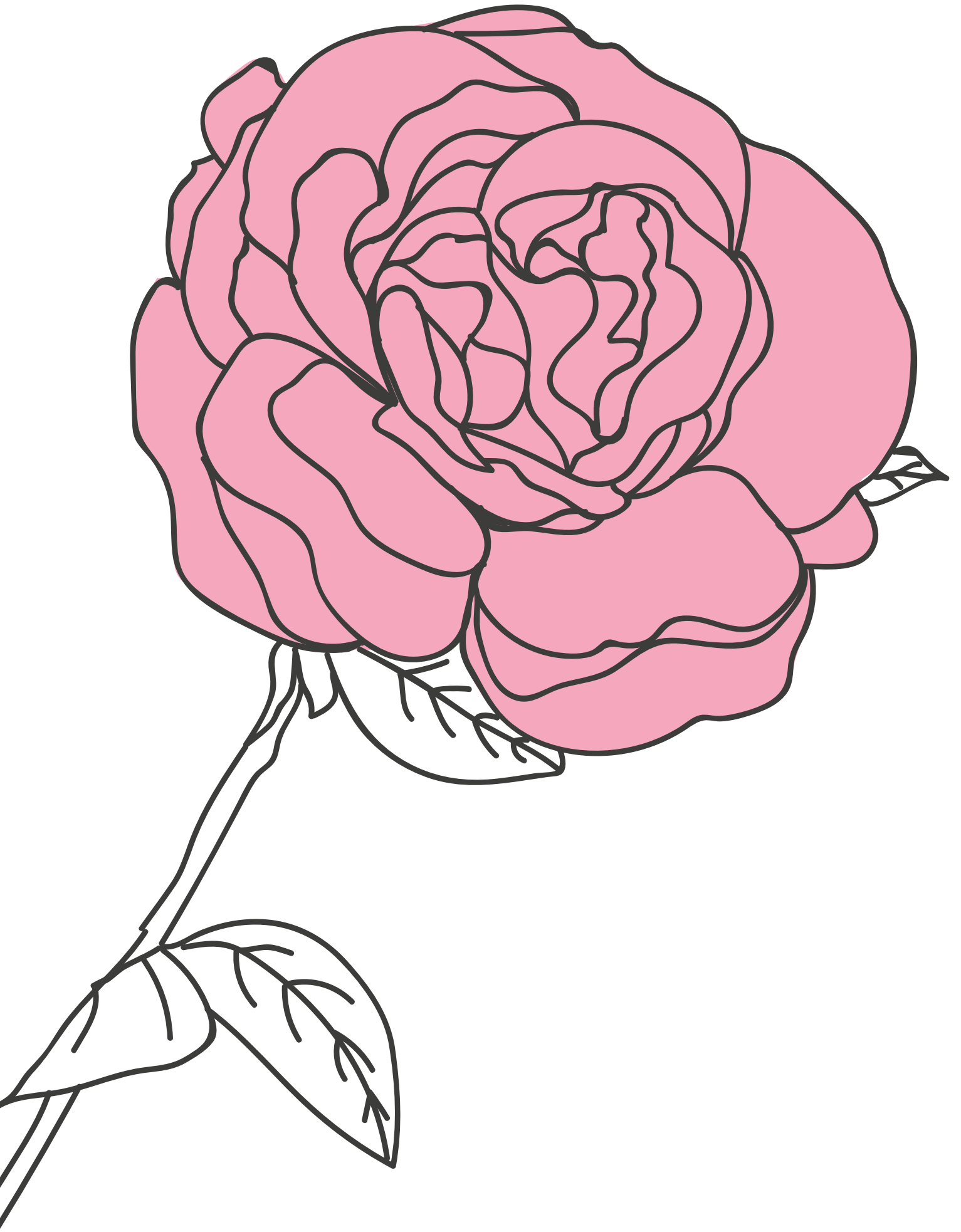


UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
BACHARELADO EM DESIGN

André Soares Pereira

# **Abra o olho:** manifesto de design para a diversidade

Natal | 2018



André Soares Pereira

# **Abra o olho: manifesto de design para a diversidade**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação  
apresentado ao curso de Bacharelado em  
Design da Universidade Federal do Rio Grande  
do Norte, como requisito para a obtenção do  
Título Bacharel em Design.

**Orientadora:** Helena Rugai Bastos

**Natal | 2018**



André Soares Pereira

# Abra o olho: manifesto de design para a diversidade

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação  
apresentado ao curso de Bacharelado em  
Design da Universidade Federal do Rio Grande  
do Norte, como requisito para a obtenção do  
Título Bacharel em Design.

**Orientadora:** Helena Rugai Bastos

Aprovado em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

## BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Helena Rugai Bastos  
Orientadora  
Julgamento \_\_\_\_\_

Universidade Federal do Rio Grande  
do Norte - UFRN  
Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dra. Elizabeth Romani  
Membro  
Julgamento \_\_\_\_\_

Universidade Federal do Rio Grande  
do Norte - UFRN  
Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. Josenildo Soares Bezerra  
Membro  
Julgamento \_\_\_\_\_

Universidade Federal do Rio Grande  
do Norte - UFRN  
Assinatura: \_\_\_\_\_



*A perspectiva de se viver sobre uma ilha de abundância em um mar de miséria pode parecer cada vez menos atraente (Bonsiepe, 2012 p.98)*



