



FIERCE

REGISTROS DA MODA URBANA LGBTQ+

NATHALIA TORRES



“Em um baile você pode ser o que quiser. Você não é realmente um executivo, mas está parecendo um executivo. Você está mostrando ao mundo hétero que pode ser um executivo se tivesse a oportunidade, porque pode parecer com um. E isso é gratificante.”

Dorian Corey. *Paris is Burning*, 1991.

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação



REGISTROS DA MODA URBANA LGBTQ+

Design Gráfico
Junho de 2018

Projeto de Conclusão de Curso
Nathalia Torres Mendes da Silva
Orientação: Prof.^a Dr.^a Cassia Leticia Carrara Domiciano

RESUMO

Fierce é um projeto editorial e fotográfico dedicado a registrar a moda urbana LGBT e cultura queer. O livro aborda questões sobre a comunicação da sexualidade e gênero por meio do vestuário.

Palavras-chave: editorial, moda urbana, LGBT, queer

Fierce is an editorial and photographic project dedicated to document LGBT street fashion and queer culture. The book approaches questions about the communication of sexuality and gender by clothing.

Keywords: editorial, street fashion, LGBT, queer



SUMÁRIO

06_INTRODUÇÃO

08_O TEMA

18_REFERÊNCIAS

31_PROJETO GRÁFICO

50_CONSIDERAÇÕES FINAIS

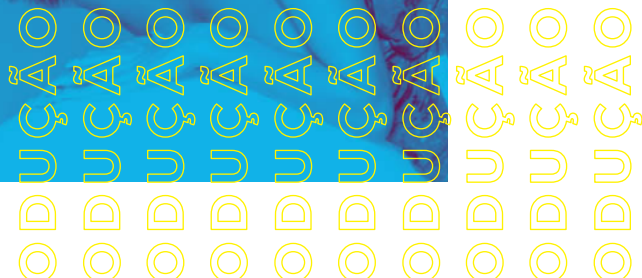
52_AGRADECIMENTOS

54_BIBLIOGRAFIA

ODUÇÃO
ODUÇÃO
ODUÇÃO
ODUÇÃO
ODUÇÃO



INTRODUÇÃO



INTRODUÇÃO

Este relatório trata-se do desenvolvimento do livro “*Fierce - Registros da moda urbana LGBTQ+*”, Trabalho de Conclusão de Curso em Design Gráfico, da UNESP Bauru.

Durante algumas idas a ambientes voltados ao público LGBT, percebi que houve um aumento na liberdade das pessoas se vestirem: alguns homens com peças consideradas femininas, outros com maquiagens impecáveis, mulheres andróginas, alguns com adornos de confecção própria, surgimento de jovens *drag queens* e pessoas não binárias. A diversidade é incrível e despertou em mim uma vontade de torná-los reconhecidos de alguma forma. Imediatamente me lembrei de algumas referências sobre registro de moda urbana, como o trabalho do fotógrafo Shoichi Aoki, com a revista *FRUITS* sobre moda urbana japonesa. Comecei a me questionar a respeito da relação da comunidade LGBT com a moda, e um amigo recomendou assistir o documentário *Paris is Burning*, da diretora Jennie Livingston.

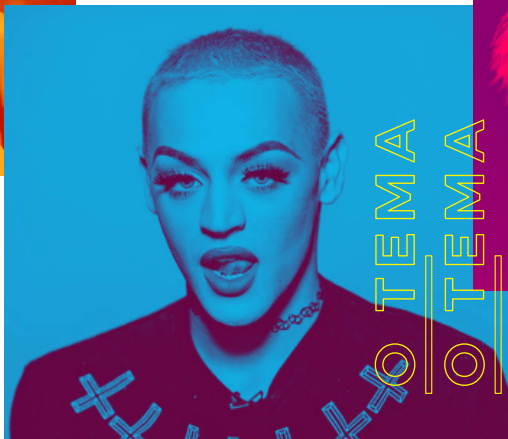
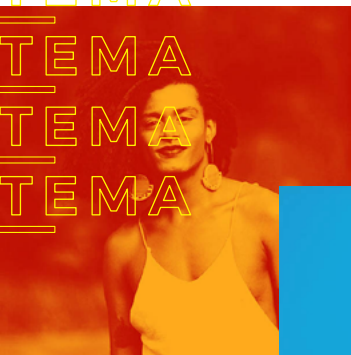
Fierce nasceu da minha apreciação pela moda *underground*, paixão por fotografia e design editorial. Foi decidido então que o projeto seria um livro sobre moda urbana LGBT e cultura *queer*.

O conteúdo seria composto por fotografias, relatos dos participantes e uma breve introdução sobre o contexto histórico. A finalidade do livro é tornar reconhecida essa cultura emergente da comunidade LGBT. O nome escolhido tem relação com o universo da moda. *Fierce* é uma palavra de origem inglesa que pode ser traduzido como feroz, selvagem, podendo ser referido a indivíduos atrevidos e ousados. Como mostra o documentário *Paris is Burning*, foi uma gíria muito usada em boates LGBT nos anos 80 para descrever tudo que tem qualidade excepcional. Até hoje a gíria perdura entre personalidades do mundo da moda e LGBTs, especialmente drag queens. Em português, a palavra se aproxima de gírias que já foram muito usadas como lacrou e arrasou.



Rupaul, no reality show Rupaul's Drag Race.

TEMA
TEMA
TEMA
TEMA
TEMA



TEMA
TEMA
TEMA
TEMA
TEMA
TEMA



TEMA
TEMA
TEMA
TEMA

O TEMA

QUEER

Originalmente, *queer* era um termo pejorativo para se referir a pessoas LGBT. Proveniente da língua inglesa, pode ser traduzido como estranho, ridículo, excêntrico, e raro. O termo foi resignificado como forma de resistência social, afirmação sexual, identidade de gênero, e contraposição a heteronormatividade.

"Este termo, com toda sua carga de estranheza e de deboche, é assumido por uma vertente dos movimentos homossexuais precisamente para caracterizar sua perspectiva de oposição e de contestação. Para esse grupo, queer significa colocar-se contra a normalização – venha ela de onde vier. Seu alvo mais imediato de oposição é, certamente, a heteronormatividade compulsória da sociedade." (LOURO, 2001).

A política *queer* questiona os papéis de gênero, fugindo de construções sociais do que é ser mulher e o que é ser homem. Visualmente, podemos perceber este ato através da moda. Vestir-se fora de um padrão binário e heteronormativo é, muitas vezes, uma forma de se afirmar socialmente.

Imagens: Liniker, Brooke Candy, Shoushi, Candy Mel.





EXPRESSÃO IDENTITÁRIA

O movimento social LGBT vem desenvolvendo consciência de grupo, procurando se unirem para compartilhar pensamentos, fortalecerem seu posicionamento e sentirem-se mais seguros. Esta aproximação se deve a reconhecimento de signos que comunicam pertencimento a um grupo, convidando o sujeito a se unir com seus semelhantes.

“Entende-se que o corpo transforma-se em algo diferente quando está vestido e é dessa forma que nos apresenta socialmente, ou seja, nos apresenta ao mundo ao nosso redor” (CONTE, 2011).

O ato de se vestir sempre foi algo além de tecidos cobrindo corpos. A moda, assim como as gírias, escrita e música, também é um sistema de identificação de grupos. Passou a comunicar posições sociais: quem pertencia a plebe e quem era nobre; dividiu gênero entre homem e mulher; e pobre dos ricos. Com o tempo, estas formas de se vestir foram consideradas uma norma social, sugerindo divisões ligadas a relações de poder. Pessoas foram divididas entre superiores e inferiores, e qualquer um que foge do padrão é estigmatizado.

