiro e náuticas, das quais as mulheres estavam excluídas. Nesse ambiente de festa "masculina", era muito comum homens solitários ou em bandos desfilarem pelas ruas travestidos de mulheres. Esse tipo de "fantasia" era especialmente adotado por essas bandas e blocos humorísticos.

O festejo de rua concentrava cerca de 15 mil pessoas, e era nessa multidão que homens gays e, sobretudo, travestis (marginalizadas e excluídas durante todo o ano) podiam circular livremente pelas ruas da cidade e por locais públicos com suas vestes femininas e misturados aos outros foliões. Muitas dessas travestis, comenta Germano (1999), acabavam no fim da festa na delegacia ou nos braços de algum "homem invertido", o que evidencia que essa circulação, embora possível em contextos festivos, permanecia condicionada e sujeita a mecanismos de controle e repressão social. Esse tipo de experiência coletiva e temporária de liberdade ajuda a compreender como, nas décadas seguintes, essas sociabilidades passam a se organizar de forma mais estruturada em espaços noturnos específicos.

Em uma reportagem no *Jornal do Nuances*, Germano (2004), ainda sobre o carnaval porto-alegrense, mas agora nos anos 1950, apresenta um personagem peculiar e influente na noite da capital gaúcha: o Turquinho. Segundo a historiadora, Turquinho foi porteiro dos cabarés American Boite e Maipu e ganhou notoriedade por conhecer como poucos as dinâmicas noturnas. Usando dessa sabedoria, Turquinho organizou bailes de carnaval que marcaram as noites da capital dos anos 1950 e 1960 e ficaram conhecidos como "Cabana do Turquinho." A primeira cabana, diferentemente dos bailes carnavalescos de salão e das sociedades, surgiu num galpão improvisado na esquina da Avenida João Pessoa com a Rua Venâncio Aires, na Cidade Baixa.

Apesar da precariedade, os bailes da Cabana aconteciam ao som de orquestras, o que era um costume da época, mas, ao mesmo tempo, um luxo. Famosa pela diversidade de seus participantes, a festa reunia pessoas de variadas expressões sexuais, identidades de gênero e classes sociais. Os concursos de fantasia carnavalesca dos salões sofisticados transformavam-se, na Cabana, em concursos de beleza e de fantasias de travestis. Era também um dos poucos locais em que lésbicas socializavam livremente. Com o passar dos anos, a Cabana tornou-se um empreendimento itinerante, passando pela Praça da Alfândega, pela Rua Voluntários da Pátria e pela Rua Ramiro Barcelos, até perder sua força (Barnart; Bauer, 2017; Germano, 2004). Esse tipo de iniciativa evidencia a emergência de espaços noturnos que, mesmo marcados pela informalidade, ampliavam as possibilidades de sociabilidade para a população dissidente na cidade.

Seguindo pela década de 1960, ainda sem espaços formais de sociabilidade homoerótica e de possibilidades de demonstrações homoafetivas públicas, Luís Luzardo Corrêa, um homem assumidamente gay, teve um importante papel na história da comunidade LGBT+. Segundo o historiador Tiago Medeiros (2020), a fama que Luís construiu em Porto Alegre enquanto era vivo e a memória que se consolidou sobre ele dizem respeito a uma de suas atividades econômicas. Conhecido como Luísa Felpuda (personagem criada por Luís para atuar, sobretudo, durante a noite), ele foi proprietário de uma “casa de encontros” destinada ao público homossexual na capital, pelo menos desde a década de 1960 até 1980, ano de sua morte. Conforme aponta Medeiros (2020), a temporalidade da casa não é exata; porém, sua pesquisa aponta para trinta anos de serviços prestados à comunidade gay quando do seu falecimento.

O bordel, como conta Medeiros (2020) em sua dissertação sobre Felpuda, tinha outra particularidade, além de oferecer quartos, mediante pagamento, a casais homossexuais: a casa também agenciava garotos de programa para alguns clientes, geralmente mais velhos e com maior poder aquisitivo. Luísa recebia seus clientes na mesma residência na qual habitava, localizada na Rua Barros Cassal, no bairro Bom Fim. Foi assassinada com grande brutalidade por um michê que fazia programas no seu bordel, no final de abril de 1980, fato que recebeu enorme cobertura da imprensa local. Para o historiador, entre as notícias sobre o assassinato, chamava a atenção o fato de Luísa Felpuda ser, por várias vezes, referida como um homossexual muito famoso na cidade, além de querido por diversas pessoas, desde os clientes que frequentavam seu bordel até seus vizinhos e colegas de trabalho do Departamento Estadual de Portos, Rios e Canais (DEPRC), onde Luís trabalhou por cerca de 30 anos.

Atentando a essa fama, a jornalista Jeanne Callegari, em sua biografia-reportagem sobre o escritor gaúcho Caio Fernando Abreu (2008), aponta que a primeira experiência homossexual do escritor teria ocorrido na casa de Luísa Felpuda. A hipótese de Callegari (2008) surge a partir de dois indícios: uma entrevista concedida por Caio à revista *Marie Claire*, em 1995, e uma homenagem que o autor faz à memória de Luísa Felpuda na dedicatória que abre o conto *Sargento Garcia*, famosa história do livro *Morangos Mofados* (2009).

De qualquer modo, como provoca Medeiros (2020), entre a celebração e a condenação de sua personalidade e de suas práticas, Luísa Felpuda marcou a vida de diversas pessoas, sobretudo da comunidade LGBT+. Esse caso evidencia o papel desses espaços não apenas como locais de encontro, mas também como estruturas de sociabilidade e organização econômica da vida noturna LGBT+ na cidade. Trata-se, ainda, de um elemento relevante para refletir sobre os modos de subjetivação homossexual na metade final do século XX.

Esses registros, ainda que fragmentados, evidenciam que a sociabilidade LGBT+ na cidade se estruturava de forma dispersa, entre espaços públicos, práticas festivas e iniciativas marginais. A partir da década de 1970, a subjetivação homossexual passa a ser influenciada pela migração da socialização clandestina para casas noturnas autoidentificadas com a comunidade LGBT+. Esse deslocamento marca uma mudança significativa na forma de organização da sociabilidade, que passa a ocorrer em espaços mais estruturados e, em alguns casos, institucionalizados, como será apresentado na seção seguinte.

3.3 O DESBUNDE À GAÚCHA

> "Melhor os viados reunidos em um lugar que possamos controlar do que espalhados por aí" (*Flores de 70, 2007).*

Desde 1964, vivia-se no Brasil uma ditadura cívico-militar marcada por valores conservadores, com repressão, censura e perseguições policiais. Esse regime autoritário tinha como marca a falta de direitos individuais e de liberdades públicas, inclusive (ou em especial) para as pessoas LGBT+ (Quinalha, 2024). Apesar desse contexto, na década de 1970, a temática homossexual, em diversas escalas, ganhou visibilidade inédita. Esse período pode ser definido, inclusive, como uma virada de chave para a comunidade LGBT+ brasileira.

O escritor João Silvério Trevisan (2000) descreve essa década como o período em que eclode o "desbunde", uma postura de libertação individual que rejeitava compromissos

ideológicos rígidos para focar na experimentação. Faour (2025) complementa ao explicar que a chamada “turma do desbunde” reuniu artistas que transgrediram comportamentos e criaram um contexto marcado por liberdade sexual e rejeição de rótulos. Para esses autores, a visibilidade das homossexualidades se deu nos meios tradicionais de comunicação e no cenário cultural. O grupo teatral Dzi Croquettes, por exemplo, utilizava o travestismo como ferramenta de afronta. Já o cantor Ney Matogrosso ficou conhecido pelas performances andróginas de gênero que tiveram grande repercussão na mídia brasileira, configurando o desbunde como um movimento cultural que ampliou a visibilidade e tensionou normas de gênero e sexualidade no período.

Para Quinalha (2024), ainda que em outras partes do mundo os ecos da revolta de *Stonewall* e de outras experiências de militância ressoassem com força, no Brasil a mobilização política, em um sentido mais tradicional, se deu apenas na década de 1970. Nessa época, surgiu o Movimento Homossexual Brasileiro (MHB) e, em 1978, ocorreu a primeira reunião do Núcleo de Ação pelos Direitos dos Homossexuais, originando o Somos – Grupo de Afirmação da Identidade Homossexual. A partir da criação do Somos, desencadeou-se um processo de organização política da comunidade LGBT+ em diversas partes do país, impulsionado por publicações de imprensa alternativa, como o jornal *Lampião da Esquina*[21]. Nesse período, de acordo com o autor, houve também a intensificação das campanhas pela redemocratização e a reorganização de diversos movimentos sociais (como o Feminista, em 1975; o Estudantil, em 1977; o Negro, em 1978; e o Sindical, também em 1978), indicando que a organização política LGBT+ se insere em um contexto mais amplo de rearticulação dos movimentos sociais no país.

Diante desse contexto nacional, em Porto Alegre, três movimentos marcaram a década com implicações para a comunidade LGBT+ local. O primeiro deles foi a consolidação do bairro Bom Fim como o epicentro da boemia e da contracultura na cidade. A Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), instalada na Avenida Osvaldo Aranha, funcionou como o principal polo de atração para o surgimento de diversos bares que se desenvolveram pela região (Fonseca, 2006; Pottier, 2009). Foi nesse período que o Bom Fim passou a ser reconhecido pelos porto-alegrenses como um “território livre”.

[21] O Lampião da Esquina foi publicado entre abril de 1978 e julho de 1981, conhecido como o primeiro jornal de circulação nacional feito por e para homossexuais. O jornal abordou desbundes e questões políticas sobre repressão e liberdades e documentou em suas páginas a formação de diversos grupos ativistas LGBT+ no Brasil e é considerado um das mais importantes publicações para a comunidade.

> O Bom Fim em frente ao quarteirão universitário tornava-se um território livre frequentado por estudantes de esquerda, aspirantes a intelectuais, boêmios, bêbados, loucos, hippies, yuppies, intelectuais de verdade, professores, artistas, viciados, 'magrinhos', lésbicas discretas, bichas – mais discretas ainda – vagabundos e uma grande diversidade de jovens (Carneiro; Penna, 1992, p. 148-149).

Pela perspectiva de Pottier (2009), o bairro tornou-se um espaço simbólico de contestação e de formação de circuitos de sociabilidade associados à contracultura e à vida noturna da cidade, sendo esses espaços mais receptivos à comunidade LGBT+.

Um segundo movimento foi o surgimento de festivais de música nativista que valorizavam a cultura tradicional e a identidade regionalista gaúcha. O Califórnia da Canção Nativa, criado em 1971, em Uruguaiana (RS), é o marco inicial do movimento nativista contemporâneo no estado. A partir de sua criação, observa-se um processo de institucionalização e profissionalização da música regional gaúcha, que passou a ocupar também o campo artístico, para além de uma expressão estritamente folclórica. Embora realizados no interior, esses festivais contribuíram para a formação de repertório e para a ampliação da circulação dessa produção em centros urbanos como Porto Alegre, especialmente por meio de apresentações ao vivo, gravações e difusão em emissoras de rádio (Califórnia da Canção Nativa, *[s.d.]*; Oliven, 2006). Essa conjuntura apontava para a consolidação de um circuito cultural institucionalizado e legitimado que coexistia, em tensão e hierarquia, com formas de sociabilidades urbanas marginais e dissidentes presentes na cidade.

Já o terceiro movimento, o mais importante para esta pesquisa, foi o surgimento das primeiras casas noturnas LGBT+ da cidade. Em 8 de maio de 1971, a Flower's, primeira "boate" regularizada e assumidamente gay do Rio Grande do Sul, abriu suas portas. O pioneirismo foi registrado pela Divisão de Censura de Diversões Públicas (órgão de censura oficial do regime militar), subordinada à Polícia Federal, que definiu o espaço como "boate gay" na licença de funcionamento. No momento da liberação do alvará, o proprietário ouviu do então delegado em serviço que era melhor os "viados" reunidos em um lugar passível de controle do que espalhados pela cidade. Diante da importância desse marco, segue um breve relato[22] de como a Flower's surgiu e criou uma cena de desbunde, afronta e transgressão alicerçada na arte e na cultura LGBT+, marcando a emergência de espaços noturnos formalizados que articulavam sociabilidade, cultura e atividade econômica na cidade.

[22] A construção deste relato sobre a Flower 's usou como referências A História [...], 2022; Flores de 70, 2007; Teixeira, 2021; Koch, 2024.

3.3.1 Flower's: a pioneira

Para compreender o que acontecia na Flower's, é necessário considerar a trajetória da arte transformista. Segundo Bortolozzi (2015), o travestismo cênico existe há séculos no teatro, remontando ao período em que atores homens interpretavam personagens femininas, em uma época em que as mulheres não podiam subir aos palcos. Já o transformismo, que se consolidou a partir do início do século XX, caracteriza-se pela interpretação de múltiplos personagens em uma mesma apresentação, destacando a habilidade mimética e a rápida troca de figurinos e adereços. Essa prática ganhou novos sentidos quando se articulou à cultura LGBT+ no Brasil, tornando-se uma referência importante para compreender as performances[23] que mais tarde ocupariam as casas noturnas. Nas palavras de Bortolozzi:

> A arte transformista, quando inserida no âmbito da produção cultural LGBT+, passou de maneira antropofágica a mesclar, de forma complexa, o transformismo moderno e o travestismo cênico junto à travestilidade e a outras vivências da sexualidade e do gênero. Não se tratava mais somente da capacidade de impersonificar identidades diferentes do gênero atribuído ao nascimento, mas de colocar o próprio gênero e a sexualidade como elemento de debate a partir dos elementos culturais da comunidade LGBT+, produzindo a ativação subversiva de elementos de gênero e sexualidade hegemônicos e subalternos por meio da paródia, do glamour, da fantasia ou da caricatura. O transformismo tornava-se o criativo celeiro da comunidade LGBT+ e de todo o seu disparate (Bortolozzi, 2015, p. 131).

Sendo assim, a arte transformista constituiu um dos primeiros registros de participação de pessoas dissidentes em processos de construção de identidade e de expressão de gênero. Nesse contexto, ao longo da formação da comunidade LGBT+ brasileira e de sua sociabilidade pública, especialmente em casas noturnas, os espetáculos transformistas deixaram de ser apenas paródias do sexo oposto e passaram a configurar um novo estilo de performance. Essas apresentações incluíam humor, canto, dança, dublagem e concursos de misses – expressões que ajudaram a retratar e a traduzir a cultura LGBT+ ao longo do tempo. A performance transformista ganhou, inclusive, a regulamentação profissional do artista-transformista (Bortolozzi, 2015; Trevisan, 2000).

Na cena gaúcha, Koch (2021) reúne relatos e imagens de precursores do transformismo, indicando que, assim como no cenário nacional, essa prática se desenvolveu

[23] Neste estudo, adota-se a compreensão de "performance" proposta pela UNESCO (2025a), entendida como uma expressão criativa apresentada ao vivo a uma audiência, por meio de corpos, vozes ou outros recursos performáticos. O documento não estabelece distinções conceituais rígidas entre termos como apresentação, ato, atração ou número, tratando-os de forma ampla no campo das artes performáticas. Assim, nesta pesquisa, o termo "performance" é utilizado como categoria abrangente para designar as diferentes formas de apresentação artística observadas na cena noturna LGBT+.

articulada à formação da sociabilidade pública LGBT+, tendo na Flower's um de seus espaços centrais como ambiente cultural e econômico na cidade, como ilustra a figura 1.

Figura 1 - Artistas transformistas em cena na Flower´s.



Fonte: acervo pessoal Dirnei Messias - Reprodução Jornal do Comércio (2022).

Dirnei Messias foi um dos grandes empreendedores do entretenimento noturno na cidade ao longo de quase seis décadas. Foi dele a iniciativa, em 1971, de abrir uma casa noturna com conceito e público-alvo bem definidos. Segundo o empresário, o objetivo era abrir uma porta para uma liberdade que não existia em Porto Alegre, por meio de um espaço voltado aos artistas e ao público gay. A Flower's nasceu na Praça Jaime Telles, número 72, no bairro Santana. O conceito da casa foi inspirado nos cabarés parisienses, contando com pista de dança e um pequeno palco para shows. De terça-feira a sábado, entre 21h e 5h, cerca de 400[24] pessoas se reuniam por noite para dançar, desmunhecar, socializar, fazer amigos e demonstrar publicamente seus desejos afetivo-sexuais. A música "Chuva suor e cerveja"

[24] Segundo o proprietário, entre os frequentadores 80% do público era formado por gays, 10% entre garotas de programa e lésbicas e outros 10% de pessoas heterossexuais (KOCH, 2024)

(Chuva [...], 1971), na voz da cantora Wanderléa, tornou-se o hino do local e criava momentos de catarse na pista.

Outras catarses eram promovidas pelas atrações artísticas e culturais, o grande atrativo da casa, que tinha como mestre de cerimônias o próprio Messias. No palco, aconteciam esquetes teatrais, versões compactas e hilárias de filmes com enredos conhecidos, como *Romeu e Julieta*, e montagens de musicais da Broadway, como *Cabaret*. Além disso, um elenco de cerca de 15 travestis – entre elas, Dani Dubois, Susie Parker, Natalie Delon, Rebecca McDonald, Valéria Del Rio –, estrelava números de dublagem, dança e strip-tease. Entre os destaques da programação, havia também os famosos concursos de Miss Flower´s (ver figura 2), A Mais Bonita Transformista e até O Machão da Noite. Os espetáculos eram levados tão a sério que determinadas produções só estreavam depois de semanas de ensaio, a exemplo do *Isto é Flower's*, que chegou a excursionar pelo interior do estado.

Figura 2 - A artista Verusca vencedora de uma das edições de Miss Flower´s e Dirnei Messias, em 1972



Fonte: acervo pessoal Dirnei Messias - Reprodução Jornal Matinal (KOCH, 2024).

No entanto, a produção cultural da casa não escapava ao controle estatal característico do período. Nesse contexto, as produções apresentadas na Flower's estavam sujeitas à

submissão obrigatória à Polícia Federal, o que incluía a análise prévia dos espetáculos em sessões exclusivas para censores, que detinham o poder de veto sobre falas, figurinos e outros aspectos. Esse cenário era reforçado por visitas-surpresa de agentes da repressão, as quais se tornaram frequentes ao longo do tempo. A Flower's, que tinha como slogan "venha e desbunde", funcionou de 1971 a 1976. Uma nova versão da casa, a New Flower's City, na Avenida Independência, região mais central da cidade, operou entre 1977 e 1980.

A partir da abertura da Flower's, uma série de outras casas noturnas LGBT+ surgiu em Porto Alegre. Entre elas, a Maxim's (1974–1977) destaca-se por ter sido, ao que tudo indica, a primeira a estabelecer um recorte exclusivo ou preferencial para mulheres lésbicas, muitas vezes invisibilizadas em espaços predominantemente frequentados por homens gays ou travestis. Além dela, também foram abertas a Papagayu's Tropical Club (1978–1980) e a Kokeluche (1978–1980), que integravam a expansão dos negócios de Dirnei no final da década de 1970 (Koch, 2024).

Outra casa importante para a cidade nesse período foi a Coliseu, que, a exemplo de outros estabelecimentos da época, também contava com um elenco artístico próprio. A boate operou entre 1977 e meados de 1983 (a data de fechamento não é precisa nos registros documentais). Segundo relatos do próprio empresário responsável pelo espaço:

> Preparei uma grande reinauguração da boate, não sabia se daria certo. Coloquei anúncio em TV e rádio. A boate superlotou. Todos os presentes ficaram encantados. Era um lugar lindo, dedicado ao público gay e se tornou uma grande casa da noite porto-alegrense. [...] Então o meu concorrente, dono da Flower's, promoveu o Miss Rio Grande do Sul Travesti e foi um sucesso. Eu não podia ficar para trás e, na Coliseu, promovi o Miss Brasil Travesti. Convidei travestis de todo o país, como Rogéria, Valéria e várias outras. Tomamos conta da noite gay da capital (Borges, 2023).

Além de sua atuação nas artes e no entretenimento noturno, o proprietário, Volmar Santos, também foi o fundador da Coligay, reconhecida como a primeira torcida LGBT+ de um clube de futebol no Brasil.

A década foi tão promissora para a cena de casas noturnas LGBT+ na cidade que o *Jornal do Gay* – uma publicação que circulava na região Sudeste entre 1978 e 1980, indicando bares, boates, saunas e cinemas onde o público homossexual era bem-vindo ou onde ocorria a "paquera" – publicou uma nota sobre Porto Alegre (ver Figura 3). O texto apontava a capital gaúcha como um ambiente convidativo à badalação gay no Brasil, o que indicava a consolidação desse mercado. Na nota, entre as casas noturnas citadas nas dicas, além da Flower's (já operando como New Flower's), estavam o Ego Sum, o Opção (voltado

para lésbicas) e a Number One, conhecida por ser uma casa de shows de transformismo (Brasil, 1979, p. 5; Koch, 2024).

Figura 3- Roteiro Gay do Sul - onde badalar e caçar em Florianópolis, Curitiba e Porto Alegre



PORTO ALEGRE

Está de parabéns a Capital Gaúcha, pois todo o gay que quiser passar uns dias descontraídos e festivos naquela bela metrópole, encontrará por lá um dos ambientes mais convidativos à badalação gay no Brasil.

Além de bonitos, os gaúchos são simpáticos, comunicativos, agradáveis e... (uma glória!)

Lugares de encontros: funcionam todas as ruas do centro, principalmente a rua da Praia (r. dos Andradas); av. Independência; av. Farrapos; r. José Bonifácio, etc. Também a praça Parobé e a praça Otávio Rocha. O parque Farroupilha, famoso "Redenção", é chamado pelos frequentadores locais de "Country Club de Porto Alegre".

Também se recomendam as seguintes casas noturnas:

BOATE FLOWER'S, na rua Independência, 908;

EGO SUM, clube privé, exclusivamente para associados, categoria cinco estrelas;

BAR BON AMI, à rua Salgado Filho;

OPÇAO, para gays femininas;

NUMBER ONE, rua Conceição, 500;

DANCING DAYS, bar da Tia Maria;

São ainda ótimas e badaladíssimas a SAUNA GAÚCHA e a RIO BRANCO!

Como sacaram as colegas, Porto Alegre oferece mil locais de refrescante desbum! Dêem um pulo até lá!

Fonte: Arquivo Nacional (Brasil, 1979).

Esse cenário evidencia que a economia noturna LGBT+ não apenas estruturava sociabilidades, mas também estimulava a circulação de públicos e o turismo, contribuindo para o desenvolvimento econômico desses espaços.

A partir desses elementos, observa-se a formação de uma estrutura mais organizada da sociabilidade noturna LGBT+ em Porto Alegre, na qual espaços, agentes, práticas culturais, públicos e mecanismos de regulação passaram a se articular, configurando as bases de um circuito econômico e cultural próprio. Esse processo, impulsionado ao longo da década de 1970, repercutiu nas formas de socialização, na cultura e na economia noturna LGBT+ das décadas seguintes, como será apresentado na próxima seção.

3.4 A CONSOLIDAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DA NOITE LGBT+ À GAÚCHA

A transição da década de 1970 para a de 1980 marcou uma época de construção e afirmação de uma identidade homossexual mais estabilizada. Esse cenário de avanço, contudo, alterou-se de modo drástico a partir da eclosão mundial da epidemia de HIV/Aids e dos primeiros casos confirmados no Brasil, em 1982 (Quinalha, 2024). Diante dessa crise sanitária, observou-se o fortalecimento das Organizações Não Governamentais (ONGs) voltadas à causa LGBT+ no país, as quais passaram a ganhar projeção perante a opinião pública. Nesse período, bares e casas noturnas serviram como pontos de conscientização, de suporte às vítimas e de espaços de resistência para o exercício de uma sociabilidade possível. Segundo Quinalha (2024), ainda que a epidemia tenha provocado um reforço no estigma social sobre a comunidade LGBT+, à medida que a crise se alastrava, ampliou-se também a visibilidade da sexualidade na esfera pública, o que representou um ganho, de acordo com o autor, por inserir definitivamente esse tema no debate político nacional.

Nessa conjuntura, a efervescência noturna fruto dos anos anteriores não arrefeceu na capital gaúcha ao longo da década de 1980, embora o mercado tenha sido marcado pela rotatividade de estabelecimentos que abriam e fechavam suas portas. O Vitraux Club, tradicional em shows de transformismo e hoje um clássico da cidade, com apresentações de *drag shows* aos domingos, abriu suas portas em 1982, na Rua da Conceição, no centro, onde permanece em atividade. Já no bairro Bom Fim, surgiram o Ocidente – uma das casas noturnas mais inclusivas e conhecidas da cidade – e o Doce Vício, importante bar da cena LGBT+, frequentado majoritariamente por mulheres lésbicas. Ainda no cenário do Bom Fim, um estilo de música local ganhou projeção nacional: o chamado “rock gaúcho”. Esse movimento reforça que, apesar das tensões do período, a vida cultural e boêmia da cidade

permanecia ativa e em expansão. Essa vertente musical porto-alegrense, criada a partir de fatores identitários associados à urbanidade, marcou uma geração e os costumes musicais do estado, estabelecendo uma alternativa estética frente à hegemonia da música nativista (Nunes, 2020).

Seguindo a linha do tempo, a década de 1990, como comentado no capítulo, foi chamada de “anos gays”. Esse período é considerado fundamental, segundo Quinalha (2024), para uma socialização pública mais definitiva por parte da comunidade LGBT+, que, nessa época, popularizou-se a partir da sigla GLS. A partir desse conjunto de letras, observou-se uma profusão de publicações de bolso no formato de “guias GLS”, contendo dicas diversas. Na capital gaúcha, circulou o *Guia GLS de Porto Alegre*, composto por seções como “onde ferver” (boates), “onde comer/beber” (bares), “onde se cuidar” (saúde/prevenção) e “direitos” (contatos jurídicos). Essa iniciativa marca um processo de organização da oferta de serviços e da circulação de informações voltadas ao público LGBT+ na cidade.

Observa-se que essas publicações, mesmo pequenas, operavam como fomentadoras da economia e da cultura local LGBT+, organizando os negócios em formato de guia. Embora não haja exemplares físicos preservados dessas edições locais acessíveis à pesquisa, os registros orais e a historiografia da mídia alternativa indicam que tais guias mapeavam as casas noturnas que constituíam o “fervo” da época. Entre elas, destacava-se o Bar d’A Vanda – que contava com atrações culturais como o show “Milk Shake”, apresentado por Laurita Leão (persona do artista Lauro Ramalho), e performances da transformista Rebecca McDonald –, além do Discretus, que recebia em seu palco as transformistas Dandara Rangel, Gloria Crystal e Gudiara Makimba, renomadas pelo show “Viva a Preta” (Bernardy; Gaffrée Jr., 2022). Esse mapeamento evidencia a consolidação de uma cena noturna articulada entre espaços, artistas e público, plenamente inserida em uma lógica de mercado e de circulação cultural.

Ainda na década de 1990, surgiram em Porto Alegre, ainda que de forma tardia em relação a outras capitais do país, os primeiros movimentos políticos institucionalizados. Além do Nuances, já citado anteriormente, foram criados o Grupo Igualdade e a ONG Outra Visão – Grupo LGBTT, ambos em 1999. Com forte atuação local, o Nuances organizou, em 1997, a primeira Parada do Orgulho LGBT+ da cidade, trazendo para a esfera pública questões fundamentais para a comunidade. A década de 1990 marcou, portanto, a presença cada vez mais constante da cultura LGBT+ no tecido urbano, atestando, ainda que de forma emergente, o reconhecimento dessa população e a consolidação de um mercado consumidor voltado a esse segmento (Barnart; Bauer, 2017; Quinalha, 2024).