# Resumo

Em algumas sociedades, são atribuídas expectativas acerca do comportamento de indivíduos, muitas vezes relacionadas ao gênero ou papel social que aquele indivíduo desempenha. Neste aspecto, a sociedade brasileira não difere, e atribui expectativas mantendo relações históricas, religiosas ou racionalidade ao gênero. Igualmente, as atividades de trabalho seguem tais padrões tradicionais: o trabalho braçal, pesado e o comportamento rígido é típico masculino, e as atividades domésticas e aquelas delicadas e relacionadas com a vaidade, são atribuídas às mulheres. Indivíduos LGBTQ+, não necessariamente assumem papéis socialmente pré-determinados, não fixando nos padrões de gênero: homem masculino e mulher feminina. Com isso, são constantemente julgados e associados à marginalização, sofrendo com o preconceito, a negligência, a violência física e psicológica. Este estudo, com intuito de buscar oportunidades de projeto para atender necessidades deste grupo de indivíduos e outros que sofrem com o preconceito buscou levantamento de dados históricos, bibliográficos, estatísticos e entrevistas. Para o desenvolvimento do projeto, utilizou-se como base a metodologia de projeto de Gui Bonsiepe, que fornece orientação para o processo projetual, apresentando técnicas e métodos para o desenvolvimento de produtos, tendo em mente propostas experimentais. As ferramentas para desenvolvimento criativo utilizadas foram: mapa mental, *brainstorming*, tabela morfológica, estudo de formas, cores, esboços e experimentos. Assim, desenvolveu-se um manifesto de Design em prol da diversidade, que gerou um kit de materiais gráficos composto por marca-selo, cartaz-cartilha, bottom, camiseta, marca-páginas, avatar para redes sociais e mock-ups, que sugerem seu uso em produtos de moda. O resultado conta com frases de efeito e informações, que evidenciam os problemas enfrentados por este público.

**Palavras-chave:** diversidade; LGBTQ+; homossexuais; manifesto; design e sociedade.



# Abstract

In some societies, expectations are assigned about the person's behaviour, often related to gender or social role played by them. In this aspect, Brazilian society doesn't detach, and it assigns expectations to maintain historical and religious relations or gender rationality. Equally, work chores follow those traditional patterns: manual, heavy work and relentless behavior are typically masculine; housing chores, those delicate activities or related to vanity are designed to women. LGBTQ+ people do not necessarily assume pre-determined social roles, without fixing to those gender roles: masculine men and feminine women. By that, they're constantly judged and associated to marginalization, suffering prejudice, neglect, physical and psychological violence. Searching for project opportunities to attend needs of these groups and others that suffer from it, this research raised historical, bibliographic, statistical data and interviews. To the project development, it was used as a base the methodology of Gui Bonsiepe, that guides to the projectual process, showing techniques and methods to product development, keeping in mind experimental proposals. To the creative process, the tools used were: mind map, brainstorming, morphological table, study of shapes, colors, sketches and experiments. So it developed a design manifest for diversity, that generated a graphical materials kit made of stamp brand, prime poster, pin brooch, t-shirt, bookmark, social media avatar and mock-ups, which implies its use on fashion items. The result counts on impact phrases and informations that evidences the issues faced by this public.

**Keywords:** diversity; LGBTQ+; homosexuals; manifest; design and society.



# Sumário

<b>Introdução</b>	<b>19</b>
<b>1 Referencial teórico</b>	<b>23</b>
1.1 Corpo e identidade do sujeito bicha	23
a) O estigma e a construção social do sujeito	26
b) Fetichismo visual e erotismo	30
1.2 A moda e representação bicha	33
1.3 Movimentos de resistência	38
1.4 Representatividade gay/bicha	40
1.4.1 Empoderamento: eu sou bicha	48
1.5 Design inserido na cultura da sociedade	57
a) Exemplos de projetos (Estudos de caso)	59
b) O zine	62
c) Moda e consumo	63
<b>2 proposta de projeto</b>	<b>67</b>
2.1 Objetivos gerais e específicos	67
<b>3 Metodologia</b>	<b>69</b>
<b>4 O projeto</b>	<b>73</b>
a) Mapa mental	76
b) Brainstorm	79
5.1 O estudo de cores	81
5.2 Estudo de forma	83
5.3 Texto de chamada	87
5.4 Desenhos construtivos	89
5.5 Cartazes	91
a) Abra o olho	91
<b>5 Mock-ups</b>	<b>95</b>
<b>6 Considerações finais</b>	<b>101</b>
Referências	103
Apêndice	107

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Pedro Fasanaro .....	25
Figura 02 – Moda masculina e guerra, da esquerda para direita: calças Cargo, trech coat, casaco peacot, jaquetas bomber, botas Wellington e óculos aviador .....	35
Figura 03 – Raphael Dumaresq .....	36
Figura 04 – Moda agênero, da esquerda para direita: Carlos Santolalla e John Tuite na campanha de Marc Jacobs; Jean Paul Gaultier, inverno 2012; Verão 2016 de Hood By Air e Inverno 2016 de Rick Owens e Maison Martin Margiela pelas mãos de John Galliano 2016.....	37
Figura 05 – Coleções para Casa de Criadores, Fernando Cozendey .....	38
Figura 06 – Caetano Veloso.....	40
Figura 07 – Ney Matogrosso .....	41
Figura 08 – Almério .....	42
Figura 09 – Johnny Hooker .....	42
Figura 10 – Liniker.....	43
Figura 11 – Lineker .....	44
Figura 12 – Da esquerda para direita: Jaloo, Rico Dalasam, Daniel Chaudon, Diego Moraes, Caio Prado e Pablio Vittar .....	44
Figura 13 – RuPaul Andre Charles, drag queen .....	45
Figura 14 – Scissor Sisters e Hercules and Love Affair .....	46
Figura 15 – David Bowie e Et Dieu Créa l’Homme, Jean Paul Gaultier.....	47
Figura 16 – Cachorro Lozano à esquerda e Alfredo Roagui.....	48

Figura 17 – Gustavo Medeiros .....	49
Figura 18 – Davanzo, as vacas comem duas vezes .....	50
Figura 19 – Júlio Marques .....	56
Figura 20 – Lamião da esquina, edição 04, 01 e 13 .....	60
Figura 21 – GAYLETTER Magazine .....	60
Figura 22 – Projeto Chicos .....	61
Figura 23 – Bichas, o documentário .....	61
Figura 24 – Dada, Chapbooks de poesia Beat e London's Outrage .....	62
Figura 25 – Moda, LGBT+ e consumo. Adidas®, Nike®, Converse®, Vestimenta .....	63
Figura 26 – Selo PWR records .....	64
Figura 27 – First Things Firts .....	65
Figura 28 – Manifesto e design .....	66
Figura 29 – Estrutura do método .....	67
Figura 30 – Etapas da metodologia de Bonsiepe .....	70
Figura 31 – Fases do projeto .....	74
Figura 32 – Mapa mental baseado nas entrevistas .....	77
Figura 33 – Mapa esqueleto inicial .....	78
Figura 34 – <i>Brainstorm</i> .....	80
Figura 35 – Tabela de bandeiras .....	82