Imagens: Rico Dalasam, Pablo Vittar.

PARIS IS BURNING

Jennie Livingston



Paris is Burning, documentário de 1991.

O documentário da diretora Jennie Livingston ainda é muito abordado em trabalhos acadêmicos, desde a década de 90, quando estudos sobre a teoria queer e construção de identidade de gênero avançaram para nunca mais parar. Registrado nos anos 80, no momento histórico de devastação da AIDS, *Paris is Burning* nos mostra o relacionamento entre pessoas marginalizadas por questões sexuais, raciais, gênero, classe, e a forte influência da cultura de massa naqueles sujeitos.

Na periferia de Harlem, na cidade de Nova Iorque, jovens negros e latinos se reuniam em bailes para “brincar” com papéis de gênero. As chamadas *houses* eram formadas por gays e transsexuais expulsos de casa. Eles eram acolhidos por *mothers*, veteranas escolhidas para representar cada *house*. Nos bailes, os participantes organizavam competições entre si, principalmente com performances de *drag queens*, desfile de moda e dança.

É inegável a cultura pop como inspiração naquele momento. Como forma de escapismo do sofrimento e marginalização, estas pessoas nos mostram como a manifestação artística é importante para sobreviverem em suas realidades. As inspirações eram diver-



sas: artistas da época que esbanjavam segurança, glamour e audácia. Atrizes de cinema, cantoras e supermodelos da época tinham seus figurinos e comportamentos reproduzidos por estas *drag queens* e modelos transsexuais.

A década de 70 foi marcada pela ascensão do ativismo da diversidade sexual. Estas identificações com certos ícones populares se deve aos seus comportamentos fora dos padrões e discursos progressistas, servindo como resistência para muitos fãs que se identificam com elas. Quando um sujeito vê um indivíduo pertencente ao grupo LGBT ou simpatizantes na mídia, passa a se identificar com a representação desta pessoa. Desta forma, este público passa a adotar determinados elementos na construção de sua própria identidade.

“Pelo menos até o início dos anos de 1970, o movimento de organização dos grupos homossexuais é, ainda, tímido [...] Aos poucos, especialmente em países como os Estados Unidos e a Inglaterra, um aparato cultural começa a surgir: revistas, artigos isolados em jornais, panfletos, teatro, arte. Alguns artistas apostam na ambigüidade sexual, tornando-a sua marca e, desta forma, perturbando, com suas performances, não apenas as plateias, mas toda a sociedade” (LOURO, 2001).

Imagens: Pepper LaBeija, Octavia Saint Laurent.

INFLUÊNCIA DA CULTURA POP

Em meio a tantas representações estereotipadas na mídia, os movimentos ativistas procuravam ser representados de outras formas. No Brasil, no final dos anos 70, jornais ligados ao movimento homossexual promovem discussões, propondo tomar consciência do próprio corpo/sexualidade e construção de uma identidade enquanto grupo social. No cenário internacional, no movimento político cresce o número de criadores de conteúdo cultural e intelectuais que se assumem na mídia, na imprensa, nas artes e nas universidades.

Os artistas que estão o tempo todo na mídia utilizam este espaço para apoiarem certas causas sociais. O cantor Elton John acredita que seu impacto na mídia trouxe visibilidade significativa para a comunidade. Desde o início de sua carreira, o cantor fala abertamente sobre sua sexualidade. Freddie Mercury desafiava o ambiente do rock - composto majoritariamente por homens heteros - com seus figurinos ousados e atitudes fora do padrão. De início, a banda Queen teve dificuldades do público aceitar a homossexualidade e personalidade de Freddie. Para o cantor, a performance deveria ser memorável, portanto investia na presença de palco ou-



Cher, 1978.

sada e figurinos andrógenos. Cher e Madonna sempre serão reconhecidas pela luta de igualdade de gênero e direitos LGBT. Ambas desafiaram convenções, estereótipos de gênero, e nunca seguiam regras. Muito criticadas por conservadores, foram ganhando visibilidade e fãs pelo atrevimento e rebeldia. A drag queen e apresentadora Rupaul, possui seu próprio reality show de drag queens. O programa ficou muito popular entre os jovens, que acabou recebendo premiação do Emmy Awards 2017. “Rupaul’s Drag Race” po-



pularizou o cenário drag para a massa e vem conquistando a cada temporada mais fãs.

Outros artistas de gerações seguintes foram transmitindo a mensagens de seus veteranos para as próximas gerações. O impacto é visível: hoje podemos encontrar pessoas mais confiantes em assumir a sua própria sexualidade e poderem se expressar, inclusive através da moda.

“As chamadas “minorias” sexuais são, hoje, muito mais visíveis do que antes, e, conseqüentemente, torna-se mais acirrada a luta entre elas e os grupos conservadores. O grande desafio não consiste, apenas, em assumir que as posições de gênero e sexuais se multiplicaram e escaparam dos esquemas binários; mas também em admitir que as fronteiras vêm sendo constantemente atravessadas e que o lugar social no qual alguns sujeitos vivem é exatamente a fronteira [...] Categorizado e nomeado como desvio da norma, seu destino só poderia ser o segredo ou a segregação – um lugar incômodo para permanecer. Ousando se expor a todas as formas de violência e rejeição social, alguns homens e mulheres contestam a sexualidade legitimada e se arriscam a viver fora de seus limites.” (LOURO, 2001).

Imagens: Rupaul, Freddie Mercury, Madonna, Elton John.

PESQUISA COM O PÚBLICO

Para alguns, se afirmar através do vestuário é um ato de resistência e de contribuição para visibilidade. Para outros é algo totalmente subjetivo. Ao longo do livro, podemos ver relatos de pessoas que discutem a respeito do significado do seu estilo e do grupo que pertencem. Esta pesquisa foi realizada durante algumas idas aos ambientes voltados ao público LGBT. Todos os registrados foram convidados a responder uma pesquisa, via Google Forms. Sugeri uma afirmação sem fonte aos entrevistados para que pudesse haver um questionamento. A “provocação” rendeu respostas interessantes: por mais que alguns tenham confrontado a afirmação, acabaram concordando parcialmente no final.

“Algumas pessoas relacionam o vestuário com sua sexualidade/identidade de gênero, como forma de resistência e afirmação na sociedade. Você se identifica com esta com esta afirmação? O quão importante é para você seu visual? O que seu visual comunica sobre você?”

“É uma questão muito relativa e superficial principalmente quando se trata de julgamentos feitos através da sua forma de vestir relacionando a sua sexualidade e/ou identidade de gênero. Porém acredito também ser um ato político e de resistência você se vestir da maneira que



Erick e Emilia Globo.

quer independente se é em um show onde é muito comum você encontrar diferentes pessoas fantasiadas ou no seu próprio dia a dia fugir de padrões e normatizações.” - Erick.

“Quando uma pessoa como eu, lida pela sociedade como um garoto, coloca um body e sai assim pelas ruas de São Paulo as 2 horas da tarde causa espanto e choque, nem de longe são essas impressões que quero causar. Eu só quero ser feliz da maneira que for, seja usando uma regata com shorts tacle ou um body, não tenho intenções de afrontar

ninguém, mas só por ser como eu sou e sair como eu quero, me sinto bem por conta disso [...] É complicado lidar com certos olhares de desaprovação, que eu particularmente nem ligo, pois espero que a pessoa que me testemunha venha abrir a cabeça algum dia.” - Emilia Globo.