Os anos 2000 são centrais para compreender a reorganização da vida noturna e da cultura de bares e festas LGBT+ em Porto Alegre. Nesse período, destacam-se tanto transformações estruturais, como a consolidação da Cidade Baixa como epicentro da noite, quanto eventos de ruptura, como o incêndio na Boate Kiss, a pandemia de Covid-19 e as enchentes de maio de 2024.

No início desse período, Porto Alegre projetava-se externamente através das primeiras edições do Fórum Social Mundial (FSM), que difundiam a ideia de que um outro mundo era possível. Segundo Pottier (2009), a partir do FSM, a imagem da capital foi propagada como cidade alternativa, de resistência e renovação política perante o cenário mundial. A circulação de público proporcionada pelas edições do FSM concentrava-se, durante a noite, na Cidade Baixa. Esse movimento reafirmava o caráter da região, historicamente um reduto de resistência negra e popular, como o novo centro *cult* da capital. O Shopping Olaria, com galerias, cinema com programação de filmes fora do *mainstream* e um conjunto de bares, transformou o local em ponto de encontro ao ar livre LGBT+ (Fonseca, 2006; Pottier, 2009).

Ainda nesse cenário progressista, dois espaços voltados à comunidade tiveram papel de destaque na cena, marcando a era das grandes casas noturnas com alta capacidade de público. A Refugiu's Mega Danceteria, localizada no bairro Menino Deus, foi inaugurada em 2004 e comportava cerca de 1.200 pessoas[25]. Já o Cine Theatro Ypiranga, no bairro Floresta, também operava com grandes públicos ao longo dos anos 2000, reunindo diferentes atrações. A partir de 2013, com a intensificação das fiscalizações após a tragédia da Boate Kiss, esse modelo passou a enfrentar restrições mais severas. O Cine Theatro Ypiranga foi interditado por ausência de alvará de prevenção contra incêndio (Sem Alvará [...], 2013; Três Casas [...], 2013), enquanto a Refugiu's, que manteve suas atividades por mais alguns anos, encerrou seu ciclo por volta de 2016. As novas exigências do Plano de Prevenção e Proteção Contra Incêndio (PPCI), conduzidas pela Secretaria Municipal de Indústria e Comércio (SMIC) e pelo Corpo de Bombeiros, contribuíram para a reconfiguração da cena noturna, especialmente entre estabelecimentos de grande porte (Sem Alvará [...], 2013; Três Casas [...], 2013).

Por fim, dois fenômenos de ordem não controlada, a pandemia de Covid-19 e as enchentes de maio de 2024, afetaram a cena noturna como um todo. Durante a pandemia, muitas empresas não resistiram e encerraram definitivamente suas atividades. No cenário LGBT+, as principais casas noturnas conseguiram reabrir após o período de restrições,

[25] HAGAH. Refugiu's Mega Danceteria. Disponível em: https://www.hagah.com.br/refugius-mega-danceteria-marcilio-dias-290. Acesso em: 23 abr. 2026.

indicando uma retomada parcial da atividade. No entanto, quando um momento de recuperação parecia se consolidar, as enchentes atingiram diretamente grande parte desses estabelecimentos, especialmente aqueles localizados em regiões historicamente boêmias, como o Centro Histórico, a Cidade Baixa e o mais recente Quarto Distrito, onde estão localizados os principais empreendimentos LGBT+. Esse processo impactou diretamente os principais territórios da vida noturna, evidenciando a vulnerabilidade estrutural e econômica desses espaços diante de crises externas.

3.5 SÍNTESE DO BREVE HISTÓRICO DA NOITE LGBT+ À GAÚCHA

Portanto, é a partir desse percurso histórico que a noite de Porto Alegre se consolidou sob a tensão entre o ideal de civilidade europeia e as contradições de um crescimento urbano desigual, no qual o lazer era pautado por privilégios de classe, gênero e identidade sexual. Nesse contexto, a sociabilidade LGBT+ evoluiu de práticas marginais e dispersas para um circuito econômico e cultural estruturado a partir da década de 1970. Essa transição da clandestinidade para o mercado de casas noturnas não apenas institucionalizou novos modos de subjetivação e organização social, mas também consolidou uma dinâmica econômica e cultural, transformando a noturnidade LGBT+ em um campo de afirmação em meio ao conservadorismo regionalista.

Esse processo se materializou na expansão de uma cena noturna estruturada por casas que articularam diferentes linguagens culturais ao longo do tempo: dos cafés com música ao vivo, passando pelas performances transformistas e pela cultura *drag*, até a consolidação das grandes danceterias e da cultura DJ. Contudo, o retrato contemporâneo da cena noturna LGBT+ local tem sido marcado por processos de formação e recuperação de público, reorganização dos modelos de negócio e reconfiguração de seus espaços. Esse movimento local dialoga com um debate mais amplo, de caráter global, sobre a permanência e a relevância de bares e casas noturnas voltadas essa à comunidade.

Esse período também foi acompanhado pela ampliação de políticas públicas voltadas ao combate à discriminação, com a criação de legislações, programas e iniciativas direcionadas à população LGBT+, além do crescimento de pesquisas, publicações e eventos dedicados ao tema (Luz, 2011).

Diante desse percurso, torna-se fundamental analisar empiricamente como essa dinâmica se organiza na atualidade, identificando os agentes, etapas, fluxos e mecanismos que

estruturam a cadeia de valor das casas noturnas LGBT+ em Porto Alegre. Para isso, o capítulo seguinte apresenta os procedimentos metodológicos que orientam esta investigação.

4 METODOLOGIA

Esta pesquisa nasceu da convergência de dois fatores. O primeiro deles ocorreu no contexto das aulas da disciplina de Microeconomia, a partir do contato com o conceito de Arranjos Produtivos Locais[26]. O segundo foi uma publicação da 27ª Parada Livre de Porto Alegre, em 2024, que anunciava uma ação conjunta de três casas noturnas da cidade: Venezianos, Workroom e Fênix. No trabalho final daquela disciplina, desenvolveu-se uma investigação inicial com esses três empreendimentos, a qual, posteriormente, constituiu-se como a etapa exploratória desta pesquisa. Naquele momento, o objetivo era compreender se havia uma articulação entre o território LGBT+ e as atividades econômicas, com vistas ao fomento de um arranjo produtivo.

A proposta consistia em contribuir para o fortalecimento desses estabelecimentos, impulsionando suas capacidades inovativas e, consequentemente, suas formas de criação de valor econômico e cultural. Nesse processo, observou-se uma desconexão entre os agentes que compunham a cadeia de valor. A partir dessa constatação, definiu-se que uma contribuição mais relevante, tanto para o mercado quanto para a academia, seria analisar a cadeia de valor cultural como etapa anterior à formulação de possíveis arranjos inovativos.

Diante desse cenário, e antes de delimitar a abordagem adotada nesta pesquisa, é necessário explicitar que a investigação considera a vivência do pesquisador como pessoa LGBT+, marcada por participação ativa e observação prolongada de espaços dedicados à comunidade. Reconhecendo o potencial de proximidade com o objeto decorrente dessa posição de *insider*, exige-se um exercício constante de reflexividade, bem como a mobilização de processos de estranhamento e de distanciamento analítico, de modo a evitar que a subjetividade interfira indevidamente na interpretação dos dados (Creswell, 2010).

Outra delimitação necessária diz respeito à reconstrução histórica apresentada no Capítulo 2. Ela foi realizada a partir da articulação de fontes de diferentes naturezas, diante do caráter fragmentário da documentação disponível sobre a formação da noite e da cultura LGBT+ em Porto Alegre. O levantamento partiu da exposição “Uma cidade pelas margens” e do trabalho dela decorrente (Barnart; Bauer, 2017), incorporando, posteriormente, fontes jornalísticas, acadêmicas e institucionais, além de registros de acervos e materiais fotográficos e digitais disponíveis em redes sociais. A partir desse conjunto, construiu-se uma narrativa

[26] Arranjo produtivo local são modos de coordenação entre os diferentes atores e suas atividades, que envolvem da produção à distribuição de bens e serviços, bem como o processo de geração, uso e disseminação de conhecimentos e de inovações (Cassiolato; Lastres, 2003).

cronológica sobre a formação da sociabilidade noturna LGBT+ na cidade. Essa reconstrução corresponde ao segundo objetivo específico da pesquisa e tem como função situar historicamente o objeto, oferecendo elementos para a interpretação das formas contemporâneas de organização da noite LGBT+ analisadas no Capítulo 4.

Esta pesquisa possui natureza descritiva, com caráter exploratório, e adota uma abordagem qualitativa. O desenho metodológico estrutura-se como um estudo de caso múltiplo (Yin, 2015). Para dar conta desse escopo, este capítulo organiza-se em três seções. A primeira caracteriza as três unidades de análise selecionadas. A segunda aborda os procedimentos de coleta de dados. Por fim, a terceira delimita os procedimentos de análise, bem como as limitações desta investigação.

4.1 UNIDADES DE ANÁLISE

A cena LGBT+ de Porto Alegre possui atualmente cerca de dezesseis[27] empreendimentos comerciais autoidentificados, segundo uma contagem exploratória realizada para esta pesquisa. Esses estabelecimentos estão distribuídos entre nove casas noturnas, quatro bares e três clubes privados. Nove desses empreendimentos atuam com atrações culturais, conforme indicam seus canais digitais oficiais. A distribuição espacial concentra-se nos bairros Cidade Baixa, Centro Histórico e na região do Quarto Distrito.

Para fins metodológicos, adota-se o termo “casas noturnas” como uma categoria abrangente, embora os empreendimentos selecionados apresentem distinções quanto aos seus registros na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE)[28].

A escolha da amostragem por casos múltiplos objetivou construir uma visão comparativa e complementar dos diferentes elos da cadeia de valor cultural presentes na cena noturna LGBT+ local. Nesse sentido, um dos principais critérios que orientaram a seleção dos casos foi o da diversificação, com a finalidade de incluir a maior variedade possível de expressões e formatos de atuação.

A seleção considerou casas noturnas que atuassem com artes performáticas e musicais de diferentes linguagens como elemento central de seus modelos de negócio, bem como com

[27] O Bar Ocidente possui características específicas de atuação e, apesar de abrigar em sua programação festas LGBT+, como a *Melt* e a *Fun!*, não foi caracterizado nesta pesquisa como um espaço LGBT+, em função do seu modelo de negócio e programação não autoidentificada como LGBT+.

[28] Os enquadramentos na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) foram informados pelos próprios proprietários pesquisados.

elenco variado de artistas. Além disso, optou-se por empreendimentos autoidentificados como LGBT+ e que mantiveram atividades regulares nos últimos cinco anos, com frequência mínima semanal. Foram excluídos os clubes privados [29]em função de seu modelo de negócio, por não se alinharem aos critérios definidos para a pesquisa.

Com base nesses parâmetros, chegou-se inicialmente a quatro casas. No entanto, o proprietário do Vitraux Club, após inúmeras tentativas de contato, optou formalmente por não participar da pesquisa. Diante disso, a amostra final foi composta por três casas da cena local, com expressões artísticas distintas entre si – música ao vivo, arte *drag* e discotecagem (DJs), compondo uma visão diversificada do fenômeno analisado. A partir dessa definição, apresentam-se, a seguir, as unidades de análise, com a finalidade de explicitar suas características e sua inserção na cadeia de valor investigada.

4.1.1 Venezianos

Nos anos 2000, surge na capital o Venezianos Pub Café, localizado em uma casa centenária na Rua Joaquim Nabuco, esquina com a Travessa dos Venezianos, no boêmio bairro Cidade Baixa. O empreendimento foi fundado por Vera Ardais e Carmen Santos e consolidou-se como uma das casas noturnas LGBT+ mais longevas da cidade, com atividades ininterruptas ao longo de sua trajetória, exceto pelos períodos da pandemia de Covid-19 e das enchentes de maio de 2024.

Apesar de ter iniciado como bar e café, desde o começo da operação já havia a possibilidade de música ao vivo, sem limite de horário, viabilizada pelo alvará de funcionamento e pelo investimento em estrutura acústica. Com o passar dos anos, a demanda pela ampliação do horário e pela intensificação da programação musical consolidou-se. Atualmente, a casa apresenta um cronograma semanal diversificado e articula, em um mesmo espaço, atividades de alimentação, entretenimento e programação cultural. A dinâmica das atrações também contribuiu para a formação de diferentes perfis de público ao longo da semana, com distinções associadas às preferências musicais e às linguagens artísticas apresentadas.

[29] Clubes privados referem-se a espaços de acesso restrito e discreto voltados à sociabilidade e aos encontros entre homens que fazem sexo com homens (HSH), independentemente de sua identidade ou orientação sexual declarada.

Nesse sentido, o Venezianos é mobilizado nesta pesquisa como unidade de análise da música ao vivo na cadeia de valor cultural, permitindo observar as dinâmicas de contratação artística, curadoria e circulação de músicos no contexto da noite LGBT+. Do ponto de vista formal, o empreendimento enquadra-se na subclasse 5611-2/05 da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), correspondente a bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento, abrangendo locais cujo foco principal é o consumo de bebidas e alimentos associado a atividades artísticas (IBGE, 2007).

4.1.2 Cabaret

Em 1992, Carlos Beust fundou o Cabaret Voltaire no número 590 da Avenida Independência, um polo da vida noturna entre as décadas de 1970 e 1990. Conhecida como um "inferninho" pulsante, a casa tornou-se uma referência de espaço alternativo e abrigou, por anos, tribos urbanas da cena *indie*, além do público "GLS". Desde sua origem, o Cabaret consolidou-se como um espaço noturno ancorado na ideia de *underground*, elemento que se tornou central para a identidade da marca. Ao longo do tempo, e em função de mudanças societárias, o estabelecimento passou a operar sob o nome Cabaret do Beco, estruturando sua programação a partir de diferentes propostas de festa distribuídas pelos diferentes andares do local. Em 2013, um incêndio de grandes proporções atingiu a estrutura da edificação, encerrando a operação no endereço original.

Em 2015, Jeremy Crawshaw, antigo gestor da operação da Independência, tornou-se sócio de Carlos Beust e, juntos, inauguraram uma nova fase do empreendimento em um casarão localizado na Rua Sete de Setembro, no Centro Histórico. Essa reabertura marcou a continuidade da marca, com adaptação do espaço e renovação do público frequentador, o qual atualmente é majoritariamente jovem e LGBT+, com predominância de homens gays. A programação da casa é composta por festas diversas, ancoradas principalmente nos gêneros *pop* e *funk*, comandadas por uma dezena de DJs.

Assim, o Cabaret é mobilizado como unidade de análise da discotecagem, permitindo analisar a centralidade das festas comandadas por DJ, a lógica de programação musical, a relação com produtoras culturais e a dinâmica econômica de uma operação focada na venda de bebidas. Do ponto de vista formal, enquadra-se na subclasse 9329-8/01 da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), correspondente a discotecas, danceterias, salões de dança e similares, inseridas no setor de Artes, Cultura, Esporte e Recreação (IBGE, 2007).

4.1.3 Workroom

A Workroom foi criada em 2017 como um bar temático inspirado no *reality show RuPaul's Drag Race*[30] e com foco na cultura *drag*. Durante sete anos, operou no bairro Cidade Baixa, em um de pequeno porte que abrigava apresentações regulares de artistas. Desde sua criação, o estabelecimento estruturou-se como um espaço dedicado à cultura *drag*, com programação centrada em performances realizadas por artistas com perfis diversos. A casa também incorporava formatos participativos, como noites de palco aberto, permitindo ao público realizar performances de *lipsync* (dublagem).

Em 2024, já consolidada como marca de referência para artistas e para a comunidade LGBT+ na cidade, a Workroom passou por uma ampliação de seu modelo de negócio, acompanhada de mudança de endereço. O novo local escolhido foi o antigo Cine Theatro Ypiranga, imóvel conhecido do público LGBT+ e considerado patrimônio cultural de Porto Alegre. O novo modelo de negócio buscava ampliar a capacidade de público e diversificar as fontes de receita, incorporando a realização de festas, produções culturais e locação do espaço para eventos. No entanto, durante a pesquisa de campo, em outubro de 2025, os sócios anunciaram o encerramento das atividades no local, alegando dificuldades financeiras. Atualmente, a marca segue operando como produtora cultural, realizando eventos itinerantes.

Por sua vez, a Workroom é mobilizada como unidade de análise da cena *drag*, permitindo examinar a organização das performances, a construção de identidade artística e as formas de remuneração e circulação desses agentes na cadeia de valor cultural. Do ponto de vista formal, enquadra-se na subclasse 5611-2/05 da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), correspondente a bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento (IBGE, 2007).

[30] RuPaul's Drag Race é um reality show estadunidense do gênero competição, lançado em 2009, idealizado e apresentado por RuPaul, uma *drag queen* que ganhou projeção internacional na década de 1990, quando começou a participar e apresentar programas de televisão no país, além de atuar em filmes e lançar músicas de um estilo predominante em casas noturnas. Andre Charles que dá vida a RuPaul se tornou uma das maiores referências da arte *drag* no mundo, assim como uma personalidade de grande destaque na luta pelos direitos LGBT+. O Drag Race tem dezenas de temporadas e como franquia já foi adaptado em mais de 16 países, inclusive o Brasil.

4.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Os dados foram obtidos por meio de fontes primárias, articulando entrevistas em profundidade, observação participante e análise documental. A escolha pela triangulação metodológica permitiu a confrontação entre diferentes fontes e perspectivas.

4.2.1 Entrevistas

Para o mapeamento da cadeia de valor cultural, foram elaborados quatro questionários semiestruturados, utilizados como instrumentos orientadores para as entrevistas em profundidade, que constituem o principal meio de produção de dados empíricos desta investigação. Esses questionários seguem a lógica do modelo (*framework*) estilizado do *Mapping the Creative Value Chains* (De Voldere *et al.*, 2017), apresentado em detalhes no capítulo 1, sendo organizados em torno das quatro funções principais (Criação, Produção/Edição, Disseminação/Comércio e Exposição/Recepção/Transmissão) e das funções de suporte (Preservação, Educação/Treinamento, Gestão/Regulação). Além disso, os roteiros contemplam questões centrais da economia da cultura, da economia noturna e da cultura LGBT+.

As entrevistas aconteceram entre novembro de 2025 e março de 2026. Também foram utilizados como material complementar dois encontros exploratórios realizados em novembro de 2024 com proprietários de duas das unidades de análise – Venezianos e Workroom. Esses registros antecedem as entrevistas em profundidade desta dissertação e foram incorporados como base de consulta e apoio analítico, contribuindo para a formulação inicial do problema de pesquisa, para o refinamento dos instrumentos metodológicos e para a compreensão prévia das dinâmicas econômicas e organizacionais desses empreendimentos.

Para este estudo, os principais elos da cadeia de valor cultural considerados são os proprietários das casas noturnas, os artistas que performam na cena de festividades LGBT+, os fornecedores e os consumidores. As dezessete entrevistas em profundidade foram realizadas por meio digital, via plataformas como *Zoom* e *Meet*, e presencialmente. Foram entrevistados: três proprietários representantes das casas noturnas; cinco artistas, priorizando a diversidade de linguagens (*drag queens*, DJs e músicos) e de atuação na cena LGBT+ local; oito frequentadores, considerando critérios de diversidade etária, de gênero, orientação sexual,

perfil socioeconômico, raça[31] e localização residencial; e um fornecedor estratégico. O Quadro 1 apresenta o perfil dos participantes da pesquisa. Considerando as especificidades do campo empírico e a autorização concedida no momento da entrevista, optou-se pela identificação nominal dos agentes públicos vinculados à cena cultural e empresarial analisada, enquanto os consumidores e demais participantes não públicos foram identificados por códigos alfanuméricos, de modo a preservar o anonimato.

Quadro 1 - Perfil dos participantes da pesquisa

Perfil dos participantes da pesquisa					
Entrevistados	**Elo da cadeia de valor**	**Código do participante**	**Idade**	**Identidade de gênero**	**Orientação sexual**
Alessandra Mendonça	Proprietária do Venezianos	MENDONÇA	52	Mulher Cis	Lésbica
Jeremy Crawshaw	Proprietário do Cabaret	CRAWSHAW	48	Homem Cis	Héterossexual
Rodrigo Borges	Proprietário da Workroom	BORGES	37	Homem Cis	Gay
Rodolfo Melo	Artista/Músico	MADBLUSH	48	Homem Cis	Gay
Ricardo Ponte	Artista/DJ	RICKTOCADISCO	50	Homem Cis	Gay
Jader Girotto	Artista/DJ	GIROTTO	32	Homem Cis	Gay
Suzzy Gomes	Artista/Transformista	SUZZY B	50	Mulher Trans	Prefere não revelar
Charles Machado	Artista/Drag Queen	CHARLENE VOLUNTAIRE	54	Homem Cis	Gay
Entrevistado 1	Consumidor	CONS 1	31	Homem Cis	Gay
Entrevistado 2	Consumidor	CONS 2	42	Homem Cis	Gay
Entrevistado 3	Consumidor	CONS 3	59	Mulher Cis	Lésbica
Entrevistado 4	Consumidor	CONS 4	25	Mulher Cis	Lésbica
Entrevistado 5	Consumidor	CONS 5	52	Mulher Cis	Lésbica
Entrevistado 6	Consumidor	CONS 6	23	Homem Cis	Bissexual
Entrevistado 7	Consumidor	CONS 7	30	Mulher Cis	Bissexual
Entrevistado 8	Consumidor	CONS 8	25	Homem Trans	Bissexual
Entrevistado 9	Fornecedor de Bebidas	FORN 1	32	Homem Cis	Gay

Fonte: elaborado pelo autor.

Os participantes foram acessados a partir da inserção do pesquisador no campo e de sua circulação nos espaços investigados, bem como por meio de indicações e contatos estabelecidos ao longo da pesquisa. Os proprietários foram contatados diretamente por meio dos canais oficiais de comunicação dos estabelecimentos, especialmente redes sociais. Os artistas foram acessados por meio de redes sociais e indicações, enquanto o fornecedor foi indicado por proprietários das casas noturnas. No caso dos frequentadores, a seleção ocorreu a partir da rede de contatos do pesquisador e de indicações.

Os procedimentos éticos foram rigorosamente seguidos, incluindo a garantia de anonimato, confidencialidade, consentimento livre e informado e a sensibilidade cultural

[31] Embora a dimensão racial e socioeconômica atravesse historicamente a formação da noite e da cultura LGBT+ brasileira, este aspecto não foi aprofundado no escopo empírico desta investigação.

adequada. A participação foi voluntária, assegurando-se o direito de retirada a qualquer momento. Os resultdos serão compartilhados com os envolvidos, buscando maximizar os benefícios sociais e minimizar os riscos, em alinhamento com os princípios de uma pesquisa socialmente responsável. Os termos de consentimento foram aplicados online, por meio da plataforma Google Forms.

Diante disso, apresenta-se, a seguir, um breve resumo dos conteúdos que compõem os quatro questionários, os quais podem ser consultados na íntegra nos Apêndices A (proprietários/gestores), B (artistas), C (fornecedores/parceiros comerciais) e D (consumidores).

O roteiro aplicado aos proprietários foi estruturado para captar a cadeia de valor a partir do núcleo organizador das casas noturnas. Contempla desde a caracterização da firma até a operacionalização da cadeia, considerando produtos, serviços, etapas produtivas e fornecedores. A programação cultural foi abordada seguindo a lógica do *framework*, bem como aspectos da cultura e da cena LGBT+ local. Além disso, foram incluídas perguntas sobre dimensões centrais da economia da cultura, como geração de receita (fontes e participação relativa), sustentabilidade econômica (custos, riscos, dependência de fornecedores) e determinantes de desempenho (programação, público, território). Esse roteiro funcionou como eixo estruturante da pesquisa, permitindo articular as demais entrevistas a partir da lógica de funcionamento do negócio.

O roteiro dos artistas foi organizado para compreender a cadeia de valor a partir do polo da criação e da produção cultural, com detalhamento das etapas criativas, produtivas e de circulação das performances. As perguntas acompanham explicitamente as etapas do *framework*. Do ponto de vista econômico, o formulário capta aspectos relacionados à modelos de remuneração, à sustentabilidade (previsibilidade de renda, custos, financiamento) e aos limites estruturais da atividade (desafios da profissão, precarização). Esse instrumento permite compreender como o valor simbólico e artístico se converte – ou não – em valor econômico dentro das casas.

O roteiro dos fornecedores foi desenhado para captar os elos de suporte e infraestrutura da cadeia de valor, com foco nas relações comerciais, estratégias de fornecimento e influência sobre as casas. As perguntas abordam tipos de atuação (produção, distribuição, patrocínio), produtos e serviços ofertados (bebidas, equipamentos, ativações), critérios de seleção de casas e decisões de investimento (visibilidade, público, posicionamento). Ainda são investigadas formas de apoio econômico (contrapartidas,

exclusividade, metas), participação em eventos culturais e percepção sobre o comportamento de consumo do público LGBT+.

Por fim, o roteiro dos consumidores foi estruturado para captar a etapa de recepção da cadeia de valor, com foco nas experiências, nas práticas de consumo e nas percepções sobre a noite LGBT+. O roteiro inicia com a caracterização sociodemográfica e avança para um bloco sobre determinantes do consumo (programação, preço, localização, estética), critérios de escolha das casas, fatores que ampliam ou reduzem a frequência e padrões de gastos. Em seguida, aprofunda dimensões simbólicas e culturais relacionadas ao pertencimento, à segurança, ao acolhimento e ao reconhecimento identitário proporcionado por esses espaços. Esse instrumento permitiu observar como o valor gerado nas etapas anteriores se realiza na prática – em consumo, experiência, permanência e significado –, além de identificar como cultura, sociabilidade e economia se articulam na sustentação da vida noturna LGBT+.

4.2.2 Observação participante

A observação participante foi aplicada em eventos selecionados, de forma a compor uma diversidade de festividades, no período de agosto a dezembro de 2025, nas três casas noturnas investigadas. De acordo com Jorgensen (1989), esse método é especialmente pertinente quando a questão de pesquisa busca apreender a cultura de grupos, suas atitudes e dinâmicas cotidianas, inseridas na realidade vivida. Para o autor, a observação participante se revela importante quando o objeto é marcado por práticas sociais vivas e interações simbólicas, nas quais os significados não podem ser plenamente apreendidos apenas por descrições externas ou relatos discursivos isolados. Dessa forma, a pesquisa assumiu essa perspectiva para capturar o entrelaçamento entre práticas econômicas, experiências culturais e relações sociais.

Para isso, a observação participante foi operacionalizada de forma sistemática, orientada pelas dimensões observacionais propostas por Spradley (1980). Essas dimensões concentraram-se na materialidade do espaço, na organização espacial, nos atores envolvidos, nas interações sociais, nas atividades culturais, nas práticas econômicas visíveis e nos rituais que estruturam a experiência noturna. As observações foram anotadas em diário de campo e posteriormente organizadas por categorias analíticas, permitindo articular as dimensões simbólicas e econômicas da cadeia de valor cultural das casas noturnas LGBT+. Isso exige explicitar, na sequência, os procedimentos de acesso ao campo e a forma de presença do pesquisador.

