

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ARTES VISUAIS
BACHARELADO EM DESIGN GRÁFICO

ANGELO SANGIULIANO NETO
HUGO RIBEIRO CARDOSO

PARIS IS BURNING:

Identidade e cultura *queer* sob a visão do design em um livro
comemorativo de 30 anos do documentário

GOIÂNIA
2021

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional (RI/UFG), regulamentado pela Resolução CEPEC nº 1204/2014, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9.610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo dos Trabalhos de Conclusão dos Cursos de Graduação disponibilizado no RI/UFG é de responsabilidade exclusiva dos autores. Ao encaminhar(em) o produto final, o(s) autor(a)(es)(as) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (TCCG):

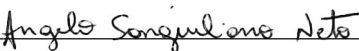
Nome(s) completo(s) do(a)(s) autor(a)(es)(as): Angelo Sangiuliano Neto e Hugo Ribeiro Cardoso.


Título do trabalho: Paris Is Burning: Identidade e cultura Queer sob a visão do design conceitual em um livro comemorativo de 30 anos do documentário.

2. Informações de acesso ao documento:

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

Independente da concordância com a disponibilização eletrônica, é imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF do TCCG.





Assinatura dos autores

Ciente e de acordo:



Assinatura do orientador

Goiânia, 28 de maio de 2021.

¹ Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante: a) consulta ao(à)(s) autor(a)(es)(as) e ao(à) orientador(a); b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo do TCCG. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro.

ANGELO SANGIULIANO NETO
HUGO RIBEIRO CARDOSO

PARIS IS BURNING:

Identidade e cultura *queer* sob a visão do design em um livro
comemorativo de 30 anos do documentário

Trabalho conclusão de curso apresentado como requisito
parcial para obtenção do título de Bacharel em Design
Gráfico da Faculdade de Artes Visuais (FAV) da
Universidade Federal de Goiás (UFG).

Orientador: Prof. Dr. Ravi Figueiredo Passos

GOIÂNIA
2021

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Sangiuliano Neto, Angelo

Paris Is Burning: Identidade e cultura Queer sob a visão do design conceitual em um livro comemorativo de 30 anos do documentário [manuscrito] / Angelo Sangiuliano Neto, Hugo Ribeiro Cardoso. - 2020. 62 f.

Orientador: Prof. Dr. Ravi Figueiredo Passos.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais (FAV), Design Gráfico, Goiânia, 2020.

Inclui tabelas, lista de figuras, lista de tabelas.

1. Design Conceitual. 2. Design Editorial. 3. Paris is Burning. 4. Cultura Queer. I. Ribeiro Cardos, Hugo. II. Passos, Ravi Figueiredo, orient. III.

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ARTES VISUAIS
BACHARELADO EM DESIGN GRÁFICO**

ANGELO SANGIULIANO NETO
HUGO RIBEIRO CARDOSO

PARIS IS BURNING:

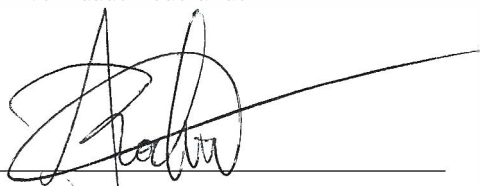
Identidade e cultura *queer* sob a visão do design em um livro
comemorativo de 30 anos do documentário

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel
em Design Gráfico da Faculdade de Artes Visuais (FAV) da
Universidade Federal de Goiás (UFG).

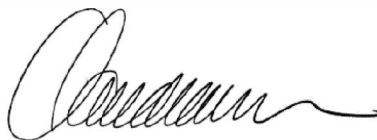
Defendido e aprovado publicamente em 28 de maio de 2021, pelos seguintes membros da banca:



Ravi Figueiredo Passos – Orientador (a)
Universidade Federal de Goiás



Cláudio Aleixo Rocha – Avaliador (a)
Universidade Federal de Goiás



Cláudia Teixeira Marinho – Avaliador (a)
Universidade Federal do Ceará

RESUMO

O filme-documentário norte-americano *Paris is Burning* de 1991, dirigido por Jennie Livingston, é um dos principais marcos para a comunidade LGBTQIA+ na propagação da cultura *queer*. Mesmo 30 anos após o lançamento da obra, sua importância estende-se até os dias atuais, ainda sendo uma referência para a produção de novos filmes, séries, projetos gráficos, visuais, e diversos outros. Sua abordagem coloca em evidência as vivências e costumes de um grupo antes fortemente marginalizado pela massa popular, usando para isso uma estética única, consequência do meio à qual está inserido. Desse modo, a proposta do projeto em questão é desenvolver um livro comemorativo utilizando o design como ferramenta para revisitar os conceitos e significados do filme. Para isso, o desenvolvimento se baseia na abordagem metodológica apresentada por Passos (2014), que se desdobra nas fases de pesquisa teórica, delimitação do objeto, conhecimento do objeto e desenvolvimento do objeto.

Palavras-chave: Design Conceitual; Design Editorial; Paris is Burning; Cultura Queer.

ABSTRACT

The 1991 North American documentary film *Paris is Burning*, directed by Jennie Livingston, is one of the main milestones for the LGBTQIA + community in the spread of the queer culture. Even 30 years after the release of the work, its importance extends to the present day, still being a reference for the production of new films, tv shows, visual and graphic projects, and several others. Its approach highlights the experiences and behavior of a group previously strongly marginalized by the popular mass, using a unique aesthetic, a consequence of the environment they are inserted. Thereby, the objective of this project is to make a commemorative book using design as a tool to revisit concepts and meanings of the movie. For this, the development is based on the methodological approach presented by Passos (2014), which unfolds in the phases of theoretical research, delimitation of the object, knowledge of the object and development of the object.

Keywords: Design; Editorial Design; *Paris is Burning*; *Queer Culture*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Páginas do jornal The New York Age, anunciavam os bailes de máscaras.

Figura 02 - Fotos de revista: Drag queens se preparando para uma performance.

Figura 03 - Crystal Labeija em cena do documentário The Queen, 1968.

Figura 04 - Elenco do documentário Paris is Burning, de Jennie Livingston (1990)

Figura 05 - Willi Ninja na discoteca Mars em Nova Iorque, 1988 ©Getty Images

Figura 06 - Coreografia presente no vídeo “Flash Pose” de Pabllo Vittar.

Figura 07 - Frame inicial do filme “Paris is Burning” (1990)

Figura 08 - Pôster de divulgação de Paris is Burning;

Figura 09 - Capas da revista Ray Gun, década de 90 criadas por David Carson.

Figura 10 - Layout de design não convencional e brutalista, site Utrecht.

Figura 11 - Os tipos de grid: retangular, de coluna, modular e hierárquico.

Figura 12 – Espelho editorial de parte do conteúdo.

Figura 13 – Painel Semântico de referências.

Figura 14 – Painel Semântico de tipografias.

Figura 15 – Painel semântico de cores.

Figura 16 – Tipografia Sequel Sans.

Figura 17 – Tipografia Pt Sans.

Figura 18 – Tipografia Gosha Sans.

Figura 19 – Tipografia Editorial New.

Figura 20 – Tipografia Pt Serif.

Figura 21 – Tipografia Panton Rust Black Base.

Figura 22 – Paleta cromática extraída do painel semântico de cores.

Figura 23 – Processo de tratamento de imagens.

Figura 24 – Edição de imagens com o efeito negativo.

Figura 25 – Grid estabelecido por página: 10 linhas e 8 colunas.

Figura 26 – Paleta cromática extraída do painel semântico de cores.

Figura 27 - Acesso ao projeto gráfico.

Figura 28 – Foto do produto final.

Figura 29 - Foto do produto final.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Tabela de Análise Paramétrica

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.1. Justificativa	13
1.2. Objetivos	14
1.2.1. Objetivo Geral	14
1.2.2. Objetivos Específicos	14
1.3. Metodologia	14
2. REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1. Paris is Burning	15
2.1.1. Contexto Histórico: Homossexualidade e Visão Norte-americana	15
2.1.2. A Cena Ballroom	19
• Houses	22
• Balls	25
• Voguing, uma Forma de Resistência	27
2.1.3. Impacto na Cultura Atual	30
2.2. Correlações Estéticas do Filme	32
2.2.1. Premissas do Design Conceitual: A Tendência Atual do Experimentalismo Gráfico	34
2.2.2. Design Brutalista	34
2.2.3. Antidesign	36
2.3. Design da Informação	36
2.4. Design Editorial	37
2.4.1. Diagramação	38
2.4.2. Tipografia	39
2.4.2. Imagens	41
3. DESENVOLVIMENTO	42
3.1 Delimitação do Objeto	42
3.1.1. Briefing	42
3.2 Conhecimento do Objeto	43
3.2.1. Fundamentos da Linguagem Visual	43
3.2.2. Estudo dos Usuários	45

3.2.3. Estudo de Similares	47
3.2.4. Materiais e Tecnologias	48
3.2.5. Definição dos Requisitos	49
3.3. Desenvolvimento do Objetivo	51
3.3.1. Inventário de Conteúdo	52
3.3.2. Geração de Alternativas	52
• Painéis Semânticos	
• Naming	
• Formato	
• Tipografia	
• Cores	
• Tratamento de Imagens	
3.3.3. Seleção de Alternativa	60
3.3.4. Desenvolvimento de Alternativa	61
3.3.5. Validação e Adequação	62
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	64
5. REFERÊNCIAS	65
6. APÊNDICES	68
5.1. Apêndice I - Questionário Quantitativo	61
5.2. Apêndice II - Questionário Qualitativo	70

1. INTRODUÇÃO

Por meio de movimentos de liberação, a partir da década de 60, o movimento homossexual ganhou forças para lutar contra os estigmas instaurados ao longo da história e reivindicar seu espaço na sociedade. Assim era instaurado uma luta política e social que apesar de muito evoluir, continua até os dias de hoje (SILVA, 2001).

Nesse período a população de Nova Iorque aumentava, parte impulsionada por indivíduos LGBT que frente a rejeição e preconceitos, transferiam-se para a cidade na esperança de melhores oportunidades e em busca de encontrar o sentimento de pertencimento a algum grupo. O fato de seus costumes serem negados e condenados refletiu na formação de guetos onde se juntavam com seus "iguais" e criavam espaços de lazer e diversão para se defenderem e subverterem os processos de marginalização.

Paris is Burning, filme-documentário estadunidense gravado durante essa fase, relata vivências de gays, travestis, *drag queens*, entre outras identidades marginalizadas pela sociedade e como aconteceu o processo de ressignificação do termo *queer*, antes carregado de teor patológico e insultuoso. Desenvolvia-se a Cena *Ballroom*, meio pelo qual essa comunidade encontrava para exteriorizar, manifestar e desfrutar da sua cultura livres de julgamentos.

A partir da ideia de transmitir e exaltar a importância do desenvolvimento da cultura *queer*, o qual é retratado na obra, este projeto pretende através do design, criar um produto gráfico editorial que apresente relações estéticas e conceituais com o documentário, por meio de uma releitura particular sobre ele.

Segundo Cardoso (2000), o design funciona com o intuito de dar forma material para conceitos, uma atividade de mediação que historicamente sempre esteve ligada ao princípio de adequar os objetos a seu propósito. Considerando que o objeto final deste trabalho é um livro, é relevante que a abordagem de design escolhida em conjunto com o conteúdo seja capaz de provocar reflexão no leitor. Em um paralelo com o que Cardoso afirma, o design será responsável por adequar o objeto, nesse caso um livro, ao seu propósito: fazer com quem o lê reconheça a relevância sobre a discussão do tema, bem como entender suas origens e impactos, os quais ainda são sentidos na cultura *queer mainstream atual*.

1.1. Justificativa

Segundo Dasgupta (1994) o projeto é uma das formas mais significativas de expressão da criatividade. Além do mais, permite ao autor transmitir conhecimento e promover reflexões sobre temas importantes e muitas vezes negligenciado. Frente a essa perspectiva, o trabalho em questão se justifica na medida que promove a visibilidade às questões de gênero e sexualidade discutidas em *Paris is Burning*, obra da década de 90 que retrata questões sociais discutidas até os dias de hoje.

Ao abordar vivências de gays, travestis, *drag queens*, entre outras identidades durante uma época em que eram fortemente reprimidos, o filme coloca em evidência a necessidade de desconstruir uma visão negativa que a sociedade possui sobre o tema. Estar à margem da sociedade significa ser privado de direitos básicos da vida. É a negação da liberdade de expressão, da liberdade de viver tranquilamente entre semelhantes e ao mesmo tempo ainda ser constantemente empurrado para caminhos da vida considerados culturalmente como obscuros: como o das drogas, prostituição e dos crimes.

Quando não é permitido a expressão de amor ou afeto a um homossexual dentro de um ambiente social, dependendo de suas condições de vida, muitas vezes ele se vê obrigado a seguir um mal caminho o qual a sociedade empurrou, aonde pode estar sujeito a sofrer, ser espancado, além de outras más condições de vida. Isso acontece de forma pior com travestis ou então, se a pessoa está sujeita a essa realidade, é negra.

Em relação à época de gravação do filme, pode se dizer que houve um progresso, porém, ainda está longe do ideal. É por esse motivo que debates sobre o tema são necessários. Além do mais, apresentar ao público e conseqüentemente promover a reflexão do leitor sobre a luta de movimentos marginalizados, da evolução da consciência coletiva e das histórias retratadas em *Paris is Burning*, pode favorecer para que pensem de uma forma diferente.

O design entra de modo a contribuir na comunicação do tema ao público pois serve como uma ponte para a levar à sociedade informações, independente do modo pelo qual as apresentam. Essa discussão faz-se pertinente pois mesmo após 30 anos, o impacto do filme ainda é perceptível e a necessidade de abordar o tópico ainda não foi sanada.

1.2. Objetivos

Baseado no contexto apresentado acima, foram delimitados os seguintes objetivos para a produção de um projeto gráfico no nicho editorial.

1.2.1. Objetivo Geral

Desenvolver o projeto gráfico de um livro comemorativo dos 30 anos de Paris Is Burning seguindo uma metodologia de design aplicada. O produto final deve exaltar e apontar a importância da obra na transmissão da cultura *queer*, a qual é apresentada de forma intrínseca a cena *ballroom*.

1.2.2. Objetivos Específicos

Como objetivos específicos, o trabalho de conclusão visa:

- explorar projetos editoriais visualmente experimentais, introduzindo ao produto final características estéticas e conceituais que apresente uma relação expressiva entre o filme e a abordagem do design adotada;
- reconhecer e analisar aspectos relacionados a cultura *queer*, seu processo de desenvolvimento e suas particularidades conforme demonstrado em Paris Is Burning, assim como apresentar a influência que a obra possui para essa cultura no *mainstream* atual;

1.3. Metodologia

Munari (1998, p.10-11) defende que “o método de projeto não é mais que uma série de operações necessárias, dispostas em ordem cronológica, ditada pela experiência”, que tem por objetivo otimizar o resultado e sistematizar o percurso de trabalho, minimizando a probabilidade de erros e garantir um resultado mais bem sucedido.

Visto essa necessidade, a base metodológica escolhida para o desenvolvimento do projeto é a de Passos (2014), a qual se origina sob a necessidade de definição do objeto a ser projetado. O autor apresenta uma sequência de ações subdivididas em três passos elementares

para a construção projetual: delimitação do objeto, conhecimento do objeto e desenvolvimento do objeto.

Na primeira etapa do processo é delimitado o contexto e a área em qual ele se encontra, de modo a compreendê-lo de forma completa. Segundo Passos (2014), o conhecimento do objeto trata-se de uma etapa onde se adquire dados relevantes ao objeto de pesquisa e encerra-se com a definição de aspectos imprescindíveis para o desenvolvimento, ditos requisitos formais, funcionais e conceituais. A última etapa consiste no desenvolvimento do objetivo. São propostas alternativas para o problema de design, sendo que essas devem ser fundamentadas nos estudos anteriores referentes ao objeto e aos assuntos relacionados, assim como atender aos requisitos definidos. Para finalizar, essa etapa também contempla a validação constante de soluções, visando à eficiência de resultados.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Em vista a criação de um livro comemorativo dos 30 anos de Paris is Burning, para constituir a base teórica a ser utilizada no projeto, foi realizado um levantamento de assuntos abordados no filme Serão apresentados conceitos e conhecimentos pertinentes ao desenvolvimento do produto final.