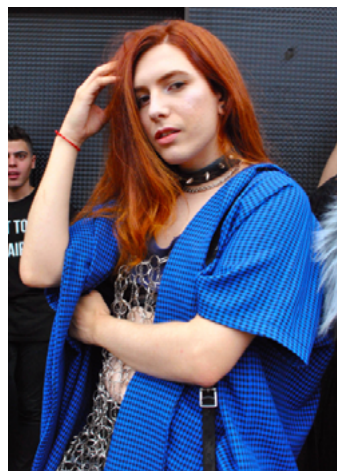
“Estes dois entrevistados sugerem que, para eles, se posicionar através do vestuário é algo subjetivo. No entanto, não negam que há uma posição política do próprio grupo no ato de se vestirem. Eles ‘transcendem em partes estes estereótipos [binários] e encontram maior liberdade ao se vestirem, uma vez que não seguem por completo tais regras, o que não significa que se vestem e se comportam como mulheres, e sim que utilizam a roupa e os acessórios com maior liberdade criativa ao usarem diferentes modelagens” (GASPAR, 2017).

É interessante o contraste das respostas quando a mesma pergunta é direcionada às mulheres trans e travestis. Podemos observar que a afirmação da identidade de gênero por meio do vestuário é um ato político e uma luta diária:

“Travestir é uma luta contra a própria sobrevivência, periódica, como se estivesse vestida pra morrer. Afinal, você realmente pode morrer. Sabendo que nós trans e travestis temos o índice de mortalidade mais alta da sigla LGBT, acredito que expresso em minhas vestes

que provavelmente não passarei dos 27 anos, mas irei em paz comigo mesma, vivi e morri na verdade de quem eu sou.” - Analua Gamberini

“O meu vestuário complementa a forma com que me expresso, é com ele que muitas vezes tenho a oportunidade de comunicar às partes “normativas” sobre a liberdade que cada um possui, mas muitos desconhecem. A moda sempre foi usada desde o começo da organização do homem nas cidades, e hoje não é diferente, pra mim se vestir é comunicar. E eu comunico liberdade.” - Ri Eleutério



Imagens: Analua Gamberini, Ri Eleutério.

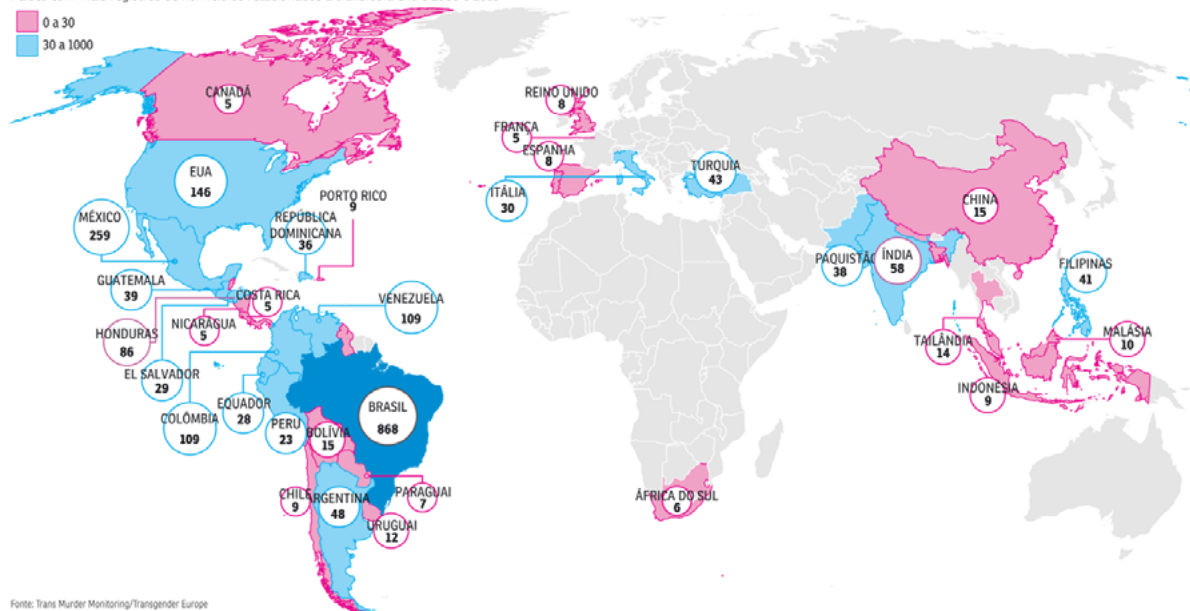
O Brasil lidera o ranking mundial de assassinatos de transsexuais e travestis. Segundo a ONG Transgender Europe (TGEu), entre 2008 a 2016, foram assassinados 868 transgêneros no país.

Estes dados podem ser ainda maiores, pois como o estado não contabiliza, a instituição conta com coletas de mortes que são noti-

ciadas. A cada 48 horas uma pessoa trans é assassinada no Brasil, e suas expectativas de vida são de 35 anos. De fato, posicionar-se enquanto transgênero é uma luta diária pela liberdade serem quem são, mesmo estando expostos a violência 24 horas por dia em um país tão transfóbico.

Intolerância

Países com mais registros de homicídios relacionados à transfobia entre 2008 e 2016



Fonte: Trans Murder Monitoring/Transgender Europe

REFERÊNCIAS
REFERÊNCIAS
REFERÊNCIAS
REFERÊNCIAS
REFERÊNCIAS
REFERÊNCIAS



REFERÊNCIAS
REFERÊNCIAS
REFERÊNCIAS
REFERÊNCIAS
REFERÊNCIAS
REFERÊNCIAS



REFERÊNCIAS

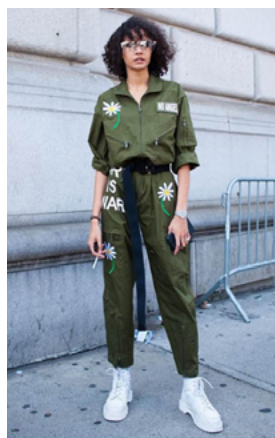


STREET MAGAZINE

Shoichi Aoki

Criada em 1985 pelo fotógrafo japonês Shoichi Aoki, a *STREET Magazine* é uma revista de moda urbana. As publicações possuem registros de jovens estilosos e excêntricos nas ruas de Londres, Paris e Nova Iorque. Aoki comenta que naquela época o Japão era conservador em relação a moda. Portanto, durante sua viagem para Londres, o fotógrafo teve a ideia de documentar a moda no ocidente que passava por um momento altamente criativo: *“Cheguei a ver que a humanidade, desde a sua origem, está ligada à moda. Da mesma forma que a língua diferencia entre dois grupos, a moda nasceu do desejo de criar uma clara distinção entre si e os outros. O ato de pessoas vestindo roupas possui tanto valor como arte, e tornou-se o trabalho da minha vida documentar esse fenômeno”*.





Aoki é pioneiro em publicação de revistas de moda urbana, pois até aquele momento não havia nenhum trabalho semelhante ao dele. *STREET* foi um sucesso no Japão, pois mostrava aos jovens do país como era a moda no exterior.

O padrão editorial da revista é simples: apenas fotos ampliadas em uma página inteira, sem textos ou qualquer outras informações.