Figura 36 – Ícones e grupos.....	84
Figura 37 – Tabela morfológica .....	85
Figura 38 – Elementos para uso no projeto .....	86
Figura 39 – Experimentos de ícones com cores .....	86
Figura 40 – <i>Brainstorm</i> para texto de chamada .....	88
Figura 41 – Texto de chamada + forma.....	89
Figura 42 – Desenhos construtivos.....	90
Figura 43 – Selo com contorno .....	91
Figura 44 a 49 – Primeira geração de alternativas .....	92
Figura 50 a 53 – Segunda geração de alternativas .....	94

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 01 – Distribuição das vítimas, por sexo, 2013. ....	28
Gráfico 02 – Distribuição das vítimas, por identidade sexual, 2013.....	29
Gráfico 03 – Distribuição das vítimas, por raça/cor, 2013.....	29
Gráfico 04 – Distribuição das vítimas, por faixa etária, 2013.....	29
Gráfico 05 – Distribuição das vítimas, por tipo, 2013.....	30

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 01 – Dados comparativos do grupo LGBT em relação aos heterossexuais, acolhidos e rua. Município de São Paulo .....	28
---	----

Quadro 02 – Entrevistas realizadas no período de 17/set a 27/set .....51

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 01 - Cronograma .....71

## **LISTA DE SIGLAS**

CCHLA – Centro De Ciências Humanas, Letras e Artes.

CNJ - Conselho Nacional de Justiça.

DH/PR – Departamento de Ouvidoria Nacional dos Direitos Humanos.

GGB – Grupo Gay da Bahia.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

LGBT – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros.

LGBTQ – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgêneros e Queer.

LGBT+ – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgêneros, Queer e outros.

SMADS – Secretaria de Assistência e Desenvolvimento Social.

UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte.



# INTRODUÇÃO

Em alguns períodos da história, ser homossexual não foi motivo de orgulho. Até a década de 1970 tudo era feito às escuras, evitava-se qualquer exposição pública da sua sexualidade, em virtude da intolerância. Após um incidente em *Stonewall Inn*<sup>1</sup>, em que ocorreu um confronto direto com a polícia de *New York*, intensificou-se uma série de movimentos em defesa dos direitos civis LGBTQ+<sup>2</sup>, surgindo a figura do militante na causa social, caracterizado por seguir a ideologia e estar envolvido diretamente/ativamente. No presente trabalho buscamos elaborar um projeto de design com cunho social voltado para o público homossexual jovem – tornando-se, em alguns momentos, militante da causa LGBTQ+ – fazendo uso de mecanismos que empoderem este indivíduo, abordando questões sobre a construção do “ser bicha”, o corpo e sua identidade.

A utilização da expressão “bicha”, neste trabalho, faz-se reforçando o sentido mais ingênuo da palavra, para que seu significado negativo seja dissipado. Assim, resta apenas uma expressão livre de preconceitos, como descreve Peter Fry em seu livro intitulado **O que é a homossexualidade** (1985):

A peculiaridade dos primeiros grupos do movimento homossexual é que resolveu rejeitar tanto ‘entendido’ como *gay*, preferindo ficar com o velho termo ‘bicha’. Propondo uma nova ‘bicha’, militante e consciente, a ideia era de conseguir esvaziar, tanto a palavra quanto o conceito que representava de suas conotações negativas. (FRY, p. 25)

O objetivo principal deste levantamento é, de certa forma, abrir discussões e fazer com que os indivíduos de senso comum busquem uma reflexão sobre atitudes e comportamentos em relação ao homem/bicha, e que, por mínima que seja sua pretensão, busque analisá-lo com olhar livre de preconceito. A pesquisa não se aprofundará no campo das Ciências Sociais, área muito complexa para este levantamento, mas para o desenvolvimento do tema foi necessário apresentar uma breve análise sobre algumas questões, que envolvem o gênero pesquisado e o contexto em que vive.

Ao viver numa sociedade em que os padrões de beleza, estética e comportamento estão inteiramente ligados a heteronormatividade<sup>3</sup> e suas relações de gênero entre “homem e mulher”, torna-se um tanto conturbado viver às margens dessa concepção. Aqueles que não se sentem representados por esse estereótipo fixado, acabam sendo, frequentemente, fuzilados com diversos

<sup>1</sup> “*Stonewall inn* foi um marco em 1969, por ser a primeira vez que um grande número de LGBTs se reuniu para resistir aos maus tratos da polícia de New York, e sua data, 28 de junho, é celebrado em todo o mundo como o Dia Mundial do Orgulho Gay.” (ZERO MAGAZINE, 2015).

<sup>2</sup> LGBT é a sigla de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros.

<sup>3</sup> “Heteronormatividade é um termo usado para descrever situações, nas quais orientações sexuais diferentes da heterossexual são marginalizadas, ignoradas ou perseguidas por práticas sociais, crenças ou políticas. Isto inclui a ideia de que os seres humanos recaem em duas

4 De acordo com o Decreto Nº 8.727, de 28 de abril de 2016. Que dispõe sobre o uso do nome social e o reconhecimento da identidade de gênero de pessoas travestis e transexuais no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional.

5 A lei 9.278 de 1996, que disciplina a união estável, dispõe em seu artigo 8º: “Os conviventes poderão, de comum acordo e a qualquer tempo, requerer a conversão da união estável em casamento, por requerimento ao Oficial do Registro Civil da Circunscrição de seu domicílio”. Desse modo, a partir do reconhecimento da união estável homoafetiva, inúmeros casais têm ingressado com pedido judicial de conversão da união estável em casamento.

6 O Estatuto da Criança e do Adolescente não faz qualquer menção que a orientação sexual. Artigo 42 do Estatuto da Criança e do Adolescente: “Podem adotar os maiores de 18 (dezoito) anos,

juízos e interferências, prejudicando a afirmação de sua identidade, o que inclui sua personalidade e sua identidade social.