2.1. Paris is Burning

Dentro da comunidade LGBT, o filme é sempre uma referência a ser citada devido ao impacto cultural que resultou ao apresentar para massa popular principalmente norte-americana uma realidade da qual eles não possuíam contato e mesmo assim, reprimiam devido ao preconceito. O referencial teórico extrapola os limites do conteúdo apresentado na obra, por estudar também seu contexto, influências e impactos na atualidade.

2.1.1. Contexto Histórico: Homossexualidade e a Visão Norte-americana

Em Atenas e Esparta, tempos da Grécia Antiga o conceito de homossexualidade simplesmente não existia. Segundo Ullman (2005), a prática sexual entre duas pessoas do mesmo sexo tinha funções sociais e pedagógicas. Mesmo assim, apesar de se apresentar como

algo natural, não havia espaço para as relações que não fossem ligadas a papéis sociais bem definidos. Na época, existiam palavras gregas para se referir a essas práticas sem fins: “bínein, katapygôn, euripróktos na sociedade grega e elas eram muito comuns” (ULLMAN, 2005 p.23). Esses termos eram utilizados no sentido de inferiorizar, envergonhar e desprezar os agentes.

Com o advento do cristianismo e a expansão dessa moral europeia pelos colonizadores, os costumes de manter relações entre pessoas do mesmo sexo foram ressignificados e então, criminalizados. Segundo Neto (2008) apud Willian Naphy (2004, pp.288), “A igreja católica reprovava a homossexualidade, como mais uma dentre outras atividades sexuais, sendo os mais graves o adultério e o incesto. Passou a reprová-lo com maior intensidade no século XII...”. Consolidava-se uma definição da homossexualidade como algo antinatural e, durante muito tempo, esse foi o conceito que perdurou e até hoje ainda precisa ser desconstruído.

O termo “homossexualismo” segundo Brandão (2002), foi verdadeiramente utilizado pela primeira vez em 1869 por uma médica belga, Karl Maria Kertbeny. Da interpretação da palavra, entendia-se o exercício da sexualidade entre iguais e, como geralmente o sufixo “ismo” implica em doença, a prática até então sem nome ficou demarcada por um teor patológico. Além disso, aumentava o número de pessoas que viam a igreja como um exemplo de máxima a ser seguida e, a visão dessa instituição sobre relacionamentos entre indivíduos do mesmo sexo, se tornava gradativamente mais radical: era então um pecado, uma forma perversão e também de transgressão de valores. Para dar início ao seu processo de desconstrução, quando a ciência centrou as pesquisas no homem e seus comportamentos, surgiram os primeiros estudos sobre sexualidade. No campo da psicanálise, a abordagem foi forma ambígua: era algo natural ou então, uma aberração.

A visão sócio-histórica da sociedade sobre as relações entre dois seres iguais vinha até então sendo edificada, demonstrando principalmente seu caráter preconceituoso. Um dos pensadores responsáveis por introduzir uma discussão sobre o tema, adotando a sexualidade como o centro de seus estudos, foi Michel Foucault (1976). Sua obra e posteriormente seus volumes de continuação, viriam a se tornar uma das principais referências para o estudo da teoria *queer*. De acordo com o pensamento foucaultiano, longe de ser reprimida, estava na hora da sexualidade ser investigada, provocada e anunciada.

Além de focar no indivíduo, era igualmente pertinente entender seus comportamentos e a cultura que integrava sua volta. Com base nisso e para contestar a discriminação da época surge uma perspectiva *queer*. O termo até então era traduzido por estranho, ridículo, excêntrico, raro, extraordinário, uma palavra que, na língua inglesa, também era usada de forma pejorativa

para nomear pessoas fora das normas sexuais e/ou de gênero (LOURO, 2001). Tomando como referencial teórico o desenvolvimento da publicação de Foucault, “A história da Sexualidade”, para dar formação ao que hoje conhecemos por teoria *queer*, a norte-americana Judith Butler se destacou como uma das pioneiras a discutir o tema. Segundo ela, “*Queer* adquire todo o seu poder precisamente através da invocação reiterada que o relaciona com acusações, patologias e insultos” (BUTLER, 2002, p. 58). Havia a necessidade de ressignificar o termo e excluir sua carga negativa de insulto aos homossexuais, passando a entendê-lo como uma atitude existencial que se reflete no comportamento transgressivo e não respeita a heteronormatividade.

A identidade sexual de um indivíduo não é definida pela biologia humana, sendo uma construção social e histórica não definitiva que está em constante mudança (LOURO, 2001). Assim também defende a teoria *queer*. Os estigmas da homossexualidade estavam sendo quebrados, entretanto, na época pensamentos filosóficos não era a principal fonte que ditava ideais para a massa popular. Ainda se evidenciava uma minoria sensível a discriminação social.

Nos Estados Unidos por exemplo, além da sociedade, as leis também oprimiam indivíduos que se engajavam em relações não heterossexuais. Além do mais, à luz do pós Segunda Guerra Mundial, com o crescimento da extrema-direita, havia a exigência de uma “harmonização total da sociedade” o que tornava políticas voltadas à punição da população LGBT se tornavam cada vez mais severas (CARTER, 2005).

A mudança aconteceu de acordo com o tempo e com a insatisfação da situação que a comunidade presenciava. Com a expressão de novas realidades sociais, encontros entre culturas, estilos de vida, sexualidades e outros fatores, a década de 60 foi marcada por uma onda mundial de revoltas.

(...) as revoltas estudantis/juvenis e mundiais de 1968 podem ser consideradas como o momento de explosão de novas lutas sociais, lutas que permitem repensar paradigmas como a teoria clássica das lutas de classe e a concepção da sociedade nacional (GROPPO, 2000, p. 49).

Foi por meio movimentos de liberação como esses que o movimentou homossexual ganhou forças para lutar contra os estigmas instaurados e reivindicar do seu espaço na sociedade, levantando assim sua luta política (SILVA, 2001).

Além do mais, nesse período a população de Nova Iorque aumentava, parte impulsionada por indivíduos LGBT que se transferiram para a cidade na esperança de melhores oportunidades e em busca de encontrar semelhantes. (NELSON, 2015, p. 5). Frente a repulsa

que ainda sofriam a luz do dia em meio a sociedade, viviam de forma discreta, escondidos e, para assegurar direitos humanos básicos como o lazer, se encontravam em bares. Tais estabelecimentos eram alvos de ataques da polícia e, um deles, o Stonewall Inn, foi atacado em 1969 (CARTER, 2005).

No dia 28 de junho a polícia de Nova Iorque, ao invadir o bar, enfrentou resistência dos frequentadores do local: gays, lésbicas, travestis e *drags*. Cansados de humilhações e perseguições, se revoltaram contra as batidas arbitrárias e o tratamento violento e discriminatório das autoridades. A rebelião prolongou-se durante toda a madrugada e na noite seguinte, a multidão voltou ao local para protestar por seus direitos sob bandeiras que pregavam “Gay Power” e “Equality for homosexuals”. O confronto durou por volta de 6 dias e diante desse fato, a história foi feita com a constatação do Dia Internacional do Orgulho Gay (OLIVEIRA, 2006). O termo “gay” surgiu como forma de apagar o teor patológico que persistia até então (SILVA, 2001).

Com essa chama de revolução acesa, o incidente também motivou uma série de futuras manifestações nos Estados Unidos. Após 10 anos de Stonewall, a década de setenta termina com a primeira marcha LGBT em Washington, movimento gay, onde ativistas buscavam pelo menos diminuir a marginalização que o sistema impunha. Para ganhar força, se articulavam com outros movimentos de liberação que lutavam por igualdade sociais.

Na mesma época, o advento da AIDS representou um retrocesso no então avanço contra a discriminação. A doença serviu de motivo para ressuscitar o preconceito já que no início afetou predominantemente os homossexuais, sendo até um sinônimo referente à comunidade LGBT (ALTMAN, 1981). A associação chegou a tal ponto que a doença, recém-descoberta, foi chamada de GRID (Gay Related Immunodeficiency) nos meios científicos e de *câncer gay*, *peste gay* ou *peste rosa* pela imprensa e opinião pública (PARKER, 1991). Por outro lado, com a discriminação ganhando força, muitos vieram à tona, sem medo de mostrar a cara e lutar por seus direitos através de lideranças ativistas. Tal mobilização gerou respostas como a criação de organizações não-governamentais de serviços em AIDS (ONGs/AIDS), produção dos primeiros manuais sobre as formas de transmissão e sobre sexo mais seguro, a promoção dos direitos humanos e da solidariedade como princípios básicos do trabalho de prevenção, entre outras (TERTO JR., 1997). Outra vitória durante os anos 80 e 90 foi a descriminalização da homossexualidade por diversos países desenvolvidos e a proibição da intolerância contra gays e lésbicas.

Apesar de tudo, nos Estados Unidos, a cena política da época ainda era um reflexo do conservadorismo da massa popular. Políticos utilizaram da doença para atender o preconceito e aversões a homossexuais da sua base eleitoral cristã fundamentalista e conservadora de direita. O presidente americano Ronald Reagan (1981–1989) passou o primeiro mandato todo sem sequer mencionar a AIDS em discurso, tal ignorância afirmava o discurso homofóbico, que apenas reconheceu a necessidade de uma luta contra a AIDS nos últimos anos de seu governo, depois de muita polêmica e pressão da comunidade. Paul Volberding, um dos médicos que lideraram a luta contra o HIV em São Francisco, não enxergava o presidente como um homofóbico: "Foi um cálculo político. Priorizar o assunto não era aceitável para seus eleitores."

O quadro social que se desenhou, foi baseado na marginalização da comunidade gay e como visto, ainda foram vários os motivos que incentivaram o preconceito. Soares (1979) em seu estudo sobre os espaços de socialização gay nos EUA na década de 1970 demonstra que o racismo nesse meio era muito presente e além do mais ainda não havia uma cena voltada para a minoria que estava ainda mais à margem: homossexuais latinos pretos e travestis.

O fato de seus costumes serem negados e condenados dentro mesmo da comunidade LGBT refletiu na formação de guetos onde se juntavam entre "iguais" criando espaços para se defenderem e subverterem os processos de marginalização. Essa necessidade surgiu a partir de discursos preconceituosos e da vontade de assegurar um direito fundamental para todos: a liberdade. Como retratado no filme “Paris is Burning”, essas pessoas encontraram dentro da *Cena Ballroom*, uma comunidade de arte, cultura, dança criatividade e família.

2.1.2. A Cena Ballroom

Determinar com precisão onde exatamente iniciou os bailes que deram procedência a *Cena Ballroom* é uma tarefa de resultados imprecisos. Isso pois a definição atual originou-se a partir de uma trajetória entre práticas de socialização e performances em teatros e eventos. Dado certo momento, aspectos dessas dinâmicas passam a fundir com vivências da comunidade LGBT, principalmente de negros e imigrantes do subúrbio da cidade de Nova York.

Segundo Lawrence (2011), o início da trajetória dessas práticas e seus desdobramentos se dá no século XIX, com o aparecimento de bailes de máscaras. Em breve um panorama histórico, seus primeiros registros são em meados de 1850, no primeiro “Annual Masquerade and Civic Ball”, realizado pela Grand United of Odd Fellows em Harlem, um bairro de Manhattan na cidade de Nova York. Os convites eram realizados em pequenos jornais veiculados na época (figura 01).

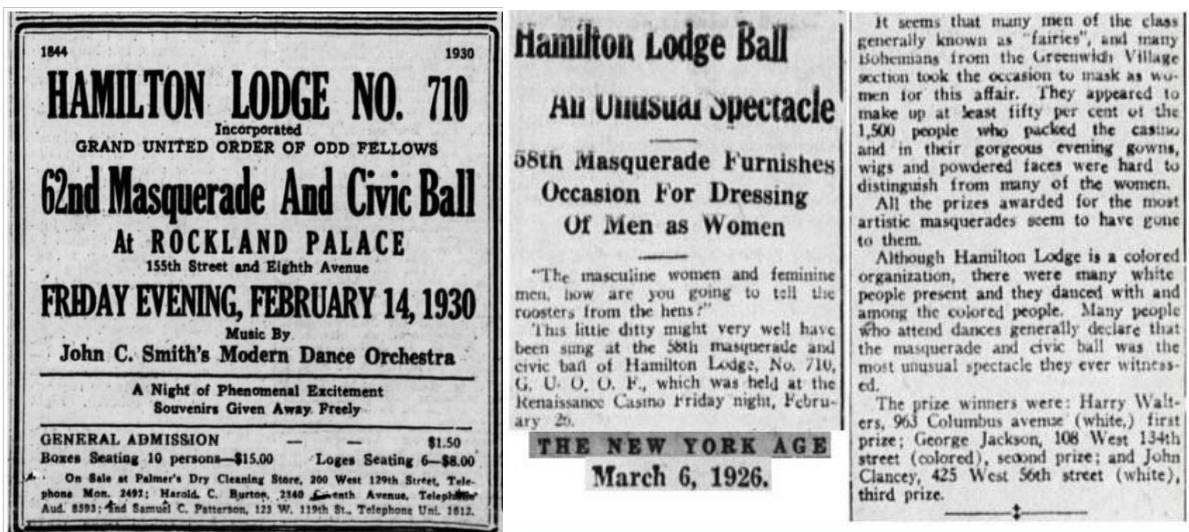


Figura 01. Páginas do jornal *The New York Age*, anunciavam os bailes de máscaras.

Na época, frente a condenação que enfrentavam da sociedade cisgênera e patriarcal, os homossexuais enxergavam nesses bailes uma forma de escape. Nesses eventos, eram livres para fantasiar uma realidade melhor daquela que viviam e, mesmo que não explicitamente, eram eventos voltados a um público LGBT onde a prática do travestismo, a qual mais tarde se nomeou como *Drag Queen*¹, já estava instaurada. Os convidados, em sua maioria homens, portavam roupas femininas, perucas e maquiagens (figura 02).

Seja por uma tendência natural ou por mera fantasia caprichosa, no entanto, é curiosamente perceptível que, com pouquíssimas exceções, os participantes masculinos deste baile escolheram os trajes do sexo feminino. Peruca, quando necessário, estava em evidência.” (The New York Age, Mar. 5, 1927, tradução nossa).²

Dado o aumento da sua popularidade no começo do século XX, tais bailes passaram a ocorrer com maior frequência. Dessa forma, o subúrbio de Nova Iorque, com atenção especial ao bairro do Harlem, ficou conhecido como ponto de partida onde a essência da cultura ballroom começou a adquirir forma. Atraindo ainda mais atenção, jornais da época noticiavam sobre esses eventos: uma publicação do *Broadway Brevities* em 1932, descreve sobre um local onde “homens se rivalizavam como pássaros do paraíso e pavões, acenando suas cabeças com aparatos cheios de pluma e ondulantes (...)” (LAWRENCE, 2011).

¹ Drag Queen/Drag King: “Artista que se veste, de maneira estereotipada, conforme o gênero masculino ou feminino, para fins artísticos ou de entretenimento. A sua personagem não tem relação com sua identidade de gênero ou orientação sexual.” (JESUS, 2012, p. 16)

² “Whether from a natural tendency or out of mere, capricious fancy, it is nowever curiously noticeable that with but very few exceptions the male contestants of this affair chose the regalia of the feminine sex. Wig, where necessary, was in evidence.”