Considerando a natureza pública dos eventos observados e o objetivo de captar interações e dinâmicas sociais em seu curso ordinário, a observação foi realizada sob a forma encoberta (covert). Nessa abordagem, o pesquisador não revelou explicitamente sua condição aos demais frequentadores (Spradley, 1980). Sendo assim, o pesquisador participou dos eventos como frequentador regular, circulando pelos espaços, consumindo produtos e interagindo de forma espontânea, sem assumir papéis organizacionais ou performáticos. Reconhecendo que a observação encoberta apresenta riscos específicos, sobretudo no que se refere à expectativa de privacidade e à dignidade dos sujeitos, a pesquisa restringiu-se à observação de situações coletivas em ambientes de acesso público, sem identificação individual, reforçando o compromisso com a integridade ética e a responsabilidade social da investigação.

4.2.3 Análise documental

A inclusão da análise documental nesta pesquisa responde à necessidade metodológica de captar dimensões da economia da cultura que não se manifestam apenas nas falas dos atores ou na observação direta, mas também nos registros produzidos e circulados no próprio campo cultural. Conforme argumenta Scott (1990), documentos são materiais ilustrativos ou contextuais, que demonstram registros sociais produzidos em situações específicas, carregados de intencionalidades, rotinas institucionais e formas de organização simbólica.

Operacionalmente, os documentos analisados consistiram em 152 cartazes digitais de agendas culturais semanais, publicados nas redes sociais oficiais das casas noturnas investigadas, no período de agosto a dezembro de 2025. Além de imagens de arquivo, registros fotográficos históricos e materiais de divulgação de casas noturnas LGBT+ de diferentes períodos, utilizados especialmente na contextualização histórica da cena noturna porto-alegrense. Também foram analisados documentos públicos relacionados à cultura LGBT+ no contexto local e nacional. Esses materiais foram incorporados ao corpus analítico e submetidos a procedimentos sistemáticos de organização e tratamento, à luz da Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011).

Do ponto de vista ético, trata-se de materiais de circulação pública, produzidos com finalidade de divulgação ampla ou preservação histórica, o que dispensa procedimentos de consentimento individual e reduz riscos à privacidade, preservando-se, ainda assim, o compromisso com o uso responsável, contextualizado e com a devida identificação das fontes.

4.3 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa e de caráter interpretativo. Para a constituição do *corpus* analítico, foram considerados a totalidade das entrevistas realizadas, os registros produzidos nos encontros e os documentos de divulgação de agendas culturais, bem como os relatórios da observação participante. Todo o material foi integralmente transcrito, sem exclusão arbitrária de dados, sendo os arquivos resultantes armazenados em ambiente digital seguro. Para a gestão e o tratamento inicial dessas informações, recorreu-se ao uso do *software Microsoft Excel*, aplicado na organização das bases de dados, na sistematização das informações empíricas e na elaboração de quadros e tabelas.

Uma vez consolidada a base de dados, utilizou-se a Análise de Conteúdo na perspectiva de Bardin (2011), com o objetivo de categorizar sistematicamente as informações obtidas, identificando padrões, temas recorrentes e significados atribuídos pelos sujeitos. Como estratégia analítica para orientar essa categorização, adotou-se a articulação de duas ferramentas complementares: o modelo (*framework) Mapping the Creative Value Chains* (De Voldere *et al*., 2017) e o Modelo de Geração de Valor Cultural proposto no Quadro de Estatísticas Culturais (UNESCO, 2025a). A partir desse aparato conceitual, os três casos foram analisados inicialmente de forma individual e, posteriormente, submetidos a uma análise comparativa cruzada, buscando evidenciar convergências, distanciamentos e regularidades.

Com base nesse direcionamento analítico, os dados foram organizados em cinco eixos principais: modelos de negócio e operacionalização das casas noturnas; composição e coordenação das cadeias de valor de alimentos e bebidas e da cadeia cultural; organização da cadeia de valor cultural e suas funções principais e de suporte; mecanismos de criação de valor simbólico e econômico; e condições de sustentabilidade financeira e permanência da cena noturna LGBT+. Essa escolha justificou-se pela relevância e pela aderência de tais ferramentas ao objeto pesquisado, permitindo estruturar as dimensões de análise, fortalecer o diálogo com o referencial teórico e identificar as especificidades e o funcionamento contemporâneo da economia cultura e da noite LGBT local. Diante disso, apresentam-se a seguir as principais limitações enfrentadas na execução da pesquisa.

Esta investigação apresenta limitações inerentes ao seu desenho metodológico, as quais devem ser consideradas na interpretação dos resultados. Trata-se de um estudo de caso múltiplo, de natureza qualitativa e com recorte territorial específico, realizado a partir de três casas noturnas LGBT+ sediadas em Porto Alegre. Essa delimitação não permite

generalizações estatísticas para outros contextos, territórios ou segmentos do setor cultural. Embora a seleção dos casos tenha seguido critérios de pertinência, diversidade e relevância para o objeto investigado, a complexidade interna da cena noturna LGBT+ e do próprio setor cultural implica a existência de outras configurações organizacionais, econômicas e territoriais que não foram contempladas neste trabalho. Assim, os achados devem ser compreendidos como analiticamente situados, contribuindo para a compreensão aprofundada do fenômeno estudado, e não como representativos do conjunto das casas noturnas LGBT+ em escala local ou nacional.

Outra limitação relevante refere-se à informalidade dos dados financeiros acessados na pesquisa. As informações sobre faturamento, custos operacionais, cachês, formas de remuneração e demais aspectos econômicos foram obtidas majoritariamente por meio dos relatos de proprietários e artistas nas entrevistas em profundidade, não havendo acesso a documentos formais como balanços financeiros, demonstrativos contábeis, contratos ou registros fiscais. Essa característica está relacionada à própria dinâmica do setor, marcado por diferentes graus de informalidade e pela baixa sistematização de registros financeiros. Dessa forma, os valores apresentados ao longo da análise devem ser compreendidos como estimativas analíticas construídas a partir da triangulação entre entrevistas, observação participante, análise documental e parâmetros setoriais, e não como demonstrações contábeis formais. Assim, a análise econômica permitiu identificar tendências, relações e mecanismos de funcionamento da cadeia de valor, embora limite a precisão quantitativa de alguns indicadores.

No que se refere à composição do *corpus* empírico, destaca-se a limitação relacionada ao elo de fornecedores da cadeia de valor. Embora tenham sido realizadas diversas tentativas de contato com diferentes agentes, especialmente do mercado de bebidas alcoólicas, devido à sua relevância na operação das casas, as barreiras de acesso comercial foram significativas. Desse modo, foi possível realizar apenas uma entrevista com um representante estratégico desse segmento, vinculado a uma grande distribuidora do setor, que solicitou confidencialidade quanto à sua identificação e à marca representada. Assim, as relações a montante da cadeia foram analisadas de forma complementar a partir desse relato, das entrevistas com os demais atores envolvidos e da observação das dinâmicas comerciais em campo. Esse arranjo permitiu compreender parcialmente o elo, embora com menor profundidade analítica em relação aos demais segmentos investigados.

Por fim, ressalta-se que o recorte principal da observação participante e da análise documental concentrou-se no período de agosto a dezembro de 2025, o que pode limitar a

compreensão de dinâmicas sazonais mais amplas da atividade noturna e cultural. Trata-se de um setor fortemente influenciado por ciclos econômicos, eventos específicos e variações de público ao longo do ano. No entanto, as entrevistas em profundidade foram realizadas entre outubro de 2025 e março de 2026, além do resgate de dois encontros exploratórios ocorridos em novembro de 2024 com gestores de duas unidades de análise, originalmente produzidos no contexto de uma investigação preliminar. Essa ampliação temporal permitiu incorporar processos anteriores ao período principal de campo, como os impactos da pandemia de Covid-19, das enchentes de maio de 2024 e outras transformações recentes na cena noturna LGBT+ de Porto Alegre. Ainda assim, essa configuração metodológica viabilizou compreender de forma aprofundada a articulação na criação de valor cultural e econômico nas casas noturnas pesquisadas.

A partir desses procedimentos metodológicos, apresentam-se, a seguir, os resultados e a análise da pesquisa.

5 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

Este capítulo discute os resultados da análise empírica sobre a organização da cadeia de valor cultural de três casas noturnas LGBT+ em Porto Alegre, buscando compreender como programação artística, sociabilidade LGBT+ e economia noturna se articulam na criação de valor cultural e econômico. A análise é interpretada à luz do referencial teórico apresentado, identificando aproximações, tensões e especificidades em relação à literatura existente, bem como dos elementos históricos demonstrados anteriormente, os quais contextualizam e estruturam as formas contemporâneas de organização desse setor analisadas empiricamente a seguir.

Para isso, o capítulo está dividido em cinco seções. A primeira analisa as configurações dos modelos de negócio das casas noturnas e suas particularidades operacionais. A segunda examina a composição e a coordenação das cadeias de valor de alimentos e bebidas e da cadeia cultural, destacando seus principais agentes, articulações e relações produtivas. A terceira seção retoma especificamente a cadeia de valor cultural, aprofundando suas funções principais e de suporte a partir do modelo analítico adotado na pesquisa. A quarta discute os mecanismos de criação de valor simbólico e econômico. Por fim, a quinta analisa as condições de sustentabilidade financeira e a permanência da cena noturna LGBT+ no curto e médio prazo.

5.1 CADA CASA É UM CASO: CONFIGURAÇÕES DE MODELOS DE NEGÓCIO

Esta pesquisa contou com três unidades de análise com expressões artísticas distintas entre si: música ao vivo, arte *drag* e discotecagem (DJs), compondo uma visão diversificada do fenômeno investigado. Esta seção inicial examina, de forma individual[32], cada um desses

[32] Os valores apresentados baseiam-se em faixas estimadas e informadas pelos gestores em entrevistas realizadas entre 2024 e 2026. Receita operacional mensal estimada: refere-se ao montante estimado de faturamento, representando o capital bruto disponível. Ticket Médio de Consumo (Cadeia de Valor A&B): este indicador foi isolado pelo pesquisador para refletir exclusivamente o gasto per capita com alimentos e bebidas. Responsabilidade tributária sobre bilheteria: indica a firma responsável pelo recolhimento dos tributos incidentes sobre o ingresso. Nesse indicador, a indicação 'Casa Noturna' denota que o montante transita pelo faturamento bruto contábil do estabelecimento, implicando em incidência tributária sobre a bilheteria, mesmo quando esse valor é integralmente repassado aos artistas. Eficiência da Cadeia de A&B (CMV %): percentuais calculados pelo pesquisador com base na relação entre o Custo de Mercadorias Vendidas Absoluto (compras de insumos) e a Receita operacional estimada, segundo parâmetros da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL, 2026). Modelo de remuneração artística: estratégias de transferência ou absorção de risco financeiro pela firma no que tange à produção cultural.

casos a partir de quatro eixos analíticos. O primeiro aborda o papel simbólico da casa na sociabilidade e no pertencimento comunitário. O segundo investiga como a programação cultural é organizada. O terceiro mapeia a lógica financeira vigente, enquanto o quarto realiza uma síntese, revelando o que o estabelecimento demonstra sobre a cadeia de valor cultural. Diante disso, apresentam-se a seguir os casos investigados.

5.1.1 O modelo de negócio do Venezianos

A análise indicou que, desde sua origem, o Venezianos estruturou-se como um espaço voltado para a comunidade LGBT+ socializar para além da pista de dança. Inicialmente voltado ao consumo de cafeteria e *happy hour*, o estabelecimento passou a incorporar o jantar no portfólio de produtos e, posteriormente, a extensão da noite com programação musical. Essa adaptação incluiu a realização de um dos primeiros jantares voltados explicitamente ao público LGBT+ no Dia dos Namorados na capital. Na virada dos anos 2000, apesar do contexto progressista vivido por Porto Alegre naquele período, ainda não eram socialmente legitimadas demonstrações públicas de afeto em estabelecimentos públicos, como restaurantes durante o horário do jantar. A realização desse evento evidencia justamente esse processo de disputa por legitimidade social no uso noturno desses espaços, ilustrando a cronologia moral noturna pontuada por Baldwin (2012).

Essa adaptação contínua segue como característica das gestoras da casa e também se relaciona à configuração física do local, cuja distribuição espacial permite a coexistência de diferentes produtos e serviços ao longo da noite. De acordo com a observação participante, a casa possui quatro espaços temáticos. No andar superior, ficam o restaurante e uma área para reservas celebrativas. Já o andar inferior abriga o bar central e a pista de dança. Na área externa, há uma estrutura nomeada de “calçadinha” – uma estratégia nascida no período de flexibilização da pandemia de Covid-19, quando o bar operava somente ao ar livre. No entanto, devido às transformações culturais nas dinâmicas pós-pandêmicas, permanece como espaço-chave na operação atualmente.

Sob essa ótica, os resultados mostram que essa configuração espacial também impacta diretamente a lógica da programação cultural. Dada a sua importância, a agenda é definida semanalmente pelas próprias proprietárias e segue uma estrutura fixa, na qual cada dia de operação corresponde a uma noite temática. Às quintas-feiras, são realizadas noites de karaokê; às sextas-feiras, acontece a “Roda do Venê”, capitaneada por bandas de música ao vivo; e, aos sábados, ocorrem festas temáticas comandadas por DJs. Essa diversidade também

contribui para a formação de diferentes perfis de frequentadores ao longo da semana, associados às preferências musicais e às linguagens artísticas apresentadas. Nas sextas-feiras, por exemplo, o público predominante da casa é feminino, o que evidencia uma dinâmica de sociabilidade associada à cultura *Butch-Fem* – princípio organizador central da comunidade lésbica formulado por Kennedy e Davis (2014).

Diante dessa configuração de dias temáticos, da coexistência entre restaurante, bar e pista de dança e da permanência prolongada do público, estrutura-se uma lógica na qual a cadeia de alimentos e bebidas (A&B) e a programação cultural tornam-se indissociáveis na formação de receitas. A análise evidencia que o modelo de negócio se organiza por meio de subsídio cruzado entre a operação de A&B e a agenda cultural, estabelecendo relações de conveniência econômica entre a casa noturna e os artistas.

O Quadro 2 evidencia como a sustentabilidade financeira da casa noturna depende da operação de alimentos e bebidas.

Quadro 2 - Estrutura do Modelo de Negócio e da Cadeia de Valor Cultural do Venezianos

Dado	**Venezianos**
Segmentação de público	LGBT+
Frequência operacional mensal	Média 12 a 14 dias
Receita operacional mensal estimada	R$ 83.200
Ticket médio de consumo (Cadeia de valor A&B)	R$ 80
Volume de público mensal	1.040
Custo de mercadorias vendidas (CMV) absoluto	R$ 25.000
Eficiência da Cadeia de A&B (CMV %)	30%
Preço médio de bilheteria	R$ 20 a R$ 30
Gestão de receita cultural (ingresso/ couvert)	100% Artistas (produção interna ou externa)
Modelo de remuneração artística	100% do valor líquido da bilheteria (deduzidas taxas de transação e proporcionalidade de gratuidades)
Responsabilidade tributária sobre bilheteria	Casa noturna
Integração da Cadeia de Valor Cultural	A produção é interna ou coproduzida e subsidiada.

Fonte: elaborado pelo autor.

O CMV de 30% demonstra uma operação comercial eficiente, reforçando que a margem de rentabilidade está concentrada nesse segmento. Por outro lado, a gestão da receita cultural revela que 100% do valor arrecadado com ingressos ou *couvert* artístico é destinado diretamente aos artistas. Isso indica que o estabelecimento não utiliza a bilheteria como fonte de lucro, mas sim como instrumento de viabilização da programação e de atração de público. Ao mesmo tempo, a responsabilidade tributária sobre essa bilheteria permanece com o

empreendimento, visto que o modelo de contratação artística é informal. Essa configuração demonstra que o risco operacional e fiscal fica centralizado no estabelecimento, o qual assume os encargos tributários mesmo quando repassa a totalidade da receita cultural aos artistas. Diante desse cenário, a integração da cadeia de valor cultural reforça que o espaço assume parte relevante dos custos de produção e de sustentação da cena artística. Assim, o modelo de negócio combina lógica comercial e função cultural: o bar sustenta financeiramente a casa, enquanto a programação artística garante o fluxo de público, consolidando uma relação de interdependência entre consumo, cultura e permanência no mercado.

5.1.2 O modelo de negócio do Cabaret

O Cabaret foi uma das casas noturnas impactadas pelo movimento regulatório promovido pela Prefeitura Municipal em conjunto com o Corpo de Bombeiros após a tragédia da Boate Kiss, em 2013. O estabelecimento, em seu antigo endereço na Avenida Independência, não chegou a ser interditado, mas passou por sucessivas vistorias até sofrer um incêndio que forçou o encerramento da operação naquele local. De acordo com Jeremy Crawshaw (2026), sócio-proprietário, o alvará de funcionamento do novo endereço levou dois anos para ser emitido. Foi durante esse período de espera que, em parceria com um produtor cultural LGBT+, a marca Cabaret realizou eventos itinerantes como estratégia para se manter ativa e garantir sua sustentabilidade econômica.

Apesar de ser uma marca já consolidada na sociabilidade LGBT+ da cidade, a mudança de localidade coincidiu com uma reestruturação em seu modelo de negócio. Segundo Crawshaw, um conjunto de fatores levou o Cabaret a se autodenominar formalmente uma casa noturna LGBT+. O primeiro deles foi a migração do público dos eventos itinerantes, majoritariamente composto pela comunidade LGBT+; o segundo foi a manutenção da parceria com o referido produtor cultural; e, por fim, o fechamento de espaços de grande capacidade, como a boate Refúgio’s. Foi nesse cenário que o Cabaret se consolidou como a operação noturna LGBT+ mais próxima do formato tradicional de boate entre as opções disponíveis na cidade.

Diante disso, o estabelecimento configura-se como um espaço de festividade centrado na discotecagem, articulando DJs, público e programação musical sob o formato de festas temáticas. A agenda cultural concentra-se nos finais de semana, sendo composta por eventos recorrentes aos sábados e estreias ou novidades às sextas-feiras. Nessa lógica, existem seis

festas fixas distribuídas ao longo do mês, estabelecendo uma identidade de calendário para o público. Ao mesmo tempo, festas esporádicas ou inéditas equilibram e revitalizam essa programação. No período analisado, realizaram-se 48 eventos temáticos, dos quais cerca de 90% foram centrados nos ritmos *pop* e *funk*. A organização dessa agenda é realizada trimestralmente por Crawshaw e compartilhada com produtoras culturais parceiras, as quais assumem a responsabilidade pela execução da agenda artística e toda a operação da cadeia de valor cultural do evento parceiro. Nesse modelo de negócio, a casa disponibiliza a infraestrutura completa às produtoras e recebe o repasse de 50% do valor faturado na bilheteria. Contudo, a principal fonte de receita do estabelecimento provém da venda exclusive de bebidas.

O Quadro 3 evidencia que, diferentemente de modelos em que a sustentabilidade depende majoritariamente do bar, há aqui uma composição mais equilibrada entre o faturamento de alimentos e bebidas (A&B) e a receita cultural, com maior participação direta da bilheteria na dinâmica econômica da operação.

Quadro 3 - Estrutura do Modelo de Negócio e da Cadeia de Valor Cultural do Cabaret

Dado	Cabaret
Segmentação de público	Homens gays, 25 a 35 anos
Frequência operacional mensal	Média 8 a 10 dias
Receita operacional mensal estimada	R$ 125.000
Ticket médio de consumo (Cadeia de valor A&B)	R$ 105
Volume de público mensal	3.650
Custo de mercadorias vendidas (CMV) absoluto	R$ 25.000
Eficiência da Cadeia de A&B (CMV %)	20%
Preço médio de bilheteria	R$ 30 a R$ 60
Gestão de receita cultural (ingresso/ couvert)	50% casa e 50% produtora (operação 100% tercerizada a produtoras parceiras)
Modelo de remuneração artística	50% valor do ingresso
Responsabilidade tributária sobre bilheteria	Produtoras/ artistas
Integração da Cadeia de Valor Cultural	A produção é externa (terceirizada para produtoras culturais).

Fonte: elaborado pelo autor.

Os dados revelam, ainda, uma atividade orientada para a grande circulação de público e maior capacidade de consumo por cliente. O CMV de 20% demonstra uma eficiência elevada na gestão de A&B, sugerindo uma sólida margem operacional sobre a venda de bebidas e o consumo interno. Na cadeia cultural, como a operação é integralmente terceirizada para produtoras parceiras, o estabelecimento reduz sua exposição ao risco artístico e transfere a essas parceiras parte relevante da responsabilidade operacional. O

modelo de partilha também segue essa lógica, visto que os artistas recebem 50% do valor do ingresso arrecadado, enquanto a responsabilidade tributária sobre a bilheteria é dividida proporcionalmente entre as produtoras organizadoras (pelas vendas antecipadas) e a casa noturna (pelas vendas na portaria), mitigando o risco fiscal isolado do estabelecimento.

Sendo assim, a integração da cadeia de valor cultural ocorre de forma predominantemente externa, o que demonstra que o Cabaret atua sob um modelo de "plataforma cultural", centrado na exploração comercial da infraestrutura e da força da marca, operando com maior compartilhamento de receita e risco com terceiros. Trata-se, portanto, de um modelo baseado na profissionalização da operação e na descentralização da produção cultural, o qual, segundo o proprietário, cria novos públicos e fomenta novas frequências de visitação. Essa lógica de plataforma viabiliza, ainda, o desenvolvimento de produtoras culturais e de seus respectivos ecossistemas artísticos, impulsionando a circulação de DJs, com uma média de 20 a 25 artistas contratados mensalmente.

5.1.3 O modelo de negócio da Workroom

A análise evidenciou que o surgimento da Workroom, em Porto Alegre, popularizou a arte *drag* na cidade. Até 2017, ano de fundação da casa, a arte transformista possuía (e continua possuindo) como espaço de referência o Vitraux Club, o qual combina, em suas apresentações, esse estilo com a estética *drag*. No entanto, a Workroom inaugurou, segundo o proprietário Rodrigo Borges (2026), um território de visibilidade para uma nova geração de artistas impulsionada pelo fenômeno *RuPaul's Drag Race*. Nas palavras de Borges:

> A Workroom foi um projeto muito inovador e trouxe uma cultura para a cidade que não existia, que é a cultura *drag*. [A casa] era mais que um bar, era um território de segurança, de acolhimento e de arte. Fomentamos muito a cena *drag* e a cena artística. Fomos uma plataforma incrível para esses artistas e para as pessoas que não conheciam a cena *drag* (Borges, 2026).

Essa postura assumidamente LGBT+ refletia-se na programação cultural, a qual era realizada semanalmente pelos próprios sócios a partir de um calendário anual – ferramenta considerada a principal diretriz de gestão do estabelecimento. A agenda levava em conta o modelo de negócio da Workroom, estruturado de forma híbrida e flexível ao combinar a operação de bar e festas temáticas de maior escala na mesma noite. A dinâmica de bar, organizada entre 20h e 23h sob o formato "plateia-bar", privilegiava o consumo de bebidas e alimentos sentados, tendo como atração cultural central os *drag shows*. A partir das 23h30, o

segundo modelo operacional entrava em cena: o espaço era transformado em pista de dança, momento em que os DJs assumiam o protagonismo artístico.

A transição envolvia não apenas a transformação física do espaço, mas também mudanças no formato de atendimento da equipe, no padrão de consumo – que passava a ser focado estritamente em bebidas – e na própria atmosfera do ambiente. A partir da observação participante, constatou-se que esse movimento de virada operacional na mesma noite, embora ágil, mostrava-se desconfortável sob a perspectiva do consumidor.

Feita essa ressalva sobre a dinâmica dos modelos de operação, os *drag shows* aconteciam de quinta-feira a sábado e contavam com um elenco fixo de 35 *drag queens* com diferentes linguagens artísticas. A escalação do *casting* considerava uma combinação de fatores: a garantia de participação de todo o grupo pelo menos uma vez ao mês, a presença de artistas com maior poder de atração de público e a seleção de perfis estéticos alinhados à temática de cada noite. Sob essa mesma ótica, a programação da operação-festa englobava produções autorais do estabelecimento e coproduções com selos parceiros que ocorriam às sextas-feiras e aos sábados.

O Quadro 4[33] ilustra um modelo diversificado que articulava consumo recorrente, bilheteria e coprodução artística como fontes complementares de receita. Apesar de uma operação de alta circulação e forte capacidade de monetização pelo fluxo constante de clientes, a Workroom buscou ampliar sua atuação na cadeia cultural por meio de festas de maior porte e infraestrutura. No entanto, mesmo com um CMV de 17% – o que indicava alta eficiência na cadeia de alimentos e bebidas –, o baixo *ticket* médio, os elevados custos de produção, a carga tributária e o valor do aluguel comprometiam a sustentabilidade financeira dessa operação.

[33] No caso da Workroom, em específico, o valor da receita operacional mensal foi estimado em R$ 300.000 e constitui uma estimativa analítica baseada no cruzamento de dados fornecidos pela gestão em entrevistas em novembro de 2024 e fevereiro de 2026.

Quadro 4 - Estrutura do Modelo de Negócio e da Cadeia de Valor Cultural do Workroom

Dado	**Workroom**
Segmentação de público	Operação bar: LGBT+ /mulheres heterossoxeuais/ Classe AB/ 25+. Operação Festa: LGBT+ 18 a 30 anos
Frequência operacional mensal	Média 12 a 14 dias
Receita operacional mensal estimada	R$ 300.000
Ticket médio de consumo (Cadeia de valor A&B)	R$ 55
Volume de público mensal	Operação bar: 1.200 e operação festa: 6.250 Total: 7.450
Custo de mercadorias vendidas (CMV) absoluto	R$ 50.000
Eficiência da Cadeia de A&B (CMV %)	17%
Preço médio de bilheteria	Bar R$ 15 a R$ 25 e festas R$ 25 a R$ 50
Gestão de receita cultural (ingresso/ couvert)	Operação bar - 100 % artistas. Operação festa - para produção própria - 100 % casa noturna e para coprodução - % negociavél entre casasa noturna e produtora cultural.
Modelo de remuneração artística	Operação Bar (Drag show)- R$ 150 (garantia mínima caso não atingisse mínimo de 10 clientes) e 100% porta (couver). Operação Festa - Cachê fixo DJ - R$ 150 a 250 para 1h30 set (2 a 3 DJs / noite)
Responsabilidade tributária sobre bilheteria	Casa noturna e Produtoras / artistas
Integração da Cadeia de Valor Cultural	A produção é mista (próprias e coproduções)

Fonte: elaborado pelo autor.

Na cadeia cultural, adotava-se um modelo variável conforme o tipo de atividade. Na dinâmica de bar, 100% da receita arrecadada com o *couvert* era destinada diretamente aos artistas, reforçando uma lógica baseada na atração de público por performances e na divisão de riscos. Já nas festas, a estratégia de divisão de receitas mostrava-se flexível, ajustando-se de acordo com o acordo firmado, o nível de risco, o porte do evento e o parceiro envolvido. O modelo de remuneração artística também acompanhava essa flexibilidade, estabelecendo distinções claras entre a lógica dos *drag shows* e a dinâmica de festas. Além disso, a responsabilidade tributária era compartilhada proporcionalmente entre o estabelecimento, as produtoras e os artistas, refletindo essa estrutura mista de operação.