Cria-se, então, uma série de expectativas a respeito do comportamento considerado apropriado aos homens e mulheres de acordo com sua posição social. Estas expectativas, nem sempre conscientes, são impostas através de uma série de mecanismos sociais. (FRY, 1985, p.11)

Observando a afirmação de Fry, acerca das expectativas de comportamento do homem e mulher, o corpo pode aparecer como pertencente a um coletivo, que impõe vestimenta, posição social e, até mesmo, a maneira de agir. Assim pode-se atingir os limites do “certo e errado” imposto por sanções legais ou morais à visão da sociedade. Analisando tal comportamento, podemos observar questões de liberdade de expressão e reconhecimento do corpo, pois os homossexuais bichas são induzidos a seguirem um padrão de comportamento, que muitas vezes não reflete sua realidade. A medida que esse indivíduo se empodera, assume um papel, uma militância, pois busca seus direitos e a autonomia do seu corpo. Tal postura ativista é fundamental na busca por direitos e por visibilidade em busca de construir uma sociedade mais igualitária e tolerante.

A pesquisa busca apresentar conteúdo sobre o homossexual como cidadão (e agente social), que muitas vezes é visto de maneira incorreta, negativa e depreciativa. Será exaltado então, essa bicha militante, que vai à frente em busca de seus direitos, empoderada, erótica e dona do seu corpo, de sua identidade. Com isso, o indivíduo LGBTQ+ é tratado como “cidadão”, por direito, ao mencionar legislação que os assegurem, todavia participantes da política e pertencentes à um Estado.

Falar sobre esta temática e sobre este público é, numa sociedade democrática, discutir sobre a diversidade. Neste caminho, verificamos, ainda hoje, uma sociedade brasileira que não aceita, de maneira democrática, a diversidade, visto que em sua Constituição (1988) não existem normas de proteção e que assegurem especificamente os direitos civis aos LGBTQ+. A Constituição Brasileira (1988) inclui mecanismos mais abrangentes sobre o preconceito e legislação mais recente, e o Brasil assegura alguns direitos civis aos vários gêneros, como direito ao nome social<sup>4</sup>, união estável<sup>5</sup> e adoção<sup>6</sup>, que são direitos civis. Vale dizer que o Brasil é um dos países líderes desse movimento em busca dos direitos para grupos específicos, o que inclui, por exemplo aspectos relacionados à inclusão, à diversidade e à tolerância. Em 2014, o

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) divulgou um crescimento de 31% nos números de casamento entre LGBTQ+ em comparação com 2013. Foram, no total, 4.854 uniões homoafetivas em todo o país, sendo que a maioria (60,7%) está concentrada na região Sudeste.

Alguns estados e municípios possuem leis específicas e locais, com intuito de garantir os direitos a diversidade, com isso, a comunidade LGBTQ+. Infelizmente, a lei só é válida para os estados onde foram criadas, pois a criação de uma lei que assegure direitos civis gerais para toda a população brasileira é de competência exclusiva do Poder Legislativo Federal (Congresso Nacional).

Existem fragmentos em leis, que abrangem questões relacionadas ao preconceito, como o trecho do Art. 3º da Constituição (1988), que dispõe sobre os objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, a saber: “IV - promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.” (BRASIL,1988). Mesmo assim, ainda acontecem problemas, pois nem sempre existe uma manutenção efetiva deste direito. A punição a ser aplicada é assegurada pelo direito civil e criminal no Brasil, podendo existir casos específicos, pois as leis não são absolutas e podem existir questões adversas, como por exemplo, o caso de réu primário.

O governo do estado de São Paulo criou leis para garantir a cidadania da comunidade LGBTQ+, como a lei nº 10.948/01, que pune a prática da discriminação sexual, inclusive os funcionários públicos, civis ou militares, a organização social ou empresas privadas ou públicas, instaladas no Estado de São Paulo, com advertência, multa, suspensão e cassação da licença estadual para funcionamento.

No mesmo estado (SP), foi criado o Decreto Estadual nº 55.588/10, que dispõe sobre o tratamento nominal das pessoas transexuais e travestis nos órgãos públicos, e dá providências correlatas. Assim, tornou-se obrigatório ao servidor público tratá-los pelo nome indicado e, caso ocorra o descumprimento, o servidor poderá responder processo administrativo disciplinar. Na Paraíba, existe a Lei Estadual Nº 7.309/2003 e decreto Nº 27.604/200, que dispõe sobre a obrigatoriedade de afixação de cartaz em estabelecimentos comerciais e órgãos públicos, informando a proibição e punição de atos de discriminação em virtude de orientação sexual e dá outras providências.

independentemente do estado civil. (Redação dada pela Lei nº 12.010, de 2009) § 2º Para adoção conjunta, é indispensável que os adotantes sejam casados civilmente ou mantenham união estável, comprovada a estabilidade da família. (Redação dada pela Lei nº 12.010, de 2009)”.

São exemplos de medidas autônomas para manutenção dos direitos dos cidadãos LGBTQ+.

No decorrer da pesquisa, partimos de uma fundamentação teórica acerca das questões relacionadas ao gênero estudado e aspectos como o corpo, a identidade, e sexualidade e o erotismo, a partir de argumentação com base em análise bibliográfica. Também, com recursos de pesquisa de campo, foram elaboradas entrevistas com indivíduos em situação semelhante, buscando discursos que afirmam a urgência de pensarmos tais questões e a necessidade de desenvolvimento de artefatos, que contribuam para tal discussão e que representam os anseios deste público.

Neste caminho, este trabalho se inicia com revisão bibliográfica sobre a temática, considerando autores como Peter Fry (1985), Katia Canton (2011), Massimo Canevacci (2008). Em seguida, apresenta-se o diálogo com o público para melhor entender as suas perspectivas, por meio de entrevista semi-estruturada. O objetivo com este levantamento, é, então, desenvolver um artefato baseado na ressignificação do pensamento de censo comum negativo sobre LGBTQ+ e grupos que sofrem com o preconceito, assumindo o seu papel ativista, projetando cartazes com caráter político-artístico, que apresente, preserve e defenda ideologias, personalidades e a identidade destes indivíduos.

No decorrer do projeto, percebemos a necessidade de uma proposta projetual que assumisse o real significado democrático, afim de abranger mais indivíduos e as possibilidades de uso do artefato final. Isto mudou o resultado esperado do projeto, que em primeiro momento contemplava apenas o público LGBT, para abranger grupos diversos, exemplo dos queers, travestis, transgêneros, entre outros, o que inclui igualmente grupos que sofrem com a visão tradicional machista do homem branco.