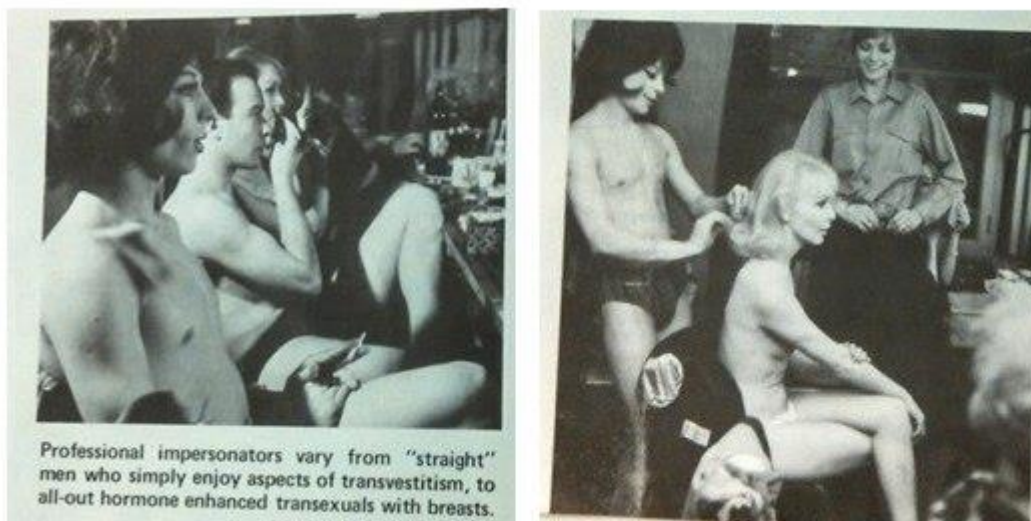


Figura 02. Fotos de revista: Drag queens se preparando para uma performance.

Esses encontros além de desprezados pela massa popular eram passíveis de violentas operações policiais que visavam proibir seus acontecimentos. No entanto, mesmo com a repressão, o número de frequentadores continuava a aumentar. A revista *Ebony* em 1953 reporta sobre um baile organizado no *Harlem's Rockland Palace* onde três mil competidores e espectadores se juntaram “para assistir homens que gostam de se vestir com roupas femininas desfilarem diante de juízes no desfile de moda mais incomum do mundo” (EBONY, 1953 *apud* LAWRENCE, 2011).

Segundo Hughes (1993), na década de 1960 os bailes e as competições de máscaras evoluíram para concursos com diversas categorias sobre beleza, moda e comportamento. No entanto, os bailes não eram totalmente inclusivos, a maioria das vencedoras eram brancas colocando em evidência o racismo presente, que impedia *queens*³ negras de estarem em destaque. Essas para conseguirem uma chance real de ganhar alguma das categorias, deviam “branquear” sua aparência e, mesmo assim, raramente conseguiam levar o prêmio da noite.

Devido ao seu caráter de resistência e empoderamento, a cena *ballroom* é contextualizada pelo cenário social a qual está inserida e, frente ao preconceito existente dentro dos bailes, também foi influenciado pelo movimento cultural negro da época, o *Harlem Renaissance*, o qual alguns de seus líderes sendo gays e lésbicas participavam dos bailes.

Crystal Labeija (figura 03) foi uma das poucas *drag queens* afro-americanas que ganhou o título de Queen of the Ball (Rainha do Ball) e além de seu legado como competidora, também ficou conhecida por impor-se contra os padrões racistas. O documentário *The Queen* de 1968 retrata sua participação em um concurso de beleza de Miss Universo América em 1967,

realizado na Prefeitura de Nova York, onde percebeu e denunciou a anfitriã do concurso, Flawless Sabrina, por suas atitudes preconceituosas. Segundo Labeija, ela havia influenciado os jurados para que votassem a favor de uma candidata branca que levasse o prêmio, o que acontecia frequentemente. Diante da situação, na recusa de fazer parte de um sistema discriminatório, junto a outra drag Lottie Labeija, criou o primeiro baile exclusivo para *queens* negras: o "Crystal & Lottie LaBeija presents the first annual House of Labeija Ball".

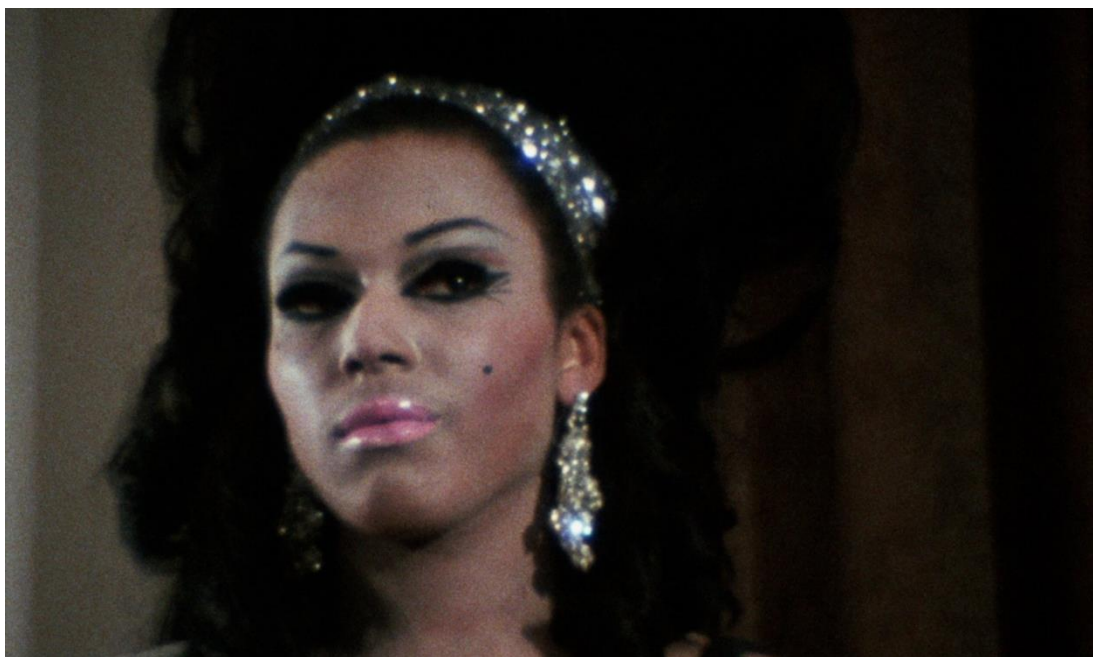


Figura 03. Crystal Labeija em cena do documentário *The Queen*, 1968.

A década de 1960 figura um dos momentos chave na moldagem dos *Ballrooms*: além da luta contra repressão à comunidade LGBT, há necessidade do foco em embates raciais. Segundo Bailey (2013), esses são considerados pontos de partida no qual três elementos essenciais desenvolveram-se para estruturar a cultura dos *Ballrooms*: o sistema de gênero, a estrutura de parentesco (as *Houses*) e os eventos de competição (*Balls*).

2.1.2.1. Houses

Dentro da comunidade LGBT, é comum a rejeição por parte dos parentes biológicos quando descobrem a orientação sexual de seu filho. Muitas vezes são expulsos de casa e a falta de amparo daqueles que supostamente deveriam oferecer apoio emocional e financeiro torna pior situação de discriminação que vivem na sociedade. O surto de HIV na década de 80

acentuou essa situação e, esses jovens gays e transexuais sentiram ainda mais a necessidade de encontrar abrigo em algum lugar.

Em meio a esse contexto de LGBTfobia, racismo e desigualdade social, dentro da cultura da *Ballroom*, as *houses* surgiram como coletivos que buscavam se assemelhar a estruturas de acolhimento em termos afetivos. Essas associações deixavam de ser apenas uma entidade de socialização para também se constituírem como um local de acolhimento, inclusive para quem não se interessava ou não frequentava os *Ballrooms* mas possuía carência do sentimento de pertencer a algum lugar (LAWRENCE, 2011).

Pepper LaBeija, famosa competidora da pioneira *House of LaBeija*, define concepção do coletivo da seguinte maneira no documentário *Paris is Burning*:

(...) *uma House, vou defini-la de maneira bem direta: elas são famílias. Muitas dessas crianças não têm família, mas esse é um novo significado de família. (...) é mais uma questão de um grupo de seres humanos com uma ligação em comum.*” (transcrição da entrevista presente no documentário *Paris is Burning* de Livingston, 1991)

Mesmo que longe de entender-se convencionalmente como família heteronormativa, as *houses* apresentam semelhanças hierárquicas ao introduzir liderança por *mothers* e, mesmo que menos comum, *fathers*. Na obra de Livingston sua essência é resumida em uma frase: “É uma questão de seres humanos juntos em um vínculo comum.”

Quando uma *mother* adota alguém para pertencer a sua *house*, o sujeito herda o sobrenome que representa a instituição, é dessa forma que o legado de cada nome se mantém vivo. A relação entre os membros é de cuidado e aconselhamento, estes por sua vez são de várias idades, raças e etnias, gêneros e sexualidades. Nas formações dos *Ballrooms* norte-americanos, geralmente negros, latinos e transexuais (BAILEY, 2013).

Segundo Lawrence em seu livro *Voguing and the House Ballroom Scene of New York City* de 2011, Crystal LaBeija foi a precursora do movimento ao fundar a primeira *house* em 1972, a “House of LaBeija”, oriunda de um impulso antirracista. É considerado o nascimento das culturas de casas e a partir de então, diversas *houses* se expandiram por Harlem e outros locais da cidade de Nova Iorque.

“Lottie, uma *drag queen* do Harlem (...) pediu a Crystal LaBeija para co-promover um *Ball*. Uma das poucas *queens* negras premiadas com o título de *Queen of the Ball* dentro de um *Ball* organizado por brancos, LaBeija também havia cansado do viés anti-negro dos *Balls* (...) Crystal concordou em fazer desde que fosse a protagonista do *Ball* (...) Lottie concordou e deixou o acordo ainda melhor convencendo LaBeija

de que deveriam começar um grupo e nomeá-lo de *House of LaBeija*, com o título de ‘mãe’ para Crystal. Crystal concordou.”

A criação das *houses* exclusivamente para um grupo predominantemente de gays negros, latinos e transexuais, significou a criação de um lugar livre e seguro para manifestarem sua liberdade, que não fosse subordinado a mais preconceitos. Segundo Cohen (1996), as *houses* significaram a existência de um espaço para que essas pessoas explorassem sua independência e, conseqüentemente, pudessem expressar suas identidades, longe da rejeição dos familiares, da marginalização das comunidades locais e da sociedade como um todo.

Ao longo do documentário, gravado em diferentes fases da década de 1980, são introduzidos algumas das principais personalidades da comunidade LGBT do Harlem (figura 04), muitas dessas deram nome à reconhecidas *houses* da cena *Ballroom*, as quais mantêm seu legado até os dias de hoje. Entre essas figuras estão, Angie Xtravaganza, mulher trans e mãe da *House of Xtravaganza*; Pepper Labeija, mãe da *House of Labeija* e uma das mais famosas *drag queens* da história; Willi Ninja, mãe da *House of Ninja* e um ícone do *Vogue*; Dorian Corey, uma das principais *drag queens* da cena LGBT do Harlem nos anos 80; Venus Xtravaganza, da *house of Xtravaganza*, mulher trans de vontades comuns que infelizmente foi assassinada em 1988 num quarto de motel, vítima de um ataque transfóbico, entre outras.



Figura 04. Elenco do documentário *Paris is Burning*, de Jennie Livingston (1990)

2.1.2.2. Balls

Um segundo elemento essencial para estruturar a cena *Ballroom* e talvez o mais marcante, são os Balls. Com um ambiente sociocultural marcado por privilégios e liberdade a homens brancos heteronormativos, a comunidade gay era limitada quanto ao modo de se expressar, seja nas vestimentas ou na maneira de agir. Os bailes foram a maneira que encontraram para se encontrarem e serem quem quisessem ser. Apesar disso, dentro da própria comunidade gay ainda havia preconceitos contra cor de pele, origem e costumes, portanto eram geralmente gays negros, transexuais, latinos os frequentadores desses locais.

O aclamado “Paris is Burning”, da diretora Jennie Livingston apresenta o universo dos *Ballrooms* que até então desconhecido e rejeitado pela população em geral. Na época mais do que nos dias atuais, eram espaços que “frequentemente serviam como um substituto para as famílias dos jovens gays e pessoas trans que haviam sido rejeitadas por suas famílias de origem, devido à sua sexualidade ou identidade de gênero” (SIERRA; NOGUEIRA; MIKOS, 2016. p.7). Promovidos pelas *Houses*, em uma curta definição, os bailes são eventos organizados para fins de entretenimento com práticas de competição e de performances dos corpos marginalizados. Segundo Bailey:

Deve-se entender que é através da performatividade que os membros dos *Ballrooms* criam um sistema de subjetividades de gênero e sexualidade mais abrangente do que aquele que é legitimado dentro da esfera da heteronormatividade. Os membros dos *Ballrooms* não apenas consideram as categorias já enraizadas dentro de uma lógica hegemônica, mas as extrapolam, criando novas possibilidades de identificação e subjetividade. (apud CINTRA 2018, p.30).

Com essas performances, desfilando seus melhores trajes em diversas categorias era possível o acesso a um mundo alternativo inatingível na vida real para os membros dos *Ballrooms*, seja devido a etnia, sexualidade ou identidade de gênero. As primeiras categorias foram criadas para atender mulheres transexuais, travestis e *drag queens* que não podiam participar dos concursos de beleza da época. O objetivo era buscar a maior verossimilhança possível com cada tema proposto. Dessa forma, nos *runways*, como eram chamados os desfiles, se a categoria é supermodel *realness* os competidores devem se parecer o máximo possível com uma modelo profissional. Se o desafio demandava a *realness* de um empresário rico branco, devem estar prontos para serem verdadeiros executivos.

A ideia dos bailes era mostrar que mesmo colocados em condição de marginalidade, a comunidade sabia se portar de acordo com suas inspirações. Talvez e muito provavelmente,

fosse o mais próximo que conseguiriam chegar ao emprego dos sonhos, a fama, a riqueza e enfim a grande fantasia de viver o *American way of life*. Em uma das passagens do documentário “Paris is Burning”, Pepper Labeija descreve esse sentimento:

Sempre via como os ricos viviam e sentia isso, sabe, me estapeava e dizia: “eu tenho que ter isso!”. Porque eu nunca me senti bem em ser pobre. Nunca! Nem a classe média serve para mim. Vendo os ricos como na novela “Dynasty” viviam, aquelas mansões, e eu pensava: “essas pessoas tem quarenta quartos em casa! Meu deus, que tipo de casa é essa?”. Nós temos três. E se eu poderia ter isso, porque não tive? Sempre me senti enganada. Sempre me senti enganada por essas coisas assim (LABEIJÁ In LIVINGSTON, 1990).

Em outros momentos, Dorian Corey, mulher trans e drag performer, mais uma persona de grande contribuição na construção do documentário em questão, enfatiza a essência dos balls e da cultura *queer* frente a esse sentimento de liberdade em uma sociedade repleta de intolerância:

As crianças de hoje, as crianças que são jovens, usam a televisão, sabe? Fui a vários bailes e eles tinham categorias como da novela “Dynasty”. Sabe, querem que você se pareça com Alexis ou Krystle. Acho que é um sinal dos tempos. Quando cresci você queria parecer Marlene Dietrich, Betty Grable. Infelizmente, eu não sabia que queria era parecer com Lena Horne. Quando cresci, claro... As estrelas negras eram estigmatizadas. Ninguém queria parecer Lena Horne. Todos queriam parecer Marilyn Monroe (COREY In LIVINGSTON, 1990.)

Em outro momento, Corey aponta sobre o racismo presente:

Pessoas pretas tem uma grande dificuldade de chegar a algum lugar e aqueles que geralmente conseguem isso são héteros. No *ballroom*, você pode ser qualquer coisa que quiser. Você não é realmente um executivo, mas você está exatamente igual a um executivo (COREY In LIVINGSTON, 1990.)

A referência eram celebridades brancas, reforçando a verossimilhança que buscavam dos ideais femininos hegemônicos, “ligados a padrões brancos de beleza e, portanto, diz respeito a um sistema de poder e exclusão aprofundado em racismo” (SALES; MELLO, 2015, p.2). Elas eram a representação de um mundo luxuoso de alta costura, riqueza e conhecimento que muitos ali almejavam. No filme, Venus fala sobre a fantasia de vida da América Branca: “Eu queria ser uma menina branca, rica e estragada. Elas conseguem o que querem e quando querem. Não tem que lutar com as finanças para conseguir coisas legais, roupas legais... Não é um problema para elas.” (XTRAVAGANZA In LIVINGSTON, 1990).