Diante desse cenário, a integração da cadeia de valor cultural revelava-se igualmente híbrida, com produções autorais e coproduções convivendo dentro da mesma infraestrutura. No entanto, segundo Borges (2026), na realidade prática da economia da noite porto-alegrense, o público resistia ao pagamento de ingressos para assistir aos *shows* – mesmo por valores considerados baixos –, o que comprometia a margem de lucro dessa operação e a rentabilidade do elenco artístico. Por outro lado, nas coproduções, as produtoras utilizavam o espaço e atraíam um público de maior volume, porém com menor *ticket* médio de consumo,

fazendo com que a Workroom absorvesse o elevado custo fixo de uma operação de grande porte. Esses fatores, somados ao expressivo reajuste na renovação do aluguel e ao esgotamento físico e emocional decorrente da gestão de um empreendimento noturno por oito anos, levaram os sócios a encerrar a operação física em outubro de 2025.

Esse percurso pela estrutura interna de cada uma das casas noturnas evidencia que, mesmo integrando o mesmo segmento dentro da economia da noite, as empresas operam sob modelos de negócio distintos e com estilos produtivos próprios. Isso concretiza uma perspectiva essencial da literatura que fundamenta esta pesquisa: a de que a noite urbana é um espaço-tempo singular, dotado de dinâmicas sociais, econômicas, políticas e culturais próprias. Na próxima seção, examina-se como esses modelos se estruturam a partir de seus sistemas produtivos, moldando as cadeias de valor que sustentam suas atividades.

5.2 COMPOSIÇÃO E COORDENAÇÃO DAS CADEIAS DE VALOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS E CADEIA CULTURAL

A análise evidencia a composição de dois sistemas produtivos que se articulam para formar a base estrutural dos produtos e serviços ofertados nos modelos de negócio das casas noturnas. O primeiro sistema movimenta a produção de insumos de alimentos e bebidas, originando o que nesta pesquisa foi denominado de “Produto 1: Serviços de Alimentação e Bebidas”. Para o seu funcionamento, mobiliza-se uma cadeia de valor específica com centralidade em dois elos principais: a equipe de funcionários e os fornecedores. Em paralelo, o segundo sistema movimenta a produção artística e cultural, dando origem ao “Produto 2: Serviços de Festividades Culturais LGBT+”. Essa engrenagem também estrutura uma cadeia de valor própria, cujo núcleo reside no elo de artistas e produtoras culturais. A partir dessa delimitação, torna-se possível compreender como os mecanismos formais e informais de coordenação dessas duas cadeias – independentes, mas articuladas – sustentam a viabilidade econômica dos estabelecimentos por meio de seus pilares fundamentais: colaboradores, fornecedores, artistas e produtoras.

Nesse contexto, a primeira dimensão observada refere-se à organização das equipes de trabalho. Pela configuração de Empresa de Pequeno Porte (EPP), a operação das casas noturnas mostra-se composta por quadros reduzidos. A gestão é realizada diretamente pelos sócios, os quais concentram as principais áreas do negócio – como operações, finanças, marketing, recursos humanos, gestão artística e programação cultural –, contando apenas com o apoio pontual de gerentes ou prestadores de serviços. Em geral, os estabelecimentos

funcionam com equipes de 6 a 20 pessoas, distribuídas em funções de atendimento, preparo de alimentos e bebidas, limpeza, segurança e caixa. No que se refere às formas de contratação, observa-se um regime misto que combina vínculos formais (CLT) e trabalho *freelancer*, com nítida predominância deste último. Essa configuração revela uma dinâmica marcada por uma flexibilidade operacional, associada à sazonalidade da demanda e às variações de público entre as festividades. Esse padrão dialoga com a literatura sobre economia da cultura, a qual aponta a recorrência de arranjos laborais flexíveis e instáveis nesse setor (UNESCO, 2025b).

Esse modelo de contratação flexível também se reflete na remuneração, concentrada na faixa entre R$ 2 mil e R$ 3 mil mensais, apontando para uma operação sustentada pelo controle de custos e pela otimização da força de trabalho. Em relação à composição dos quadros, não há um padrão uniforme quanto à presença de pessoas LGBT+: uma casa indicou cerca de 75% da equipe composta por membros da comunidade; outra, menos de 25%; enquanto uma terceira afirmou que esse não constitui um critério de seleção. Esse cenário reforça que a identidade LGBT+ dessas casas está mais vinculada ao espaço cultural, simbólico e relacional que produzem do que propriamente a uma política formal de recrutamento. Paralelamente à composição das equipes de trabalho, a operação depende da manutenção de redes de fornecimento.

A operação voltada à produção de insumos de alimentos e bebidas depende de um número restrito de fornecedores principais. Entre os mais relevantes destacam-se grandes indústrias de bebidas, como Ambev e Heineken, além de distribuidores locais de pequeno porte, redes de atacado e representantes comerciais do segmento. Essa concentração gera duas implicações críticas para a gestão: dependência estratégica e vulnerabilidade no abastecimento. Em função disso, os contratos de exclusividade com grandes marcas não são predominantes no setor. Uma exceção a essa lógica ocorreu no Venezianos, o qual, após as enchentes de 2024, firmou uma parceria de dois anos (2024–2026) com a Heineken, envolvendo metas de volume de vendas, verba inicial de bonificação de R$ 40 mil e cessão de ativos e equipamentos.

Apesar do relacionamento semanal com esses parceiros comerciais, não há patrocínio formal das marcas na programação cultural dos estabelecimentos. Quando esse suporte acontece, concentra-se em festividades pontuais e ocorre, geralmente, por meio de mercadorias bonificadas. Esse cenário demonstra que a interface com as grandes cervejarias extrapola o setor de compras, uma vez que tais companhias também atuam nos processos de qualificação da mão de obra por meio de treinamentos e *workshops*. Adicionalmente, as casas buscam suporte estratégico em redes colaborativas e entidades como a ABRASEL e o

SEBRAE, que operam como agentes de coordenação econômica ao oferecerem capacitação, orientação gerencial e fomento à permanência desses negócios no mercado.

Assim como o *bartender* é fundamental na cadeia de alimentos e bebidas, os artistas e parceiros culturais constituem a força motriz da cadeia de valor cultural nas casas noturnas. Essa relevância é recíproca, visto que os estabelecimentos noturnos LGBT+ historicamente se consolidaram como os principais territórios de inserção desses profissionais na cena cultural de Porto Alegre. De acordo com os artistas entrevistados, esses espaços foram, e continuam sendo, vetores de descoberta identitária, formação profissional e construção de carreira. Contudo, esse processo de desenvolvimento deu-se majoritariamente pela vivência direta na noite e pelas redes informais de sociabilidade, e não por trajetórias institucionais formais de ensino. Esse padrão dialoga com a pesquisa de Valencia (2024), que ressalta tais ambientes como refúgios vitais para a criação artística e a experimentação cultural da comunidade LGBT+. No entanto, apesar dessa conexão simbólica, os estabelecimentos nem sempre conseguem garantir a sustentabilidade financeira dessas carreiras.

Os resultados obtidos demonstram que a sobrevivência econômica do trabalho artístico LGBT+ ainda é marcada pela instabilidade, pela informalidade e por uma acentuada dependência das casas noturnas para a composição de renda. Embora todos os entrevistados possuam registro sob o regime de Microempreendedor Individual (MEI), as relações contratuais informais figuram como o modelo mais recorrente de contratação. Tal fenômeno decorre, em parte, da própria natureza intermitente do trabalho artístico, conforme aponta o estudo da UNESCO (2025a). Segundo a organização, as razões para essa informalidade estrutural no setor cultural são variadas, destacando-se dois pontos que corroboram a presente análise. O primeiro deles é a incerteza quanto à viabilidade do próprio empreendedorismo, consequência direta do baixo valor dos cachês praticados no mercado local (variando entre R$ 150 e R$ 300 para DJs, e entre R$ 150 e R$ 500 para *drag queens*). Em cenários de remuneração deprimida, a dificuldade de viabilizar economicamente a atividade artística acaba induzindo ao segundo ponto mapeado pela instituição: a informalidade fiscal voluntária ou a evasão fiscal.

No entanto, a composição de elencos fixos, prática comum nas décadas de 1970 e 1980 na noite porto-alegrense, conforme mapeado no capítulo 2, ressurge como um importante mecanismo de previsibilidade financeira e permanência profissional, funcionando como uma base de segurança econômica dentro da cadeia. Esse vínculo, mesmo que informal, evidencia o reconhecimento de que o trabalho artístico impacta diretamente a viabilidade desses modelos de negócio. Os relatos demonstram que o faturamento de determinadas noites

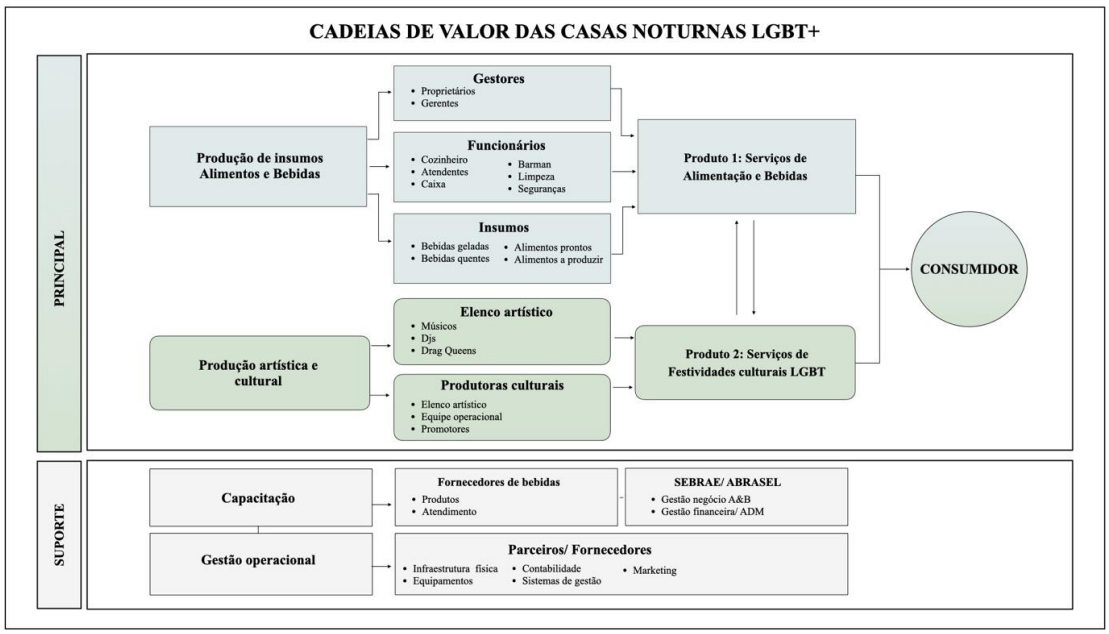
depende estritamente da presença desses profissionais para sustentar o fluxo econômico do estabelecimento, visto que as performances atuam como diferencial competitivo e elemento central da experiência de consumo. Isso confirma a relevância dos criadores como elos estruturais da cadeia de valor cultural.

Em articulação com os artistas, as produtoras culturais também compõem outro elo fundamental nesse sistema. São elas as responsáveis por conceber e operacionalizar grande parte das festas temáticas, modalidades de festividade centrais nas casas analisadas. Em geral, tratam-se de microempresas que gerenciam listagens próprias de fornecedores, os quais são acionados sob demanda. Essa subcadeia gerida pelas produtoras constitui uma estrutura indispensável não apenas para a execução da agenda cultural nas casas noturnas, mas também para a renovação estética e para a sustentabilidade de longo prazo da própria cena noturna LGBT+.

Diante desse cenário, foi possível construir um modelo visual que sintetiza a organização da cadeia de valor dessas casas noturnas. Esse esquema gráfico parte da articulação empírica entre os sistemas produtivos identificados ao longo da pesquisa.

A Figura 4 apresenta a sistematização orientada pela perspectiva da cadeia de valor como ferramenta analítica, conforme discutido por Kaplinsky e Morris (2000). As setas e os traços indicam os fluxos e as relações econômicas entre os agentes, evidenciando a articulação entre o “Produto 1: Serviços de Alimentação e Bebidas” e o “Produto 2: Serviços de Festividades Culturais LGBT+”.

Figura 4 - Sistematização das cadeias de valor das casas noturnas LGBT+



Fonte: elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Nesse sentido, a Figura 6, apresentada na próxima seção, aprofunda especificamente o eixo referente ao “Produto 2: Serviços de Festividades Culturais LGBT+”, detalhando a cadeia de valor cultural identificada na estrutura geral apresentada na Figura 4.

5.3 CADEIA DE VALOR CULTURAL DAS CASAS NOTURNAS LGBT+

Esta seção aprofunda a análise da cadeia de valor cultural que viabiliza a oferta dos serviços de festividades culturais LGBT+ nas casas noturnas. Como ponto de partida, relembra-se que as referências teóricas desta pesquisa se estruturam sobre o modelo estilizado proposto por De Voldere *et al*. (2017), organizado em torno de quatro macrofunções e funções de suporte, e o Modelo de geração de valor cultural proposto no Quadro de Estatísticas Culturais (UNESCO, 2025). Feita essa demarcação, os resultados obtidos evidenciam que a oferta cultural está diretamente associada à música e à performance, tendo como principais expressões as festas temáticas, as noites de karaokê, os drag shows, os espetáculos de música ao vivo e as exibições com DJ sets. Esse panorama atesta a convergência dessas festividades com os domínios culturais norteadores desta análise, nominalmente ligados às artes performáticas e à música. A partir desse cenário, examina-se, a seguir, como essa cadeia de valor específica se estrutura, mapeando seus principais agentes, fluxos e mecanismos de coordenação.

5.3.1 Etapa principal: criação e produção

A análise evidenciou que as etapas de criação e produção ocorrem de forma quase simultânea, convergindo com o Modelo de geração de valor proposto pela UNESCO (2025a), no qual tais fases se apresentam de maneira integrada. Diante disso, o processo criativo desdobra-se em dois momentos principais. O primeiro consiste em uma pré-criação realizada pelos estabelecimentos ao estruturarem a programação cultural de determinado período. Essa etapa articula-se diretamente com o que, empiricamente, identificou-se como “produção executiva”, por envolver o planejamento de orçamentos, contratações e fluxos de pagamentos. Com base nesses calendários, definem-se os produtos culturais que integrarão as agendas, os quais se dividem em três modalidades:

- criações próprias: produtos concebidos e realizados pela própria casa noturna;
- cocriações: desenvolvimento conjunto entre o estabelecimento e a produtora ou artista, gerando um novo produto cultural para ser performado no espaço;

- criações terceirizadas: arranjos nos quais produtoras e artistas recebem a demanda e a autonomia para conceber um produto cultural a ser apresentado na casa.

A partir dessa definição, inicia-se a etapa de criação propriamente dita, momento em que artistas e produtoras passam a operar conforme os três formatos estabelecidos. Os resultados demonstram que os processos criativos dos artistas entrevistados são diversos, embora apresentem convergências. Os estímulos geralmente decorrem de inspirações do cotidiano, motivações políticas e sociais, acontecimentos factuais e referências da cultura *pop*. Por sua vez, entre os elementos que estruturam a criação, destacam-se a estética e a cultura LGBT+, a construção narrativa, as vivências pessoais, os traços de assinatura individual e a constante tensão entre agradar e surpreender a audiência. A concepção artística envolve, ainda, a confecção de figurinos, a direção musical e a construção da persona. Os achados indicam que o tempo e o custo necessários para a criação de um produto cultural são variáveis, dependendo diretamente da modalidade de performance, da complexidade da produção e da infraestrutura disponível para o artista. Essa dinâmica se impõe sobretudo porque, na maior parte dos casos, não há investimento ou fomento externo para a cobertura desses custos iniciais.

A Figura 5 exemplifica um caso de cocriação no qual a festa foi desenvolvida de forma conjunta entre a casa noturna e os artistas, articulando proposta temática, identidade estética e lógica comercial.

Figura 5 - Cartaz de divulgação da festa Drag Fight Club (Workroom)



Fonte: Workroom. Instagram, 2024.

Esse arranjo evidencia que criação e produção não operam como fases isoladas; pelo contrário, o processo criativo desses profissionais vincula-se diretamente à construção de valor simbólico e à mediação entre identidade artística, público e espaço de consumo. Nesse contexto, o artista adapta repertório, formato e linguagem para estimular o consumo e viabilizar a sustentabilidade comercial do estabelecimento. Ainda assim, essa adequação ao mercado não implica, necessariamente, o abandono de sua identidade criativa, conforme indicam os relatos dos entrevistados.

5.3.2 Etapa principal: divulgação e comercialização

A estratégia de divulgação está ancorada principalmente no marketing digital. A gestão dessa área é realizada internamente pelos próprios estabelecimentos, contando com o suporte de prestadores de serviços. As redes sociais ocupam posição central nesse processo, com destaque para o Instagram, principal plataforma de difusão das agendas culturais e de relacionamento direto com o público. No modelo de criação terceirizada, as ações promocionais também são executadas pelas produtoras culturais parceiras, as quais adotam as mesmas ferramentas. Adicionalmente, utilizam-se estratégias de compartilhamento de conteúdo (*collabs*), nas quais a casa noturna e a produtora realizam publicações conjuntas para ampliar o alcance orgânico e impactar ambas as audiências.

A utilização de tráfego pago (anúncios patrocinados) ocorre de forma pontual, buscando expandir o raio de alcance das publicações para potencializar a atração de público. O Cabaret, por exemplo, estabeleceu junto às produtoras parceiras o aporte de uma verba fixa de R$ 200 para cada festa da programação semanal, criando um critério padronizado para o investimento em mídia digital. Nesse cenário, a comercialização dos ingressos efetiva-se por meio de plataformas de bilheteria digital – sendo a Sympla a ferramenta mais utilizada –, além da venda física na portaria no dia do evento. A atuação de promotores (*promoters*) e outros intermediários configura-se como um apoio complementar, o que reforça a consolidação da venda digital integrada à capacidade de mobilização direta do público pelas redes sociais.

5.3.3 Etapa principal: exibição e consumo

A etapa de exibição e consumo realiza-se estritamente por meio da performance ao vivo. Em função disso, o dia da apresentação envolve elementos que articulam trabalho técnico, atividades de apoio e rituais performáticos. A estrutura técnica, como os sistemas de iluminação e sonorização, é, em regra, disponibilizada e operada pela equipe da própria casa noturna. Em vista dos diferentes modelos de negócio e, consequentemente, das diversas modalidades de criação, identificou-se uma atividade intermediária nessa fase, a qual se denominou de “produção de exibição”. Ela engloba toda a preparação técnica e cenográfica necessária para a apresentação do artista ou da produtora envolvida.

Os rituais performáticos incluem a concepção de figurino, maquiagem, testes de som e luz, além de uma prática citada pela maioria dos artistas: a observação da “energia” da noite.

Esse processo indica que a exibição e o consumo não se limitam à entrega de uma obra previamente acabada; ao contrário, constituem um momento de coprodução em tempo real, no qual a performance é finalizada a partir da articulação entre o artista, a estrutura técnica e a resposta da audiência.

Essa preparação também envolve uma curadoria simbólica alinhada ao perfil do frequentador da casa noturna. A escolha do repertório não responde apenas a critérios estritamente musicais, mas à necessidade de construir identificação com a comunidade LGBT+, conforme aponta um dos artistas entrevistados: “Como vou tocar em uma casa gay um artista homofóbico? E isso acaba sendo a grande parte do meu planejamento de *set*” (Girotto, 2026). Esse cenário reforça que a performance artística atua como uma mediação cultural, na medida em que o profissional seleciona e organiza conteúdos que dialogam diretamente com os valores, a memória e as expectativas daquele público.

Nesse sentido, os achados aproximam-se da perspectiva da UNESCO (2025a) ao indicarem que o processo de criação não se encerra na concepção inicial da obra, mas prolonga-se na performance por meio da atuação de diferentes artistas e intérpretes. DJs, *drag queens* e músicos não atuam unicamente como executores; ao contrário, eles mobilizam repertórios, adaptam conteúdos e constroem narrativas em diálogo direto com o público. Dessa forma, os criadores contribuem ativamente para a produção de sentido em diálgo com o valor cultural apontado por Throsby (2022) no contexto da cena noturna LGBT+, ambiente no qual a obra adquire significado estético, simbólico e histórico.

Além das funções principais que estruturam a cadeia de valor cultural, a análise também identificou atividades de suporte as quais, embora pouco estruturadas, contribuem para a sustentação dessa dinâmica produtiva.

5.3.4 Etapas de suporte

As funções de suporte ocorrem de forma descentralizada, sustentadas primordialmente pela experiência prática, pelo autodidatismo e por redes de troca entre os próprios artistas, com baixa presença de estruturas institucionais.

Na dimensão de preservação, observa-se uma irregularidade na salvaguarda da memória do produto cultural. Quando ocorre, a principal estratégia baseia-se na digitalização de recortes do acervo artístico por meio de discos rígidos externos (HDs) ou serviços de armazenamento em nuvem, utilizados para guardar vídeos, *sets* e outros materiais de trabalho. Redes sociais e plataformas como o YouTube também foram mencionadas como suportes de

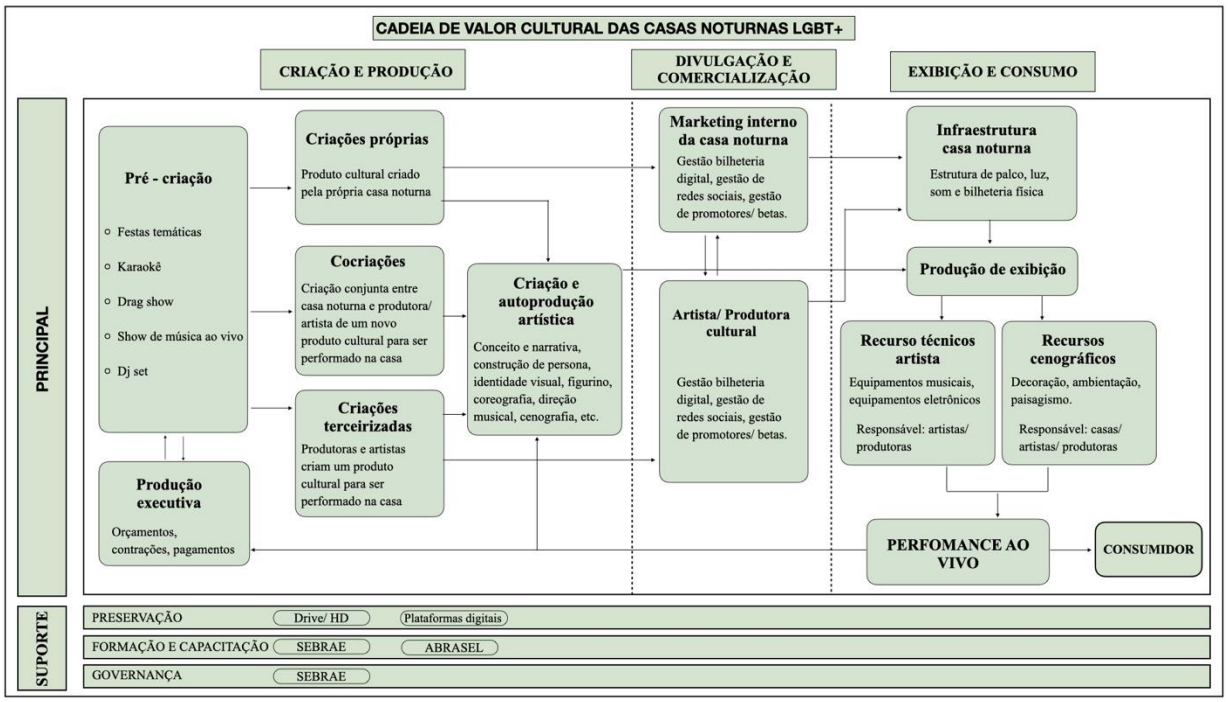
preservação complementar. A ausência de uma documentação institucionalizada implica a perda da memória simbólica da cena e da cultura LGBT+, desde a estética de palco até a construção narrativa que caracteriza um tempo social e político. Essa lacuna de registros de períodos históricos locais foi, inclusive, percebida empiricamente ao longo desta investigação.

No contexto de educação e treinamento, predomina fortemente a aprendizagem autodidata, complementada por formações pontuais, como cursos técnicos, oficinas, cursos de teatro, capacitações promovidas pelo SEBRAE e o aprendizado por observação na prática cotidiana. A internet, o repertório acumulado e a vivência na noite configuram-se como os principais espaços formativos. A transferência de conhecimento também se dá de maneira horizontal e comunitária: a maioria dos entrevistados relata já ter formado outros profissionais, seja ensinando DJs iniciantes, orientando *performers* ou compartilhando repertórios e práticas informais de trabalho. Esse cenário indica que a qualificação profissional se dá mais pela inserção contínua no circuito cultural do que por trajetórias escolares formais, reforçando uma lógica de sustentação interna em que artistas experientes atuam como os próprios agentes formadores da cena.

Por fim, nas funções de gestão e regulação, sobressaem apoios pontuais de instituições como o SEBRAE, especialmente em temas ligados à formalização jurídica, à gestão financeira, ao marketing e à profissionalização da carreira. No entanto, a regulação cotidiana permanece baseada na autonomia individual e na autogestão dos artistas, com baixa presença de estruturas formais de governança.

A partir dos achados empíricos, observa-se uma cadeia de valor cultural estruturada de forma integrada, marcada por forte articulação entre os eixos de criação, divulgação e consumo. Diante disso, propõe-se um quadro-síntese dessa cadeia cultural, elaborado a partir da adaptação do modelo proposto pela De Voldere *et al*. (2017). O objetivo é sistematizar as principais funções, os agentes e as relações econômico-simbólicas identificadas ao longo desta análise como mostra a Figura 6.

Figura 6 - Sistematização da cadeia de valor cultural das casas noturnas LGBT+



Fonte: elaborado pelo autor a partir de De Voldere *et al.* (2017).

Para além de uma organização sequencial, observa-se um funcionamento articulado, marcado pela interdependência entre os eixos de criação, divulgação e consumo. Destaca-se, ainda, o caráter híbrido dos agentes, especialmente de artistas e produtoras, que transitam por diferentes etapas da cadeia, tensionando sua separação tradicional. O ambiente digital desempenha papel central na etapa de divulgação, sustentando a conexão com o público e induzindo a demanda comercial. Paralelamente, a performance ao vivo emerge como o ápice desse processo, concentrando a realização do valor econômico e simbólico da noite. Por fim, as atividades de suporte apresentam menor grau de estruturação, refletindo sua baixa consolidação nesse arranjo. A partir dessa sistematização, torna-se possível avançar da compreensão estrutural para uma análise mais detalhada dos mecanismos de criação de valor presentes nessas dinâmicas.

5.4 MECANISMOS DE CRIAÇÃO DE VALOR CULTURAL E ECONÔMICO

A partir da identificação dos agentes e de suas respectivas funções, busca-se compreender como a programação artística, a cultura LGBT+ e a experiência noturna convertem-se em atratividade de público, consumo e receitas, articulando o valor cultural e o valor econômico dentro da economia da noite. Para tanto, a discussão estrutura-se em dois

eixos centrais: a comunicação digital dos estabelecimentos e a experiência de consumo ao vivo. Como ponto de partida, torna-se necessário explicitar como a cultura LGBT+ é definida e mobilizada pelos agentes dessa cadeia de valor.