# 1 Referencial teórico

## 1.1 Corpo e identidade do sujeito bicha

Em diferentes culturas, a necessidade de construção de uma identidade de grupos sociais específicos sempre existiu, seja para assumir determinadas características visuais, como posicionamento frente à sociedade. Uma das maneiras de distinção dos indivíduos ou de grupos é o uso de ornamentos, sejam eles acessórios ou de marcas sobre a pele ou no corpo. Também a vestimenta, o que inclui o tipo de roupa, de material, de cores: foi e é utilizada, muitas vezes, para identificar gêneros e hierarquia social. Sem entrar em debates sobre distinções de classe e questões que envolvem estratificação social, temas muitos amplos para esta pesquisa, os ornamentos – sejam eles artefatos ou intervenções sobre a pele, entre outros – sempre foram utilizados pelos indivíduos como modo de identificar, posicionar e ou diferenciar o corpo.

Tatuagens, piercings, maquiagem, cirurgias plásticas, escarificação, pinturas, queimaduras, além de vestimentas e adornos corporais – são maneiras de construir a relação de identidade e alteridade por meio do próprio corpo. Ele é, afinal, nossa existência materializada e estetizada. (CANTON, 2011 p. 35).

Considerando a sociedade pós-moderna, é comum encontrar grupos e movimentos urbanos, que buscam uma diferenciação por questão de estilo ou características particulares de indivíduos. Muito é exposto sobre si, a partir do uso de adornos no corpo, como um meio de comunicação, uma mídia, um suporte que carrega significâncias acerca do indivíduo.

Ao longo do tempo e em diversas culturas, o corpo tem sido modificado de maneira consistente, com intenções que respondem tanto a uma diferenciação, a uma singularização de determinado corpo, como a uma atitude de localização dentro de um grupo, uma marca de pertencimento (CANTON, 2011 p. 35).

Levando em conta a cultura ocidental, os indivíduos inseridos em uma sociedade estão sujeitos a padrões, com a intenção, muitas vezes, de impor questões sobre comportamento, de acordo com os gêneros, por exemplo. Tais 'normas' estabelecem identidades fixas como os gêneros homem/masculino e mulher/feminino. Esta tipificação, sem dúvida, leva em conta aspectos biológicos e fisiológicos, que envolvem a reprodução natural do ser humano e algumas classes de animais. Igualmente, estão relacionados a dogmas religiosos, que, outros assim, estão enraizados nas características

7 Faz-se uso da expressão com intuito de ressaltar conceitos previamente criados.

8 O uso dos termos gay/bicha são definidos no item “Introdução” desta pesquisa.

9 Denomina-se macho, em sua maioria, o homem heterossexual, masculino, viril e que não possui comportamentos classificados como femininos. Este é o padrão “típico” estabelecido em várias culturas ocidentais.

biológicas específicas. Tais princípios foram utilizados como padrão em boa parte das sociedades no decorrer da história.

Neste caminho, um gay, com peculiaridades femininas sofre uma série de preconceitos<sup>7</sup>, estabelecidos a partir de suas características e de sua identidade, sendo evidenciado pela sociedade, que criam afirmações, nem sempre positivas, sobre esse indivíduo. Para muitos, o fato de um homem assumir características femininas, acarreta seu enquadramento no estereótipo gay/bicha<sup>8</sup>, tipificando comportamentos, características generalizadas. Todos esses pressupostos negativos, que nem sempre correspondem à realidade de todos: Há, nesse processo, a marginalização desses indivíduos, que são considerados de maneira generalista, pertencentes a um ‘grupo’ específico.

De fato, a identidade humana, muitas vezes esteve ligada às questões de sexualidade, que por sua vez, estabeleceu o papel que cada indivíduo destes grupos deveriam assumir em uma dada sociedade. A partir deste padrão, por exemplo, o homem “típico” ocidental, deveria assumir atributos ou atribuições como posição social, hierarquia familiar, modo de viver, entre outros. Isto não dá lugar à opção de um homem se afirmar com outras características diferentes do padrão estabelecido, exceto quando este indivíduo propõe a desconstrução desses “parâmetros” e de padrões “típicos”, algo comum hoje em dia.

Os machos não se dividem em dois grupos distintos: os heterossexuais e os homossexuais. O mundo não está dividido em ovelhas e carneiros. Nem todas as coisas são negras, nem todas são brancas. É um princípio fundamental do sistema de classificação que raramente na Natureza se encontram categorias nitidamente separadas. Só a mente humana inventa as categorias e tenta abrigar os fatos em compartimentos separados. (FRY, 1985 p.79).

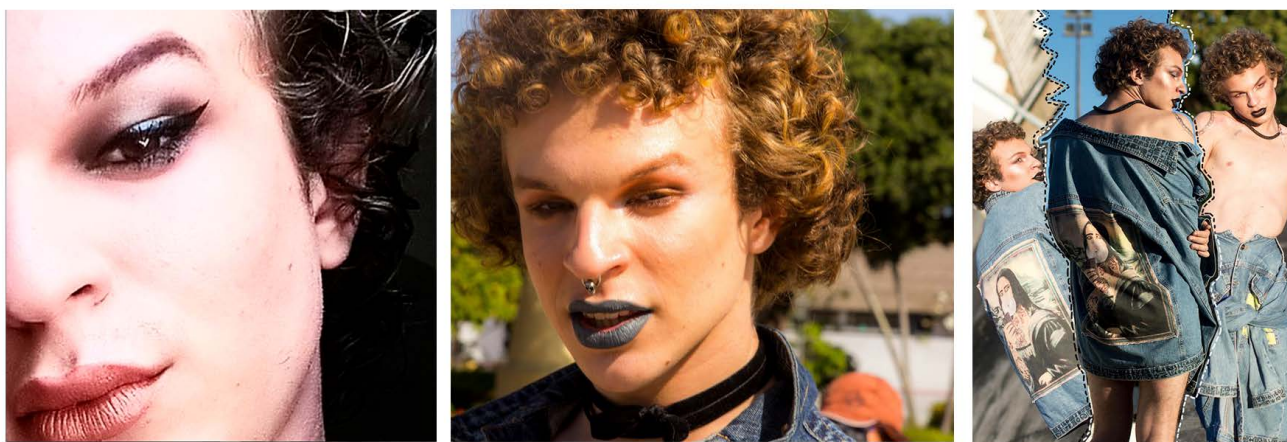
A questão do corpo masculino é delicada, pois se inseridos em uma sociedade machista, ferir o comportamento e as pressupostas características dos “tipicamente macho<sup>9</sup>”, para muitos, é estar insultando aqueles que assumem o padrão ‘macho’. Nessas condições, o homossexual sofre opressão, seja de maneira discreta ou a própria agressão física. Tal atitude é bastante recorrente, de maneira tão inconsciente, que é reproduzida por diferentes pessoas e grupos, até mesmo entre aqueles tidos como oprimidos, por estarem sofrendo uma pressão da sociedade em assumir os papéis impostos.