No final, os juízes da noite dão suas notas, e o vencedor de cada categoria leva um troféu para casa, o *Grand Prize*, que também é direcionado a *house* de origem, é o que mantém seu legado e reputação. Bailey descreve o fim do *ball* de uma forma que lembra os torcedores de futebol ao final de uma partida, comentando sobre o jogo e já também ansiosos pela próxima partida:

Às 4:30h, hora que o *ball* termina, nós terminamos a gama de categorias excitantes, extrapolamos o nosso tempo no prédio alugado, e esvaziamos a mesa, que ora estava tomada por comida e vários troféus. Pratos, copos e flyers estão jogados pelo cômodo como confete. As pessoas começam a rapidamente pegar seus pertences e a brincar de antecipação pelo próximo *ball*. (BAILEY, 2013).

Os *balls* permitem que as pessoas façam performances de uma realidade que geralmente lhes é negada devido à etnia, sexualidade ou identidade de gênero, tanto é que existem categorias de Executivo, Militar, Supermodelo (uma das categorias preferidas dos gays afeminados, *drag queens* e travestis nos anos 80) e *Opulence*, uma categoria que surgiu durante o hype da série de televisão *Dinasty* na qual os personagens são extremamente ricos.

2.1.2.3. Voguing, uma Forma de Resistência

Atualmente entre a comunidade LGBT a cultura *queer* e o *Ballroom* também está associada a termos linguísticos os quais foram sendo popularizados desde seu surgimento, como por exemplo *reading*, *shade* e *voguing*. Na segunda metade de *Paris is Burning* é explorado o significado por trás dessas expressões e, por também serem reproduzidos na vida cotidiana fora da cena dos bailes, como serviram de ponte narrativa entre o espaço físico desses eventos e o contexto social externo de quem os frequenta.

Durante o documentário, Dorian Corey define *reading* como “a forma artística de insultar alguém”. É uma interação sarcástica para humorizar e desconstruir os preconceitos vivenciados pelas minorias da comunidade, logo, pode ser visto como um modo de resistência. O *shade* segue essa mesma ideia, porém, potencializa-se ao ser mais próximo da real intenção de insultar. É uma prática que direciona uma indireta usando um tom hostil e debochado para fazer gozação da pessoa a quem está direcionado.

Essa inimizade muito comum nos bailes configurou-se como ponto de partida da criação e definição do *voguing*. Quando o conflito se tornava muito intenso, ao invés de

brigarem, as pessoas competiam na pista de dança. “É como pegar duas facas e cortar um ao outro, mas através da dança”, descreve Willi Ninja, entrevistado em *Paris is Burning*. No final, quem tiver os melhores movimentos, consequentemente é quem “jogou” o melhor *shade*. Não apenas no nível de destreza da dança, no *vogue* também é levado em consideração as caras e bocas feitas, no linguajar próprio, quem faz o melhor “carão”.

Devido a sua tradução *mainstream* para as grandes massas, algo que a cantora Madonna fez em 1990 com a música *Vogue* e que será discutido mais a frente, a prática do *voguing* é a primeira associação do público em geral quando se fala em *Ballrooms*. Além de definida como uma categoria dos *balls*, apresenta um estilo de dança distinto que surgiu dentro da convivência das *Houses*. Segundo Lawrence (2011) há uma história por trás do surgimento dessa prática:

Tudo começou em um clube chamado *Footsteps* (...) Paris Dupree estava lá e um monte dessas *queens* negras estavam jogando *shade* umas nas outras. Paris tinha uma revista *Vogue* em sua bolsa e enquanto estava dançando, ela tirou da bolsa, abriu em uma página onde tinha um modelo posando e parou naquela pose junto com a batida da música. Então ela virou para a próxima página e parou em uma nova pose, novamente junto com a batida. (...) outra *queen* veio e fez uma outra pose na frente de Paris, e então Paris foi na frente dela e fez outra pose. (...). Isso tudo era *shade* (...) e logo começou a ser feito nos *balls*. Primeiro eles chamaram de *posing* e depois, por ter começado por conta da revista *Vogue*, chamaram de *voguing* (LAWRENCE, 2011).

Um dos focos da segunda metade de *Paris is Burning* é Willi Ninja (figura 05), homem negro e homossexual, cujo maior sonho era tornar-se um coreógrafo mundialmente conhecido. Líder de sua própria casa, a *House of Ninja* e também professor de dança, ficou conhecido por ser pioneiro em *voguing* e uma das referências do estilo. Com o passar do tempo e novas pessoas dentro da cena *ballroom*, as categorias do *vogue* foram se desdobrando e segundo Bailey (2013), hoje são divididas de acordo com sua época e os aspectos que definem seus movimentos.

Até os anos 90, *Old Way* foi a categoria predominante nas performances e batalhas tendo Willi Ninja como um dos maiores precursores da sua visibilidade. A dança era caracterizada pela formação de linhas e simetria, assim como era representado nas fotografias de modelos nas páginas da revista *Vogue*. Os hieróglifos do Antigo Egito, hip-hop, break, o estilo militar e até mesmo posturas das artes marciais serviram de inspiração para as performances. O *voguing* aqui se apresenta em sua forma mais pura em meio a um duelo entre dois rivais e, consiste como a base primordial dos próximos estilos (LAWRENCE, 2011).

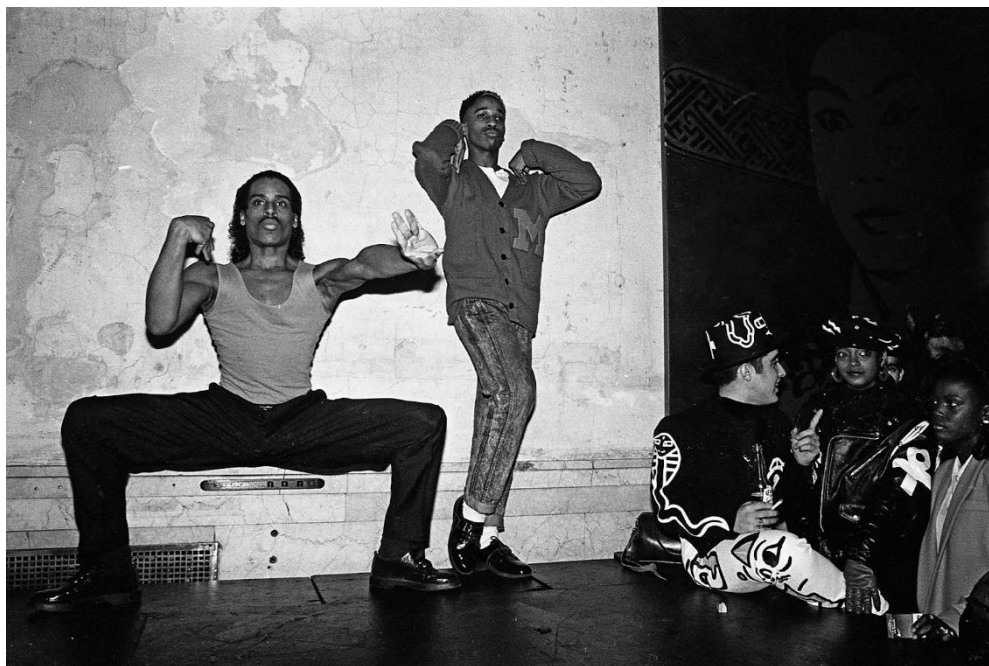


Figura 05. Willi Ninja na discoteca Mars em Nova Iorque, 1988 (Getty Images, 1988).

Pós anos 90 até 95, rege a prática o *New Way Vogue*. Característico por uma execução precisa de gestos de dança complexos e angulares que exigiam altos níveis de elasticidade e alongamento. Esses por sua vez, combinavam rigidez junto a movimentos de contorção nas articulações dos membros, demonstrando grande controle dos braços, punhos e mãos. Também, por imprimir formas geométricas imaginárias, pode ser descrito como uma forma modificada de mímica (BECQUER, GATII, 1991).

Uma outra categoria do *voguing*, a qual consiste em um desdobramento do estilo na atualidade é o *Vogue Fem*. Baseado em performances à moda antiga (*Old Way*), destaca movimentos dramatizados com posturas ultra femininas e ainda atribui influências da dança moderna, *ballet* e *jazz*.

É importante dizer que o *vogue* era apenas parte das categorias que acontecem nos *balls*. Mesmo assim, marcado por inúmeras particularidades dentro da sua forma de expressão, a dança, carrega forte carga cultural e social de luta, empoderamento e resistência no contexto em que sua comunidade está inserida. As categorias acolhem a pluralidade de corpos além de serem adaptáveis em relação à diversidade dos competidores presentes.

Todos ali se sentem parte de algo e podem contar sua história, demonstrar força e se divertirem. O duelo de *voguing*, muito mais que um conflito de *shade*, envolve entretenimento, surpresas e gargalhadas das pessoas ao redor. É uma dança de auto afirmação de mulheres,

homens, gays e transexuais e também uma maneira de expressão para acolher quem chega, sem restringir tipo físico ou classe social.

2.1.3. Impacto na Cultura Atual

Paris Is Burning, mesmo depois de 30 anos do seu lançamento, faz uma intervenção atual e necessária. O documentário, além de introduzir para a sociedade a realidade de uma comunidade marginalizada, foi influenciador direto para vários segmentos comunicativos como a moda, música, televisão, e a cultura pop. É preciso entender o que é o *mainstream* para ter noção do impacto atual da obra. Martel (2012) explica o termo como sendo uma cultura:

literalmente "dominante" ou do "grande público". Diz-se por exemplo de um produto cultural voltado para o público em geral. "*Mainstream culture*" pode ter uma conotação positiva, no sentido de "cultura para todos", mas também negativa, no sentido de "cultura dominante" (MARTEL, 2012, p. 479).

Ao tornar-se uma representação midiática, Paris Is Burning insere elementos da *ball culture* ao público geral. Um desses elementos é o *voguing* (dança originada nos bailes de Harlem como discutido no tópico 2.1.2.3), que foi introduzido na cultura *mainstream* pelo ícone da música pop Madonna, no seu single "Vogue" de 1990. A música alcançou o número um em 30 países - e o *voguing* assim foi impulsionado para reconhecimento internacional. Em sua resenha sobre o documentário, Patricia Hluchy escreve sobre o primeiro contato da cantora com a dança:

Combinando contorções de ginástica com os movimentos de arrogância de modelos de moda, (o vogue) é um estilo altamente vampiresco - o que talvez explique seu apelo para Madonna, a sereia imperatriz da música pop. Em uma entrevista recente para a revista de Los Angeles sobre cultura gay *The Advocate*, a cantora disse que descobriu o *voguing* enquanto planejava a turnê *Blond Ambition* do ano passado (1990). Em uma discoteca de Nova York, ela encontrou alguns homens gays que frequentavam regularmente os chamados bailes de drag, onde o *voguing* foi inventado, e ela disse que ficou "encantada". (HLUCHY, 1991, tradução nossa).

Atualmente, escolas de dança ensinam a arte do *voguing* à nova geração, seguindo o exemplo de outras estrelas *pop* como FKA Twigs, Rihanna, Ariana Grande e Beyoncé, que têm vindo a incorporar *voguing* em suas *performances*.

Outro exemplo de difusor da cultura documentada no filme, é o fenômeno televisivo *RuPaul's Drag Race*, um reality show de 2009 que documenta uma competição entre *drag*

queens em busca do título de “*America’s Next Drag Superstar*” (Próxima Estrela Drag da América, em tradução livre). O programa norte-americano é apresentado por uma das *queens* mais famosas e bem sucedidas do mundo, RuPaul. RuPaul Andre Charles se tornou um ícone LGBTQIA+ em meados da década de 1980 ao aparecer em vários programas televisivos, filmes, lançando álbuns musicais e se apresentando em casas noturnas de Nova York. Ao se tornar uma personalidade midiática, Ru expôs a subcultura *drag queen*, a qual sempre manteve contato, para sociedade de massa.

Muito do que é mostrado em *RuPaul’s Drag Race* pode ser comparado ao documentário de Jennie Livingston. Além de sempre estar presente em referências e falas, a cultura *ballroom* é uma parte importante no roteiro do programa, sendo introduzida nas gincanas competitivas a partir do *voguing* e também na competição de *reading*.

Outro fenômeno televisivo é “*Pose*”, série dramática do canal pago FX criada por Ryan Murphy, Brad Falchuk e Steven Canals que retrata a vida *Queer* nos bailes de Nova York e a sua sobrevivência na sociedade da metrópole na década de 80.

Na primeira temporada, o foco vai para o relacionamento entre as casas *Abundance* e *Evangelista* e como elas se comportam com a rivalidade para conquistar os prêmios dos bailes. A vida na noite nova-iorquina e no centro da cidade e como certos personagens são obrigados a se prostituírem é uma pauta similar ao documentário de Livingston. Na segunda temporada, ambientada em 1990, os personagens são assolados pela pandemia da Aids ao mesmo tempo que acompanham a mudança na cena *ballroom* com o fortalecimento da cultura pop.

No Brasil, um exemplo de como a cultura e elementos *queers* se propagam entre a massa popular é através da Pablio Vittar, um artista musical de grande influência no mercado fonográfico e entre jovens LGBTQIA+ do país. Como pode ser visto em seu vídeo de “*Flash Pose*”, single gravado em parceria com a cantora britânica Charli XCX, a coreografia reproduzida para suas músicas geralmente é repleta de referências ao *voguing*.

Em Goiânia, por exemplo, existe uma crescente presença do *ballroom*, que a cada ano ocupa um pouco mais dos espaços culturais da cidade. Competições de *voguing* a céu aberto e em boates são formas que certos grupos encontram para difundir a cultura de bailes na cidade. Exemplos de casas mais conhecidas são: *House of Witch*, Casa Dionisi e *House of A’ Trois*, que em seu perfil na rede social Instagram, se domina “a primeira *house* de artistas que difundem, propagam e pesquisam a dança *voguing*, a cultura *ballroom* e suas performatividades em Goiânia.”

2.2. Correlações Estéticas do Filme

Paris is Burning começa situando o espectador na cidade de Nova Iorque (figura 07), durante a década de 80. Com uma fonte grotesca e geométrica, em peso *bold*, sem serifa ou demais detalhes, suas proporções são regulares e as formas estáticas. Essa escrita marca uma estética singular de personalidade forte presente não somente a partir de telas como essas, mas também em personagens que relatam na obra suas dificuldades na vida.

Uma voz em *off* dá início à narração: “Lembro de meu pai dizer: ‘Você tem três problemas nesse mundo. Todo negro tem dois: por ser negro e por ser homem. Mas você é negro, é homem e é gay. Você vai sofrer muito.’ Então ele disse: ‘Se você vai passar isso, vai ter que ser mais forte do que pensa’.”



Figura 07. Frame inicial do filme “Paris is Burning” (1990).

A edição do filme, creditada a Jonathan Oppenheim, e o modo com que a direção apresenta os entrevistados concomitantemente a cenas do *Ballroom*, vai contra uma narrativa estritamente linear, essa técnica é responsável por atribuir sentidos aos diversos conceitos e palavras que serão explorados ao longo dos relatos. Talvez esse seja um dos pontos mais característicos visualmente de Paris Is Burning. Tal método funciona como uma estrutura educadora para que um espectador mesmo leigo sobre assunto, consiga entender a respeito da

cena dos bailes e seus termos antes de que aconteça o aprofundamento sobre o tema e nos problemas pessoais e sociais dos participantes (HILDERBRAND, 2013).

Durante a transição entre a primeira e a segunda metade do filme não há novidades visuais, a obra segue a mesma ideia inicial. A estética presente se mantém marcante devido à qualidade analógica de filmagem, que confere uma ruídos a imagem e afirmar sua identidade própria. É explorado os significados por trás de termos como *reading*, *shade* e *voguing*, já discutidos aqui e os figurinos dos competidores entram em destacas nas filmagens, são extravagantes, coloridos e glamourosos.

Em termos de design, pode-se dizer que o elemento marcante para Paris Is Burning é o seu pôster de divulgação (figura 08). Na peça gráfica, é possível apontar uma postura desconstruída, característica do Grunge e principalmente do estilo editorial de David Carson (figura 09), artista reconhecido do movimento, seu uso de tipografias exóticas e fotografias perturbadoras o transformaram em uma das maiores personalidades do design editorial. Esse movimento às vezes é considerado como uma subcategoria do estilo vintage, evoca um estilo mais sombrio e é caracterizado por uma aparência rasgada ou áspera, repleta de sobreposições e associada com estilos punk e gótico. Normalmente usa cores escuras e monocromáticas



Da esquerda para a direita: Figura 08. Pôster de divulgação de Paris is Burning; Figura 09. capas da revista Ray Gun, década de 90 criadas por David Carson.