Os resultados empíricos mostram que a compreensão de cultura LGBT+ converge com a definição adotada no referencial teórico. Essa percepção emerge de forma recorrente nos relatos dos participantes, como exemplificado no depoimento a seguir:

> É uma forma de viver, de se expressar. É difícil de explicar, por ser um nicho com muitas pessoas diferentes dentro da comunidade. Cada um vê de um jeito a cultura. A cultura LGBT+ é algo importante para o autoconhecimento e para a cultura do pertencimento, que faz a gente se identificar no mesmo lugar. Hoje ela não está mais centrada em lugares ou casas fixas, não tem mais o gueto como único lugar, mas, ainda assim, existe uma maneira de viver que é uma coisa que chama a atenção dos outros por ser uma forma de vida diferente, fora da heteronormatividade. Uma forma diferente de encarar a vida, mesmo que haja muitas culturas. (Ricktocadisco, 2026).

A análise indica que, para os diferentes elos da cadeia de valor, essa cultura é compreendida como uma forma de pertencimento, expressão, reconhecimento coletivo e resistência social. O aspecto mais recorrente nos relatos é a noção de comunidade: o ato de estar entre pares e compartilhar códigos comuns, o que evidencia sua manifestação como prática cultural e processo simbólico. Para os respondentes, a cultura LGBT+ configura-se como um sistema de reconhecimento mútuo que engloba linguagem, comportamento, afetos, consumo cultural, memória coletiva e estratégias de sobrevivência simbólica dentro e fora do circuito noturno. Observa-se, ainda, uma tensão entre a ideia de uma comunidade unificada e a percepção de fragmentações e hierarquias internas, indicando que essa cultura também é atravessada por disputas e marcadores sociais de diferença que atravessam essas vivências. Essa compreensão torna-se fundamental para analisar, a seguir, como tais elementos identitários são mobilizados mercadologicamente pelos estabelecimentos na tentativa de convertê-los em valor econômico.

5.4.1 Cartazes digitais como ativos de valor

A agenda da programação cultural é organizada e veiculada por meio de cartazes digitais, o que revela que a comunicação digital, para além da divulgação, constitui parte estruturante da própria cadeia de valor e do modelo de negócio dessas casas noturnas. Essas peças gráficas operam como instrumentos de posicionamento estético, mobilização de público, valorização simbólica das atrações e canais de conexão afetiva com a comunidade. Esse processo converge com as transformações apontadas por De Voldere *et al.* (2017) sobre

as cadeias de valor cultural, nas quais o ambiente digital consolidou-se como uma ferramenta capaz de engajar os consumidores ao proporcionar uma experiência de conexão contínua com a obra: antes, durante e após a realização do evento.

A principal intencionalidade mapeada consiste em transformar a programação cultural em desejo de consumo, por meio de uma inclusão ancorada em códigos da cultura LGBT+. As festividades são projetadas como um produto cultural integral, articulando música, estética visual, performance, elenco, temática e a promessa de sociabilidade. O cartaz, portanto, funciona como um dispositivo de convocação simbólica, o que remete ao conjunto de repertórios culturais específicos da cultura LGBT+ analisado por Halperin (2012). Contudo, a integração de mecanismos de *call to action* (chamada para ação) como *QR Codes* e direcionamentos para plataformas de bilheteria, demonstra que a peça gráfica não visa apenas ao anúncio estético, mas à conversão imediata do interesse em transação econômica.

Essa conversão evidencia-se em uma rotina institucionalizada de agendas contínuas e seriadas. A organização visual das peças aponta uma convergência para o formato vertical (9:16), explicitando a sujeição da produção gráfica às arquiteturas algorítmicas das redes sociais em busca de maximizar o alcance da audiência. Adicionalmente, percebe-se a centralidade da marca do estabelecimento: mesmo quando há artistas convidados, DJs renomados ou festas assinadas por terceiros, a identidade visual da casa permanece dominante. Nota-se que o logotipo, a paleta de cores, a tipografia e a linguagem gráfica repetem-se de maneira coordenada, operando como uma assinatura institucional. Isso indica que a reputação da casa noturna é gerida simultaneamente como um ativo simbólico e um ativo econômico de longo prazo.

Entre os padrões transversais identificados, destaca-se o uso intenso da imagem dos artistas como elemento central da comunicação. Observa-se, também, uma clara hierarquização visual do olhar: os artistas principais e as atrações de maior apelo comercial ocupam geralmente o centro ou o topo das peças gráficas, enquanto informações operacionais, como horários, preços e localização, permanecem no rodapé ou em áreas secundárias. Essa organização estética privilegia a experiência cultural como o principal ativo simbólico da noite e reforça que a atração artística funciona como o motor de valorização do evento.

Dessa forma, o estabelecimento vende também uma promessa de pertencimento. O valor da experiência não reside apenas no acesso ao evento físico, mas na possibilidade de inserção em uma cena identitária específica. Essa dinâmica remete a um dos princípios de mensuração do valor cultural apontados por Throsby (2022), segundo o qual o valor simbólico constitui um repositório de significados que permite ao consumidor extrair e

interpretar mensagens específicas. Diante disso, o consumo, nesse caso, deixa de ser meramente funcional e passa a ser também simbólico: consumir a noite é consumir uma experiência de visibilidade, reconhecimento e inserção no circuito cultural LGBT+ como apresentado na Figura 7.

Figura 7 - Exemplos de cartazes digitais da programação cultural das casas noturnas analisadas.



Fonte: elaborado pelo autor a partir de materiais de divulgação das casas noturnas pesquisadas.

Mais do que um elemento de identidade estética, a cultura LGBT+ opera como estratégia econômica e diferencial competitivo dessas casas noturnas. Na Workroom, por exemplo, a presença constante de *drag shows*, performances e selos como *Drag Fight Club*,

House of Foster e *Watch Party* – centrados em artistas e na cultura *drag* – demonstra que o produto comercializado não se restringe à música ou à performance, mas engloba um vínculo a essa vertente da cena. De forma semelhante, no Cabaret, os signos da cultura pop de festas como *Malandra* e *Popíssima* associam consumo, diversão e estética LGBT+ como pilares da proposta do espaço. Já no Venezianos, a articulação entre bandas de música, festas voltadas ao público de mulheres e dinâmicas de ocupação comunitária reforça o acolhimento e o reconhecimento social. Essa engrenagem aproxima-se da perspectiva de Klamer (2022) ao indicar que o valor cultural se estabelece na produção de valores compartilhados, significados e práticas sociais que sustentam e viabilizam a experiência cultural.

Em síntese, os cartazes revelam que a programação cultural funciona como uma autêntica tecnologia de gestão. Eles evidenciam a maneira como as casas noturnas planejam a demanda, constroem valor simbólico, mantêm a recorrência do público e convertem a identidade cultural em sustentabilidade econômica. Essa dinâmica expõe, ainda, como a arquitetura das redes sociais governa a forma pela qual a cultura é anunciada e, consequentemente, consumida no ambiente contemporâneo.

5.4.2 Ao vivo: experiência de sociabilidade e consumo

Se, por um lado, a comunicação digital atua na atração e na mobilização do público, por outro, a experiência ao vivo constitui o momento em que esse interesse se converte em presença, interação e consumo efetivo. Nesse contexto, e dada a relevância estratégica da cadeia de valor cultural, todos os estabelecimentos mantêm um calendário regular de festividades, definido a partir da articulação entre a demanda dos frequentadores, a escalação do elenco artístico, a relevância das atrações e as tendências em circulação na cultura LGBT+. Essa centralidade da grade artística reforça o papel dessas casas como espaços de apresentação artística e mediação cultural. Sob essa perspectiva, e em consonância com o Ecossistema Cultural e Criativo proposto pela UNESCO (2025a), as casas analisadas caracterizam-se como apresentadoras de artes performáticas dentro da economia da noite porto-alegrense, atuando como agentes privados que promovem, organizam e viabilizam práticas culturais.

No conjunto de produtos culturais oferecidos, as festas temáticas mostram-se como o principal atrativo de público e, junto às apresentações de DJs, figuram como as atrações que mais impulsionam o consumo. Em termos de impacto nos negócios, destacam-se os ritmos *pop*, *funk* e sertanejo. Além disso, o sucesso econômico de uma noite não depende apenas da

atração em si, mas da composição estratégica da festividade. Nesse cenário, o tema da festa surge como o principal fator explicativo para o desempenho financeiro, seguido pela presença de artistas convidados, pelo dia da semana e pelas condições meteorológicas, o que indica que a rentabilidade está diretamente associada à articulação entre a programação cultural e a gestão da operação.

No que se refere às práticas de consumo, constata-se uma frequência recorrente de participação: 87% dos respondentes frequentam festividades LGBT+ pelo menos mensalmente, com destaque para as sextas-feiras e os sábados. Esse dado indica uma forte concentração no circuito noturno de fim de semana e uma provável padronização temporal da demanda. Tal padrão pode ser parcialmente explicado pela forma como os respondentes organizam seu tempo de lazer: a maioria associa a diversão ao período noturno, ainda que não de forma exclusiva, apontando que fatores práticos, como as jornadas de trabalho e estudo durante o dia, convertem a noite no principal espaço de sociabilidade e entretenimento. Adicionalmente, o consumo interno está fortemente centrado em bebidas alcoólicas, com baixa diversificação de portfólio, o que evidencia a centralidade da cadeia de alimentos e bebidas na conversão da experiência cultural em receita operacional direta.

No desdobramento desse processo, observa-se que a conversão do valor cultural em resultado financeiro vincula-se diretamente ao comportamento de permanência e ao fluxo de consumo ao longo do evento. Essa dinâmica ganha materialidade na relação entre o gasto médio declarado pelos consumidores e os valores de bilheteria e consumo informados pelos estabelecimentos. Enquanto os frequentadores indicam um gasto total concentrado na faixa intermediária entre R$ 101 e R$ 200 por noite, os dados das casas noturnas apontam preços de entrada que variam, em média, entre R$ 20 e R$ 60, combinados a *tickets* médios de consumo no bar entre R$ 55 e R$ 105. A análise conjunta desses valores revela uma convergência entre o gasto declarado e a estrutura de faturamento das empresas, o que reforça que a criação de valor econômico depende não apenas do fluxo de bilheteria na entrada, mas, sobretudo, da extensão do tempo de permanência e do consumo interno.

A fidelização emerge como um dos principais mecanismos de sustentação do desempenho econômico das casas analisadas ao longo do tempo. Ela é impulsionada por fatores como a qualidade do atendimento, a grade da programação artística e, principalmente, pela percepção de acolhimento e segurança associada aos espaços LGBT+. Para muitos frequentadores, o retorno regular não se explica apenas pela música ou pelo consumo de bebidas, mas pela possibilidade de estar em um espaço onde podem circular sem vigilância, expressar afetos sem constrangimento e reconhecer-se no público presente.

Como relatou um dos consumidores entrevistados (CONS1), trata-se de: “celebrar com os amigos sabendo que tu não vai ser achincalhado, dançando do jeito que quiser, com a roupa que quiser, com sua maquiagem, se quiser, e sabendo que vai estar ali pertencendo”. Essa sensação de estar entre iguais e de perceber o ambiente como seguro e representativo de sua vivência coletiva favorece a retenção do público, a recorrência da frequência e o consumo continuado. Por sua vez, a estética e a ambientação cenográfica influenciam diretamente o tempo de permanência no local, ao passo que a quebra de confiança e experiências negativas de atendimento tendem a afastar os clientes, enfraquecendo o vínculo construído.

Os dados indicam, ainda, que essa recorrência mercadológica depende de condições estruturais, como a viabilidade econômica do consumidor, a qualidade do acolhimento humano e a inovação na experiência de lazer, havendo uma demanda constante por novas propostas estéticas, musicais e de segmentação de público. Por outro lado, o afastamento dos frequentadores associa-se diretamente à quebra de confiança, às experiências negativas de consumo e à perda da sensação de pertença, mostrando que a perenidade do fluxo financeiro depende da manutenção do vínculo simbólico entre o público e o espaço.

Para além da recorrência de consumo, os relatos indicam que esses estabelecimentos ocupam um lugar de relevo na trajetória afetiva e identitária dos frequentadores. As primeiras experiências de sociabilidade LGBT+, o primeiro beijo em uma festa, o contato inicial com as performances *drag* e momentos de autodescoberta aparecem diretamente associados à memória desses espaços. Em muitos casos, a casa noturna funciona como um marco biográfico na construção da subjetividade e da vida em comunidade. Essa dimensão afetiva reforça a compreensão de tais ambientes como palcos de ritos de passagem e de socialização coletiva, aproximando-se da leitura de Hilderbrand (2023) sobre a centralidade histórica dos bares e clubes LGBT+ na formação e na manutenção de vínculos comunitários e na construção de subjetividades.

Em síntese, os resultados demonstram que o valor cultural – mobilizado pela comunicação digital e materializado na experiência *ao vivo* – é convertido em valor econômico por meio de mecanismos que articulam a atração de público, a extensão da permanência e o consumo interno. Superada a análise dos mecanismos de criação de valor, torna-se necessário avaliar a capacidade de resiliência econômica desse modelo de negócios no curto e no médio prazo, aspecto discutido na seção seguinte.

5.5 SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA E PERMANÊNCIA DA CENA

Os achados demonstram que a sustentabilidade financeira interna das casas noturnas é frágil, operando sob uma lógica de sobrevivência. Essa instabilidade orçamentária é atravessada pela própria dinâmica do setor, no qual nem todas as agendas ou eventos conseguem atingir o ponto de equilíbrio financeiro (*break-even*). A análise evidencia que as edições deficitárias são compreendidas como parte estrutural do negócio, sendo absorvidas dentro de um modelo de compensação cruzada entre as noites mais e menos rentáveis. Como reflexo dessa fragilidade generalizada, apenas o Cabaret – estabelecimento que demonstrou possuir um modelo de negócios mais orientado à lucratividade – opera com uma reserva de emergência capaz de cobrir os custos operacionais por até três meses.

Outro fator agravante consiste na permanência de passivos financeiros, financiamentos e parcelamentos ainda vinculados aos efeitos recessivos da pandemia da Covid-19, aos impactos das enchentes de maio de 2024 e aos passivos tributários acumulados. Entre os instrumentos de crédito mencionados pelo campo, destacam-se linhas como o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe) e aportes do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), os quais seguem comprometendo a capacidade de investimento e o capital de giro dessas operações. Essa vulnerabilidade faz com que o foco gerencial se restrinja à manutenção do estabelecimento em atividade, equacionando custos fixos elevados, capital de giro limitado, renegociações de aluguel e escassa capacidade de aporte em melhorias de infraestrutura.

Diante desse cenário, a permanência e a relevância de mercado dependem de um conjunto de variáveis, tais como a capacidade de adaptação às mutações da cultura da noite, o acompanhamento das transformações da sociabilidade LGBT+ e a adequação aos novos hábitos de consumo mediados pelas dinâmicas digitais. Soma-se a isso um ambiente concorrencial que transcende a disputa com outras casas tradicionais, englobando festas itinerantes, eventos de rua e, principalmente, os aplicativos e as experiências digitais – percebidos pelos entrevistados como os principais concorrentes indiretos da atualidade. Esse panorama revela uma disputa que ultrapassa a mera venda de produtos, configurando-se como uma concorrência direta pelo tempo de lazer, pela atenção e pelas formas de sociabilidade do público.

Para além da sustentabilidade financeira imediata, os dados apontam desafios complexos relacionados à perenidade desses estabelecimentos a médio prazo. Coexiste, no campo, o reconhecimento de avanços operacionais e a percepção de enfraquecimento de

alguns marcos históricos da cena noturna LGBT+ em Porto Alegre. Entre os diversos elos da cadeia de valor, observa-se uma sensação de centralização da oferta cultural e de baixa renovação do circuito. A crítica mais recorrente direciona-se à escassa diversidade de espaços específicos voltados a públicos determinados, especialmente mulheres lésbicas, pessoas trans, jovens e demais públicos que orbitam fora do eixo gay masculino cisgênero dominante.

Soma-se a isso o fato de que, na atualidade, os indivíduos LGBT+ circulam por uma gama mais ampla de ambientes, não se restringindo a locais explicitamente direcionados à comunidade. Essa transformação é percebida de forma ambivalente pelos agentes: pelo lado positivo, há mais liberdade e menos necessidade de espaços exclusivamente protegidos; por outro prisma, há o enfraquecimento da identidade e da força econômica das casas noturnas LGBT+.

Os achados demonstram que as gerações mais jovens circulam por festas temporárias, eventos de rua, ocupações e experiências que nem sempre se apresentam explicitamente como espaços LGBT+, mas que são organizadas por pessoas da comunidade e reconhecidas como seguras e acolhedoras, como as festas *Alfinete*, *Venom*, *Plano* e *Ministério*. Esses exemplos mostram que parte do público mais jovem tem construído outras formas de sociabilidade noturna.

Esse movimento de festas itinerantes, com maior representatividade e diversidade, converge com os achados do estudo de caso de Ghaziani (2024) sobre Londres. O autor aponta que a cena noturna LGBT+ permanece pulsante e com forte demanda de público, porém reconfigurada em torno de festas temporárias denominadas "*club nights*". Essa dinâmica não indica necessariamente o enfraquecimento da vida noturna LGBT+, mas sim uma mudança na forma de ocupação e organização da cena. Segundo Ghaziani, essas festas são "*queer*"[34], e não apenas "gay", indicando uma transformação cultural e semântica que altera os espaços de inclusão e as estruturas de poder dentro da própria cena:

> "As *club nights* remodelam a vida noturna em oposição não apenas a um *mainstream* heterossexual – como faziam os *drag shows*, a *ballroom* e as festas privadas que as precederam –, mas também, e possivelmente pela primeira vez, a um *mainstream gay* já estabelecido. Assim, em vez de servirem como um refúgio contra a homofobia, papel desempenhado pelas cenas anteriores, elas configuram-se como expressões intencionais de inclusão que respondem a experiências de exclusão

[34] Amin Ghaziani conceitua o termo *queer* não como uma categoria rígida ou apenas um rótulo de identidade, mas como uma sensação, um movimento e um compromisso político de inclusão radical e de resistência underground. Já o termo gay é associado pelo autor a instituições fixas, ao *mainstream* e a um perfil social predominantemente branco e cisgênero. Tradução nossa. Para mais detalhes, ver: *Long Live Queer Nightlife* (Ghaziani, 2024).

> vivenciadas dentro dos próprios bares *gays*. As *club nights* oferecem, portanto, uma alternativa a esses estabelecimentos, coexistindo simultaneamente com eles" (Ghaziani, 2024, p. 21, tradução nossa).

Assim como em Londres, observa-se em Porto Alegre a coexistência entre uma cena fortemente territorializada em casas noturnas tradicionais, caracterizada por uma menor diversidade de públicos, e uma lógica produtiva mais difusa, itinerante e socialmente heterogênea. Longe de sinalizar uma decadência, essa dinâmica reflete a fragmentação e a consequente sofisticação do ecossistema da noite local.

Para além das dimensões comportamental e cultural analisadas até aqui, a sustentabilidade vulnerável da cena noturna LGBT+ também se relaciona com fatores institucionais mais amplos, como o ambiente regulatório, as políticas públicas e o reconhecimento dessas atividades como parte da cadeia de valor cultural urbana. Nesse contexto, a análise avança para discutir os desafios e as perspectivas futuras da cena, considerando tanto as estratégias dos agentes privados quanto o papel do poder público na sua consolidação e continuidade.

Para os proprietários e artistas, os "fazedores da noite", o futuro da cena LGBT+ de Porto Alegre é marcado pela ambivalência. Apesar de reconhecerem avanços sociais, consciência política e potência artística, esses atores também percebem o esgotamento do modelo atual e a escassez de espaços de circulação, o que aprofunda a fragilidade estrutural do circuito. Ambos os elos da cadeia reconhecem que há uma expressiva produção de novos talentos e renovação criativa, especialmente na cena *drag*. O problema central apontado, contudo, é a falta de estrutura para absorver essa produção, o que indica um descompasso entre a oferta criativa e a capacidade de circulação econômica.

Esse descompasso já havia sido identificado no estudo de Mattson (2015), o qual demonstra que, embora os bares LGBT+ funcionem como polos de produção cultural, essa cultura frequentemente permanece de uso interno, tornando-se pouco inteligível como forma de arte para grande parte da sociedade. Para o autor – e os achados desta pesquisa reforçam essa perspectiva –, há uma carência estrutural de capitais: capital financeiro para modernizar os espaços; capital social para atrair patrocínios e ampliar redes de apoio; e capital cultural para acompanhar as transformações de gosto e consumo da economia noturna. O fechamento de estabelecimentos físicos e fixos, como a Workroom, aparece nesse contexto como um marco simbólico desse esgotamento estrutural.

De acordo com os artistas e proprietários, o futuro da cena LGBT+ local não depende apenas da existência de público, mas de conseguir sustentar espaços, inovar a programação,

garantir circulação para os profissionais e construir uma articulação coletiva e institucional. Eles percebem que a cultura LGBT+ está mais visível socialmente, mas a economia da noite enfrenta desgaste, repetição e dificuldade de renovação. A questão central não se reside na falta de produção cultural, mas na ausência de estrutura para transformar essa produção em continuidade econômica e permanência da cena.

O encerramento das operações da Workroom transcende a dimensão de uma vulnerabilidade corporativa isolada, configurando-se como um evento de impacto sistêmico na economia noturna local. Sob a ótica da permanência desse circuito cultural em médio prazo, a extinção de uma das unidades de análise da pesquisa desloca o foco para um desdobramento macro sobre o rearranjo da cadeia cultural de Porto Alegre. Cabe, portanto, problematizar em que medida o fechamento desse espaço provocou uma retração na oferta e na remuneração da arte *drag* na capital ou se a força de trabalho de seu expressivo elenco artístico (35 *drag queens*) foi redistribuída entre modelos concorrentes, reconfigurando as dinâmicas e as lógicas de coordenação do setor.

Em relação ao reconhecimento e ao apoio da gestão municipal à economia noturna e, consequentemente, à cena noturna LGBT+, a percepção entre os diferentes elos da cadeia não é de ausência total, mas de um suporte frágil, pouco estruturado e mais sustentado pela própria comunidade do que pelo poder público. Os conflitos existentes entre moradores e proprietários de estabelecimentos comerciais de regiões boêmias, somados à falta de um canal de diálogo com os órgãos municipais, constituem um dos principais problemas apontados. Esse achado converge com necessidade de articuladores profissionais como a figura do prefeito da noite apontado por Gwiazdzinski (1999), Seijas e Gelders (2019 e Ghaziani (2024). Além disso, a carência de editais específicos, o suporte a eventos culturais, o fomento ao empreendedorismo LGBT+, a revitalização dos distritos noturnos e o combate à LGBTfobia são outros pontos centrais que deveriam integrar a pauta da gestão do município. Isso indica que os problemas não são meramente comerciais, mas também resultado da ausência de políticas públicas voltadas à sustentabilidade da noite e das diferentes cenas culturais, entre elas a LGBT+.

Esse cenário remete aos estudos seminais da economia noturna, quando Lovatt e O'Connor (1995) argumentavam perante os órgãos públicos que a vida noturna era um objeto legítimo de atenção para a promoção e o desenvolvimento dos municípios, e não algo a ser regulamentado e contido. Essa fragilidade institucional também dialoga com Ghaziani (2024) ao mostrar que, embora as cidades planejem sistematicamente áreas como transporte, saúde e educação, raramente fazem o mesmo em relação à cultura e, menos ainda, à cultura noturna.

Para o autor, reconhecer a vida noturna como parte da infraestrutura urbana constitui uma estratégia de política cultural capaz de proteger bares, casas noturnas e circuitos culturais vulneráveis.

Essa perspectiva materializa-se em Londres por meio da institucionalização das atividades noturna como parte do planejamento urbano. Em meio à crise intensificada pela pandemia da Covid-19 e pela valorização imobiliária na capital britânica, a atuação do prefeito da noite, em conjunto com órgãos municipais e com o comitê *"Culture at Risk"*, foi central para a criação da Carta de Locais LGBTQ+ (*LGBTQ+ Venues Charter*). A Carta surgiu como resposta direta à onda de fechamentos de bares LGBT+ e buscou estabelecer uma estratégia sistemática de proteção desses espaços. O ponto central dessa política foi o reconhecimento daquilo que a cidade passou a classificar como infraestrutura cultural, tratando bares e clubes com o mesmo status legal de museus e teatros de ópera.

Nesse sentido, o documento formaliza critérios objetivos de reconhecimento institucional desses espaços, reforçando sua função cultural e social dentro da vida urbana. Os cinco pontos do compromisso estabelecidos pela Carta[35] são os seguintes:

- Visibilidade: exibição de uma bandeira do arco-íris (ou símbolo similar) no exterior do local;
- Marketing: comercialização do local direcionada especificamente para a comunidade LGBT+;
- Ambiente acolhedor: garantia de um espaço seguro e acessível para todos, independentemente de raça, gênero ou deficiência, incluindo a consideração de banheiros neutros;
- Equipe treinada: gerência e funcionários devem ser amigáveis à comunidade LGBT+ e passar por treinamentos adequados;
- Programação: entretenimento regular focado no público LGBT+.

Ghaziani (2024) cita ainda o caso de Berlim, trazido na introdução desta pesquisa, na qual, como estratégia para fortalecer a reabertura da cena noturna pós-período crítico da pandemia, o parlamento federal alemão votou, em 2021, pela reclassificação dos locais noturnos como instituições culturais, e não mais como espaços de entretenimento. A medida foi liderada por um comitê de habitação e desenvolvimento urbano e aprovada de forma quase unânime. Segundo Ghaziani:

[35] Tradução nossa a partir de Ghaziani (2024).

> A mudança na classificação, de local de entretenimento para instituição cultural, é tudo menos pequena ou sutil. Como locais de entretenimento, as casas noturnas são comparadas a fliperamas, bordéis e cassinos. A transição para instituição cultural confere aos bares e clubes o mesmo *status* legal de museus e teatros de ópera, protegendo-os do deslocamento provocado por processos de reurbanização e permitindo que se instalem em mais partes da cidade. Designações burocráticas podem parecer um detalhe banal, mas exercem grande diferença. A alteração na forma como a vida noturna é classificada afirma a associação entre cultura, criatividade e cidades nas horas após o anoitecer. De clubes de *jazz* e *blues* a bares *gays*, a mensagem, como explica Pamela Schobeß, da Berlin Club Commission (BCC), é clara: "Os clubes de música são instituições culturais que moldam a identidade dos distritos da cidade como parte integrante da vida cultural e econômica" (Ghaziani, 2024, p. 36-37, tradução nossa).

A inclusão de bares e casas noturnas LGBT+ como parte da infraestrutura cultural reforça a compreensão de que a vida noturna se consolida como parte da cadeia de valor cultural urbana, na qual produção simbólica, sociabilidade e valor econômico articulam-se de forma inseparável. Para tanto, revela-se necessário, em consonância com o que já foi apontado por Bianchini na década de 1990, permitir que a cultura viva das cidades transforme a maneira como o planejamento urbano e as políticas urbanas são formulados. Diante disso, torna-se necessário retomar, nas considerações finais, as principais contribuições desta pesquisa para o debate sobre economia da cultura, economia noturna e sustentabilidade da cena LGBT+.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo apresenta as considerações finais da pesquisa, retomando os objetivos da investigação, as principais descobertas, as limitações encontradas, as sugestões para estudos futuros e as contribuições acadêmicas.