É comum observar que o diferente pode ser interpretado de maneiras distintas: o que para um pode ser interessante para outro pode ser constrangedor, por exemplo. É recorrente que indivíduos na sociedade brasileira tenham um olhar de estranhamento, para tudo aquilo que foge do estereótipo idealizado. O novo pode não corresponder aos padrões típicos da maneira que desejamos, mas isso só reflete a diversidade do mundo. Ao caminhar pelos mais diversos lugares, podemos observar que cada ser humano possui um tipo único e essencial a ele, o que o torna diferente dos outros. Esperar que o outro assuma características generalizadas, a partir de padrões sociais, é impor opinião no direito de ser do outro, é interferir sobre a liberdade de expressão dos indivíduos, premissa das sociedades democráticas.

**10** A partir de questionário, entrevista gravada em Natal/RN com duração de 7min e 32s.

A bicha empoderada, muitas vezes, assume características que caminham entre os gêneros, com adornos, vestimentas, maquiagem e acessórios. Pode assumir características de indivíduo híbrido, íntegro de suas convicções, que giram em torno de sua identidade. Trata-se de considerar seus direitos de expressar sua identidade e de reafirmar sua liberdade civil.

Para atestar as afirmações, em entrevista realizada em 27/09 de 2017, o Entrevistado 1<sup>10</sup>, afirmou que identidade é “respeitar nossas vontades colocando-as em primeiro plano”. Nesse sentido, podemos observar o princípio do empoderamento expresso no seu discurso, além da afirmação da maneira de agir. Ao falar sobre o comportamento bicha e suas características, mostrou autoafirmação da figura como representação do seu posicionamento: “Ser bicha é ser livre de padrões sociais e normas de comportamento. SIM, MUITO BICHA SIM!”, nas palavras do Entrevistado 1 (2017).



**Figura 01** – Pedro Fasanaro.  
Fonte: Da esquerda para direita, Instagram® reprodução, Jose Adail e Tito Henrique.

Indivíduos que possuem uma identidade distinta dos padrões fixados, pode sofrer opressões sob forma de sanções morais. Visto que a sociedade está acostumada com os padrões relacionados a gênero e sexo. A bicha, então, passa por situações de constrangimento, chegando a agressões físicas, por simplesmente assumir características referentes ao homem feminino. Cria-se, então, um estigma em torno deste indivíduo, no qual alguns pressupostos negativos são formados, interferindo ao longo da sua vida, assim, na sua própria construção perante a sociedade.

### a) O estigma e a construção social do sujeito

Considerando o sujeito da pesquisa, bicha, podemos verificar a existência de fatores que influenciam a construção da sua identidade. Dentre estes fatores, faz-se necessário rever a concepção sobre estigmatização, para assim entendermos questões sobre discriminação e seus processos sociais ligados às estruturas e funcionamentos do poder. Nesse sentido:

O estigma é um atributo profundamente depreciativo que está relacionado ao descrédito, defeito, fraqueza ou desvantagem. Segundo Parket e Aggleton (1999), como conceito formal, a estigmatização capta mais uma relação de desvalorização do que um atributo fixo. Quando esse atributo é utilizado para estigmatizar alguém, ele pode estar servindo para confirmar a normalidade de *outrem* (GOFMAN, 1980 apud SANTANA, 2014 p. 27).

Sob a perspectiva de que o poder também é contextual e histórico, empregado estrategicamente, produz e reproduz relações de desigualdades sociais. Nesse sentido, a estigmatização é considerada como algo culturalmente construído. Em alguns casos, “É importante destacar que esse sistema opressivo favorece o estigma e a discriminação operar não somente em relação à diferença, mas também em relação às desigualdades sociais e estruturais.” (SANTANA, 2014, p. 29)

Estigma está diretamente relacionado a poder, pois ocorre entre indivíduos/sujeitos. Neste caminho, os indivíduos ‘criadores’ do estigma são, geralmente, aqueles em situação favorecida, com privilégios e inseridos nos padrões socialmente aceitos. Acentuam os ‘defeitos’ e características socialmente ‘inadequados’ de outros indivíduos, depreciando-os e oprimindo-os.

Tal poder produz e reproduz as relações de assimetria. Ao observarmos um grupo numa situação favorável, dominante, podemos notar o fortalecimento desta desigualdade. É bastante evidenciando os seus atributos tidos como ‘positivos’, de maneira a inferiorizar aqueles que não se enquadram no comportamento/físico idealizado, estigmatizando-os ou, em outras palavras, desvalorizando os sujeitos considerados ‘diferentes’.

Assim os mecanismos de poder interferem na construção da identidade do sujeito, sob forma de intolerância. Levando em conta a temática deste trabalho, não poderíamos deixar de mencionar a estigmatização criada em torno do indivíduo – homem bicha, nosso objeto de pesquisa.