2.2.1. Premissas do Design Conceitual: A Tendência Atual do Experimentalismo Gráfico

Visando manter os conceitos carregados de significados e a estética fortemente representada em Paris Is Burning, foi observado no Design Conceitual uma abordagem que, assim como a obra, destaca aspectos contrários aos convencionais. Também chamado por Design Experimentalista, evidenciam a reflexão do leitor perante de cunho social, uma outra semelhança com a obra de Livingston.

Seu estilo de comunicação visual pode ser relacionado com os personagens que são apresentados no filme: eles são diferentes da parte “comum” da sociedade, são corpos estranhos que querem expressar seus sentimentos sem medo de serem julgados por estarem fora de padrões normais estabelecidos.

Essa abordagem projetual é utilizada por designers contemporâneos para um tipo de produção que explora as possibilidades reflexivas e dialéticas e que especulam sobre questões diversas, não necessariamente intrínsecas ao design. Em um mercado como o atual, saturado de profissionais, produtos e projetos com a mesma estética excessiva, a introdução de novos elementos ou até mesmo de uma nova maneira de produzir design possibilita a reformulação de paradigmas anteriores e, frente a prática profissional, abre outras formas de atuação e exploração do ofício. Os resultados são projetos expressivos, muitas vezes metafóricos, repletos de carga semântica que utilizam dos mais diversos elementos para sua produção: formas, imagens, palavras, entre outros. A tipografia, um elemento estruturado que possui possibilidades desconstrutivas diversas, costuma ser um desses artifícios que mais são usados. Segundo Henrion, há uma forte relação entre tipografia e o design gráfico:

Já foi dito antes e deveria ser dito de novo: a tipografia é a infraestrutura do design gráfico, a própria base da comunicação visual. Um pôster que comunica sem palavras é uma raridade. Toda propaganda, todo design de informação dependem de palavras. E nos casos em que símbolos ou pictogramas quebraram a barreira da linguagem, eles dependeram de palavras para uma explicação inicial. Sinais de trânsito, por exemplo, dependem de pictogramas – porém temos de aprender primeiro o que eles significam, e aprendemos pelo uso de palavras. (HENRION apud Gruszynski, 2001, p.1)

2.2.2. Design Brutalista

É possível manter outra correlação estética do filme com o movimento brutalista originado entre os anos de 1950 e 1970. Apesar de ser um movimento arquitetônico, era contrário à arquitetura modernista convencional a qual, mesmo com a sua estética limpa e clara,

foi adquirindo uma aparência mais hostil (destruído pela Segunda Guerra Mundial) necessitado assim de renovação, como cita Suárez-Carballo (2019). Com o uso de materiais pesados, seu foco era um design mais cru, rude, que causava um certo desconforto ao olhar. Segundo Hopkins (2014), o casal de arquitetos Alison e Peter Smithson foram um dos principais percussores do movimento, o projeto de seus prédios apresentava estruturas expostas e inacabadas, totalmente ao contrário do comum aceitável. Sua etimologia, explicada por Rubio Hancock (2014), vem da palavra francesa *béton brut*, que em tradução literal significa “concreto bruto”. Com o uso de materiais grosseiros, não refinados, o brutalismo se tornou uma expressão filosófica de tributo ao inconstante.

O movimento foi inserido na cultura popular e no design gráfico por meio da web design, através da sua forma de representação que vai de encontro ao desajustado. De acordo com Moran (2017), o movimento ganhou popularidade entre designers (através de portfólios, sites de agências digitais e de museus de arte, etc) mas, há certo receio em incluir os princípios do brutalismo em produtos e outros projetos. Layouts incongruentes, tipografia pesada e uma estética forte (figura 10), despreocupada em parecer - ou ser - confortável ou fácil, o design brutalista virou uma tendência expressiva e honesta ao experimentalismo. O seu uso, totalmente ousado, tem como resultado uma expressividade singular, provocativa e corajosa.

11 — 5 — '17
19:00 — 00:00h
LE:EN Utrecht

Creative Show-off Utrecht

Register now!

ABOUT

Creative Show-off is een portfolio avond Utrechtse stijl. Onder het genot van een drankje met elkaar kennismaken en samen sparren over het vak. Geen fancy grootspraak, maar relaxte gesprekken met inhoud. Een ontspannen sfeer en feestelijke setting maken de avond compleet. De eerste editie vond plaats op 7 april 2016 en was een groot succes. Bekijk de [aftermovie](#) en [foto's](#) van vorig jaar.

De aankomende editie van Creative Show-off is op 11 mei 2017. Wil je ook speeddaten met Utrechtse bureaus en met een professional over jouw werk sparren? [Meld je nog snel aan!](#)

VOOR WIE IS CREATIVE SHOW-OFF?

Studenten van alle creatieve opleidingen (vanuit heel NL) + net afgestudeerden
+ startende freelancers of zzp'ers.

Alle creatieve disciplines zijn welkom: digital design, graphic design, interaction

Figura 10. Layout de design não convencional e brutalista, site Utrecht.

Assim, é possível estabelecer uma relação entre o movimento e personagens retratados no documentário. Desde o começo do filme início, Paris Is Burning insere o espectador em um mundo de pessoas consideradas anormais pela sociedade cisgênera da época. As personas de Paris Is Burning (1990) rompem a barreira da conformabilidade e do gênero como brutalismo rompeu com a estética limpa e igualitária do Modernismo, tornando possível traçar um paralelo entre os elementos do presente projeto.

2.2.3. Antidesign

O Antidesign surgiu em meados de 1960, e assim como o Brutalismo, o contramovimento propunha novas ideias e construções visuais, contrárias ao design estruturado e normativo da época. É uma outra vertente do design conceitual que pode ser aplicada a projetos gráficos. O movimento experimentalista trazia uma liberdade aos designers e arquitetos em um período que a norma se estabelecia como uma regra estética nos projetos.

Hoje vejo o design mais como um gesto cultural no sentido antropológico do que um gesto racionalista e tecnológico (...) o design tornou-se um ato linguístico; começa a comunicar coisas que não se limitam aos mecanismos técnicos.” (SOTTSASS apud MORAES, 2008 p. 58)

Segundo Moran (2017), essa vertente como seu próprio nome já diz, vai ao contrário do design comportado e regrado por grids e ideias socialmente aceitas. Ao busca o estranho por reproduzir elementos não somente como são, mas também de forma diferente, suas obras podem ser confundidas como brutalistas. Consequentemente, é possível comparar o antidesign ao design conceitual, devido a sua expressividade estética e por também prezar pela reflexão.

2.3. Design da Informação

São várias as definições para design da informação e todas elas buscam o mesmo princípio comum: a comunicação de informações de forma eficaz e eficiente. Para Shedroff (2000), os esses princípios do design da informação tiveram origem no design gráfico e editorial, uma subárea que consiste em compreender a apresentação de informações visuais de forma mais clara possível para atingir seu objetivo final: a comunicação. Segundo o autor, o

design da informação ainda organiza os dados, confere a eles um sentido, assim orientando sua disposição no espaço. Uma outra definição é a de Jacobson, 1999:

Design da informação é definido como arte e ciência de preparar para que possa ser utilizada por seres humanos com eficiência e eficácia. Design da informação significa comunicação por palavras, imagens, tabelas, gráficos, mapas e desenhos, por meios convencionais ou digitais. (JACOBSON, 1999, p. 84).

A Sociedade Brasileira de Design da Informação, aponta a seguinte definição:

Uma área do design gráfico que objetiva equacionar aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos que envolvem os sistemas de informação através da contextualização, planejamento, produção e interface gráfica da informação junto ao seu público alvo. Seu princípio básico é o de otimizar o processo de aquisição da informação efetivado nos sistemas de comunicação analógicos e digitais (SBDI, 2010).

Um ponto em comum entre as definições é que todas, configuram o design da informação como um princípio organizador. Para o projeto em questão, devida a expressividade e complexidade dos assuntos retratados em Paris Is Burning é necessário que a mensagem visual chegue de forma clara no leitor, transmita seu significado e favoreça reflexão. Além do mais, os princípios do design da informação devem ser empregues em um projeto que é orientado pela desconstrução estética do design conceitual, brutalismo, grunge entre outros.

Portanto, mesmo que o leitor tenha de se esforçar para entender determinados significados do objeto final, o design da informação deve tornar esse processo mais simples, reduzindo o esforço cognitivo que o mesmo terá de utilizar. Mesmo que transgrida regras convencionais de organização, sua finalidade deve ser aplicada na hierarquização e estruturação dos elementos nas páginas, desde que seu objetivo final seja contemplado.

Segundo Bonsiepe (1999), com o design da informação, o conteúdo é visualizado por meio da seleção, ordenamento, hierarquização, conexões e distinções visuais que permitem uma ação eficaz, sem que seja definido o meio em que tais conteúdos são disponibilizados. O autor ainda elenca algumas das possíveis áreas de atuação: projeto de interfaces, imagens médicas, diagramas e manuais, mapas e planos de orientação digitais, design de informação para crianças, design de informação para televisão, gerenciamento de informações, entre outros.

2.4. Design Editorial

O design funciona com o intuito de dar forma material para conceitos, uma atividade de mediação que historicamente sempre esteve ligada ao princípio de adequar os objetos a seu

propósito (CARDOSO, 2000). Segundo Villas-Boas (2007), sob o ponto de vista conceitual, esse campo é definido como “uma atividade de ordenação projetual de elementos visuais textuais ou não, com fins expressivos para a reprodução por meio gráfico incluindo a ilustração, a criação, e a ordenação tipográfica, a diagramação, a fotografia e outros elementos visuais.” Ainda mais, o autor conclui que um projeto gráfico é a combinação desses elementos:

Um produto de design gráfico, portanto, reúne esses elementos estético-formais ordenados numa perspectiva projetual e é realizado para reprodução, é reproduzível e é efetivamente reproduzido a partir de um original (ainda que virtual). Do contrário, é uma peça única circunscrita ao campo da arte, como o manuscrito medieval, por exemplo (VILLAS-BOAS, 2007, p.31-32).

Enquanto especialidade do design, a área editorial é um exemplo no qual acontece a reunião desses elementos. Responsável pela projeção de livros, revistas, jornais e outras peças que prezam pelo propósito informativo, o vínculo desses produtos com a área é estabelecido em um primeiro momento através da cultura letrada. O texto verbal costuma ser o elemento predominante, ainda que ocorra ao longo da história impressos sem palavras, obras fundadas em imagens, com recursos visuais. Conseqüentemente, a tipografia e a diagramação, são elementos os quais podem ser aplicados tanto em mensagens visuais quanto textuais, de modo a cumprir um objetivo mediador na apresentação do assunto, conferindo hierarquia e legibilidade para a organização gráfica (GRUSZYNSKI, 2008).

Para complementar, uma das tarefas do design editorial é projetar o conteúdo de forma com que ele propicie experiências na prática de leitura (CHARTIER, 1996), assim como Paris Is Burning proporcionar uma experiência para quem assiste o filme e isso, deve ser reproduzido. Para a produção de um livro de edição comemorativa, alguns elementos da área são conhecimentos essenciais para orientar a criação do projeto gráfico e atingir um de seus objetivos: a expressividade. Entre eles tem-se a diagramação, a qual é realizada através do grid, a tipografia e as imagens utilizadas.

2.4.1. Diagramação

Projetos gráficos envolvem a solução de problemas de organização visual. Como princípio do design da informação, os elementos do conteúdo precisam ser posicionados da melhor forma ao longo do espaço. Para Samara (2007) o grid propõe ordem de sistematização

ao layout e confere maior legibilidade ao projeto. Por ser uma subdivisão do espaço, este é sempre derivado das dimensões da página.

Além de alinhar elementos tipográficos e visuais, estabelece proporções e hierarquias que dirigem tanto a produção quanto a leitura da página. Normalmente a diagramação pode ser feita através de diferentes usos do grid. Para Samara (2007):

Um grid consiste num conjunto específico de relações de alinhamento que funcionam como guias para a distribuição dos elementos num formato. Todo grid possui as mesmas partes básicas, por mais complexo que seja. Cada parte desempenha uma função específica; as partes podem ser combinadas segundo a necessidade, ou omitidas da estrutura geral a critério do designer, conforme elas atendam ou não às exigências informativas do conteúdo. (SAMARA, 2007, p.24)

O grid é também um aliado da sistematização quando pessoas diferentes trabalham no mesmo projeto sem que as qualidades visuais sejam comprometidas. E, de acordo com Ambrose e Harris (2009) deve ser visto como algo flexível e maleável. Seu princípio básico é estabelecer linhas de guia na página sobre as quais será distribuído o layout: margens, colunas, espaços entre as colunas e módulos servirão para auxiliar na disposição dos elementos.

Pode ser classificado de quatro formas: retangular, de coluna, modular ou hierárquico, e varia de acordo com as necessidades do designer (SAMARA, 2007).

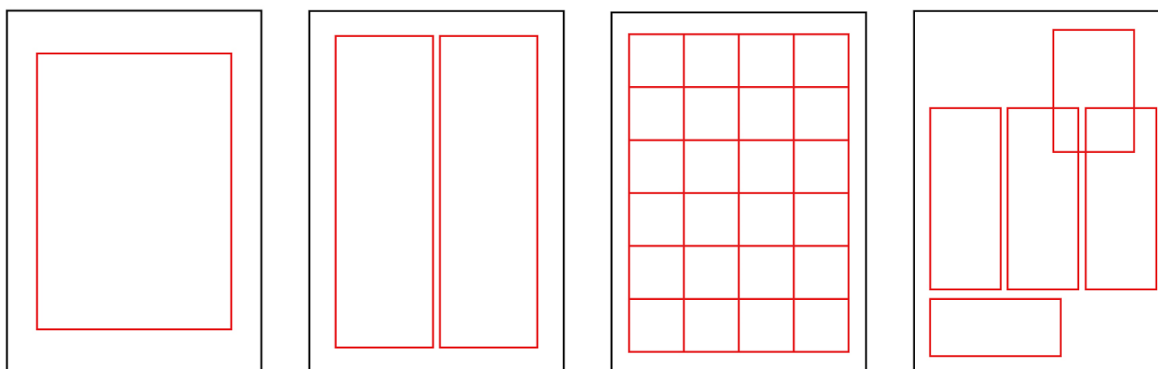


Figura 13. Da esquerda para a direita, os tipos de grid: retangular, de coluna, modular e hierárquico.

2.4.2. Tipografia

A escolha da tipografia em um projeto gráfico é uma base essencial do design editorial e influencia na legibilidade, hierarquia e clareza do projeto. Varia de acordo com o conteúdo do livro, público-alvo ou contexto histórico e, para que seja feita corretamente, requer um

conhecimento básico das opções existentes e de como elas funcionam ao serem aplicadas. Não existe orientação que aponte a escolha certa de uma tipografia, o que vale nesse processo para embasar a alternativa selecionada é a pesquisa entre semelhantes e o objetivo a que se pretende atingir. (HASLAM, 2010)

O conhecimento do designer é o princípio que regulamente a tipografia quanto ao tratamento e manipulação que pode estar sujeita. O contraste entre as formas e tamanhos das letras é o que irá apresentar a informação, hierarquiza-la ou então transmitir determinada uma ideia. Segundo Hurlburt:

A tipografia sempre foi o principal elemento da página impressa. Hoje em dia, sob o peso crescente de uma saturação visual e consequente ênfase em relação aos conceitos verbais, a tipografia atinge seu ponto de mais alta prioridade no mundo do design. Isso não impede, todavia, que um surpreendente número de designers gráficos encare a tipografia como um mal necessário, havendo mesmo muitos layouts onde as palavras ocupam claramente um segundo plano. (HURLBURT, 2002, p. 98)

Na área editorial, o termo ‘texto’ define a sequência contínua de palavras que formam o conteúdo. O bloco principal é chamado de ‘mancha’ e, é geralmente onde se concentra a maior parte da informação a ser transmitida. A tipografia auxilia o leitor a navegar com clareza por essas partes do conteúdo. (LUPTON,2012).