FRUITS MAGAZINE

Shoichi Aoki

Mais um trabalho Shoichi Aoki, *FRUITS* foi uma revista sobre moda urbana em Harajuku, no Japão. No final dos anos 90, Aoki começou a fotografar uma área da cidade de Tóquio, onde percebeu a mudança do comportamento dos jovens em relação a moda. Diferente dos jovens ocidentais, os japoneses não estavam interessados em parecer sexy. O fotógrafo comenta que eles não estavam seguindo nenhum tipo de influência estrangeira naquele momento, mas inventando a sua própria moda por diversão.

Aoki se dedicou a mostrar um lado do Japão pouco explorado para o mundo: jovens que exibem roupas tradicionais japonesas como o kimono, misturando com roupas de departamento e elementos customizados. A cultura Do It Yourself (Faça Você Mesmo) era a essência de toda composição, pois muitas peças eram criadas pelos próprios jovens.





FRUiTS foi um sucesso no Japão e no mundo. Com o seu trabalho anterior, Soichi Aoki conseguiu disseminar a moda criativa para os jovens japoneses. Neste período foram surgindo diversas subculturas muito interessante, como: as famosas Lolitas, Kawaii, Gothic Lolita, Cyberpunks, Decora style. O padrão editorial da revista é um pouco diferente da anterior. A FRUiTS possui fotos ampliadas na página inteira, porém acompanhado de algumas informações como: onde a roupa foi comprada, a marca da roupa, localização e atualmente o usuário do Instagram. A idéia de Aoki era tornar estas pessoas conhecidas, por isso divulgava a rede social das pessoas para o leitor continuar acompanhando o estilo deles.



THE QUEER FACE

Milena Costa

The Queer Face é um projeto fotográfico desenvolvido pela artista visual Milena Costa iniciado em 2013. O projeto retrata pessoas que desafiam os padrões heteronormativos, questões de gênero, preconceito e sexualidade. Em 2014, a artista participou da mostra “Todos os Gêneros” do Itaú Cultural de São Paulo. Uma cabine fotográfica foi instalada no ambiente e dezenas de pessoas que se identificaram com o projeto eram fotografados por Milena. Em seguida, eles eram convidados a escreverem sobre si mesmos em um mural externo na cabine.

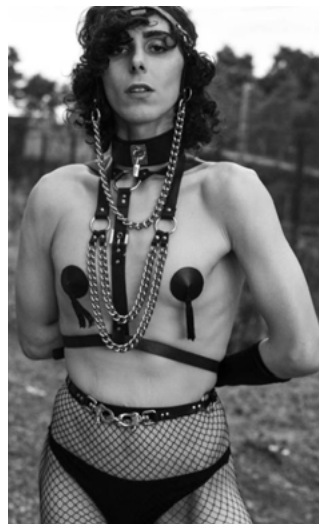
Os retratos feitos em estúdio são simples, porém comunicam de forma sucinta sobre a pessoa registrada. A artista deixou a parte estética ficar completamente por conta do participante para dar naturalidade a foto.

BARCELONA SE MUERE

Isaac Flores

Barcelona Se Muere é um compilado de fotos sobre a comunidade *queer*. O projeto ficou muito conhecido por conter fotos do evento *RuPaul's Drag Race's Werk the World*, que reuniu ex participantes do *reality show* americano de *drag queens* "*Rupaul's Drag Race*" em 2017. Seus registros costumam ser feitos em eventos noturnos para o público LGBT, onde há grande concentração de pessoas *queer*. A decisão de fotografar estas pessoas veio da admiração pela liberdade, ousadia e "cruenza" que elas possuem: "Sinto muita admiração e respeito pelo modo como eles confrontam uma sociedade que espera o oposto total deles."

As fotografias de Flores são todas preto e branco, dando efeito *punk* e fortalecendo a estética BDSM (Bondage, Disciplina, Dominação, Submissão, Sadismo e Masoquismo) que tanto admira.



REFERÊNCIAS DIGITAIS

Apesar das atividades da FRUiTS Magazine terem acabado, a equipe de Shoichi Aoki ainda trabalha fotografando jovens estilosos em Tóquio. O fim das publicações não impediu que o trabalho fosse eternizado e divulgado através do Instagram. Antes mesmo da última publicação da FRUiTS, Aoki já havia adotado a estratégia de promover o estilo de Harajuku a nível global por meio da divulgação do usuário das pessoas registradas, tanto na revista como no próprio Instagram. Atualmente, Harajuku tem muitas celebridades que ganharam visibilidade através da divulgação. O mesma estratégia foi usada para divulgar seu outro trabalho, a STREET Magazine, que ainda possui publicações. Assim, outros projetos semelhantes foram surgindo, como a Tokyo Fashion. Diferente da FRUiTS, este projeto comenta o vestuário da pessoa e estilo de vida.

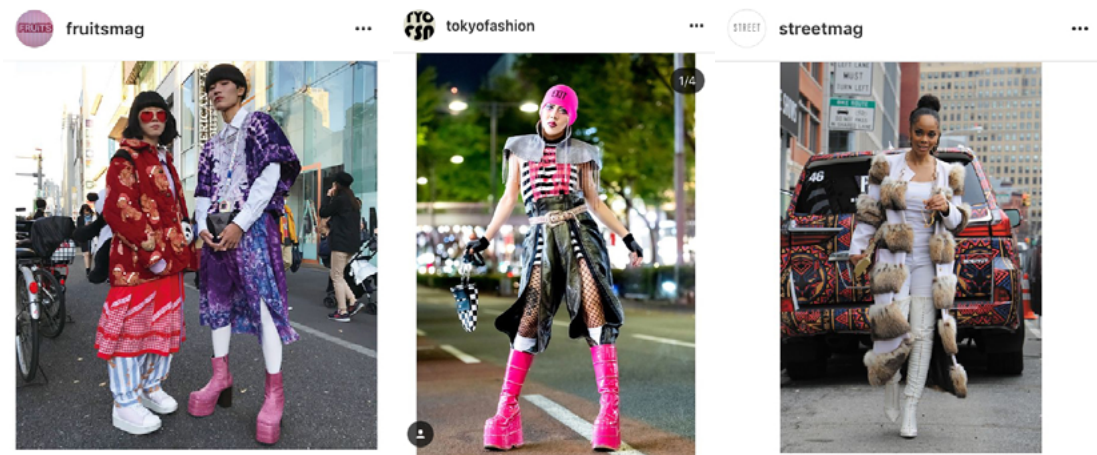
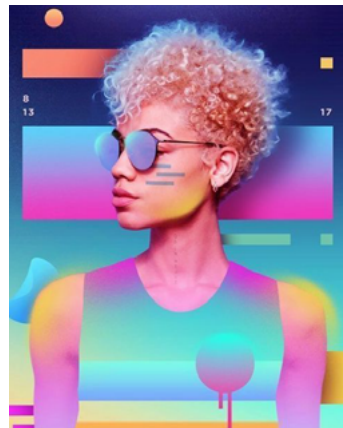


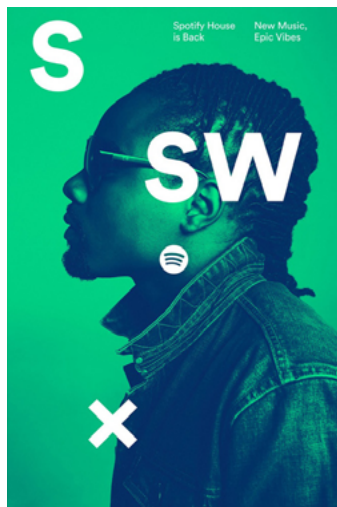
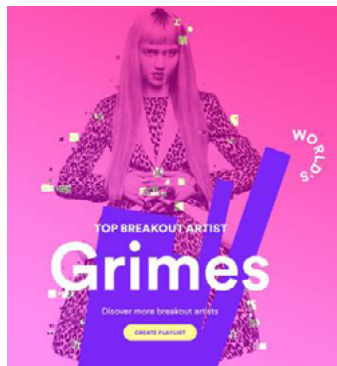
Imagem dos usuários do Instagram: @fruitsmag, @tokyofasion e @streetmag.