Esta pesquisa teve como objetivo geral analisar empiricamente como programação artística, sociabilidade LGBT+ e economia noturna se articulam na criação de valor cultural e econômico em casas noturnas LGBT+ de Porto Alegre.

A investigação permitiu identificar como se deu a articulação entre a noite e a cultura LGBT+. Esse cenário revelou que o ambiente noturno se configura como um espaço no qual práticas culturais e formas de organização social se vinculam a processos econômicos, ainda que estes nem sempre sejam plenamente visíveis ou formalizados. Conforme discutido, a economia noturna estrutura-se a partir de diversas dinâmicas que conformam práticas sociais específicas, atravessadas por processos de regulação, controle e disputa. Nessa circunstância, a cultura LGBT+ emerge como um arranjo identitário, mas também como um sistema de práticas e formas de sociabilidade que encontram na cena noturna de bares e festas um espaço privilegiado de expressão e consumo. Assim, as formas de sociabilidade LGBT+ organizam uma economia cultural da noite, compreendida nesta pesquisa como um arranjo no qual programação artística, práticas culturais, consumo e pertencimento articulam-se de maneira integrada na criação de valor simbólico e econômico. Esses espaços são, por sua vez, atravessados por tensões relacionadas à valoração e à sustentabilidade dessas atividades.

Em Porto Alegre, não foi diferente. A noite na capital gaúcha consolidou-se sob a tensão entre o ideal de civilidade europeia e as contradições de um crescimento urbano desigual, no qual o entretenimento era pautado por privilégios de classe, gênero e identidade sexual. Nesse contexto, a sociabilidade LGBT+ evoluiu de práticas marginais e dispersas para um circuito econômico e cultural estruturado a partir da década de 1970. Essa transição da clandestinidade para o mercado de casas noturnas não apenas institucionalizou novos modos de subjetivação e organização social, mas também consolidou uma dinâmica econômica e cultural, transformando a noturnidade LGBT+ em um campo de afirmação em meio ao conservadorismo regionalista. Contudo, o retrato contemporâneo da cena, após as crises sanitária e climática, tem sido marcado por processos de formação e recuperação de público, além da reorganização dos modelos de negócio em meio a uma tensão de caráter urbano-cultural manifesta entre o direito à diversão noturna e o direito ao silêncio e a uma crítica mais recorrente à escassa diversidade de espaços específicos voltados a públicos determinados.

Essa combinação revela um panorama de fragilidade da pequena cena noturna LGBT+ porto-alegrense, movimento local que dialoga com um debate global e mais amplo sobre a permanência e a relevância desses espaços voltados a essa comunidade.

Esse cenário guiou o mapeamento e a análise da cadeia de valor cultural de três casas noturnas LGBT+ locais. Para tanto, foram examinados seus modelos de negócio, os mecanismos de criação de valor cultural e econômico, bem como os desafios de sustentabilidade no curto e médio prazo. A análise utilizou como lente a economia da cultura, uma vez que esse referencial teórico permite compreender como essas relações se estruturam e a cadeia de valor cultural como ferramenta.

A partir dessa combinação, os resultados desta pesquisa evidenciam que a sustentabilidade dessas casas noturnas se estrutura na articulação entre dois sistemas produtivos complementares: a cadeia de alimentos e bebidas e a cadeia cultural. Esse arranjo corrobora a tese de que a programação cultural, especialmente por meio de festas temáticas, *drag show*s, apresentações de bandas ao vivo e DJs, não se configura como uma atividade isolada ou esporádica, mas como o cerne da lógica desses negócios e atua como o principal mecanismo de atração, permanência e fidelização de público, convertendo valor simbólico em consumo e receita operacional.

Diante disso, os estabelecimentos assemelham-se a um dos pilares centrais da economia da cultura, que é a centralidade artística como motor propulsor do desenvolvimento econômico e social. Esse panorama ajuda a compreender, inclusive, o uso de uma expressão recorrente na cadeia do entretenimento, que é nomear a programação cultural como “atração”, uma vez que ela demonstrou operar não apenas como oferta artística, mas também como uma tecnologia de gestão da demanda e de posicionamento simbólico desses estabelecimentos.

Esse desdobramento da conversão do valor cultural em resultado financeiro depende não apenas do fluxo de bilheteria na entrada, mas, sobretudo, da extensão do tempo de permanência e do consumo interno. Outro ponto relevante da pesquisa relaciona-se ao processo de fidelização, que emerge como um dos principais mecanismos de sustentação do desempenho econômico ao longo do tempo. Essa fidelização é impulsionada por fatores como a qualidade do atendimento, a grade de programação artística e, principalmente, a percepção de acolhimento e segurança associada aos espaços LGBT+. Para muitos frequentadores, o retorno regular não se explica apenas pela música ou pelas bebidas, mas pela possibilidade de circular em um espaço livre de vigilância, expressar afetos sem constrangimento e reconhecer-se no público presente.

Apesar dessa dinâmica, a pesquisa demonstra que a sustentabilidade dessas casas permanece frágil, marcada por alta dependência do consumo interno, custos fixos elevados, baixa capacidade de investimento e limitações estruturais para a renovação e a permanência da cena no médio prazo. Essa instabilidade orçamentária é influenciada pela própria dinâmica do setor, mas, sobretudo, decorre da permanência de passivos financeiros, financiamentos e parcelamentos ainda vinculados aos efeitos recessivos da pandemia da Covid-19, aos impactos das enchentes de maio de 2024 e aos passivos tributários acumulados. Diante desse cenário, a permanência e a relevância de mercado dependem de um conjunto de variáveis, tais como a capacidade de adaptação às mutações da cultura da noite, o acompanhamento das transformações da sociabilidade LGBT+ e a adequação aos novos hábitos de consumo mediados pelas dinâmicas digitais.

Como limitações, a pesquisa apresenta um recorte qualitativo e territorialmente situado, baseado em um estudo de caso múltiplo com três casas noturnas LGBT+ de Porto Alegre. Essa delimitação impede generalizações para outros contextos ou para o conjunto da cena noturna LGBT+ em escala local ou nacional, dado que a diversidade interna do setor indica a existência de outras configurações organizacionais e econômicas não contempladas neste trabalho. Há também restrições quanto ao acesso a dados financeiros, visto que informações sobre faturamento, custos, cachês e remuneração foram obtidas principalmente por meio de relatos de proprietários e artistas, sem averiguação a documentos contábeis formais, fator que reduz a precisão quantitativa de alguns indicadores. No elo dos fornecedores, foi possível realizar apenas uma entrevista, restringindo a profundidade analítica dessa etapa da cadeia. Além disso, a observação participante e a análise documental concentraram-se entre agosto e dezembro de 2025, o que pode limitar a compreensão de variações sazonais mais amplas, embora entrevistas e registros exploratórios anteriores tenham permitido expandir parcialmente essa perspectiva temporal.

Na introdução desta pesquisa, abordou-se a crise de encerramento de bares e casas noturnas LGBT+ e o quanto esse fenômeno estaria relacionado a um declínio do entusiasmo pela vida noturna. Assim como tem feito Ghaziani em suas investigações recentes, retoma-se a seguinte questão nestas considerações finais: em um mundo no qual pessoas da comunidade LGBT+ são cada vez mais legitimadas (social e institucionalmente) e categorias de identidade rígidas tornam-se mais difusas, qual é o propósito dos bares e casas noturnas LGBT+? Esses espaços ainda são necessários? Esta pesquisa demonstrou que sim; a pequena, porém longeva, cena noturna LGBT+ porto-alegrense, bem como os casos internacionais de Londres e Berlim, evidencia essa necessidade.

No entanto, Ghaziani (2025) propõe uma mudança conceitual na qual, ao invés de analisar a vida noturna LGBT+ apenas como uma “forma” organizacional (como um bar ou uma casa noturna), ela passe a ser compreendida como um campo cultural. Embora o sociólogo utilize esse referencial para investigar os níveis de inclusão e as reorganizações internas dessa cadeia, esta pesquisa priorizou analisar as condições de permanência material dessas estruturas no contexto porto-alegrense, marcado por fragilidades econômicas e operacionais. Nesse sentido, ainda que a empiria local também evidencie a existência de múltiplas cenas e formas itinerantes de sociabilidade noturna, estudos futuros podem avançar sobre como esses diferentes arranjos se articulam em termos de inclusão, pertencimento e permanência cultural. Diante disso, como a vida noturna ainda vai mudar? Sob quais condições e por quais grupos e sujeitos serão criadas formas de comunhão para além das casas noturnas LGBT+?

Diante dessas transformações, a reclassificação dos espaços noturnos de locais de entretenimento para instituições culturais, a exemplo das políticas adotadas em Berlim, abre precedentes para uma análise no campo da economia da cultura para mensurar a viabilidade e o alcance dessa transição. Sugere-se a aplicação de três possíveis frentes de investigação econômica. A primeira seria a modelagem tributária para simular a desoneração fiscal e a alteração nas alíquotas de impostos e taxas governamentais decorrentes do novo enquadramento jurídico. A segunda seria uma análise de impacto econômico para quantificar as externalidades positivas geradas por esses espaços no ecossistema urbano e na cadeia produtiva cultural. A terceira, por fim, seria uma avaliação de sustentabilidade e saúde financeira para projetar como o incremento no fluxo de caixa (via economia tributária) fortalece a resiliência operacional desses estabelecimentos a médio e longo prazo. Tais métricas permitiriam validar se o reconhecimento do valor simbólico da noite se traduz, efetivamente, em um modelo de negócio mais sustentável e integrado às políticas públicas de fomento à cultura.

Nesse sentido, conclui-se que essas casas noturnas LGBT+ atuam como parte de uma economia cultural da noite, na qual programação artística, sociabilidade LGBT+ e consumo articulam-se na criação de valor cultural e econômico. Sob a lente da economia da cultura, os resultados evidenciam que esses espaços se estruturam pela integração entre dois sistemas produtivos complementares, tendo a programação artística centralidade na sustentabilidade financeira dessas empresas. O caráter híbrido e articulado dos agentes dessa cadeia cultural evidencia características de autossuficiência, sobrevivência e resistência. Esses empreendimentos constituem-se como territórios de produção cultural, de sociabilidade e de

acolhimento simbólico para a comunidade LGBT+, aproximando-se da noção de festividades enquanto fenômenos culturais coletivos que vinculam trabalho, consumo, identidade e pertencimento. Reconhecê-los como parte da infraestrutura cultural urbana permite deslocar o olhar sobre a noite para além da lógica do entretenimento e compreender sua relevância econômica, social e política. A continuidade dessas casas, contudo, não depende apenas da capacidade individual de gestão de seus proprietários, mas também do reconhecimento institucional da vida noturna como parte legítima das políticas culturais e do desenvolvimento urbano.

Assim, o estudo contribui academicamente ao aplicar os debates da economia da cultura a um contexto ainda pouco explorado no Brasil, ampliando a compreensão das cadeias de valor culturais para além dos circuitos artísticos convencionais e das práticas culturais legitimadas institucionalmente. Ao aproximar a vida noturna LGBT+ dos debates sobre cultura urbana, a pesquisa contribui para compreender esses espaços a partir de sua relevância aqui exposta. Do ponto de vista prático, oferece subsídios para que gestores, produtores culturais e poder público viabilizem estratégias de permanência e sustentabilidade econômica desses espaços, de fortalecimento da produção artística local e de formulação de políticas voltadas à cultura noturna e ao desenvolvimento urbano.

Diante desse panorama do setor de casas noturnas LGBT+, nota-se que o fervo e a luta são coexistentes. Como demonstrado, grande parte das formações sociopolíticas e culturais da vida LGBT+ nasceu ou passou por esses espaços, os quais historicamente se constituíram como locais de sociabilidade, de liberdade para manifestações afetivas e sexuais, e também de insurgência contra o preconceito e a discriminação. Trata-se, igualmente, de uma luta financeira, travada todas as noites pela sobrevivência e manutenção desses estabelecimentos. Ao mesmo tempo, são espaços de fervo, de festas e de programações culturais pulsantes que, conforme evidenciado, desde a origem têm sido o fio condutor dessas experiências. Sendo assim, encerra-se, por ora, esta investigação, com o desejo de que o globo de espelhos nunca pare de girar nas pistas de dança.

REFERÊNCIAS

ABREU, Caio Fernando. **Morangos mofados.** 11. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

A HISTÓRIA da Flower's, primeira boate gay de Porto Alegre**. Jornal do Comércio,** Porto Alegre, 26 maio 2022. Disponível em: https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/especiais/reportagem_cultural/2022/05/848521-a-historia-da-flowers-primeira-boate-gay-de-porto-alegre.html. Acesso em: 5 ago. 2025.

ALMEIDA, Mirella de. **A performance drag queen gaúcha**: uma análise do consumo midiático de drags de Porto Alegre. Orientadora: Nilda Aparecida Jacks. 2023. 155 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023. Disponível em: https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/263425/001174469.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 21 mai. 2026.

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

ALVES, Teresa. Geografias da noite. *In*: FINA, Rosa Maria (coord.). **Estudos em torno da noite.** Lisboa: CLEPUL, 2018. p. 39–58. Disponível em: https://lusosofia.ubi.pt/textos/20190131-fina_rosa_estudos_em_torno_da_noite.pdf. Acesso em: 29 mar. 2026.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES (ABRASEL). **Custo de Mercadoria Vendida (CMV):** para bares e restaurantes. Belo Horizonte: Abrasel, jan. 2026. Disponível em: https://abrasel.com.br/site/assets/files/87141/cartilha_cmv_-_custo_de_mercadoria_vendida.pdf Acesso em: 5 maio 2026.

BALDWIN, Peter C. **In the watches of the night:** life in the nocturnal city, 1820–1930. Chicago: The University of Chicago Press, 2012.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BARNART, Fabiano; BAUER, Leticia. Sabia que estaria aqui: relatos sobre os processos criativos do projeto 'Uma cidade pelas margens'**. Revista Latino Americana de Geografia e Gênero**, v. 8, n. 1, p. 438 - 467, 2017. ISSN 21772886.

BAUMOL, William J.; BOWEN, William G**. Performing arts:** the economic dilemma**.** Londres: Cambridge University Press, 1966.

BECKER, Gary. **Human capital**. New York: Columbia University Press, 1964.

BENDASSOLLI, Pedro Fernando *et al*. **Indústrias criativas:** definição, limites e possibilidades. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 10–18, mar. 2009. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S0034-75902009000100003. Acesso em: 29 mar. 2026.

BERNARDY, Bruno Arthur Voss; GAFFRÉE JR., Nilton. Histórias da gente: trajetórias LGBTQIA+ no RS: Nilton Gaffrée Jr. e Cassandra Calabouço, arte drag em Porto Alegre. [S. l.]: **StoryMaps ArcGIS**, 5 jan. 2022. Disponível em: https://storymaps.arcgis.com/stories/be0af8c464774ec38d9dda14d85b33f4. Acesso em: 19 abr. 2026.

BIANCHINI, Franco. Night cultures, night economies. **Planning Practice and Research.** London, v. 10, n. 2, p. 121–126, 1995. Disponível em: https://www.sci-hub.box/10.1080/02697459550036667. Acesso em: 29 mar. 2026.

BORGES, Rosângela. Há 46 anos, Volmar Santos fundava a Coligay, primeira torcida LGBT+ do Brasil. **GZH,** Porto Alegre,12 abr. 2023. Disponível em: https://gauchazh.clicrbs.com.br/passo-fundo/esportes/noticia/2023/04/ha-46-anos-volmar-santos-fundava-a-coligay-primeira-torcida-lgbt-do-brasil-clgczmj7w001z015aht8qhuc7.html#:~:text=por%20um%20jornalista.-,H%C3%A1%2046%20anos%2C%20Volmar%20Santos%20fundava%20a%20Coligay,primeira%20torcida%20LGBT%2B%20do%20Brasil&text=Volmar%20Santos%20%C3%A9%20uma%20figura,primeira%20torcida%20LGBT%2B%20do%20Brasil.. Acesso em: 18 abr. 2026.

BORTOLOZZI, Remom Matheus. A arte transformista brasileira: rotas para uma genealogia decolonial. **Quaderns de psicologia**, v. 17, n. 3, p. 123-134, 2015. Disponível em: https://quadernsdepsicologia.cat/article/view/v17-n3-bortolozzi. Acesso em: 30 mar. 2026.

BORTOLOZZI, Remom Matheus. **Entre trapos e colchas**: vestígios da memória LGBT sobre as primeiras respostas paulistanas à epidemia de HIV/Aids. Orientadora: Vera Silvia Facciolla Paiva. 2021. 362 f. Tese (Doutorado em Medicina) – Faculdade de Medicina, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/5/5137/tde-28092021-112410/. Acesso em: 21 mai. 2026.

BRASIL. Arquivo Nacional. **Encaminhamentos da Divisão de Segurança e Informações do Ministério da Justiça (DSI/MJ), mês de junho de 1979**. Código de referência: BR RJANRIO TT.0.MCP, AVU.242. Rio de Janeiro, 29 jun. 1979. 196 f. Disponível em: https://imagem.sian.an.gov.br/acervo/derivadas/BR_RJANRIO_TT/0/MCP/AVU/0242/BR_RJANRIO_TT_0_MCP_AVU_0242.pdf. Acesso em: 18 abr. 2026.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI); Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE). **Relatório final e de proposição de políticas para o sistema de produção e inovação do carnaval.** Rio de Janeiro: RedeSist/IE/UFRJ, 2017. Disponível em: https://www.redesist.ie.ufrj.br/images/projetos_img/p17/Relat%C3%B3rio_Final_-_Pesquisa_Politica_de_Inovacao_Carnaval.pdf. Acesso em: 11 maio 2026.

BRASSAÏ. **Paris de nuit**. Paris: Flammarion, 2000.

CALIFÓRNIA DA CANÇÃO NATIVA. **Sobre o evento**. Disponível em: https://californiadacancaonativa.com.br/sobre-o-evento/. Acesso em: 18 abr. 2026.

CALLEGARI, Jeanne. **Caio Fernando Abreu:** inventário de um escritor irremediável. São Paulo: Seoman, 2008.

CARNEIRO, Luiz Carlos; OLIVEIRA, Paulo; PENNA, Rejane. **Porto Alegre — de aldeia a metrópole**. Porto Alegre, Marsiaj Oliveira/Oficina da História, 1992, 176 p.

CHAUNCEY, George. **Gay New York:** gender, urban culture, and the making of the gay male world, 1890–1940. New York: BasicBooks, 1994.

CHUVA, suor e cerveja. Intérprete: Caetano Veloso. Compositor: C. Veloso. *In:* O CARNAVAL de Caetano: gravado em Londres novembro de 71. Intérprete: Caetano Veloso [Compacto]. Rio de Janeiro: Philips, 1971. 1 disco vinil, lado A, faixa 1.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CUNNINGHAM, Stuart. Creative industries mapping: where have we come from and where are we going? **Creative Industries Journal**, London, v. 1, n. 1, p. 7–30, 2008. Disponível em:https://www.academia.edu/86786484/Creative_Industries_Mapping_Where_have_we_come_from_and_where_are_we_going. Acesso em: 29 mar. 2026.

DANCIN' days. Intérprete: As Frenéticas. Compositores: R. BARRA e N. MOTTA. *In*: CAIA na gandaia. Interprete: As Frenéticas. Rio de Janeiro: Warner Music Brasil, 1978. 1 disco vinil, lado 1, faixa 5 (3 min). Disponível em: https://youtu.be/dbz05G_T7J4?si=om1AXENO84sJmlMc. Acesso em: 15 maio 2026.

D'EMILIO, John. O capitalismo e identidade gay. **LavraPalavra**. *[S. I.]*. 19 mar. 2021. Disponível em: https://lavrapalavra.com/2021/03/19/o-capitalismo-e-a-identidade-gay/. Acesso em 29 mar. 2026.

DEPARTMENT FOR DIGITAL, CULTURE, MEDIA & SPORT (DCMS). **Creative industries mapping documents 2001**. London, 2001. Disponível em: https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001. Acesso em: 29 mar. 2026.

DE VOLDERE, Isabelle; ROMAINVILLE, Jean-François; KNOTTER, Steven; DURINCK, Eveline; ENGIN, Evrim; LE GALL, Arthur; KERN, Philippe; AIRAGHI, Elisabetta; PLETOSU, Teodora; RANAIVOSON, Heritiana; HOELCK, Katharina. **Mapping the Creative Value Chains**: A study on the economy of culture in the digital age. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. Disponível em: https://europacreativa.es/wp-content/uploads/2017/08/Mapping-the-Creative-Value-Chains.pdf. Acesso em: 12 maio 2026.

DW NEWS. Almost half of Berlin's clubs are considering closing. Germans even have a word for it: Clubsterben — the death of clubs. **Instagram**: @dwnews, 30 ago. 2025. Vídeo. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DN-p1TkCaoA/. Acesso em: 14 maio 2026.

ERIBON, Didier. **Reflexões sobre a questão gay**. Tradução Procópio Abreu. São Paulo: Companhia de Freud, 2008. 451 p.

FAOUR, Rodrigo. **A audácia dos invertidos:** as estratégias de sobrevivência e visibilidade LGBTI+ no Rio de Janeiro e sua importância no Brasil (1950-1990). 1. ed. Rio de Janeiro: Record, 2025. 546 p.

FARIA, Arthur de. **Porto Alegre:** uma biografia musical**,** 1. ed. Porto Alegre: Arquipélago, 2022. 320 p. v. 1.

FINA, Rosa Maria. Estudos em torno da noite. Introdução. *In:* FINA, Rosa Maria (coord.). **Estudos em torno da noite**. Lisboa: CLEPUL, 2018. p. 7–18. Disponível em: https://lusosofia.ubi.pt/textos/20190131-fina_rosa_estudos_em_torno_da_noite.pdf. Acesso em: 29 mar. 2026.

FLORES de 70. Direção: Vinícius Cruxen. *[S. l.]:* Nuances - Grupo pela Livre Expressão Sexual, 2007. 1 vídeo (22 min). Disponível em: https://youtu.be/exXr13fVsV4. Acesso em: 17 abr. 2026.

FONSECA, Luciana Marson. **Dois rumos na noite de Porto Alegre**: dinâmica socioespacial e lazer noturno nos bairros Cidade Baixa e Moinhos de Vento. Orientadora: Eva Machado Barbosa Samios. 2006. 214 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) – Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/8716. Acesso em: 10 jan. 2026.

GERMANO, Iris Graciela. A Cabana do Turquinho. **Jornal do Nuances**, Porto Alegre, ano 5, n. 31, p. 12, dez. 2004. Contracapa. Disponível em: https://www.ufrgs.br/nphdigital/hemeroteca/jornal-do-nuances-entrevista-rita-cadillac-da-para-o-nuances/?perpage=12&order=DESC&....Acesso em: 23 abr. 2026.

GERMANO, Iris Graciela. **Rio Grande do Sul, Brasil e Etiópia:** os negros e o carnaval de Porto Alegre nas décadas de 1930 e 40. Orientadora: Sandra Jatahy Pesavento. 1999. 275 f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1999. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/28110. Acesso em: 23 abr. 2026.

GERMANO, Paulo. Cidade brocha: o que houve com Porto Alegre após a meia-noite? **GZH**, Porto Alegre, 6 jun. 2025. Vida noturna, Opinião. Disponível em: https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/paulo-germano/noticia/2025/06/cidade-brocha-o-que-houve-com-porto-alegre-apos-a-meia-noite-cmbjrnxu50078014f8q6nv0yu.html. Acesso em: 21 mai. 2026.

GHAZIANI, Amin. **Long Live Queer Nightlife**: how the closing of gay bars sparked a revolution. Princeton: Princeton University Press, 2024.

GHAZIANI, Amin. The cultural field of queer nightlife: organizations, artists, and curatorial activism**. The Sociological Quarterly**, v. 66, n. 4, p. 724–747, 2025. Disponível em: https://doi.org/10.1080/00380253.2025.2466496. Acesso em: 29 mar. 2026.

GREEN, James N. **Além do carnaval:** a homossexualidade masculina no Brasil do século XX. Tradução: Cristina Fino e Cássio Arantes Leite. São Paulo: UNESP, 2000. Disponível

em: https://www.academia.edu/40226287/Al%C3%A9m_do_carnaval. Acesso em: 29 mar. 2026.

GWIAZDZINSKI, Luc; AGHINA, Bernard. Les territoires de l'ombre: penser la ville, penser la nuit. **Aménagement et Nature**, n. 133, p. 105–108, 1999. Disponível em: https://shs.hal.science/halshs-01074012/preview/Les_territoires_de_la_ombre._Penser_la_ville_penser_la_nuit_1999_Bernard_Aghina_Luc_Gwiazdzinski_Revue_AmA_nagement_et_nature_nA_133.pdf. Acesso em: 18 mai. 2026.

GWIAZDZINSKI, Luc. Pernocter. A Short Journey through the Aesthetics and Imaginaries of the Night**. Ethnologies**, Quebec, v. 44, n. 1, p. 3–9, 2023. Disponível em: https://shs.hal.science/halshs-04120659v1. Acesso em: 29 mar. 2026.

HADFIELD, Phil. The night-time city. Four modes of exclusion: reflections on the urban studies special collection. **Urban Studies**, v. 52, n. 3, p. 606–616, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/266382440_The_night-time_city_Four_modes_of_exclusion_Reflections_on_the_Urban_Studies_special_collection. Acesso em: 29 mar. 2026.

HALPERIN, David M. **How to be gay**. Cambridge: Harvard University Press, 2012.

HANNIGAN, John. **Fantasy city**. London: Routledge, 1998.

HILDERBRAND, Lucas. **The bars are ours**. Durham: Duke University Press, 2023.

IBGE. **Classificação nacional de atividades econômicas – CNAE**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007. Disponível em: https://cnae.ibge.gov.br/classificacoes/por-tema/atividades-economicas. Acesso em: 07 maio 2026.

JORGENSEN, Danny L. **Participant observation**. Newbury Park: Sage, 1989.

KAPLINSKY, Raphael; MORRIS, Mike. **A handbook for value chain research**. Ottawa: IDRC, 2000. Disponível em: https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/fisheries/docs/Value_Chain_Handbool.pdf. Acesso em: 11 mar. 2026.

KENNEDY, Elizabeth Lapovsky; DAVIS, Madeline D. **Boots of leather, slippers of gold**. 20th anniversary ed. New York: Routledge, 2014.

KLAMER, Arjo. O valor da cultura. *In:* VALIATI, Leandro (org.). **Economia da cultura e indústrias criativas**. São Paulo: Itaú Cultural; WMF Martins Fontes, 2022. p. 89–111.

KOCH, Jandiro. A Porto Alegre dos transformistas profissionais. **Grafia Drag**, 14 out. 2021. Disponível em: https://www.ufrgs.br/grafiadrag/a-porto-alegre-dos-transformistas-profissionais/. Acesso em: 23 abr. 2026.

KOCH, Jandiro. Festivais de pederastia: os gays e a ditadura no RS – III. **Matinal Jornalismo**, 20 jan. 2024. Disponível em: https://matinaljornalismo.com.br/parentese/ensaio-parentese/festivais-de-pederastia-os-gays-e-a-ditadura-no-rs-iii/. Acesso em: 18 abr. 2026.

LIPIETZ, Alain. **Audácia**. São Paulo: Nobel, 1991.

LOVATT, Andy; O'CONNOR, Justin. Cities and the night-time economy. **Planning Practice and Research**, London, v. 10, n. 2, p. 127–134, 1995. Disponível em: https://www.academia.edu/4147568/Cities_and_the_Night_time_Economy. Acesso em: 18 abr. 2026.