Ainda mais, conjuntos de tipografias são definidas pelo termo ‘família’. Essas por sua vez, quando completas, incluem tipos maiúsculos e minúsculos, marcas de acentuação, algarismos, pontuação e símbolos além de variações das fontes, ou seja, pesos diferentes (romana, itálico e negrito), importantes para a hierarquização e divisão das informações.

Para Samara (2011), uma mesma obra ainda pode trazer combinações de fontes para apresentar uma ideia ou então servir de parâmetro para diferenciação entre seções (títulos, subtítulos, legendas, etc.). É necessário que haja um contraste estilístico entre elas, para que sejam diferenciadas facilmente. Um exemplo é o uso simultâneo de uma fonte serifada clássica contrastando com uma fonte sem serifa contemporânea, segundo a autora, tal escolha transmite credibilidade, confiança e tradição. Entretanto, ao utilizar uma variedade de fontes é preciso ter cuidado, isso porque em excesso pode causar confusão para o leitor.

Cada fonte possui suas próprias características, e além de serem escolhidas para manchas de texto, também podem ser utilizadas como forma de comunicação em composições visuais. É importante que sua escolha esteja adequada com a finalidade do projeto, dessa forma, será um meio de reforçar sua essência e identidade.

2.4.2. Imagens

Segundo White (2006), imagens atraem a atenção, despertam curiosidade e introduzem o leitor na publicação. Com elas é possível transmitir rapidamente emoções além de permitir para o receptor interpretações e reflexões de formas diferentes. A maior parte das publicações usam imagens como um complemento ao conteúdo escrito e seu uso proporciona às páginas grande contraste ao lado de manchas textuais.

Em uma publicação, podem haver fotografias, ilustrações ou grafismos que ofereçam ligação com as informações do texto corrido. Além desses dois tipos há imagens que são formadas a partir de composições tipográficas. No design conceitual, uma tendência atual de experimentalismo como discutido no tópico 2.2.1, muitas composições conceituais utilizam de tipos para transmitir uma mensagem. Esses recursos visuais também ajudam a tornar a publicação mais consistente.

O contraste entre imagens causa um efeito ainda mais dinâmico que o contraste entre cores e tipografias (HURLBURT, 2002). É possível realizar seu uso de diversas formas para atribuir destaque a um elemento desejado. Imagens pequenas juntas em um mesmo bloco, ou mosaico, causam um impacto maior do que espalhá-las pela página. Sua posição também deve ser relacionada a direção com que deve ser lida (WHITE, 2006).

3. DESENVOLVIMENTO

Após o levantamento teórico, a continuidade do projeto segue a partir da apresentação do desenvolvimento. Segundo a metodologia de Passos (2014), o processo de desenvolvimento do projeto consiste em três macro etapas, divididas em delimitação do objeto, conhecimento do objeto e desenvolvimento do objeto.

3.1 Delimitação do Objeto

Para iniciar as etapas da metodologia metodológico, ao delimitar as do projeto é possível determinar quais serão seus principais objetivos e assim, alcançar sua função da forma eficiente possível.

3.1.1. Briefing

Com foco no problema inicial, a criação de um livro comemorativo dos 30 anos do documentário Paris is Burning, o briefing estrutura-se a partir do desdobramento do problema (MUNARI, 2007). Pode-se entendê-lo como um resumo da situação do projeto e, para orientar o trabalho a ser desenvolvido, parte das necessidades do designer. Quanto tem-se a criação de um projeto gráfico é preciso determinar o público, descobrir seus interesses, qual o formato mais adequado para ele e o que o atrai visualmente. As ideias de realização do produto final bem como seus possíveis materiais são idealizadas a partir da reunião de informações obtidas.

Segundo Phillips (2008) não há uma fórmula única e universal para o briefing, logo, é inviável limitar esse processo a uma sequência de perguntas fixas. Deve-se permitir que cada designer adeque seu formato de acordo com o tipo de trabalho a ser desenvolvido, seja design de produto, gráfico, web, embalagens entre outros.

Sendo assim, o modelo de briefing adotado segue questionamentos para compreender os objetivos do projeto, os quais foram feitos de forma cautelosa para que não limitem a liberdade e a criatividade. Como resultado, trouxe informações de como a publicação deveria ser, qual o seu público alvo e em qual contexto está inserida. Ainda mais, para auxiliar nesse direcionamento, também foram definidos adjetivos que possivelmente caracterizariam o produto final, como indica Samara (2011). A lista de especificações referentes a essa etapa está expressa a seguir:

BRIEFING

Natureza do projeto: Projeto gráfico de design experimental para um livro comemorativo;

Contexto: 30 anos desde a publicação de Paris is Burning, documentário que apresentou a cultura *queer*, até então marginalizada, para a massa popular;

Objetivo: Desenvolvimento de um projeto gráfico editorial que proponha uma reflexão sobre a cultura *queer* apresentada em Paris is Burning;

Resultado desejado: Um livro comemorativo com conceitos relacionados a estética e as ideias dissertadas em Paris Is Burning;

Características do projeto: Ousado, criativo, instigante, prático e informativo;

Público Alvo: Jovens, profissionais/estudantes de diversas áreas, com hábitos de leitura e interessados na cultura LGBTQIA+. Sempre conectado à internet de olho nas inovações do mercado, investe dinheiro em conhecimento e experiências novas.

3.2 Conhecimento do Objeto

Dada a orientação inicial de assuntos que tangenciam o projeto a partir dos fundamentos teóricos e das necessidades do designer, este tópico visa reunir conhecimento e análises sobre o meio que o objeto está inserido de modo a estabelecer uma lista de requisitos formais, funcionais e conceituais. Seguindo a metodologia, para formular esta listagem serão utilizados estudos dos fundamentos da linguagem visual, de usuários, de similares e de materiais e tecnologias.

3.2.1. Linguagem Visual

Como parte da abordagem metodológica, para o desenvolvimento prático faz-se necessário abordar questões de linguagem visual. No cotidiano, grande parte dos estímulos e experiências que estamos expostos partem da visão. Assim, de acordo com Bruno Munari (1998) tudo isso que os olhos podem ver e interpretar é considerado comunicação visual.

Ao longo da história, a comunicação visual nem sempre foi considerada o principal meio de transmissão de informações. Para Flusser (2007) e Dondis (2007), do início da Idade

Média até a II Guerra Mundial, a sociedade orientou a difusão e armazenamento do conhecimento à linguagem verbal assim, “o alfabetismo verbal universal foi considerado essencial, mas a inteligência visual foi amplamente ignorada” (DONDIS, 2007, p. 26). Com o surgimento de métodos para a impressão da escrita, houve uma preferência pela informação em textos e, conseqüentemente, uma associação do uso de imagens a expressões artísticas.

Devido a popularização de meios visuais como a fotografia, televisão e o cinema, a linguagem não-verbal passa a ser valorizada e incluída na produção e transmissão de cultura e conhecimento. Dondis (2007) afirma que a criação de composições é também uma forma da autora controlar a ressignificação de uma mensagem visual por parte do leitor.

Neste contexto de artefatos de comunicação visual, encontra-se o livro, objeto de estudo do presente trabalho. Sua definição segundo o Dicionário Aurélio é uma “coleção de folhas de papel, impressas ou não, reunidas em cadernos cujos dorsos são unidos por meio de cola, costura etc., formando um volume que se recobre com capa resistente.”; “obra de cunho literário, artístico, científico, etc.”. Uma outra definição parte da UNESCO, a qual explica o livro como “um impresso não periódico que agrupa num só volume mais de 49 páginas, excluídas as capas. Quando menos, chama-se opúsculo ou folheto; quando formado de mais um volume, rotula-se de obra.” (SATUÉ, 2004, p.17).

Diferentemente do caráter periódico, noticiário e jornalista de uma revista (MARTINS, 2008, p.40) e da organização do conteúdo de forma alfabética ou numérica como é comum em catálogos, o livro confere liberdade criativa ao não limitar regras à produção do seu conteúdo. Além de ser visto como objeto de estudo, fornecedor de conhecimento e criador de aprendizagem e cultura, pode ser considerado um objeto de arte, no qual a visualidade é parte do contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2007). Segundo Walker (2000), as características intrínsecas a um belo livro no seu “aspecto material, conteúdo literário à parte, dependem de três coisas: primeiro, o papel; segundo, o tipo e sua disposição; e terceiro, suas ilustrações, se requeridas como suplemento do texto”.

Para Walker, um livro visualmente satisfatório possui páginas que são coerentes uma em relação à outra e ilustrações que podem ser produzidas ou impressas através do método que seja mais fiel aos conceitos do livro. Assim, as páginas tornam-se agradáveis de olhar e o livro será admirado como um todo.

Em uma análise visual da estrutura física desse objeto percebe-se que suas características de composição variam de acordo com diversas possibilidades, conforme as

necessidades do autor. Podem se diferenciar quanto a suas dimensões, tipo de encadernação e de material utilizado, disposição de grid, uso de tipografia e de imagens, entre outros.

Parte da comunicação visual de um livro se estabelece a partir do uso de grids. Com esse elemento, é possível orientar a direção que o olhar do leitor seguirá. Seu uso está ligado a diagramação, como discutido anteriormente no tópico 2.4.1.

Princípio significativo do design editorial, a tipografia utilizada também tem sua importância na construção de uma composição. Segundo Ostrower (1997), pode-se traduzir como uma expressão do pensamento, da técnica verbal e da não-verbal e que, por associações geométricas e imagens gráficas, consegue expressar sentimentos e anseios pretendidos pelo autor. Além do mais, seu uso não está limitado apenas à mancha textual da obra, já que faz parte de construções visuais gráficas dentro do design, conferindo ritmo e movimento que pode ser ligado, em um sentido amplo, ao significado de teoria da Gestalt: uma interação de “partes” em oposição a soma do “todo”.

As técnicas gráficas para uma composição visual devem ser utilizadas com foco na mensagem construída para obter resultados satisfatórios. Assim, a tipografia varia de acordo com o conteúdo do livro, público-alvo, contexto histórico entre outros, podendo ser manipulada com estímulos visuais das mãos de um designer para expressar determinada ideia. Para Zappaterra (2014, p.173) "Qualquer publicação deve criar uma experiência agradável, acessível e adequada para seu leitor, e uma grande parte disso é determinada pelo uso da tipografia”.

3.2.2. Estudo dos Usuários

De modo a dar continuidade ao levantamento e análise de informações sobre o produto e o nicho em que ele se encontra, foi realizada uma pesquisa de público-alvo. O intuito é criar um perfil do leitor, mapeando suas preferências quanto a aparência de um livro, hábitos de leitura e sua opinião sobre o tema de cultura *queer* e LGBTQIA +.

Segundo Passos (2014), para o estudo dos usuários foram elaborados dois questionários, sendo um quantitativo e o outro qualitativo. O primeiro (APÊNDICE I), refere-se a questões de respostas mais objetivas, utilizadas para determinar características diretas do público, obter dados comportamentais e medir as reincidências das informações. Já o questionário qualitativo (APÊNDICE II) coleta dados para descrever o tema a partir de opiniões e pontos de vista pessoais. Ambas as pesquisas foram realizadas através de formulários do

Google. Baseados nos dados coletados no questionário quantitativo, determinou-se o seguinte perfil de público:

- Público masculino e feminino;
- Idade entre 19 e 25 anos;
- Se identifica em grande parte como mulheres e homens cisgêneros mas há presente todas as identidades de gênero, quanto à orientação sexual, majoritariamente heterossexuais e homossexuais;
- Consome livros frequentemente, mas somente às vezes adquirem sua cópia física;
- Costuma ler livros em casa, na cama, em sofás ou poltronas;
- Se importa bastante com o conteúdo e com o design da capa dos livros, o material utilizado para sua fabricação e seu caráter de exclusividade também são pontos importantes;
- Apesar de não possuir livros sobre temática *queer* e LGBTQIA+, consideram importante a existência de publicações voltadas para o tema;
- Comprariam um livro de temática *queer* e LGBTQIA+ caso o conteúdo fosse de seu interesse ou o design fosse atrativo;
- Acredita que já teve contato com publicações cujo design fosse considerado conceitual e comprariam um livro do tipo caso o design de capa fosse diferenciado ou então o tema fosse de seu interesse;
- Elementos de design como: ilustrações, tipografia, paleta cromática e tipo de papel também são fatores que influenciam na compra de um livro.

Na pesquisa qualitativa, os entrevistados afirmaram que ao adquirir a cópia impressa de um livro, este por sua vez também pode tornar-se um artigo de decoração em estantes de quartos ou salas. Edições comemorativas por geralmente possuírem acabamentos mais trabalhados e utilizarem material de qualidade superior aos comuns, foram apontados como os preferidos para usos decorativos. Alguns afirmam que livros de capa dura são mais fáceis de manusear e dizem que a presença de orelhas dos livros atrapalha na hora da leitura. Além disso, preferem livros que permitam grande ângulo de abertura das páginas. Apontam a temática *queer* e LGBTQIA+ como um tema fundamental a ser discutido para desconstruir preconceitos e informar sobre cultura e acontecimentos históricos dessa comunidade.

Ainda interpretando os resultados do estudo de usuários, é possível perceber que mesmo apesar de julgarem importante publicações voltadas para a temática *queer* e LGBTQIA+, no mercado editorial não há obras atrativas o suficiente que convencem o público a comprá-las. Mais da metade dos entrevistados não conhecem nenhuma publicação que trate de arte e cultura do nicho, colocando em evidência que sua presença não é muito conhecida.

3.2.3. Estudo de Similares

Para concluir a etapa de estudo de similares utilizou-se da análise paramétrica, uma importante ferramenta para avaliar os produtos disponíveis no mercado, considerando seus aspectos mutáveis de design, entre eles: materiais utilizados, processos de acabamento e fabricação, utilização das cores, aplicação de conteúdo e outros.

Com resultados obtidos do estudo entre usuários, é possível comprovar certa dificuldade em selecionar produtos similares com este projeto, já que no mercado, não há obras reconhecidas pelo público sobre essa temática. Para a aplicação da análise, foram selecionadas obras de edição comemorativas ou então, obras com temáticas relacionadas ao tema deste trabalho, enumerando-as temos:

- We Are Everywhere: A Visual Guide to the History of Queer Liberation, por Leighton Brown;
- Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban: Edição Comemorativa Grifinória, por J.K. Rowling;
- A Queer History of the United States for Young People, por Michael Bronski;
- Laranja Mecânica: Edição Comemorativa de 50 anos, por Anthony Burgess.

Nesta etapa, a comparação de parâmetros estabelecidos entre os produtos similares ocorre por meio da estruturação de uma tabela. Levando em consideração elementos de composição e elementos gráficos, foram estabelecidos critérios para serem analisados. A sistematização dos parâmetros, suas variáveis e o resultado da análise estão expressos a seguir (Tabela 01):

		SIMILARES ANALISADOS			
PARÂMETROS	VARIÁVEIS	01	02	03	04
Capa	Material	Papel Supremo 300g/m ²	X	Papel Couchê 200 g/m ²	X
	Encadernação	Capa Dura	Capa Dura	Capa Comum	Capa Dura

	Acabamento	Lombada	Lombada	Lombada	Lombada + Corte Especial
	Cores	Preto e Branco, Cores do arco íris	Preto, Vermelho e Amarelo	Laranja, Rosa e Amarelo	Laranja, Preto e Branco
	Tipografia	Geométrica	Fantasia	Grotesca	Display
Miolo	Material	Papel Couchê	Papel Pólen	Papel Pólen	Papel Couchê
	Cor (material)	Branca	Amarelada / Envelhecida	Amarelada	Branca / Laranja
	Tipo de Linguagem	Visual	Verbal	Verbal	Verbal
Imagens	Ilustrações	Não	Sim	Sim	Sim
	Fotografias	Sim	Não	não	Não
	Composições	Sim	Sim	não	Sim

3.2.4. Materiais e Tecnologias

Tratando de produtos singulares do design editorial, um dos elementos mais importantes a ser definido é o papel utilizado, já que ele influencia diretamente na impressão do conteúdo e na aparência do produto. Sua escolha confere características ao objeto final, dependendo de qual seja, pode agregar valor se for um papel de qualidade que permite a reprodução fiel do conteúdo a ser impresso ou então o contrário. É preciso levar em consideração que o formato de apresentação do livro, material escolhido e seus acabamentos ajudam a convencer o usuário na hora de comprar a versão física.