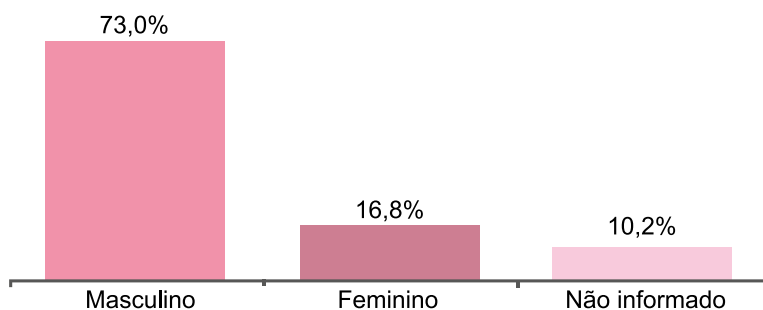
Ao tentarmos reproduzir o personagem bicha, num olhar de senso comum, temos uma figura com discurso, ações e ornamentos ‘ditos’ femininos. A expressão “bicha” foi muito utilizada como insulto e forma de opressão, já esteve relacionada à figura do homossexual de classe social inferior, sem recursos, com dificuldades de ascensão e, possivelmente, ligado a prostituição e/ou promiscuidade. Essa descrição, não deixa de ser uma estigmatização do sujeito, que interfere nas suas relações sociais: as poucas oportunidades induzem que este indivíduo assuma outro comportamento para ser socialmente aceito pela população tradicionalista.

Segundo censo divulgado pela Secretaria de Assistência e Desenvolvimento Social (SMADS) da Prefeitura de São Paulo, entre 5,3% e 8,9% do total da população em situação de rua pertencem à comunidade LGBTQ+. De acordo com os dados, a população LGBTQ+ exerce mais mendicância e atividades marginalizadas, como prostituição, venda de drogas e roubos, do que os heterossexuais em situação de rua. De um modo geral, tanto entre os acolhidos como entre os moradores de rua, a população LGBTQ+ sofre mais agressões do que a heterossexual, segundo o levantamento.

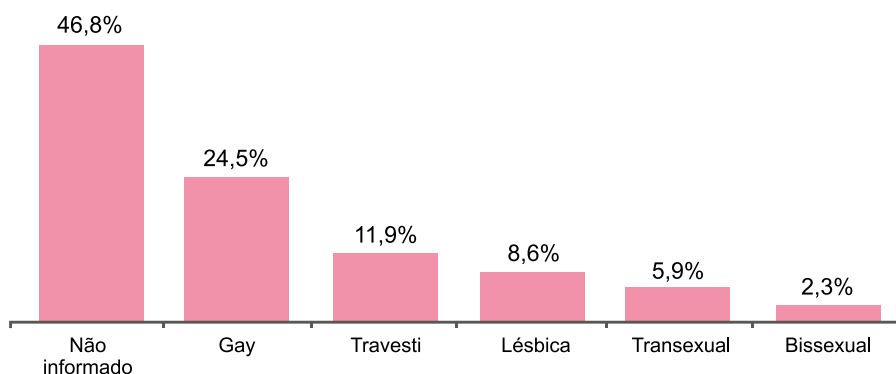
Variáveis	Acolhidos		Rua		Total	
	LGBT	Hetero	LGBT	Hetero	LGBT	Hetero
Idade Média (anos)	36,1	43,7	33,1	41,5	34,8	42,8
<b>Exercício atividades marginalizadas</b>						
Alguma atividade marginalizada	26%	3%	28%	7%	27%	5%
Mendicância	17%	7%	39%	29%	26%	16%
Prostituição/Programa	20%	1%	20%	2%	20%	1%
Venda de drogas	9%	1%	4%	3%	7%	2%
Roubo/assalto	4%	2%	11%	5%	7%	3%
<b>Saúde</b>						
Número médio de doenças	3,2	2,1	3,6	2,2	3,4	2,2
Procurou serviço saúde últimos 3 meses	96%	80%	72%	58%	86%	71%
Uso de preservativo sempre	50%	59%	37%	50%	44%	55%
<b>Uso de drogas ilícitas</b>						
Consome drogas	32%	28%	82%	51%	53%	38%
Usa crack	11%	12%	54%	33%	29%	21%
Usa maconha	19%	19%	57%	32%	35%	24%
Usa cocaína	16%	10%	27%	21%	21%	15%
<b>Internação em instituições</b>						
Passou por alguma instituição	53%	54%	82%	63%	66%	57%
Passou pelo sistema prisional	18%	29%	54%	39%	34%	33%
<b>Discriminação e violência</b>						
Foi barrado em lugares públicos	41%	24%	54%	39%	46%	30%
Sofreu agressão verbal	76%	54%	79%	70%	77%	60%
Sofreu agressão física	55%	36%	69%	49%	61%	42%
Sofreu tentativa de homicídio	17%	16%	42%	23%	28%	19%
Sofreu abuso/violência sexual	26%	3%	23%	4%	25%	3%
Roubo/furtos	79%	58%	69%	66%	75%	62%
Remoção forçada	23%	25%	54%	37%	36%	30%

**Quadro 01** – Dados comparativos do grupo LGBTQ+ em relação aos heterossexuais, acolhidos e rua. Município de São Paulo.  
 Fonte: Prefeitura municipal de São Paulo, Secretaria de Assistência e Desenvolvimento Social.  
<https://goo.gl/f6MnZy>

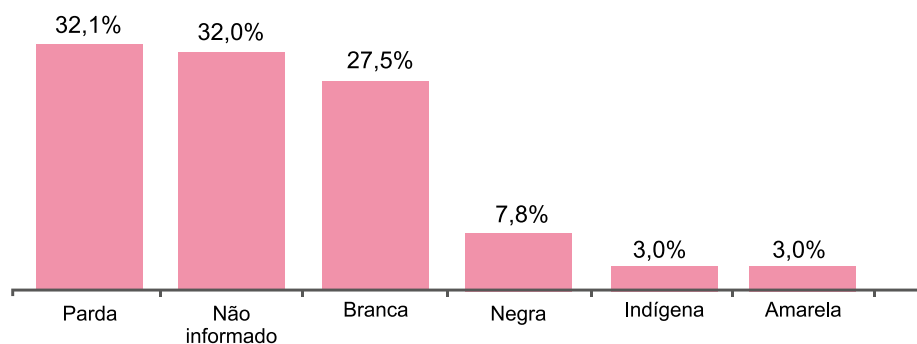
Em relatório de violência homofóbica no Brasil, de 2013, disponibilizado pelo Ministério dos Direitos Humanos, podemos detalhar o perfil dos LGBTQ+ que mais sofrem violência no Brasil. De acordo com os dados, a maior parte são de sexo masculino, gays, de cor parda, com faixa etária entre 18-24 anos. É possível identificar os tipos de violência, assim como seus subtipos.