REFERÊNCIAS ESTÉTICAS

Gradiente

O gradiente foi muito usado nos anos 90 e 2000. Esta época foi marcada pelo avanço da tecnologia e ascensão das animações 3D que influenciaram muito o design da época. O gradiente foi muito usado para modernizar as marcas com seu efeito 3D. A transição era composta por um tom escuro e um tom mais claro para dar ideia de brilho e profundidade nos elementos. A técnica declinou no final dos anos 2000 com o surgimento do flat design. Porém, em 2015, o flat design foi ganhando personalidade com a volta sutil dos gradientes. Desta vez, o gradiente voltou com o nome de “transição de cores”, pois a estética é um pouco diferente: as cores que compõe a transição são diferentes, vibrantes e harmoniosas.





REFERÊNCIAS ESTÉTICAS

Duotone

O Spotify popularizou o duotone, um filtro de imagem que remete a estética dos anos 60, como o *pop art*. As cores dão ar de contemporaneidade e chama atenção do usuário pela estética atraente. O duotone é uma reprodução de meios tons usando uma sobreposição contrastante. Em um processo tradicional, um meio tom é impresso em cima de outro meio tom, criando uma imagem de dois tons. Com o avanço da tecnologia, hoje é possível criá-los em softwares de manipulação de imagem. A nova identidade do serviço de streaming Spotify foi criada pela agência Collins, de Nova Iorque, em 2015.

A marca queria deixar de ser apenas um serviço de streaming e se destacar dos demais serviços semelhantes. O objetivo desta mudança era criar um visual que pudesse comunicar para o público o quanto Spotify é vital, inovador, como a cultura e a música.

Em 2015, a Fundação Laço Rosa lançou a campanha “Se Toca e Fala” para a conscientização do câncer de mama. A campanha incentiva o fim do tabu sobre os seios e a encarar a prevenção com naturalidade. A campanha visava atingir mulheres de todas as idades, portanto adotaram uma comunicação jovem, contemporânea e simples. O uso do duotone nos cartazes cumpre perfeitamente o papel de chamar atenção do público.



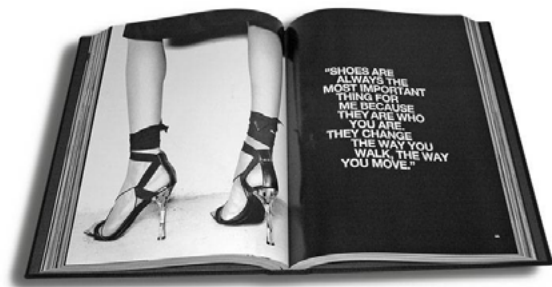
Cartazes da campanha “Se Toca e Fala” da Fundação Laço Rosa.



FORMATO

Coffee Table Book

Estes livros possuem acabamentos refinados e exuberantes, normalmente usados como enfeite de mesas de centro e entretenimento para visitas. Uma das características principais dos *coffee table books* é o formato. Geralmente possuem formatos quadrados por serem repletos de fotografias e textos enxutos.



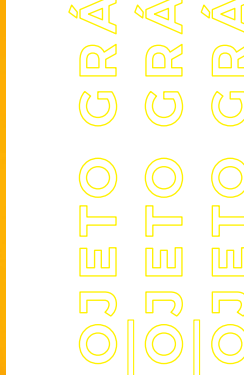
Coffee Table Fashion Book do estilista Tom Ford.

ACABAMENTO

Cinta

É uma faixa de papel que acompanha a capa dura do livro. A cinta funciona como uma sobre-capa, pode ser retirada e encaixada de volta. Algumas vezes, a cinta funciona como um artifício publicitário para anunciar promoções ou uma nova edição, podendo ser facilmente descartada. Atualmente, os designers encontraram potencial na cinta como um acabamento interessante.



[illegible]

PROJETO GRÁFICO

FOTOGRAFIA

O processo

A etapa das fotos foi a primeira produção do projeto. Uma parte das fotos foram tiradas em um dia nublado e o tempo ruim variava a luz constantemente. Em alguns casos, a configuração automática da câmera ajudou, pois tornou o trabalho mais prático e rápido sem precisar fazer ajustes o tempo todo. Em relação à direção, meu papel foi basicamente auxiliar a pessoa a ficar em uma posição favorável a luz do sol. Todos eram muito espontâneos e em momento algum quis perder esta naturalidade, portanto não sugeri poses e olhares.





FOTOGRAFIA

Autorização de uso de imagem

Quando conversei com as pessoas antes de fotografá-las, perguntei se elas poderiam me passar seus usuários do Instagram para entrar em contato. Desta forma, enviei uma autorização de uso de imagem junto com a entrevista. Somente aqueles que responderam esta autorização, foram selecionados para o livro e o Instagram. A autorização foi feita no Google Forms.

Autorização de Imagem

Depois de conhecer e entender os objetivos, bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, AUTORIZO o uso de minha imagem e depoimento, através do presente termo, sem finalidade comercial para ser utilizada no trabalho.

Nome *

Texto de resposta longa

RG *

Texto de resposta longa

Autorizo minha imagem: *

- ☐ Apenas no livro
- ☐ No livro e no Instagram

Print da autorização via Google Forms.

PÓS-PRODUÇÃO

Na pós produção decidi corrigir todos os ruídos que desprendiam atenção das pessoas registradas. Algumas fotos foram tiradas em um ambiente onde havia muito lixo no chão, portanto decidi apagá-los da paisagem. Uma dificuldade nesta etapa foi manter a mesma temperatura em fotos tiradas nos dias nublados e em dias ensolarados. Como a estética dos dias nublados era mais interessante, decidi deixar as fotos tiradas em dias ensolarados mais parecidas com as outras. O software Adobe Photoshop 2017 foi usado para a pós produção.



Antes



Depois



Antes



Depois

IDENTIDADE VISUAL

O conceito

A identidade visual para o livro foi pensada para um uso futuro no meio digital. Portanto, no livro o nome do projeto é acompanhado com um subtítulo que explica o conteúdo. A princípio, pensei em algo que pudesse comunicar rapidamente o conteúdo do livro através de elementos básicos, como as cores. Elas devem comunicar a ideia de diversidade, assim como a bandeira LGBT que é reconhecida a nível mundial. As cores escolhidas são bem diferentes da bandeira para não cair no clichê, mas ainda sim cumprem o papel de comunicação do significado. A estética foi pensada em uma de transição de três cores vibrantes e contrastantes.



#FDC02C

R:253 G:192 B:44

C:1 M:26 Y:93 K:0

#E8116A

R:232 G:17 B:106

C:3 M:100 Y:34 K:0

#33C5F3

R:51 G:197 B:243

C:63 M:0 Y:0 K:0

IDENTIDADE VISUAL

Construção da identidade visual

O desenho de estêncil da fonte Sirin Stencil proporcionou a estética urbana desejada. Esta fonte não possui família tipográfica, portanto foi interessante fazer algumas alterações visuais: obteve-se um resultado interessante ao experimentar uma leve inclinação de 20° graus, dando efeito itálica. Um ajuste de kerning também foi feito para dar um ajuste visual confortável aos olhos. Em seguida, foi adicionada as cores e uma segunda forma apenas com stroke.