Segundo Zappaterra (2014, p.170) “A escolha do papel é vital para o tato, tom, o estilo e a aparência de uma publicação, pois afeta seu modo de expressão e a reprodução de seu conteúdo.” De forma a classificá-los, existem duas categorias: o papel revestido, de superfície lisa e às vezes brilhante e o não revestido (LUPTON, 2011 p.125). No mercado editorial, o mais utilizado para a produção de livros é o papel Pólen, de textura levemente áspera e coloração amarelada, sua vantagem é tornar a leitura mais confortável pois devido a sua coloração, não reflete a luz.

Entretanto, esse tipo de papel não favorece a impressão de imagens e fotografias e, visto que o projeto tem como foco a linguagem visual, foi estudado como alternativa ao uso do Pólen, o papel Couchê. Esse por sua vez possui uma camada de revestimento que possibilita uma impressão nítida de imagens e alta qualidade na reprodução das cores. Seu custo-benefício é um dos melhores e também oferece ampla variedade de gramaturas.

Edições comemorativas de livros geralmente apresentam capa dura, característica que atribui ao projeto sofisticação e o diferencia dos demais no mercado editorial. Na maioria das vezes, para fazer a capa desses produtos, é utilizado o papel Paraná, material que confere alta resistência. A impressão não é realizada diretamente em sua superfície, sendo primeiramente feita em uma folha de papel Couchê a qual por sua vez é empastada com cola branca e aplicada sobre o papel Paraná de forma com que fique a superfície fique perfeitamente lisa.

Segundo Lupton (2011), para a escolha final do papel a ser utilizado, deve-se realizar testes de impressão antes da impressão final. O teste pode colocar em evidência problemas não previstos e questionamentos a respeito da seleção do material, além de apresentar uma prévia do modelo, permitindo a visualização de como os materiais do miolo e capa do livro funcionam juntos a fim de antecipar o resultado e sua interatividade com o leitor.

Após o processo de impressão, para garantir a qualidade ergonômica de manuseio do produto final, buscou-se técnicas de encadernação condizentes ao objetivo do projeto.

A técnica de encadernação com capa dura é adequada para livros que necessitam de apresentação sofisticada. Nesse tipo, a lombada com forma quadrada pode ter o miolo fixado com colas específicas e industriais ou então a partir da costura. É um sistema que garante resistência e facilidade de uso para obras com grandes volumes de páginas.

Por fim, outro aspecto examinado é o método de impressão. Segundo Lupton (2011, p.124) há duas maneiras: a impressão sob demanda e a convencional. A primeira é voltada para quem “não pode arcar com o custo de imprimir grande tiragem de uma só vez. (...) O custo unitário será muito mais alto que aquele de um livro produzido em grande qualidade, porém você não precisará de muito capital para iniciar.” Já a convencional é voltada para produção em grande escala. Os diferentes tipos de impressão mencionados pela autora são:

- Offset: Tipo de impressão mais conhecido no mercado e ideal para materiais que tendem a exigir altas tiragens, mantendo alta qualidade de impressão.
- Impressoras a jato de tinta: Um tipo de impressão mais prático, oferece uma impressão de qualidade média com custo baixo.
- Impressoras a laser: A impressão laser dispensa qualquer tipo de tinta, mesmo assim o resultado é de qualidade e semelhante ao de outros tipos de impressão.

3.2.5. Definição dos Requisitos

A etapa de conhecimento do objeto se encerra com a definição dos requisitos a serem efetivados ao longo do desenvolvimento do projeto. Composta a partir do briefing, da coleta e análise de dados, a lista a seguir está relacionada à funcionalidade, formalidade e simbolismo do produto final deste projeto e tem a finalidade de ser utilizada como direcionamento para as escolhas. Compõe os requisitos que tem por fim o conhecimento da solução dos problemas.

Requisitos Funcionais:

- Tipografia com alta legibilidade, para focos de leitura funcional: combinações entre fontes e pesos diferentes para hierarquizar informações, representar determinada ideia ou servir como parâmetro de diferenciação entre seções;
- Mancha gráfica, composições visuais e grafismos com alta leiturabilidade, de forma a facilitar a absorção da mensagem quando há a intenção de transmiti-lá;
- Uso de papéis com gramatura máxima de 100g/m² para páginas do miolo, com a intenção de facilitar o manuseio do livro. Uso de papéis com gramatura superior a 300 g/m² para confecção da capa com a finalidade de conferir resistência e durabilidade;
- Formato retangular do produto para facilitar o manuseio, já que de acordo com as pesquisas a leitura deve ocorrer em casa, principalmente na cama, em poltronas ou sofás;
- Utilização de um grid flexível de linhas e colunas, para orientar a organização dos elementos e composições além de definir tamanho de margem e espaçamentos;
- Alto contraste entre a separação de capítulos e/ou seções do livro, podendo ser utilizados como artifícios para isso diferentes cores, grids e escala entre os elementos;
- Alto contraste entre composições e textos para conferir a leiturabilidade adequada;
- Uso de cores para definir a marcação entre elementos e conferir identidade ao projeto.

Requisitos Formais:

- Informar e promover reflexão sobre cultura *queer* e outros aspectos presentes em Paris Is Burning;
- Presença de imagens (grafismos, ilustrações ou fotografias) que contribuam com a narrativa do livro e reforcem seu conceito;

- O design conceitual, abordagem escolhida, deve estar presente através de composições visuais feitas a partir de experimentações tipográficas, entre grafismos, imagens, etc;
- Uso de uma identidade visual similar daquela apresentada em *Paris Is Burning*: estética underground, que remete a singularidade dos corpos ao retratar a beleza que há na vida de grupos marginalizados;
- Elementos estéticos que remetam ao brutalismo, grunge e ao design conceitual: ruídos e sujeiras visuais, sobreposição de elementos, assimetrias e texturas;
- A paleta cromática deve formar uma combinação harmônica com o preto e branco;
- As variações de tipografias usadas em composições e para manchas textuais não são limitadas, podem também vir acompanhadas ou não por grafismos orgânicos ou geométricas;

Requisitos Conceituais:

- Enfatizar conceitos de ousadia, criatividade e dinamicidade;
- Priorizar composições visuais como forma de comunicação, o uso da linguagem verbal será feito de forma a complementar essas composições, logo, deve haver pouca quantidade de texto;
- Uso de conceitos relacionados aos apresentados em *Paris Is Burning*: o filme se manifesta contra a cisnormatização padrão da sociedade, expondo as singularidades de grupos marginalizados;
- Os elementos (composições, grafismos, tipografias, etc) presentes devem reforçar conceitos do projeto e também do filme;
- O conteúdo deve informar sobre a história da cena *ballroom* e da cultura *queer* retratada em *Paris Is Burning* ao promover reflexão sobre a importância do tema.

3.3 Desenvolvimento do Objeto

Com as informações obtidas durante as etapas de delimitação e conhecimento do objeto, a continuidade do projeto segue com a produção do livro comemorativo de 30 anos de *Paris Is Burning*. Essa etapa consiste no processo de geração, seleção e desenvolvimento de alternativas que atendam os requisitos estabelecidos anteriormente e por fim, na aplicação e validação do produto final.

3.3.1. Inventário de Conteúdo

Paris Is Burning é uma obra repleta de conhecimento e conceitos sobre o mundo dos *Ballrooms* e, principalmente, de histórias de vida contadas por pessoas que deixaram sua marca na cena do bairro de Harlem durante a época de 1980. Além do mais, é possível desdobrar os assuntos abordados pelo filme, anos antes e também depois do seu período de gravação, como foi apresentado no referencial teórico no decorrer do *tópico 2*.

Diante dessa grande quantidade de conteúdo e, de acordo com os requisitos conceituais, que orientam para composições visuais formadas por meio da linguagem não verbal, fez-se necessário uma seleção e tratamento das informações consideradas imprescindíveis para complementar a interpretação do leitor e assim, compor a mancha textual do livro. Ainda conforme os requisitos estabelecidos, a escolha dessas informações partiu do objetivo que o conteúdo possui: informar sobre a história e cultura *queer* presente na cena *Ballroom*. Isso sempre buscando aplicar princípios do design da informação, de modo a tratar todo o conteúdo através do design e mantendo alto grau de expressividade das informações.

Dessa forma, para compreender e favorecer a reflexão sobre o tema, o conteúdo foi segmentado em quatro partes, cada uma com títulos e conceitos diferentes, importantes para entender o surgimento, desenvolvimento e impacto que a cena *Ballroom* gerou na cultura *underground* e *mainstream*. Posteriormente a divisão, para integrar na parte textual, foram organizados de modo sucinto e direto, textos presentes em livros, reportagens e notícias. Algumas frases de grande impacto retiradas de Paris Is Burning também foram adicionadas ao conteúdo textual, para maior coesão e coerência ao produto final, bem como legendas explicativas e as imagens utilizadas.

Seguindo princípios do design da informação, a fim de tornar o conhecimento acessível, compreensível e atrativo, foram reunidos parágrafos e frases priorizando a eficiência da comunicação, obtendo assim um roteiro do conteúdo e também da parte textual a ser utilizado em cada parte do livro:

- **Parte 01: Paris Is Burning**
- **Parte 02: Contexto Histórico**
- **Parte 03: Cena Ballroom**
- **Parte 04: Impacto Cultural**



Figura 14. Painel Semântico de tipografias.

De forma a validar os requisitos levantados quanto ao uso de cores, o objetivo do último painel semântico (figura 15) foi de extrair uma grande variedade de cores possíveis para o projeto. Para isso, foram utilizadas imagens retiradas de cenas do filme e outras que possuíam relação direta com o tema abordado. Para a seleção, foram considerados os requisitos formais referentes às cores: uma paleta cromática de alto contraste, harmônica entre o preto e o branco.



Figura 15. Painel semântico de cores

- **Naming**

Para a escolha do nome do livro foram analisadas diversos termos e expressões comuns dentro da cena Ballroom além de frases de efeito presentes em *Paris Is Burning*. A obra também foi responsável por popularizar algumas dessas palavras dentro do vocabulário da comunidade LGBT e na cultura pop. O reality show "RuPaul 's Drag Race" e a série norte-americana "Pose" são os exemplos mais atuais de onde esses termos se mostram populares. Foram escolhidas palavras expressivas e de fácil memorização, conceitualmente relacionadas ao projeto do livro em questão. Entre os possíveis nomes analisados, tinha-se:

- Category Is
- 10's 10's 10's Across the Board
- Pure Realness
- Paris Is Still Burning
- Paris Is Burning: 30 yeas

Por se tratar de edição comemorativa dos 30 anos desde o lançamento do filme de Jennie Livingston, foi escolhida a opção "10's 10's 10's across the board" devido a sua alusão direta ao número trinta. Além disso, a expressão é muito utilizada em bailes de *vogue* do *Ballroom*. O ato de receber três "10's" dos jurados representa a nota máxima dentro da categoria, um indicativo de perfeição, sucesso e qualidade. Esse nome ainda segue requisitos importantes para um título de livro comemorativo: é marcante, facilmente recordado e reconhecido dentro da cultura *queer*, um dos públicos alvo do projeto.

- **Formato**

Dentro da indústria editorial, os livros são geralmente projetados em três formatos diferentes, sendo eles paisagem, retrato e quadrado (HASLAM, 2010). Com a análise paramétrica realizada entre diferentes livros comemorativos presentes no mercado, foi estabelecido como requisito um formato retrato retangular. Os similares apesar de tamanhos distintos tinham suas particularidades, sendo uma delas o tamanho A4 para compor as páginas do miolo um diferencial entre eles.

Sendo assim, em vista objetivo do projeto de ser chamativo e em concordância com o requisito de possuir dimensões ergonomicamente confortáveis e de fácil manuseio por parte do leitor, foi proposto as dimensões de uma folha A4 (297mmX210mm) para formar o tamanho das páginas do livro.

- **Tipografia**

Com base nos requisitos funcionais e na análise obtida com o painel semântico de tipos, foram selecionadas seis famílias tipográficas para serem utilizadas no projeto, sendo quatro opções para títulos ou textos especiais e outras duas sem serifa para textos corridos.

As tipografias sem serifa propostas para compor os textos de conteúdo são a Sequel Sans (figura 16) e a Pt Sans (figura 17). Ambas atendem aos requisitos funcionais, pois possuem alta legibilidade e variações de peso, possibilitando diferentes graus de hierarquia e contraste para as informações. Tratam-se de tipografias geométricas, com terminais quadrados, sendo diferenciadas pelo grau de modulação.



Figura 16 e Figura 17: Respectivamente, as tipografias Sequel Sans e Pt Sans.

As outras tipografias propostas para uso em títulos, composições visuais e outras finalidades, foram a Gosha Sans (figura X), Editorial New (figura X), Pt Serif (figura X) e Pantan Rust Black Base (figura X), a última sendo, dentre essas, a única não serifada.



No sentido horário, Figura 18, 19, 20 e 21: Respectivamente, as tipografias Gosha Sans, Editorial New, Pt Serif e Pantan Rust Black Base.

- **Cores**

Frente a grande escala cromática, consequência da análise do terceiro painel semântico criado (*Tópico 3.3.1*), foram selecionadas alternativas de cores marcantes e chamativas para serem utilizadas no projeto, entre elas, tons com alta saturação de vermelho, roxo, verde, laranja, amarelo e rosa. Tons mais fechados, como o vinho, azul escuro e marrom foram descartados por não conferir alto contraste com o preto, requisito estabelecido.

Considerando os requisitos formais referentes à paleta de cores, para o projeto era necessário o contraste e harmonização de cores quentes com preto e/ou branco. Além disso, as cores que configuram a paleta cromática desenvolvida (figura 22), também foram selecionadas para atender aos requisitos conceituais de ousadia, criatividade e dinamicidade.



Figura 22. Paleta cromática extraída do painel semântico de cores.

- **Tratamento de Imagens**

Paris Is Burning foi gravado e lançado durante uma época em que as mídias digitais e os equipamentos não possuíam a força e tecnologia dos dias de hoje, resultando em uma imagem de filmagem analógica, sem a alta definição necessária para projetos impressos. Os materiais de divulgação da obra são escassos e quando encontrados, não possuem qualidade de alto aproveitamento. Com isso, para ampliar as opções de imagens disponíveis para uso, foram utilizadas capturas de *frames* do filme, procurando sempre a máxima qualidade de resolução possível.

Em vista a inevitabilidade de empregar imagens, já que este trabalho prioriza composições visuais como a principal forma de comunicação, de modo a solucionar o segundo problema, sobre a qualidade de impressão, foi preciso sujeitar os conteúdos visuais a um processo de tratamento.

Para também seguir os requisitos formais de relações estéticas do projeto com o brutalismo, design conceitual entre outros, foi definido que todas as imagens seriam apresentadas com texturas similares a estética underground de Paris Is Burning, conferindo às imagens um ruído proposital, efeito que atribui qualidade de impressão, identidade ao projeto e ainda reforça a identidade visual fortemente presente na obra. Imagens extras do filme, quando utilizadas receberam o mesmo tratamento de edição para fortalecer essa identidade. Pode-se observar na figura 23 um exemplo de imagens antes e depois do processo de edição descrito.



Figura 23. Na esquerda, imagem retirada diretamente do filme, na direita, a mesma imagem após o processo de tratamento.

Ainda para fortalecer termos estéticos e conferir o alto contraste entre as seções do livro, demanda descrita nos requisitos funcionais, algumas imagens além de receber o tratamento acima, também foram aplicadas nas páginas com um efeito negativo, entre o branco ou preto e a respectiva cor da parte na qual está localizada. Na figura 24 a seguir, é possível identificar esse segundo de edição, utilizado de acordo com a seção do livro.



Figura 24. Edição de imagens com o efeito duotone.

3.3.2. Seleção de Alternativa

Diante das necessidades levantadas para o projeto, foram priorizadas dentre as alternativas soluções que integrassem ao livro finalidades do design conceitual, abordagem experimentalista que, de acordo com os requisitos, deve estar presente principalmente através das composições visuais. Como o projeto permite a utilização de diferentes famílias de fontes, dentre o repertório de tipografias elaborado, todas as opções de título foram selecionadas para integrar o livro. Entre as duas opções de famílias para o texto corrido, foi escolhida a fonte Sequel Sans pois, devido a sua alta modulação, proporciona melhor legibilidade com menos tamanhos de fonte.