LUGAR Q FALA PODCAST. **A audácia dos invertidos:** um Rio de Janeiro queer**.** Apresentação: Rodrigo Faour. 4 nov. 2025. *Podcast.* Disponível em: https://open.spotify.com/episode/54yVjPnwdOWqxWPU9rxYBV. Acesso em: 23 abr. 2026.

LUZ, Fernanda Ferreira Canfield da. **Diversidade afetiva**: uma leitura sobre os movimentos sociais LGBT de Porto Alegre. Orientador: Solon Eduardo Annes Viola. 2011. 145 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Centro de Ciências Humanas, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo, 2011.

MAESTRI, Mário. **Breve história do Rio Grande do Sul**: da Pré-História aos dias atuais. 2. ed. Porto Alegre: FCM Editora, 2021.

MARONEZE, Luiz Antonio Gloger. **Espaços de sociabilidade e memória**: a vida pública porto-alegrense (1890 a 1930). *In:* ÁVILA, Maria de Fátima (org.) Porto Alegre – dissertações e teses. Porto Alegre: Unidade Editorial Porto Alegre; Cadernos Porto&Vírgula, 1996. p. 73 – 81.

MARONEZE, Luiz Antônio Gloger. **Porto Alegre em dois cenários: a nostalgia da modernidade no olhar dos cronistas**. Orientadora: Ruth Maria Chittó Gauer. 2007. 258 f. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/2539?mode=full. Acesso em: 02 abr. 2026

MATTSON, Greggor. Bar districts as subcultural amenities. **City, Culture and Society**, v. 6, n. 1, p. 1–8, 2015. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.ccs.2015.01.001. Acesso em: 29 mar. 2026.

MATTSON, Greggor. **Who Needs Gay Bars?** Bar-Hopping through America's Endangered LGBTQ+ Places. Stanford: Redwood Press, 2023. 448 p.

MEDEIROS, Tiago Vidal. **Depravada e inesquecível: memórias, homossexualidades e prostituição masculina a partir da trajetória de Luísa Felpuda (Porto Alegre, últimas décadas do século XX)**. Orientador: Benito Bisso Schmidt. 2020. 166 f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/215296/001119704.pdf?sequence=1. Acesso em: 23 abr. 2026.

MEMORIAL DA RESISTÊNCIA DE SÃO PAULO. **Orgulho e resistências:** LGBT na ditadura. São Paulo: Memorial da Resistência de São Paulo, 2021. Disponível em:

https://memorialdaresistenciasp.org.br/wp-content/uploads/2021/03/Catalogo-Orgulho-e-Resistencias-LGBT-na-ditadura-MRSP-2021.pdf. Acesso em: 18 abr. 2026.

MIGUEZ, Paulo. Apresentação. *In:* LEITÃO, Cláudia Sousa (org.). **Criatividade e emancipação nas comunidades-rede**. São Paulo: Itaú Cultural; WMF Martins Fontes, 2023. p. 11–15.

MONTEIRO, Charles. **A inscrição da modernidade no espaço urbano de Porto Alegre: 1924-1928. Orientador: Núncia Santoro de Constantino. 1992.** Dissertação (Mestrado em História) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1992.

MOORE, Madison**.** Nightlife as form. **Theater**, v. 46, n. 1, p. 49–63, fev. 2016. DOI: 10.1215/01610775-3322730. Disponível em: https://www.academia.edu/26252307/Nightlife_As_Artform. Acesso em: 18 maio 2026.

MUSGRAVE, Richard. **The theory of public finance**. New York: McGraw-Hill, 1959.

NEVES, Christopher Smith Bignardi**.** Identidade, autenticidade e turismo: bares gays como patrimônio cultural LGBTQI+. *In:* NEVES, Christopher Smith Bignardi **(org.) Roteiros culturais, turismo e patrimônio entre culturas.** Ponta Grossa: Atena Editora, 2024. cap. 1, p. 1–20. DOI: 10.22533/at.ed.5482422101. Disponível em: https://atenaeditora.com.br/catalogo/post/identidade-autenticidade-e-turismo-bares-gays-como-patrimonio-cultural-lgbtqi. Acesso em: 18 mar. 2026.

NUNES, Caroline Govari. **“duas notas chegam para mim. Dois acordes repetidos sem fim”**: a constituição musical, midiática e identitária do rock gaúcho na década de 1980. Orientadora: Adriana da Rosa Amaral. 2020. 375 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Unisinos, São Leopoldo, 2020. Disponível em: https://repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/9119?show=full. Acesso em: 26 fev. 2026

OLIVEN, Ruben George. **A parte e o todo:** a diversidade cultural no Brasil-nação. Petrópolis: Vozes, 2006.

OMBRO amigo. Intérprete: Leci Brandão. Compositores: L. Brandão. *In:* COISAS do meu pessoal. Intérprete: Leci Brandão. Rio de Janeiro: PolyGram, 1977. 1 disco vinil, lado 1, faixa 1 (4 min).

OSTRUCA DOS SANTOS, Douglas Henrique. **Micropolítica das montagens**: um estudo das comunicações transversais em fabulações transformistas. Orientadora: Nísia Martins do Rosário. 2024. 250 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2024. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/277596/001209399.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 21 mai. 2026.

PALOMINO, Erika. **Babado forte:** 35 anos de cultura jovem no Brasil. São Paulo: Ubu, 2024.

POTTIER, Erwan. **Porto Alegre, ville imaginaire:** socialité, mythes et communication dans un Brésil postmoderne. Orientador: Juremir Machado da Silva. 2009. 277 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

451 MHz: o podcast dos livros. Entrevistador: Renan Quinalha. Entrevistada: Amara Moira. Episódio #155: Literatura em bajubá — Amara Moira. São Paulo: Quatro Cinco Um: a revista dos livros, 28 jul. 2025.
Podcast. Disponível em: https://open.spotify.com/episode/0AfOtqr2Pze4m4S2HjdPAT. Acesso em: 23 abr. 2026.

QUINALHA, Renan. **Movimento LGBTI+:** uma breve história dos XIX aos nossos dias. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2024.

SAGGESE, Gustavo Santa Roza. Alargando o território. **Revista Equatorial**, v. 4, n. 7, p. 1–22, 2015.

SANTOS, Fernanda Guedes. **O comércio ilícito do prazer e a ação policial e jurídica em Porto Alegre (1889-1930). Orientador: Moacyr Flores.** 2008. 153 f. Dissertação (Mestrado em História) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. Disponível em: https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/2262/1/404322.pdf. Acesso em: 23 abr. 2026.

SCOTT, John. **A matter of record**: documentary sources in social research. Cambridge: Polity Press, 1990. Disponível em: https://www.perlego.com/ereader/1535943. Acesso em: 29 jan. 2026.

SEIJAS, Andreina; GELDERS, Mirik. Governing the night-time city. **Urban Studies**, v. 57, n. 4, p. 1–18, 2019. Disponível em: http://nrs.harvard.edu/urn-3:HUL.InstRepos:41940997. Acesso em: 29 mar. 2026.

SEM ALVARÁ, mais duas boates são interditadas em Porto Alegre. **G1 RS**, 25 fev. 2013. Disponível em: https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/02/sem-alvara-mais-duas-boates-sao-interditadas-em-porto-alegre.html. Acesso em: 23 abr. 2026.

SEMPOL, Diego. **De los baños a la calle:** Historia del movimiento lésbico, gay, trans uruguayo (1984-2013). Montevideo: Random House Mondadori, 2013, 413 p..

SIMAS, Luiz Antonio. A guerra entre o Brasil e as brasilidades é um embate cotidiano entre projetos e tecnologias de mortandade e insistência na vida. Instagram: @luizantoniosimas. 29 nov. 2025. Vídeo. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DRo26V2jh92/. Acesso em: 14 maio 2026.

SPRADLEY, James P. **Participant observation**. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1980.

TALBOT, Deborah. **Regulating the night**. Hampshire: Ashgate, 2007.

TEIXEIRA, Paulo César. Conheça a história da Flower's, a primeira “boate gay” da Capital. **GZH**, 15 jan. 2021. Disponível em: https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-

lazer/almanaque/noticia/2021/01/conheca-a-historia-da-flower-s-a-primeira-boate-gay-da-capital-ckjyknc0r005a019wta5hdn8e.html. Acesso em: 18 abr. 2026.

TIME OUT; GAY TIMES. **The right to dance**: queer nightlife in 2026. [S. l.]: Time Out; Gay Times, fev. 2026. Relatório. Disponível em: https://forms.timeout.com/the-right-to-dance. Acesso em: 14 maio 2026.

THROSBY, David. Teorias do valor. *In:* VALIATI, Leandro (org.). **Economia da cultura**. São Paulo: Itaú Cultural; WMF Martins Fontes, 2022. p. 19–49.

TOLILA, Paul. **Cultura e economia**. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2007.

TOSTES, Theodomiro. **Nosso bairro:** memórias. Porto Alegre, FPCS, 1989, 115 p.

TRÊS casas noturnas de Porto Alegre são fechadas por problemas de alvará. **Correio do Povo**, Porto Alegre 1 mar. 2013. Disponível em: https://www.correiodopovo.com.br/not%C3%ADcias/geral/tr%C3%AAs-casas-noturnas-de-porto-alegre-s%C3%A3o-fechadas-por-problemas-de-alvar%C3%A1-1.112505. Acesso em: 23 abr. 2026.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no paraíso:** a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade. 3 ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

TRUSZ, Alice Dubina. Almofadinhas. **Jornal do Nuances**, Porto Alegre, ano 5, n. 28, p. 12, maio 2004. Disponível em: https://www.ufrgs.br/nphdigital/hemeroteca/jornal-do-nuances-a-cidade-partida-do-jornal-boca-de-rua/. Acesso em: 23 abr. 2026.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Creative economy report 2010**. Geneva: UNCTAD, 2010. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf. Acesso em: 29 mar. 2026.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Creative economy outlook 2024**. Genova: United Nations, 2024. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf. Acesso em: 29 mar. 2026.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD); UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (UNDP). **Creative economy report 2008**. New York: United Nations, 2008. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf. Acesso em: 29 mar. 2026.

UNESCO INSTITUTE FOR STATISTICS. **The 2025 UNESCO framework for cultural statistics, Part I**: concepts and definitions. Montreal: UNESCO, 2025a. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395490. Acesso em: 29 mar. 2026.

UNESCO INSTITUTE FOR STATISTICS. **The 2025 UNESCO framework for cultural statistics, Part II:** a classification guide. Montreal: UNESCO, 2025b. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395491. Acesso em: 29 mar. 2026.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **Creative economy report 2013**. Paris: UNESCO, 2013.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **Universal declaration on cultural diversity**. Paris: UNESCO, 2001.

VALENCIA, Joseph Daniel. Queer nightlife and contemporary art networks. **Arts,** v. 13, n. 2, p. 72, 2024. Disponível em: https://www.mdpi.com/2076-0752/13/2/72. Acesso em: 10 ago. 2025.

VALIATI, Leandro; CORAZZA, Rosana I.; FLORISSI, Stefano. O marco teórico-conceitual da economia da cultura e da economia criativa: uma revisão de contribuições selecionadas e de seus pressupostos. *In.* VALIATI, Leandro (org.) **Economia da cultura e indústrias criativas:** Fundamentos e evidências. 1ª ed. São Paulo: Itaú Cultural; Editora WMF Martins Fontes, 2022. p. 113-161.

VALIATI, Leandro; MIGUEZ, Paulo; CAUZZI, Camila Lohmann; SILVA, Pedro Perfeito da. Economia criativa e da cultura: conceitos, modelos teóricos e estratégias metodológicas. *In:* VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia do Nascimento (org.). **Atlas econômico da cultura brasileira**: metodologia I. Porto Alegre: UFRGS Editora/CEGOV, 2017. p. 11–30. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/200211. Acesso em: 18 maio 2026.

VIP, Angelo; LIBI, Fred. **Aurélia:** a dicionária da língua afiada. São Paulo: Editora da Bispa, 2006.

WEEKS, Jeffrey. The invention of sexuality. *In:* **WEEKS, Jeffrey. Sexuality.** 2. ed. London: Routledge, 1986. Disponível em: https://www2.kobe-u.ac.jp/~alexroni/IPDreadings%202017/IPD%202017_3/Sexuality%20(Weeks).pdf . Acesso em: 18 mar. 2026.

YASSUDA, Saulo. The Week fechou**. Veja São Paulo**, São Paulo, 16 set. 2021. Disponível em: https://vejasp.abril.com.br/coluna/notas-etilicas/the-week-fechou/. Acesso em: 29 abri. 2025.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZALLA, Joselito. **O centauro e a pena**: Barbosa Lessa e a invenção das tradições gaúchas. UFRGS Editora, 2018. 348 p.

ZALLA, Joselito. **Simões Lopes Neto modernista**: o campo literário e a invenção do autor. Editora Letra e Voz, 2023. 242 p.

ENTREVISTAS REALIZADAS

BORGES, Rodrigo Kras. Cadeia de valor cultural – Proprietário da Workroom. Entrevista concedida a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, 29 nov. 2024.

BORGES, Rodrigo Kras. Cadeia de valor cultural – Proprietário da Workroom. Entrevista concedida a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, 13 fev. 2026.

CRAWSHAW, Jeremy. Cadeia de valor cultural – Proprietário do Cabaret. Entrevista concedida a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, 6 fev. 2026.

GIROTTO, Jader. Cadeia de valor cultural – Artista/DJ. Entrevista concedida a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, 19 jan. 2026.

GOMES, Suzzy Raphaella (Suzzy B). Cadeia de valor cultural – Artista/Drag Queen/Transformista. Entrevista concedida a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, 16 jan. 2025.

MACHADO, Charles (Charlene Voluntaire). Cadeia de valor cultural – Artista/Drag Queen. Entrevista concedida a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, 23 jan. 2025.

MELLO, Rodolfo Pugliero de (Madblush). Cadeia de valor cultural – Artista/Músico. Entrevista concedida a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, 30 jan. 2025.

MENDONÇA, Alessandra. Cadeia de valor cultural – Proprietária do Venezianos. Entrevista concedida a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, 29 nov. 2024.

MENDONÇA, Alessandra. Cadeia de valor cultural – Proprietária do Venezianos. Entrevista concedida a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, 29 jan. 2026.

PONTE, Ricardo (RICKTOCADISCO). Cadeia de valor cultural – Artista/DJ. Entrevista concedida a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, 12 dez. 2025.

CONSUMIDORES (CONS1–CONS8). Entrevistas concedidas a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, entre nov. 2025 e jan. 2026.

FORNECEDOR DE BEBIDAS (FORN1). Entrevista concedida a Paulo Rogério de Souza. Porto Alegre, mar. 2026.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM PROPRIETÁRIOS

ENT-PROP-IDENTIFICAÇÃO FIRMA:

.....

1. Idade

.....

2. Identidade de gênero e orientação sexual
( ) Homem Cis
( ) Mulher Cis
( ) Homem Trans
( ) Mulher Trans
( ) Não binário
( ) Heterossexual
( ) Lésbica
( ) Gay
( ) Bi
( ) Pansexual
( ) Assexual
( ) +
( ) Outro

.....

3. Cargo na empresa
( ) Proprietário
( ) Sócio
( ) Gerente

.....

4. Tempo de vínculo com a casa (anos)

.....

5. Tempo de funcionamento da casa (anos)

.....

6. Enquadramento jurídico e porte da empresa
( ) MEI
( ) EIRELI
( ) Ltda
( ) S/A
( ) Microempresa
( ) Empresa de pequeno porte (EPP)
( ) Empresa de Médio Porte

.....

7. Faixa de faturamento anual
( ) Até R$100.000
( ) R$100k–200k
( ) R$200k–360k

( ) R$360k–750k
( ) R$750k–1M
( ) Mais de R$1M

8. Como você define o posicionamento da sua casa noturna no mercado de Porto Alegre RS?
( ) LGBT+
( ) *Friendly*
( ) Sem bandeiras identitárias
( ) Outro

9. Quem é o público-alvo da casa

10. Ticket cliente mensal (número de clientes atendidos)

11. Ticket médio mensal (valor médio gasto por cliente)
( ) Até R$ 40
( ) R$ 41–70
( ) R$ 71–100
( ) R$ 101–150
( ) R$ 151 a R$ 200
( ) Mais de R$ 200

12. Número médio de funcionários (fixos/freela) e regime de contratação
( ) 1 a 5
( ) 6 a 10
( ) 11 a 15
( ) 16 a 20
( ) Mais de 20
( ) CLT_ Regime predominante
( ) Freelance_Regime predominante
( ) PJ_Regime predominante
( ) Misto CLT & Freelancer

13. A equipe da casa é…
( ) 100% LGBT+
( ) 75% LGBT+
( ) 50% LGBT+
( ) 25% LGBT+
( ) Menos de 25% LGBT+
( ) Não é um critério de contratação

14. Qual o valor médio da remuneração mensal da equipe?
( ) Até R$ 2.000
( ) Até R$ 3.000
( ) Até R$ 4.000

( ) Até R$ 5.000
( ) Mais de R$ 5.000

15. Estrutura organizacional — quem responde por: operações, finanças, marketing, programação cultural, RH

Área	Proprietário 1	Proprietário 2	Gerente	Prestador de serviço
Operações	( )	( )	( )	( )
Compras	( )	( )	( )	( )
Financeiro	( )	( )	( )	( )
Marketing	( )	( )	( )	( )
RH	( )	( )	( )	( )
Programação cultural	( )	( )	( )	( )

16. Quais os produtos e serviços oferecidos pela casa atualmente

Produto/Serviço	Produto principal	Produto complementar	Ação pontual
Bebidas prontas	( )	( )	( )
Carta de drinks	( )	( )	( )
Comidas prontas (pizzas congeladas)	( )	( )	( )
Comidas preparadas - pratos	( )	( )	( )
Comidas preparadas - petiscos	( )	( )	( )
Shows ao vivo (música)	( )	( )	( )
Shows ao vivo (Dragshows)	( )	( )	( )
Dj sets	( )	( )	( )
Festas temáticas	( )	( )	( )
Aluguel do espaço	( )	( )	( )
Eventos corporativos	( )	( )	( )
Bombonieres (cigarros, balas, chicletes)	( )	( )	( )
Produtos marca própria (camisetas, bonés)	( )	( )	( )

Produto/Serviço	Produto principal	Produto complementar	Ação pontual

17. Como funcionam as etapas de cada produto/serviço abaixo na sua casa?
Estrutura geral da cadeia

Produto	Apenas compra e vende (sem preparo)	Pequeno preparo	Preparo completo na casa	Não trabalhamos
Cervejas	( )	( )	( )	( )
Destilados	( )	( )	( )	( )
Drinks	( )	( )	( )	( )
Comidas prontas (ex.: pizza comprada pronta e só assada)	( )	( )	( )	( )
Comidas preparadas na casa (ex.: hambúrguer, porções, massas)	( )	( )	( )	( )

18. Quais dessas etapas vocês realizam internamente?
( ) Compra de insumos
( ) Armazenamento
( ) Preparo / produção (bar/cozinha)
( ) Montagem (ex.: montar drink, assar pizza)
( ) Venda ao cliente
( ) Entrega (quando houver)
( ) Atendimento ao cliente
( ) Nenhuma — apenas revendemos produtos prontos

19. A compra de insumos é
( ) Semanalmente
( ) Quinzenalmente
( ) Mensalmente
( ) Conforme evento
( ) Outro

20. Qual é aproximadamente o gasto mensal com insumos de bebidas e alimentos?
( ) R$ 10.000–20.000
( ) R$ 20.000–R$ 30.000
( ) R$ 30.000–R$ 40.000
( ) R$ 40.000–R$ 50.000
( ) R$ 50.000–R$ 60.000

( ) R$ 60.000–R$ 80.000
( ) R$ 80.000–R$ 100.00
( ) R$ 1000.000 - R$ 150.000
( ) R$ 150.000 - R$ 200.000
( ) Mais de R$ 200.000

.....

FORNECEDORES E PATROCÍNIOS

21. Há situações em que determinadas noites ou eventos não se pagam economicamente? Como a casa costuma lidar com esse risco?

.....

22. Quais problemas você enfrenta na aquisição de insumos?
( ) Falta de estoque
( ) Aumento de preço
( ) Atrasos
( ) Exigência de pedido mínimo
( ) Variação de qualidade
( ) Dependência de 1ou 2 fornecedores
( ) Falta de alternativas de fornecedores
( ) Outro

.....

23. Quem são os principais fornecedores da casa? E esses fornecedores são principais ou de suporte?

Fornecedor	Principal	Suporte
Distribuidora de bebidas grande (Ambev/ Heineken)	( )	( )
Distribuidora de bebidas pequena / local	( )	( )
Representante de marca específica	( )	( )
Atacado / mercado	( )	( )
Cozinha terceirizada	( )	( )
Pequenos produtores	( )	( )
Manutenção de equipamentos	( )	( )
Manutenção estrutura física	( )	( )
Financeiro / contabilidade	( )	( )
Marketing	( )	( )
Consultoria/ mentoria	( )	( )

.....

24. Como você classifica as condições comerciais que recebe dos fornecedores?
( ) Muito favoráveis
( ) Favoráveis

( ) Neutras
( ) Desfavoráveis
( ) Muito desfavoráveis

25. Você tem contratos de exclusividade com fornecedores? Se sim, quais e por quê?

26. Há dependência financeira ou operacional de algum fornecedor? Quais?

27. Marcas patrocinam eventos da casa?
( ) Sim, financeiramente
( ) Sim, com produtos
( ) Sim, com equipamentos
( ) Não

28. Quais são essas marcas patrocinadoras?

29. Essas parcerias influenciam a programação cultural?
( ) Sim, muito
( ) Sim, um pouco
( ) Não

30. Quais etapas da operação são mais problemáticas?
( ) Compra
( ) Armazenamento
( ) Preparo
( ) Venda
( ) Atendimento
( ) Logística
( ) Estrutura física
( ) Outro

31. Quais atores são mais importantes para o funcionamento da sua cadeia de produtos e serviços?
( ) Fornecedor de bebidas
( ) Fornecedor de alimentos
( ) Equipe operacional
( ) Artistas
( ) ADM/ MTK
( ) Serviços gerais
( ) Outra

32. Quais os maiores desafios do negócio hoje?

33. Quais decisões que envolvem dinheiro ou custos são mais difíceis de alinhar entre artistas, fornecedores e a casa?

34. Quais são as principais fontes de receitas mensal da casa?

Fonte	0%	Até 10%	11%–25%	26%–50%	51%–75%	76%–100%	Não se aplica
Bebidas	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Alimentos	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Bilheteria / ingressos	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Patrocínios/ Merchandising	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Aluguel do espaço	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Programação cultural - Drag show	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Programação cultural - festa temática	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Programação cultural - Dj	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Programação cultural - karaokê	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Programação cultural - música ao vivo	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )

35. Na sua percepção, quem mais se beneficia economicamente da programação cultural da casa (casa, artistas, fornecedores, patrocinadores etc)?

36. Como é definido o preço de um produto típico da casa?
( ) Custo + margem
( ) Comparação com outras casas
( ) Política da marca
( ) Intuição/experiência
( ) Outro

37. Quais indicadores vocês acompanham mensalmente?
( ) Ticket médio
( ) Ticket cliente
( ) Público total
( ) Custo dos insumos
( ) Margem/ lucro
( ) Seguidores/alcance/ engajamento
( ) Nenhum indicador

PRODUÇÃO CULTURAL

38. Como a casa define a programação cultural? Quem decide? E com qual frequências?

39. Quais são os critérios usados para escolher atrações?
( ) Alinhamento com a identidade LGBT+ da casa
( ) Demanda do público
( ) Relevância artística
( ) Históricos de público e consumo
( ) Disponibilidade e cachê
( ) Propostas de artistas
( ) Tendências da cena
( ) Tendências digitais
( ) Pressão comercial (vendas, metas de bar)

40. Quais atrações culturais fazem parte da programação regular da casa?
( ) DJs
( ) Drag shows
( ) Shows musicais ao vivo
( ) Performances diversas
( ) Festas temáticas
( ) Karaokê
( ) Noites temáticas
( ) Outras

41. Há artistas fixos no elenco da casa?

	Regime de contratação CLT	Regime de contratação MEI	Regime de contratação Freelancer	Regime de contratação cachê por evento	Regime de contratação bilheteria/ porta	Não
Sim	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Não	( )	( )	( )	( )	( )	( )

42. Como os artistas são remunerados?

( ) Cachê fixo
( ) % da porta
( ) Porta total
( ) % do bar
( ) CLT
( ) Combo (várias formas)

43. Qual o valor médio dos cachês dos artistas?

Categoria	Até R$150	R$150 a R$200	R$200 a R$300	R$300 a R$500	R$500 a R$700	Até 10% Porta	Até 20% Porta	Até 30% Porta	Porta total
Dj Novo	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Dj experiente	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Drag queen	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Músicos ao vivo	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Apresentador/ hostes	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )

44. A orientação sexual do artista influencia decisões de programação por seus efeitos sobre público, consumo ou posicionamento da casa?
( ) Sim, todos artistas são LGBT+
( ) Sim, parte dos artistas são LGBT+
( ) Não, isso não influencia na decisão

45. Vocês medem o retorno econômico de uma atração? Se sim, como?

46. Quais atrações geram maior atração de público?
( ) DJs
( ) Drag shows
( ) Shows musicais ao vivo
( ) Performances diversas
( ) Festas temáticas
( ) Karaokê
( ) Outras

47. Quais atrações geram maior consumo de bebidas ou alimentos?

( ) DJs
( ) Drag shows
( ) Shows musicais ao vivo
( ) Performances diversas
( ) Festas temáticas
( ) Karaokê
( ) Outras

48. De que maneira artistas e atrações influenciam diretamente a receita de bar?
( ) Tempo de permanência
( ) Ticket médio
( ) Consumo por horário
( ) Aumenta o público (Ticket cliente)
( ) Não influenciam
( ) Outros

49. Qual é o impacto das atrações culturais na receita total mensal?
( ) Muito alto
( ) Alto
( ) Moderado
( ) Baixo
( ) Não influencia

50. Quais ritmos musicais tem mais peso no negócio?
( ) MPB
( ) Funk
( ) Sertaneja
( ) Samba/ pagode
( ) Tecno/ Indie
( ) Pop
( ) Antigas
( ) Rap/ Trap

51. A sua casa atua como produtora de atrações culturais (ou seja, vocês organizam e financiam shows, performances, DJs, eventos)?
( ) Sim, com frequência
( ) Sim, às vezes
( ) Raramente
( ) Não

52. Quando a casa atua como produtora, a escolha da atração leva em conta a orientação sexual do artista por seus efeitos sobre público, receita ou posicionamento do evento?
( ) Sim, sempre
( ) Sim, com frequência
( ) Sim, às vezes

( ) Raramente
( ) Não

53. Quais etapas vocês realizam quando atuam como produtores?
( ) Criação do conceito do evento
( ) Curadoria artística (seleção de artistas)
( ) Produção executiva (orçamento, contratações)
( ) Produção técnica (som, luz, palco)
( ) Comunicação e marketing do evento
( ) Venda/precificação de ingressos
( ) Gestão de bilheteria
( ) Gestão da noite (operação do evento)
( ) Captação de patrocínio
( ) Pagamento de artistas e equipe
( ) Registro do evento (foto/ filmagem)
( ) Avaliação pós-evento
( ) Armazenagem dos registros

54. Quais são os principais custos envolvidos quando vocês produzem?
( ) Cachês
( ) Técnicos (som/luz)
( ) Comunicação/marketing
( ) Logística (transporte, hospedagem)
( ) Decoração/ambientação
( ) Taxas e plataformas (ex.: Sympla)
( ) Mão de obra (regular/ extras)
( ) Outros

55. Como vocês financiam a produção dos eventos?
( ) Com recursos próprios
( ) Com bilheteria
( ) Patrocinadores LGBT+
( ) Patrocinadores não LGBT+
( ) Parceria com artistas
( ) Vaquinha / coletivo
( ) Editais / incentivo público
( ) Outras

56. Quanto as produções próprias representam na receita total da casa?
( ) 0%
( ) Até 10%
( ) 11–25%
( ) 26–50%
( ) 51–75%
( ) 76–100%

57. Quando a casa produz seus próprios eventos, como isso impacta a identidade da casa e se reflete em resultados econômicos, como público, consumo ou sustentabilidade?
Cultura LGBT+ - valor simbólico

.....