1. **FIERCE** 3. **FIERCE**

2. **FIERCE** 4. **FIERCE**



Este teste de cor revela a eficiência de um fundo mais escuro para destacar a tipografia. As cores do fundo não podem ser parecidas com as escolhidas para a tipografia, para não perder a visibilidade. O fundo também não pode ser claro, com exceção da cor branca.

FIERCE

IDENTIDADE VISUAL

Finalização

Após a escolha do fundo, o visual ainda parecia muito flat. Portanto, foram adicionadas sombras na tipografia, uma leve transição de cores no fundo e um brilho no stroke para realçar o efeito 3D.

SOMBRA

COR SÓLIDA

BRILHO



#47063F

R:71 G:6 B:63

C:66 M:100 Y:38 K:49

#58194C

R:88 G:25 B:76

C:63 M:99 Y:38 K:35

#6D2162

R:109 G:33 B:98

C:62 M:100 Y:31 K:17

TIPOGRAFIA

Identidade Visual

Sirin Stencil é uma fonte *display* projetada por Olga Karpushina. Possui uma estética de estêncil e efeito 3D, ideal para títulos e outras projeções maiores. A fonte foi escolhida para favorecer a estética urbana do livro e diferenciar da aparência tradicional de alguns livros de moda *high fashion*.

Sirin Stencil

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
.,:;<>~[]{}''!#@#\$%&*() _ - + =

TIPOGRAFIA

Corpo de texto

Myriad Pro é uma fonte sem serifa, projetada por Robert Slimbach, Carol Twombly, e Adobe Systems. Possui design neutro e uma extensa família tipográfica de *light* a *black*. Ideal para ser usada tanto em títulos quanto corpo de texto. A Myriad Pro Light foi escolhida para o corpo de texto, pois seu peso é mais leve para leitura e esteticamente agradável.

Myriad Pro Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

,.;:<>~[]{}'!"?@#\$%&*()_ - + =

TIPOGRAFIA

Títulos

Montserrat é uma fonte sem serifa humanista projetada por Julieta Ulanovsky, inspirada nas tipografias urbanas que surgiram no século XX. A fonte foi escolhida para títulos (semibold), título corrente (regular) e fólio (bold), justamente por remeter a estética urbana e dar personalidade a fonte escolhida para o corpo. Usada em caixa alta, a fonte se destaca por sua largura e simplicidade geométrica.

Montserrat Semibold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
,.;:<>~[]{}”’!?”@#\$%&*()_ - +=**

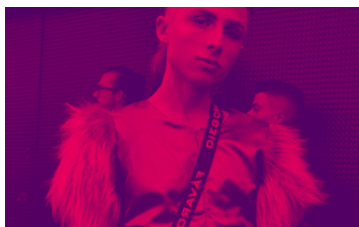
Montserrat Regular

Montserrat Bold

PADRÃO EDITORIAL

Cores

As narrativas de cada pessoa são divididas por meio de um padrão de cores. Inspiradas na identidade visual, estas cores sugerem início e fim de uma nova história. Este padrão editorial dá continuidade ao conceito de diversidade e evita monotonia.



#520063

R:82 G:0 B:99

C:82 M:100 Y:23 K:9

#CA005F

R:202 G:0 B:95

C:13 M:97 Y:35 K:2



#660443

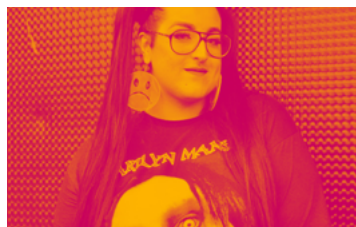
R:102 G:4 B:67

C:44 M:94 Y:27 K:42

#10B1E5

R:16 G:177 B:229

C:79 M:4 Y:4 K:0



#CA005F

R:202 G:0 B:95

C:13 M:97 Y:35 K:2

#FDB300

R:253 G:179 B:0

C:0 M:38 Y:95 K:0



#D11A1A

R:209 G:26 B:26

C:8 M:94 Y:100 K:1

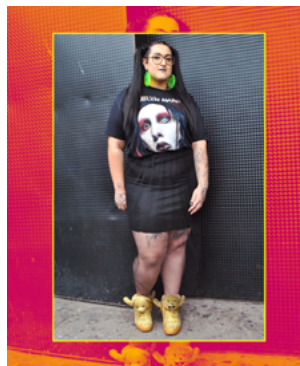
#FDB300

R:253 G:179 B:0

C:0 M:38 Y:95 K:0

PADRÃO EDITORIAL

Aplicação das cores



PADRÃO EDITORIAL

Diagramação



Diagramação de duas páginas.



Diagramação de quatro páginas.

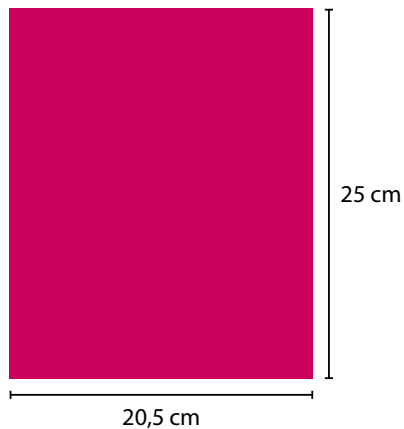
O padrão da diagramação do livro foi estabelecido para evitar monotonia. As variações são as seguintes: quatro páginas para uma pessoa, seguida de duas páginas para outra pessoa, e uma repetição da última com duas páginas de outra história. Esta ordem se repete em todo o livro.



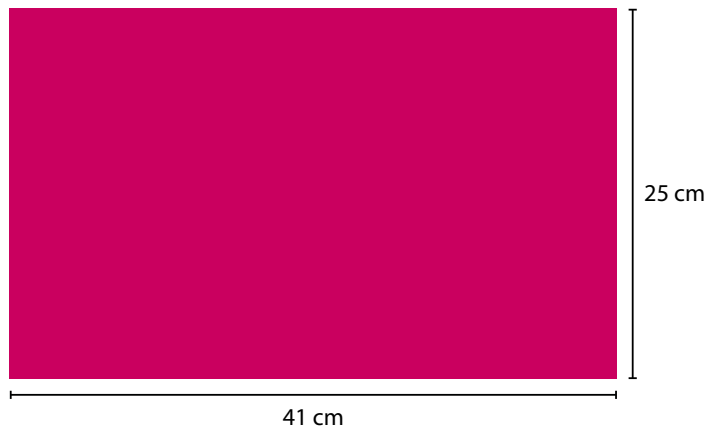
O FORMATO

Dimensões do livro

O formato quadrado do livro foi escolhido para favorecer a diagramação das fotos, estratégia comum para livros de fotografia e até mesmo dos *Coffee Table Books*. O formato fechado do livro possui a medida de 20,5 cm x 25 cm e o formato aberto de 41 cm x 25 cm.



Medidas do arquivo fechado.



Medidas do arquivo aberto.