Foi estabelecido um grid básico de colunas e linhas (figura 25), não para restringir a disposição dos elementos, mas para apenas auxiliar na organização dos mesmos. O grid também foi utilizado de modo a definir margens para as páginas de todo o projeto.

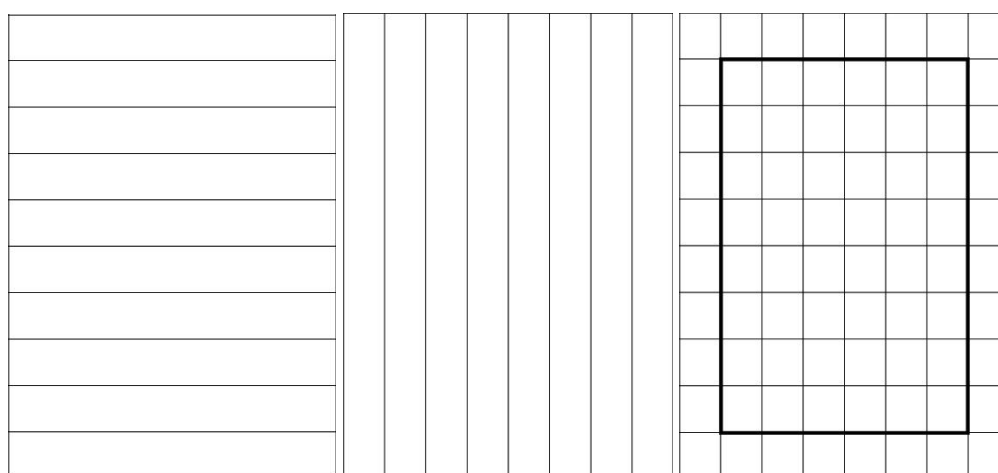


Figura 25. Grid estabelecido, do lado esquerdo, a divisão em 10 linhas, e no meio, 8 colunas. Na terceira imagem, a área compreendida para o conteúdo.

Em relação às cores, o objetivo foi criar uma paleta com quatro cores principais (figura 22), seguindo o princípio da divisão do conteúdo também em quatro partes. Cada cor, identificaria uma seção diferente fator que agrega na identidade visual do projeto, além de conferir para o leitor facilidade de identificar em qual momento do livro ele se encontra. Além disso, para cada cor principal foi atribuída uma cor secundária, sendo ela um tom mais escuro do que a original, com o intuito de ser utilizada em composições como uma cor auxiliar.

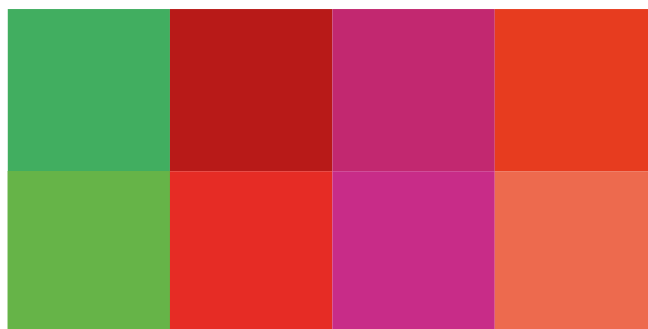


Figura 26. Paleta cromática extraída do painel semântico de cores.

3.3.3. Desenvolvimento de Alternativa

Dispondo da seleção de soluções para o uso de tipografias, imagens, cores, entre outras, continuidade do projeto se deu com o desenvolvimento das alternativas. Para atender requisitos formais e conceituais e também fortalecer a relação estética e conceitual do projeto com aspectos do filme, foi necessário abstrair de *Paris Is Burning* alguns de seus significados os quais seriam então reproduzidos nas páginas do livro.

A obra de Jennie Livingston é marcada por sua singularidade ao retratar de forma sensível os bailes de *drag queens* na periferia de Nova York. Projeta a cultura única, de uma minoria marginalizada para o grande público, apresentando a cena *Ballroom* a pessoas que antes alimentavam diversos julgamentos e preconceitos.

A comunidade representada é resiliente, criativa e inspiradora. Apesar de ser submetida a um sistema de opressão e de luta, encontra alegria através da paixão pela dança, pelo palco, e pelas incomparáveis competições de *voguing*. É também um mundo de desfiles, repleto de moda e glamour. As roupas são extravagantes, chamativas, coloridas e, mesmo com tristes relatos de homofobia, transfobia, racismo e pobreza, as cenas das obras conseguem irradiar a felicidade de estar presente em um desses bailes.

Através do desenvolvimento das páginas deste projeto editorial, seguindo os requisitos formais, o objetivo foi transmitir os conceitos e sentimentos apresentados no filme: singularidade dos corpos, dificuldade de imposição social, orgulho em ganhar as competições de *voguing*, a marginalização e preconceito que a comunidade sofria, o sentimento de família que encontravam nas *houses*, entre outros.

Ao mesmo tempo, o design conceitual deve ser utilizado como uma âncora para fazer essa retratação, de forma a manter uma alusão estética e ao design underground do filme. Composições tipográficas e imagens fora de ordem, e em escalas exageradas exercem essa

tarefa. A sobreposição entre elementos das páginas e desconstrução das manchas textuais simboliza uma relação entre o design conceitual e as concepções de Paris Is Burning.

3.3.4. Validação e Adequação

A validação do projeto foi feita por meio de testes de impressão. Para prevenir inicialmente falhas textuais e verificar a legibilidade de aplicações tipográficas, realizou-se uma prova impressa do arquivo em preto e branco. Erros observados como o tamanho da fonte para as legendas de imagens, início de parágrafos sem a capitulação estabelecida, erros gramaticais e inadequações no uso da grid foram solucionados. Ainda mais, em alguns casos a disposição de elementos ao decorrer da página também foram alteradas, a fim de manter maior harmonia entre elementos, expressividade das composições ou então direcionar para o leitor a ordem correta de leitura.

Por fim, após essas correções pontuais, para incluir na etapa de validação noções de contraste entre as cores e de qualidade da impressão final das imagens, foi impresso um segundo boneco utilizando o tipo de papel e gramatura adequada para a impressão do produto final. Com o propósito de assegurar a qualidade de impressão, o papel escolhido foi o Couchê brilhoso. Também foi possível validar se as gramaturas estabelecidas nos requisitos funcionais proporcionam ao projeto as finalidades de manuseio necessárias. O contraste entre as cores se provou eficaz e o tipo de papel suficientemente ergonômico.

Feitas as alterações necessárias, o boneco final do objeto foi fotografado, a fim de ilustrar o resultado final obtido. Nas figuras 28 e 29 é possível contemplar respectivamente algumas páginas da impressão do boneco final. Para concluir, livro foi hospedado em um site de simulação digital, o resultado pode ser conferido na figura 27.



Figura 27: Acesso ao projeto gráfico.



Figura 28 e Figura 29: Fotos tiradas do produto final.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com um aprofundamento do tema abordado em *Paris Is Burning*, compreendendo ainda um breve contexto histórico da homossexualidade e os impactos a longo prazo da obra na cultura *mainstream*, o resultado da pesquisa gerada por esse projeto, que configura como conteúdo do objeto final, promove a reflexão sobre a cena *Ballroom* e toda cultura *queer* que a envolve, desenvolvida principalmente com a repressão sofrida pela comunidade LGBT. Resultado definido como requisito ainda durante a etapa de conhecimento do objetivo.

Além do mais, ao utilizar de uma abordagem do design para cumprir sua finalidade, o livro comemorativo consegue transmitir sentimentos e conceitos únicos presentes na obra, através de composições visuais que fogem do convencional, expondo uma própria singularidade. É excêntrico e extravagante, assim como os bailes e os competidores de *Paris Is Burning*.

Portanto, é possível dizer que este projeto cumpre um dos seus objetivos principais: apresentar ao mundo as particularidades e a importância da cultura *Ballroom* retratada no filme de Jennie Livingston. O design se prova como um meio de transmissão dos objetivos para o público. O projeto segue o escopo por meio da abordagem metodológica de Passos (2014), prosseguindo com seu desenvolvimento por meio das etapas definidas pelo método. Como resultado de toda a pesquisa realizada e de tudo que foi desenvolvido, é apresentado um boneco do projeto editorial, onde pode-se observar a execução do produto final. Esse por sua vez, um livro de edição especial comemorativa pelos 30 anos do lançamento de *Paris Is Burning*, distancia-se de um livro aos moldes tradicionais, já que seu foco não é enfatizar o conteúdo escrito e as suas composições buscam fugir de normas e padrões, assim como a comunidade dos *Ballrooms*.

6. REFERÊNCIAS

BAILEY, M.M. *Butch Queens Up in Pumps: Gender, Performance, and Ballroom Culture in Detroit*. Michigan: The University Of Michigan Press, 2013.

BUTLER, J. **Problemas de gênero. Feminismo e subversão de identidade**. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

BUTLER, J. **Gender is Burning: Questions of Appropriation and Subversion**. In: BUTLER, J. *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of Sex*. New York: Routledge, 1993. p. 121 – 143

BRITO, Fábio Leonardo Castelo Branco. “OS LEPROSOS DOS ANOS 80”, “CÂNCER GAY”, “CASTIGO DE DEUS”: Homossexualidade, AIDS e capturas sociais no Brasil dos anos 1980 e 1990. *Revista Observatório*, Palmas, v. 4, n. 1, p.751-778, jan. 2018. Disponível em: <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/3175>>. Acesso em: 23 de nov, 20

BONSIEPE, G. *Design, do material ao digital*. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007

FRUTIGER, A. **Sinais e símbolos. Desenho, projeto e significado**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

GRUSZYNSKI, A. C. **O Design Pós-moderno e as Vanguardas**. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4446/1/NP3GRUSZYNSKI.pdf>>. Acesso em 15 nov. 2020.

HASLAM, A. **O livro e o Designer II**. 2 ed. São Paulo: Editora Rosari, 2010

HLUTCHY, P. **The World of Voguing**. *Macleans's*. 13 Maio 1991: pg. 49. Disponível em: <<https://archive.macleans.ca/article/1991/5/13/the-world-of-voguing#!&pid=48>>. Acesso em 01 nov. 2020.

LAWRENCE, T. *Voguing and the Ballroom Scene of New York, 1989-92*. New York, Soul Jazz Books, 2011

LUPTON, E. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes**. 2ª revisão revista e ampliada. Tradução: André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

MARTEL, F. **Mainstream. A guerra global das mídias e das culturas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MISKOLCI, R. **A Teoria Queer e a Questão das Diferenças**: por uma analítica da normalização. In: CONGRESSO DE LEITURA DO BRASIL, (COLE) 16, 2007, Campinas. **Anais...** Campinas: ALB Associação de Leitura do Brasil, v.1. p. 1-19

Moran, K. (2017). **Brutalism and Antidesign**. Nielsen Norman Group. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/brutalism-antidesign/>>. Acesso em 09 out. 2020.

MUNARI, B. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

MUNARI, B. **Design e Comunicação Visual: Contribuição para uma metodologia didática**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

PASSOS, R. **Percursos do Projeto de Design**. In **Design, Arte e Tecnologia** São Paulo, Rosari, Universidade Anhembi Morumbi, PUC-Rio. 2008.

PETERS, M. **Pós-estruturalismo e filosofia da diferença**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

Rubio Hancock, J. (2014). **Satán es mi arquitecto: introducción al brutalismo**. Verne. Disponível em: <https://verne.elpais.com/verne/2014/10/09/articulo/1412826138_000156.html>. Acesso em 03 dez. 2020.

SAMARA, T. **Evolução do Design da teoria à prática.** Porto Alegre: Book-man, 2010.

_____. **Elementos do Design.** Guia de Estilo Gráfico. Porto Alegre: Bookman, 2010.

_____. **Guia de Tipografia.** Porto Alegre: Bookman, 2011.

_____. **Grid: construção e desconstrução.** São Paulo: Cosac Naify, 2007.

Suárez-Carballo, F. (2019). **The visual language of brutalist web design.** Doxa Comunicación, 28, pp. 111-131.

WHEELER, A. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas.** Porto Alegre: Bookman, 2012.

5. APÊNDICES

5.1. Apêndice I - Questionário Quantitativo

Questionário quantitativo:

O questionário abaixo foi desenvolvido para fazer parte de estudo em um trabalho de conclusão do curso de Design Gráfico da Universidade Federal de Goiás. Sua função dentro da metodologia do projeto é mapear o público-alvo, descobrindo sobre suas práticas e experiências de leitura, além de suas preferências ao comprar um livro.

As respostas são de caráter anônimo e serão usadas apenas no trabalho de conclusão. Agradecemos desde já a sua participação.

1. Qual sua faixa de idade?
menor de 18//entre 19 e 25//entre 26 e 30//entre 31 e 40 //41 ou mais
2. Qual sua identidade de gênero?
mulher cisgênera//homem cisgênero//mulher transexual/transgênera//homem transexual/transgênero//não-binário//prefiro não me classificar//prefiro não responder
3. Qual sua orientação sexual?
heterossexual//homossexual//bissexual//pansexual//assexual//outro//prefiro não me classificar//prefiro não responder
4. Quanto ao seu hábito de leitura, com que frequência você costuma ler?
sempre // frequentemente // às vezes // raramente
5. Onde você costuma ler livros?
em casa: cama, sofá, poltrona//ônibus/transporte público//cafeterias, livrarias//em qualquer lugar//outros _____
6. Tem o hábito de adquirir cópia física dos livros que lê?
nunca//raramente//às vezes//frequentemente//sempre
7. Dos elementos a seguir, avalie o quanto te influenciam na hora de adquirir uma cópia física de um livro, sendo 1 para pouco e 5 para muito:
capa: cor, fonte ilustrações//conteúdo//material: tipo de papel, acabamentos//presença de imagens//exclusividade: edição comemorativa, caráter de colecionador
8. Tem interesse em livros de caráter comemorativo/edição de colecionador?
sim//não//indiferente

A respeito de livros sobre cultura Queer e temática LGBTQIA+

“(...) são livros que trazem visibilidade para autores e/ou personagens lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, travestis, queer, intersexuais, assexuais e mais. Queer, em uma tradução simples do termo, a palavra significaria “transviado”. Expressão que nasce com um caráter pejorativo, mas com o ativismo LGBT ganha um significado de resistência. (...) não é possível falar em Queer sem pensarmos no conceito de gênero como algo fluido, socialmente construído e performado.”

9. Possui algum livro físico sobre esses temas?
sim//não
10. Conhece algum livro que trate de arte e cultura LGBTQIA+?
sim//não
11. Considera importante a existência de publicações voltadas para essa temática?
sim//não//indiferente
12. Você compraria um livro de edição comemorativa sobre algum assunto desse tema?
sim, se o assunto me interessar//sim, se o design do livro for atrativo//não

A respeito do design conceitual aplicado ao projeto gráfico de um livro:

O design conceitual é uma abordagem projetual utilizada por designers contemporâneos. Trata-se de um tipo de produção experimentalista que vai ao contrário daquilo que é convencionalmente normal e explora o potencial de reflexão de quem o vê. Uma tendência do design na qual não há limites para a criatividade e o design costuma ser diferente e conceitual.

13. Acredita que já teve contato com algum livro cujo design fosse considerado conceitual?
sim//não

14. Dos fatores abaixo, qual te convenceria a adquirir um livro cujo design fosse conceitual?
um design de capa diferenciado//o conteúdo/tema do livro//material de impressão de qualidade//um livro de edição comemorativa//outro _____

5.2. Apêndice II - Questionário Qualitativo

Questionário qualitativo:

1. Dos livros que você possui, qual foi o motivo que te levou a adquiri-los?
2. Quais fatores você leva em conta para ter uma boa experiência na hora de ler um livro?
3. Mesmo que determinado tema de um livro não desperte seu interesse para comprá-lo, quais outros elementos poderiam te convencer?
4. Qual sua opinião sobre a publicação de livros de edição comemorativa? Porque você compraria um?
5. Quanto a publicação de livros sobre temáticas LGBTQIA + por exemplo, a cultura Queer, você acha necessário? Porque?