58. A casa já utilizou financiamento coletivo, editais, leis de incentivo ou subsídios? Se sim, descreva quais e os resultados.

.....

MARKETING/ VENDAS E COMPETITIVIDADE

59. Quem cuida do marketing e das redes sociais digitais?

Área	Proprietário	Funcionário interno	Agência	Freelancer	Não temos equipe de marketing	Não temos redes sociais
Marketing	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Redes sociais	( )	( )	( )	( )	( )	( )

.....

60. Qual a importância do digital nas vendas?
( ) Muito alto
( ) Alto
( ) Moderado
( ) Baixo
( ) Não influencia

.....

61. Quais canais de venda e divulgação a casa utiliza?

	Instagram	Facebook	TikTok	WhatsApp	Bilheteria digital	Bilheteria física antecipado	Bilheteria física na hora
Divulgação	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Venda	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )

.....

62. Vocês usam anúncios pagos (ads)? Se sim, para qual atração e qual orçamento médio mensal?

	R$ 0	Até R$200	R$200–500	R$ 500–1.00
Para todas as atrações	( )	( )	( )	( )
Atrações especiais (Réveillon)	( )	( )	( )	( )
Não fazemos anúncios pagos	( )	( )	( )	( )

.....

63. Há parceria comercial com promotores/produtores externos para vender ingressos? Como funcionam comissões e repasses?

.....

64. Quais fatores explicam o sucesso de uma noite?
( ) Artistas convidados
( ) Tema da festa
( ) Preço do ingresso
( ) Comunicação
( ) Data da semana
( ) Patrocínios
( ) Público-alvo
( ) Ambiente da casa
( ) Previsão do tempo

.....

65. Na cena LGBT+ da cidade, quem são os principais agentes de legitimação (casas, artistas, público, coletivos, marcas)? Como isso influencia suas decisões de programação?

.....

66. O que vocês fazem para crescer financeiramente?
Nicho de atuação? Novos produtos e serviços? Expansão de novas unidades?

.....

67. Como a casa aprende / onde busca informação/ conhecimento para inovar?
( ) Fornecedores
( ) Universidades
( ) Consultorias / mentorias/ Sebrae
( ) Redes de bares/casas/ bairros
( ) Observação de mercado
( ) Eventos profissionais
( ) Clientes
( ) Outra

.....

68. A casa participa de redes colaborativas?
( ) Associações (Abrasel)
( ) Parcerias para eventos
( ) Festivais / Paradas Livre
( ) outras
( ) Não

.....

69. Vocês possuem reserva financeira?
( ) Sim, para 1 mês
( ) Sim, para 3 meses
( ) Sim, para 6 meses
( ) Sim, para mais de 6 meses
( ) Não

70. Vocês têm algum financiamento financeiro em aberto? Se sim, até quando vai? Quais os motivos do empréstimo/ financiamento?

71. Quais são os maiores desafios e riscos do negócio hoje?
( ) Custo fixo
( ) Sazonalidade
( ) Baixa oferta de artistas
( ) Violência LGBTfóbica
( ) Falta de apoio público
( ) Monopólio de fornecedores
( ) Concorrência
( ) Mudança da cultura noturna
( ) Mudança da cultura LGBT+
( ) Concorrência cultural (festas, artistas)
( ) Mudança de hábitos pós-pandemia
( ) Renovação do público
( ) Outro

72. Em sua visão, quais formas de precarização estrutural existem hoje na cadeia de trabalho da noite (artistas, equipe, fornecedores, freelancers)? Como isso impacta a operação da casa?

73. Quem são os principais concorrentes diretos da casa?

74. Quem são os concorrentes indiretos?
( ) Festas itinerantes
( ) Eventos de rua
( ) Festivais
( ) Casas/ bares heteronormativos
( ) Aplicativos / experiências digitais
( ) Casas de shows mainstream
( ) Aplicativos digitais/ redes sociais

75. Quais são as principais vantagens competitivas da sua casa?
( ) Localização
( ) Programação artística
( ) Qualidade do bar
( ) Qualidade do cozinha
( ) Atendimento
( ) Preço
( ) Marca/reputação
( ) Segurança/acolhimento
( ) História/tradição
( ) Estética / ambientação

CULTURA LGBT+

76. Como você enxerga o papel da casa no território geográfico?
Noturnidade LGBT+
( ) Ponto de encontro LGBT+ (novos)
( ) Ponto de encontro LGBT+ (velhos)
( ) Ponto de encontro LGBT+ (novos e velhos)
( ) Espaço de produção cultural
( ) Espaço de acolhimento e segurança
( ) Gerador de movimento econômico
( ) Marco simbólico da comunidade

77. Em quais aspectos a casa se apoia, que se convertem em resultados econômicos?

Aspecto	Mais consumo	Mais visitas	Maior permanência	Fidelização	Não impacta
Segurança	( )	( )	( )	( )	( )
Estética / ambientação	( )	( )	( )	( )	( )
Atendimento	( )	( )	( )	( )	( )
Programação cultural	( )	( )	( )	( )	( )
Espaço de expressão e acolhimento LGBT+	( )	( )	( )	( )	( )

78. Qual foi e qual é o papel da sua casa na história da cena LGBT+ de Porto Alegre?

79. O que é cultura LGBT+ para você?

80. Como você descreve a cena LGBT+ de Porto Alegre hoje? E o que mudou na cena nos últimos anos?

81. A cidade apoia a cultura LGBT+? O que falta?

82. Que tipos de ações do poder público ajudariam a fortalecer a cena LGBT+ local?
( ) Incentivo fiscal
( ) Editais específicos
( ) Melhorias em segurança pública

( ) Flexibilização de horários
( ) Revitalização de áreas noturnas
( ) Suporte a eventos culturais
( ) Mapeamento oficial da cultura noturna
( ) Campanhas de combate à LGBTfobia
( ) Igualdade na fiscalização SMIC/ Vigilância Sanitária (ambulantes)
( ) Outro

.....

83. Como você vê o futuro da sua casa nos próximos 5 anos?

.....

84. Como você vê o futuro da cena LGBT+ em Porto Alegre?

.....

85. Espaço aberto

.....

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM ARTISTAS

1. ENT-ARTISTA

.....

2. Nome civil completo

.....

3. Nome artístico

.....

4. Idade

.....

5. Identidade de gênero e orientação sexual
( ) Homem Cis
( ) Mulher Cis
( ) Homem Trans
( ) Mulher Trans
( ) Não binário
( ) Heterossexual
( ) Lésbica
( ) Gay
( ) Bi
( ) Pansexual
( ) Assexual
( ) +
( ) Prefiro não revelar

.....

6. Escolaridade
( ) Fundamental
( ) Médio/Técnico
( ) Superior incompleto
( ) Superior completo
( ) Pós-graduação

.....

7. O que é cultura e/ou arte LGBT+ para você?

.....

8. Como você se identifica enquanto artista?

	Drag queen	DJ	Cantor(a)/ músico(a) ao vivo	Dançarino/dançarina	Ator/atriz	Performancer	Produtor cultural	Coreográfo	Multiartista
Linguagem principal	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )

	Drag queen	DJ	Cantor(a)/ músico(a) ao vivo	Dançarino/dançarina	Ator/atriz	Performancer	Produtor cultural	Coreográfo	Multiartista
Linguagem secundária	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )

9. Como você aprendeu o que faz hoje?
( ) Formação artística formal (técnico/graduação/oficinas)
( ) Autodidata
( ) Comunidade LGBT+
( ) Coletivos/casas noturnas
( ) Internet/audiovisual/tutoriais
( ) Outra

10. Como você descreve sua identidade artística e estética?

11. Para você, o que caracteriza sua arte como parte da cultura LGBT+?

12. Há quanto tempo atua na cena artística LGBT+ de Porto Alegre profissionalmente?

13. Como você entrou na cena LGBT+ de Porto Alegre e como sua trajetória se conectou às casas noturnas?

14. Sua atuação atual:
( ) Trabalho exclusivamente com arte
( ) Arte + outro emprego fixo
( ) Arte + freelancer em outras áreas
( ) Outro

15. Você tem empresa artística constituída e regularizada? Qual classificação (MEI/Micro/ME)?

16. Razão social/nome fantasia da empresa/CNAE principal (número e descrição)

17. Como você costuma formalizar seus trabalhos?
( ) Nota fiscal
( ) Contrato
( ) Cachê informal
( ) Outro

18. Você tem equipe?
Fixa ou por projeto? Da comunidade?

	100% LGBT+	70% LGBT+	50% LGBT+	25% LGBT+	Menos de 25% LGBT+	Dependo da disponibilidade	Não tenho equipe
Não tenho equipe	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Sim, equipe fixa	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Sim, por projeto	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )

.....

ETAPA CRIAÇÃO

19. Como começa o processo criativo de uma performance/set/show seu (conceito, estética, narrativa)?

.....

20. Quais são suas principais referências (estéticas, culturais e políticas)?

.....

21. Quais elementos são fundamentais na sua criação?
( ) Estética queer
( ) Dramaturgia/história
( ) Política/corpo
( ) Musicalidade
( ) Humor
( ) Cultura pop
( ) Cultural regional
( ) Brasilidade
( ) Divas POP
( ) Tendência do momento

.....

22. Que elementos compõem sua criação?
( ) Figurino
( ) Coreografia
( ) Roteiro/set/dramaturgia
( ) Direção musical
( ) Construção de persona
( ) Identidade visual
( ) Outros

.....

23. Quanto tempo você leva para criar algo novo (figurino, set, performance)?

.....

24. Quais são seus custos na fase de criação (figurino, ensaios, caracterização)?

25. Você sente liberdade criativa nas casas onde trabalha?
Etapa Criação
( ) Sempre
( ) Às vezes
( ) Raramente
( ) Nunca

26. Na cena LGBT+ de Porto Alegre, quem são os principais agentes que legitimam artistas (casas, público, coletivos, outras drags/DJs)? Como isso afeta sua carreira?

27. Você sente necessidade de equilibrar competência criativa (arte, estética) com competência comercial (atrair público, entregar resultado para a casa)? Como faz esse equilíbrio?

ETAPA PRODUÇÃO

28. Para um show/set/performance típico, quem realiza as etapas de produção?
( ) Você
( ) Casa noturna
( ) Produtor cultural
( ) Contratante
( ) Outro

29. Quais etapas você realiza quando atua como produtor?
( ) Criação do conceito do evento
( ) Curadoria artística (seleção de artistas)
( ) Produção executiva (orçamento, contratações)
( ) Produção técnica (som, luz, palco)
( ) Comunicação e marketing do evento
( ) Venda/precificação de ingressos
( ) Gestão de bilheteria
( ) Gestão da noite (operação do evento)
( ) Captação de patrocínio
( ) Pagamento de artistas e equipe
( ) Registro do evento (foto/filmagem)
( ) Avaliação pós-evento
( ) Armazenagem dos registros

30. Quais são os principais custos envolvidos quando você produz?
( ) Cachês
( ) Técnicos (som/luz)
( ) Comunicação/marketing

( ) Logística (transporte, hospedagem)
( ) Decoração/ambientação
( ) Taxas e plataformas (ex.: Sympla)
( ) Mão de obra (regular/extras)
( ) Outros

31. Como você financia a produção de suas performances?
( ) Com recursos próprios
( ) Casa noturna
( ) Com bilheteria
( ) Patrocinadores LGBT+
( ) Patrocinadores não LGBT+
( ) Parceria com artistas
( ) Vaquinha/coletivo
( ) Editais/incentivo público
( ) Outras

32. Quais são essas marcas patrocinadoras?

33. Quanto você gasta em média para produzir um trabalho novo?

34. Qual é o custo médio para apresentar uma performance já pronta?

35. Quais são seus maiores desafios em criar e produzir arte LGBT+?

ETAPA DIVULGAÇÃO/COMERCIALIZAÇÃO

36. Que tipos de eventos você mais realiza profissionalmente?
( ) Noite regular (fixa)
( ) Festa temática
( ) Show solo
( ) Show em grupo
( ) Eventos sociais
( ) Eventos corporativos/sociais
( ) Outro

37. Como é definido o preço de comercialização de uma performance?
( ) Custo + margem
( ) Comparação com outros artistas
( ) Intuição/experiência
( ) Outro

35. Quais canais de venda e divulgação você utiliza?

	Instagram	Facebook	TikTok	WhatsApp	Bilheteria digital	Bilheteria física antecipado	Bilheteria física na hora
Divulgação	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Venda	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )

36. Vocês usam anúncios pagos (ads)? Se sim, para qual atração e qual orçamento médio mensal?

	R$ 0	Até R$ 200	R$ 200–500	R$ 500–1.000	Maior que R$ 1.000	Não sei o valor
Para todas as atrações	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Grandes atrações/especiais	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Não fazemos anúncios pagos	( )	( )	( )	( )	( )	( )
A casa geralmente anuncia	( )	( )	( )	( )	( )	( )

37. Qual estratégia funciona melhor para alcançar seu público?

38. Quais formatos de remuneração do mercado?
( ) Cachê fixo
( ) % da porta
( ) Porta total
( ) % do bar
( ) Combos (cachê + consumação)
( ) Trocas/permuta

39. Como geralmente acontece sua contratação?

40. Qual o valor médio dos seus cachês?
( ) Até R$ 150
( ) R$ 150 a R$ 200
( ) R$ 200 a R$ 300
( ) R$ 300 a R$ 500
( ) R$ 500 a R$ 700
( ) R$ 700 a R$ 1.000
( ) Mais de R$ 1.000

( ) Até 10% porta
( ) Até 20% porta
( ) Até 30% porta
( ) Porta toda
( ) Combo cachê + consumação
( ) Outra

41. Sua renda artística é previsível ou instável? E qual o valor médio mensal de faturamento?

42. Para você, as condições de remuneração oferecidas hoje são:
( ) Muito justas
( ) Justas
( ) Aceitáveis
( ) Injustas
( ) Muito injustas

43. Como é a dinâmica do dia da apresentação?

44. Quais os locais onde você se apresenta regularmente?

45. Qual a frequência média de apresentações por mês?

46. Você compõe o elenco fixo de alguma casa noturna? Quais e por quê?

47. A estrutura técnica das casas costuma atender suas necessidades?

48. Qual é o tamanho médio do público em suas apresentações atuais?

49. Qual o principal fator que define se uma apresentação corre bem?

50. Como o público geralmente reage ao seu trabalho?

51. Você percebe diferenças entre públicos de diferentes casas LGBT+ e mistas?

52. O público LGBT+ de hoje é diferente do público pré-pandemia? De que forma?

ETAPA PRESERVAÇÃO

53. Como preserva seu repertório artístico?
( ) Drive/HD
( ) Facebook/Instagram
( ) YouTube
( ) Documentação escrita
( ) Já preservei
( ) Não preservo
( ) Outro

ETAPA EDUCAÇÃO E TREINAMENTO

54. Você já participou ou participa de formações, oficinas ou cursos para aprimorar seu trabalho?

55. Você já formou outras pessoas na cena? Como?

56. O que significa para você se apresentar em casas LGBT+?

57. Você se considera trabalhador(a)…

Identidade	Sim	Não
Trabalhador(a) da cultura noturna?	( )	( )
Trabalhador(a) da cultura LGBT+?	( )	( )
Trabalhador(a) da cultura noturna LGBT+	( )	( )

58. Como o trabalho artístico impacta o consumo e o modelo de negócio das casas?

59. Porto Alegre oferece espaço suficiente para artistas LGBT+?

60. Qual é o maior desafio econômico da sua profissão?

61. Como você descreve a cena LGBT+ de Porto Alegre hoje?

62. O que mudou na cena nos últimos anos?

63. A cidade apoia a cultura LGBT+? O que falta?

64. Como você vê o futuro da cena LGBT+ em Porto Alegre?

65. Quais tendências artísticas estão surgindo na cena LGBT+?

APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM FORNECEDORES

1. Qual a empresa / marca que você representa?

.....

2. Seu cargo ou função?
( ) Proprietário
( ) Diretor
( ) Gerente
( ) Supervisor/coordenador
( ) Representante comercial/vendedor
( ) Marketing/comunicação

.....

3. Tipo de atuação da empresa?
( ) Produtor de bebidas
( ) Distribuidor de bebidas
( ) Importador de bebidas
( ) Marca patrocinadora
( ) Serviço/infraestrutura
( ) Produtor de alimentos
( ) Distribuidor de alimentos

.....

4. Quais tipos de produtos/serviços sua empresa fornece a PDVs em geral?
( ) Bebidas alcoólicas
( ) Bebidas não alcoólicas
( ) Equipamentos (freezers, chopeiras, geladeiras)
( ) Materiais de ponto de venda (mesas, cadeiras, luminárias, letreiros)
( ) Treinamento de equipe
( ) Patrocínio/produtos gratuitos
( ) Ações promocionais
( ) Ativações de marca
( ) Outro

.....

5. Vocês fornecem regularmente para algumas dessas casas noturnas LGBT+ de Porto Alegre – RS?
( ) Venezianos
( ) Vitraux
( ) Cabaret
( ) Workroom
( ) Nenhuma delas

.....

6. Quais desses fatores influenciam a decisão de fornecer para uma casa LGBT+?
( ) Volume de vendas
( ) Público-alvo do PDV
( ) Visibilidade da marca

( ) Relevância do PDV
( ) Relação histórica com a cena LGBT+
( ) Estratégia de posicionamento de marca com o público LGBT+
( ) Não fazemos distinção
( ) Outra

.....

7. Quais características de consumo do público LGBT+ vocês consideram mais relevantes para a definição de estratégias de marketing e vendas?
( ) Ticket médio
( ) Volume de consumo
( ) Frequência de consumo
( ) Mix de bebidas
( ) Fidelidade à marca
( ) Busca por experiências e ativações de marca
( ) Presença digital
( ) Sensibilidade a preço

.....

8. Das casas noturnas atendidas, a empresa fornece algum destes materiais de suporte?
( ) Freezer
( ) Mesas/cadeiras
( ) Kit suporte (cervejeira, balde, porta-guardanapo etc.)
( ) Ombrelone
( ) Luminárias internas
( ) Fachada externa

.....

9. Quais tipos de apoio não visíveis (bastidores) vocês costumam oferecer às casas atendidas?
( ) Consultoria comercial
( ) Treinamento de bartenders/garçons
( ) Treinamento de ações promocionais
( ) Softwares administrativos
( ) Patrocínio de festas
( ) Patrocínio de eventos (aniversário da casa/Parada do Orgulho)

.....

10. As operações com casas noturnas LGBT+ envolvem apoio a eventos culturais promovidos por elas?
( ) Sim
( ) Não
( ) Às vezes

.....

11. Se sim, quais critérios são usados para fornecer o apoio a eventos?
( ) Potencial de vendas
( ) Alinhamento com o público LGBT+
( ) Relevância da festa
( ) Estética e conceito
( ) Histórico de consumo

( ) Relacionamento com artistas
( ) Relacionamento com proprietários
( ) Presença nas redes sociais

12. As operações com casas noturnas LGBT+ envolvem contratos formais de exclusividade?
( ) Sim
( ) Não
( ) Às vezes

13. Se sim, quais critérios são usados para fornecer o apoio?
( ) Potencial de vendas
( ) Alinhamento com o público LGBT+
( ) Estética e conceito da casa noturna
( ) Histórico de consumo
( ) Relacionamento com artistas
( ) Relacionamento com proprietários
( ) Presença nas redes sociais

14. Em caso de exclusividade, quais são as contrapartidas oferecidas pela empresa?
( ) Preço diferenciado
( ) Equipamentos (comodato)
( ) Treinamento
( ) Patrocínio financeiro
( ) Patrocínio em produtos
( ) Patrocínio financeiro e produtos
( ) Materiais de divulgação (mesas/ombrelones/cervejeiras)
( ) Ativações de marca
( ) Outra

15. Em caso de exclusividade, a empresa define metas mínimas de volume de consumo e período de vigência para as casas com contrato? Se sim, qual a média de tempo?

16. Vocês percebem diferenças entre fornecer para casas noturnas LGBT+ (Venezianos, Vitraux, Cabaret, entre outras) e casas heteronormativas? Quais?

17. Vocês acreditam ter algum papel como empresa/marca na sustentabilidade econômica de casas noturnas LGBT+?

18. Como vocês avaliam o impacto das casas LGBT+ no posicionamento da empresa/marca?

19. A cultura LGBT+ é considerada nos planos de marketing? Se sim, como? E como essa consideração mudou nos últimos anos?

.....

20. O que é cultura LGBT+ para vocês?

.....

21. Como vocês descrevem a cena LGBT+ de Porto Alegre hoje? E o que mudou na cena nos últimos anos?

.....

22. Como vocês veem o futuro da noite e das casas noturnas LGBT+ em Porto Alegre?

.....

Comentários finais que vocês consideram importantes.

.....

APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM CONSUMIDORES

1. Qual sua idade?
( ) 18–24
( ) 25–29
( ) 30–39
( ) 40–49
( ) 50–59
( ) 60+

---

2. Qual a sua identidade de gênero?
( ) Mulher cis
( ) Homem cis
( ) Mulher trans
( ) Homem trans
( ) Pessoa não binária
( ) Prefiro não responder

---

3. Qual sua orientação sexual?
( ) Gay
( ) Lésbica
( ) Bissexual
( ) Pansexual
( ) Assexual
( ) Hetero
( ) Prefiro não responder

---

4. Qual bairro de Porto Alegre (RS) você mora?

---

5. Qual sua renda mensal aproximada?
( ) Até R$ 2.000
( ) R$ 2.001–4.000
( ) R$ 4.001–6.000
( ) R$ 6.001–8.000
( ) R$ 8.001–10.000
( ) Mais de R$ 10.000

---

6. O que é diversão para você? E o quanto a diversão está atrelada ao espaço temporal noturno?

---

7. Como você escolhe para onde ir em uma noite?
Programação, ambiente, segurança, preço, localização, identidade do local, amigos, paqueras, o que influencia?

8. O que te leva a sair à noite para casas/festas LGBT+?

9. Você frequenta casas noturnas LGBT+ há quanto tempo?

10. Quais casas você costuma frequentar e por quê?
O que te faz escolher uma casa LGBT+ e não outra?

11. O que você busca quando vai a uma casa/festa LGBT+?
Marque todas que se aplicam:
( ) Diversão
( ) Comunidade
( ) Expressão de identidade
( ) Refúgio
( ) Dançar
( ) Curtir com meus amigos
( ) Arte/performances
( ) Conhecer gente nova
( ) Sexo
( ) Música boa
( ) Outro

12. Qual tipo de programação você mais gosta?
Marque todas que se aplicam:
( ) DJs
( ) Drags show
( ) Performances
( ) Música ao vivo
( ) Festas temáticas
( ) Música ambiente
( ) Karaokê

13. Com que frequência você vai a casas noturnas LGBT+?
( ) 1x por semana
( ) 2–3x por mês
( ) 1x por mês
( ) A cada 2–3 meses
( ) Raramente
( ) Nunca

14. Quando você frequenta, qual(s) dia(s) da semana?
Marque todas que se aplicam:

( ) Segunda
( ) Terça
( ) Quarta
( ) Quinta
( ) Sexta
( ) Sábado
( ) Domingo

15. O que você geralmente consome quando sai?
Marque todas que se aplicam:
( ) Bebidas alcoólicas
( ) Bebidas sem álcool
( ) Comida
( ) Merchandising (camisetas, bonés, canecas)
( ) Não consumo

16. Quanto você costuma gastar em uma noite? (ingresso + bebidas + alimentação)
( ) R$ 50–100
( ) R$ 101–150
( ) R$ 151–200
( ) R$ 201–250
( ) R$ 251–300
( ) Mais de R$ 300

17. O que significa para você frequentar espaços LGBT+? E isso tem algum aspecto político, afetivo ou econômico para você?

18. Você sente diferença entre estar em uma casa LGBT+ e em uma casa heteronormativa? Se sim, quais?

19. Como você avalia a experiência de acolhimento e segurança nas casas que frequenta?

20. Como as performances, músicas e artistas impactam sua experiência na noite?
Em termos de estética, identidade ou sensação de pertencimento?

21. Como você percebe o preço das bebidas e ingressos nas casas LGBT+?
Alguma marca, promoção ou produto interfere na sua experiência?

22. O que te faria frequentar mais uma casa/festa?

23. O que te faria deixar de frequentar?

24. Como o bairro/região da casa que você frequenta influencia sua experiência?

25. Fale sobre uma experiência marcante que teve na noite LGBT+ (positiva ou negativa).

26. Você sente que existem “novos formatos” de noite LGBT+ surgindo? Quais?

27. Você consome produtos culturais LGBT+ fora da noite (artistas, festas, marcas, criadores)?

28. O que é cultura LGBT+ para você?

29. Como você vê a cena LGBT+ de Porto Alegre hoje?

30. O que mudou na cena nos últimos anos?

31. Quais tendências artísticas você percebe surgindo na noite?

32. A cidade de Porto Alegre apoia a cultura LGBT+? O que falta?

APÊNDICE E – QUADRO DESCRITIVO UTILIZAÇÃO DE IA NA PESQUISA

Quadro 1 - Quadro descritivo utilização de IA na pesquisa

Nome da ferramenta utilizada	Versão	Objetivo
ChatGPT (OpenAI)	GPT-5.5	Auxiliar em atividades de tradução de textos internacionais; revisão ortográfica, gramatical e de sintaxe; apoio na elaboração dos questionários de entrevistas; tabulação dos dados coletados; suporte na busca de materiais acadêmicos, como artigos, teses e pesquisas diversas; e apoio na formulação visual de esquemas e figuras.
NotebookLM (Google Labs),	Gemini 1.5 Pro	Auxiliar em atividades de tradução de textos internacionais e síntese preliminar de artigos previamente selecionados.
Gemini (Google)	Gemini 3.5 Flash	Auxliar em atividades de tradução de textos internacionais; revisão ortográfica, gramatical e de sintaxe; normalização da lista de referências e apoio na formulação visual de esquemas e figuras.

Fonte: elaborado pelo autor.

Modelo baseado em: CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAI CIMATEC. **Guia para uso de IA Generativa no Centro Universitário SENAI CIMATEC**. Salvador, fev. 2024. Disponível em: https://www.universidadesenaicimatec.edu.br/wp-content/uploads/2024/03/GUIA-DE-IA-NA-EDUCACAO.pdf. Acesso em: 25 mai. 2026.