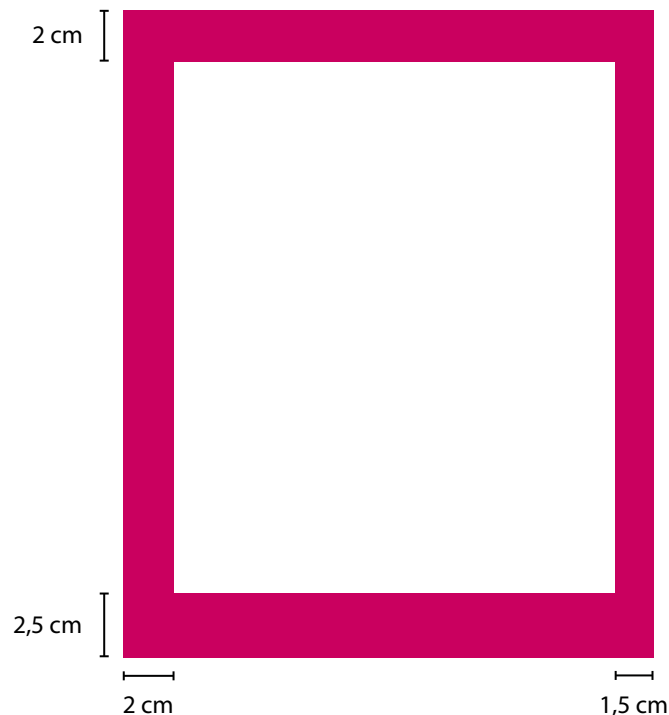
O FORMATO

Dimensões do livro

As margem foram pensadas para um aproveitamento total do papel. As internas são mais largas, pois como o livro contém poucas páginas, o espaço da cola da lombada quadrada seria aproximadamente de 1 cm. A margem inferior é a maior, pois naquele espaço localiza-se o fôlio e título corrente.



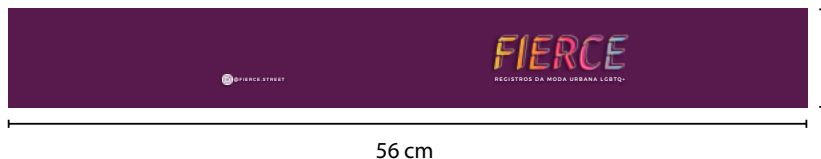
Exemplo de uma página preenchida.



Medida das margens.

CINTA

A cinta é uma faixa de papel que foi utilizada para destacar o nome do livro. A capa dura é envolvida por esta tira de papel couché 115g/m², pois uma gramatura maior poderia danificar as fibras do papel nas dobras. A dimensão da cinta aberta é de 56 cm x 7cm e fechada 20,5 cm x 7cm.



7 cm

Medidas do arquivo aberto.



7 cm

Medidas do arquivo fechado.



IMPRESSÃO E ACABAMENTO

Os livros foram impressos pelo processo digital. O papel escolhido para o miolo e a cinta foi o couché fosco 115g/m² e para as folhas de guarda couché fosco 150g/m². A capa possui acabamento em capa dura. O título na lombada foi ocultado por recomendação da gráfica, pois a visibilidade não era eficiente em um espaço tão pequeno.





O LIVRO

Disponível online [AQUI](#).

FINALIZAÇÃO

@fierce.street - um projeto para o futuro



Com o projeto finalizado, foi criado um usuário no Instagram para divulgação deste trabalho, pois pretende-se dar continuidade as fotografias por meios digitais. Visite o perfil [aqui](#).

Usuário do Instagram @fierce.street

FINAIS
FINAIS
FINAIS
FINAIS
FINAIS
FINAIS



CONSIDERA
CONSIDERA
CONSIDERA
CONSIDERA
CONSIDERA



CONSIDERAÇÕES FINAIS

CONSIDERAÇÕES FINAIS

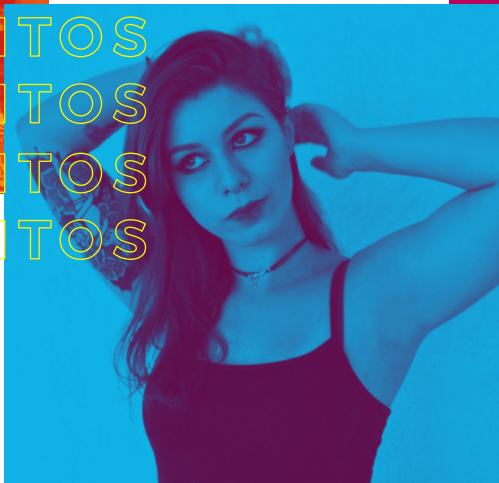
A produção de “Fierce” foi um grande aprendizado para minha vida. Desde as leituras sobre gênero/sexualidade até as minhas práticas como designer, tornaram-se experiências incríveis. A idealização de um projeto editorial, produção das fotos, tratamento de imagem, estudos teóricos, criação de textos, pesquisa com o público, diagramação, e impressão foram as etapas principais deste projeto. Fotografar fora de um estúdio e abordar pessoas que não conheço, foram os primeiros desafios. Muitas vezes o tempo chuvoso não colaborou, algumas pessoas desistiram de participar, tive problemas técnicos com a câmera e a impressão. No entanto, estas dificuldades me ensinaram a contornar situações que antes não sabia lidar. O resultado obtido por este trabalho foi muito engrandecedor para mim.

As pesquisas com o público proporcionaram resultados que eu já esperava, tendo em vista minha convivência com o grupo. É inegável que a comunidade LGBT tenha um certo vínculo com a moda, e que isto não é ligado a sexualidade, e sim a realidade que os cercam. A moda é uma forma de expressão, às vezes subjetiva, de comunicar quem você é e se afirmar socialmente. As fronteiras de gênero são ultrapassadas pela liberdade de se vestirem fora do padrão binário e heteronormativo imposto socialmente. É interessante perceber a consciência coletiva da comunidade que está cada vez mais unida para fortalecerem seus discursos.

Nenhuma luta acaba por aqui, portanto, este trabalho tem intenção de ser continuado por meios digitais. Acreditamos que a visibilidade e a união de pessoas simpatizantes com a causa, um dia conseguirá amenizar o discurso de ódio tão presente no nosso país. O que os mantém vivos hoje é o espaço conquistado socialmente. Espaços conquistados por todos aqueles que um dia desafiaram estas normas sociais, mesmo que custasse a própria vida.



AGRADECIMENTOS
AGRADECIMENTOS
AGRADECIMENTOS
AGRADECIMENTOS



AGRADECIMENTOS
AGRADECIMENTOS



AGRADECIMENTOS
AGRADECIMENTOS
AGRADECIMENTOS
AGRADECIMENTOS

AGRADECIMENTOS

AGRADECIMENTOS

Eu sou eternamente grata aos meus pais por tudo. Agradeço por todo o esforço que fizeram para que eu pudesse ter esta experiência incrível na UNESP Bauru. Obrigada por participarem deste projeto e pela disponibilidade de ajudar no que foi preciso.

Gostaria de agradecer minha irmã e melhor amiga, Giovana. Obrigada por estar sempre me motivando a dar o melhor de mim.

Esta jornada de quatro anos e meio me trouxe amigos incríveis. Não tenho palavras para agradecer todos aqueles que me apoiaram e sempre se disponibilizaram para me ajudar. Obrigada Lucas, Cahenna, Guilherme Corette, Guilherme Contini, Leonardo, Karol e Rafaela. Meus agradecimentos especiais aos meus amigos que participaram do trabalho: Cristian, Lucas Castor, Vinícius e Thalita. Eu amo todos vocês de coração.

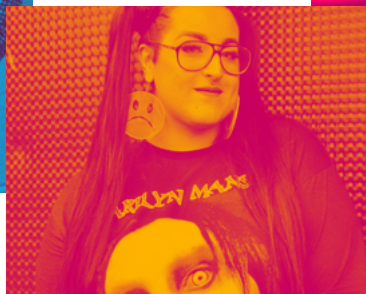
À minha orientadora e professora Cassia Carrara, por ter me guiado neste projeto. Muito obrigada pelo excelente trabalho ao longo da minha jornada.

Agradeço também às professoras Ana Bia Andrade e Larissa Pelúcio por terem me ajudado indicando leituras que compuseram este projeto.

Por fim, obrigada a todos aqueles que se dispuseram a participar deste projeto. Sem vocês, este trabalho não seria realizado. Espero que um dia nos encontremos nas ruas de São Paulo outra vez.



GRAFIA
GRAFIA
GRAFIA
GRAFIA



BIBLIO
BIBLIO
BIBLIO
BIBLIO
BIBLIO
BIBLIO
BIBLIO
BIBLIO
BIBLIO
BIBLIO



BIBLIOGRAFIA

- BIOGRAPHY.** You haven't seen the last of me: the phenomenon of cher. Disponível em: <<https://www.biography.com/news/cher-biography-70th-birthday>>. Acesso em: 12 mai. 2018.
- BUTLER,** Judith. "Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do 'sexo'". In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). O corpo educado: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p. 151-172.
- CARTA CAPITAL.** Uma reflexão sobre 'rupaul's drag race'. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/uma-reflexao-sobre-rupaul2019s-drag-race>>. Acesso em: 12 mai. 2018.
- CONTE,** Adriana Job Ferreira. Moda, uma metáfora. 1 ed. Curitiba: Appris, 2015. 175 p.
- CORREIO BRAZILIENSE.** Brasil lidera ranking mundial de assassinatos de transexuais. Disponível em: <<http://especiais.correiobraziliense.com.br/brasil-lidera-ranking-mundial-de-assassinatos-de-transexuais>>. Acesso em: 31 mai. 2018.
- COSTA,** Carlos Gonçalves; PEREIRA, Miguel; NOGUEIRA, João Manuel De Oliveira E Conceição. Imagens sociais das pessoas lgbt. 8 ed. Lisboa: Comissão para a Cidadania e Igualdade de Gênero, 2010. 93-147 p.
- GASPAR,** Alexandre Ferreira; LIMA, Otavio Pereira. Queer Consumo – Comportamento de Consumo de Moda do Homossexual Masculino Residente na Cidade de São Paulo. RIC 542, [S.L], v. 11, n. 3, p. 15, jan./mai. 2018. Disponível em: <<http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/ric/article/view/542>>. Acesso em: 12 mai. 2018.
- GAUCHAZH.** Um fenômeno chamado "rupaul's drag race": reality show que populariza o cenário drag queen. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2014/11/um-fenomeno-chamado-rupaul-s-drag-race-reality-show-que-populariza-o-cenario-drag-queen-4649588.html>>. Acesso em: 12 mai. 2018.
- GILMORE,** MIKAL. Queen – Eterna Majestade. Rolling Stone, v. 95, ago. 2014.
- GOOGLE FONTS.** Montserrat, about. Disponível em: <<https://fonts.google.com/specimen/montserrat>>. Acesso em: 09 jun. 2018.
- GOOGLE FONTS.** Sirin stencil, about. Disponível em: <<https://fonts.google.com/specimen/sirin+stencil>>. Acesso em: 09 jun. 2018.
- GUIA DO ESTUDANTE.** Dia do orgulho lgbt: conheça a história do movimento por direitos. Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/blog/atualidades-vestibular/dia-do-orgulho-lgbt-conheca-a-historia-do-movimento-por-direitos/>>. Acesso em: 12 mai. 2018.
- HASLAM,** Andrew. O livro e o designer ii: COMO CRIAR E PRODUZIR LIVROS. 2 ed. Brasil: Rosari, 2010. 256 p.
- HUFFPOST BRASIL.** Se toca e fala: campanha emocionante da fundação laço rosa. Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/2015/10/29/setocaefala-campanha-emocionante-da-fundacao-laco-rosa-incenti_a_21695054/>. Acesso em: 31 mai. 2018.
- LEIDEMER,** Max Willian Da Silva; CEZAR, Marina Seibert. A LIBERDADE DE EXPRESSÃO DA COMUNIDADE GAY ATRAVÉS DA PELOS DESAFIOS DA LINGUAGEM DO VESTUÁRIO. 4º Congresso brasileiro de iniciação científica de design e

moda, Bauru, n. 10, out./nov. 2017.

LOURO, Guacira Lopes. Teoria queer - uma política pós-identitária para a educação. Revista Estudos Feministas, ISSN 0104-026X, Florianópolis, Brasil, volume 9, número 2, 2001. Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/ref/v9n2/8639.pdf>>. Acesso em: 21 de dez. 2017

LIVINGSTON, Jennie. Paris is Burning. New York: Off White Productions, 1990.

MIDIORAMA. As divas que se tornaram ícones gays. Disponível em: <<https://www.midiorama.com/as-divas-que-se-tornaram-icone-gays>>. Acesso em: 12 mai. 2018.

MONTEIRO, Gabriel Holanda. "Come on, Vogue!": Madonna e a construção da identidade LGBT através da representação simbólica na música pop. Temática, Universidade Federal da Paraíba, p. 18, abr./mai. 2018. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/viewFile/37974/19315>>. Acesso em: 12 mai. 2018.

NEXO JORNAL. A trajetória e as conquistas do movimento lgbt brasileiro. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/explicado/2017/06/17/a-trajet%C3%B3ria-e-as-conquistas-do-movimento-lgbt-brasileiro>>. Acesso em: 12 mai. 2018.

O GLOBO. Mapa de direitos lgbt e dados sobre violência mostram divisões e contradições. Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/na-base-dos-dados/post/mapa-de-direitos-lgbt-e-dados-sobre-violencia-mostram-divisoes-e-contradicoes.html>>. Acesso em: 12 mai. 2018.

OUR EVERYDAY LIFE. 25 most controversial trendsetters. Disponí-

vel em: <<https://oureverydaylife.com/25-most-controversial-trendsetters-12633760.html#page=15>>. Acesso em: 12 mai. 2018.

REVISTA FORUM. Cai número de héteros no brasil. e os gays com isso?. Disponível em: <<https://www.revistaforum.com.br/osentendidos/2016/03/16/cai-numero-de-heteros-brasil-e-os-gays-com-isso/>>. Acesso em: 12 mai. 2018.

SALES, NICOLAS SILVA DE. Uma voz que ressoa pelas rupturas do corpo: encontros entre os estudos queer e o documentário Paris is Burning. Lume UFRGS, Porto Alegre, jan. 2015. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/137777>>. Acesso em: 12 mai. 2018.

THE NEW YORK TIMES. Pepper labelja, queen of harlem drag balls, is dead at 53. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2003/05/26/arts/pepper-labelja-queen-of-harlem-drag-balls-is-dead-at-53.html>>. Acesso em: 12 mai. 2018.

UNIVERSO AA. Elton john falou com a revista francesa grazia sobre a situação atual da comunidade lgbt mundo afora. Disponível em: <<http://www.universoaa.com.br/opinioao/direitos-a-comunidade-lgbt-ainda-e-tolerada-e-nao-aceita-diz-elton-john/>>. Acesso em: 12 mai. 2018.

99 DESIGNS. Graphic design trends 2018. Disponível em: <<https://99designs.com.br/blog/trends/graphic-design-trends-2018/>>. Acesso em: 29 mai. 2018.