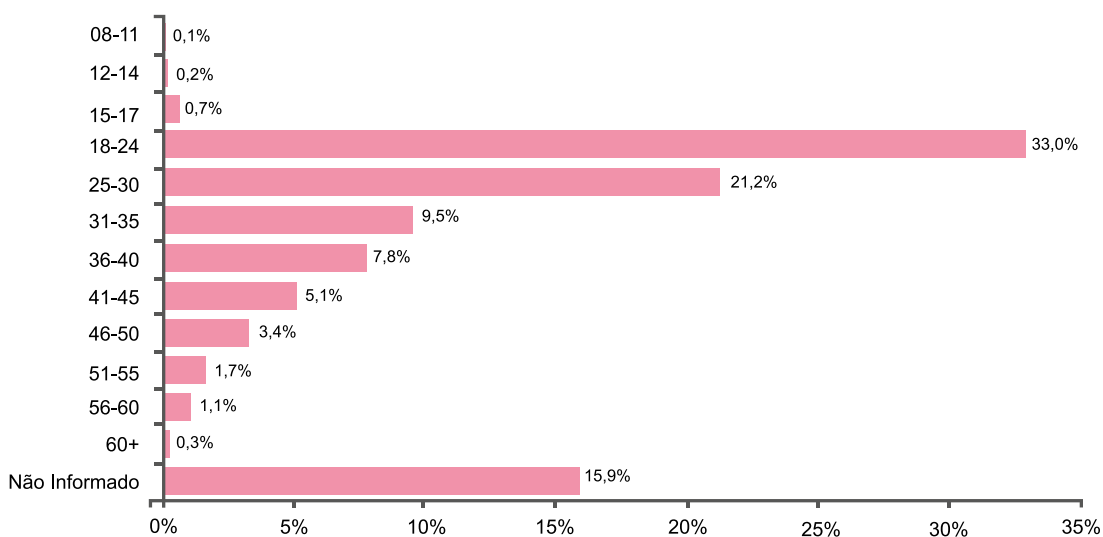
**Gráfico 01** – Distribuição das vítimas, por sexo, 2013.  
 Fonte: Departamento de Ouvidoria Nacional dos Direitos Humanos - SDH/PR.



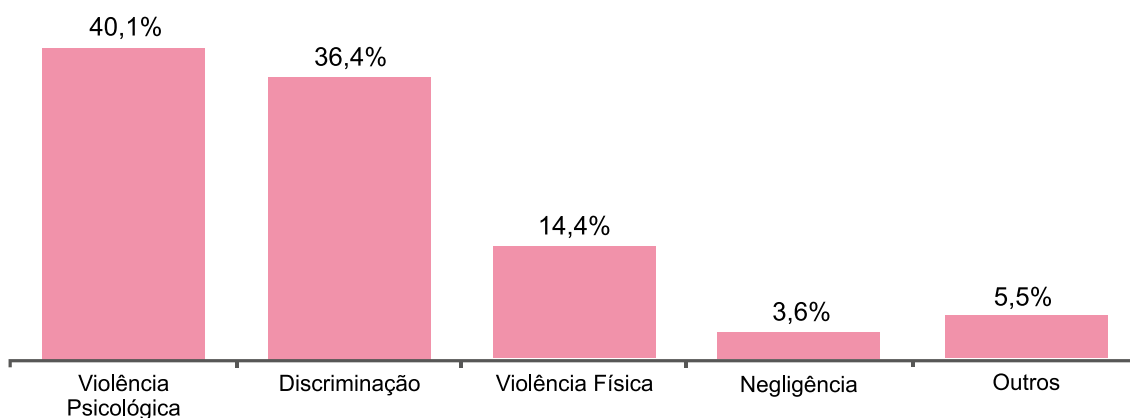
**Gráfico 02 –** Distribuição das vítimas, por identidade sexual, 2013.  
 Fonte: Departamento de Ouvidoria Nacional dos Direitos Humanos - SDH/PR.



**Gráfico 03 –** Distribuição das vítimas, por raça/cor, 2013.  
 Fonte: Departamento de Ouvidoria Nacional dos Direitos Humanos - SDH/PR.



**Gráfico 04 –** Distribuição das vítimas, por faixa etária, 2013.  
 Fonte: Departamento de Ouvidoria Nacional dos Direitos Humanos - SDH/PR.



**Gráfico 05** – Distribuição das vítimas, por tipo, 2013.  
 Fonte: Departamento de Ouvidoria Nacional dos Direitos Humanos - SDH/PR.

Analisando os dados, podemos verificar uma aproximação do sujeito bicha inserido no maior índice de violência relacionada à homofobia. Para constatar essas informações, a pesquisa inclui levantamento com este público específico. De igual maneira, as entrevistas propõem identificar características e necessidades deste público, para a proposta de um artefato que contribua para o ativismo. Esse levantamento pode ser verificado no decorrer deste trabalho. Antes, porém, observamos questões relacionadas às características e aos elementos visuais pelos quais são identificados e diferenciados estes bichas, na verdade estigmas que estes sujeitos carregam. Algumas características atribuídas a este público, por exemplo os ‘trejeitos’, a postura mais feminina, alguns tipos de vestimentas, o uso de cores, entre muitas, refletem padrões tradicionais das culturas que admitem apenas dois gêneros: feminino e masculino. Trata-se de um padrão culturalmente construído. Assim, as tais ‘características’ tipificam o bicha, o homossexual.

Para compreendermos melhor o estigma criado em volta da bicha, é, de fato, importante entender os elementos que giram em torno da construção deste ‘tipo’, o que inclui desde a maneira como o seu corpo caminha até a vestimenta, o que inclui questões que abordam erotismo e o fetiche.

## b) Fetichismo visual e erotismo

Fetichismo é um termo estudado por antropólogos, por sociólogos, entre outros, assim assumindo diferentes significados. Para Marx, em sua obra **O capital**, fetichismo é a parte da alienação em relação à mercadoria (1967, p. 79); Já para Freud, representa a perversão masculina. Massimo

Canevacci (2015) explica, com suas palavras em entrevista, seu posicionamento definindo fetichismo:

[...] eles [Karl Marx e Sigmund Freud] continuam a utilizar esta palavra no sentido colonial e discriminativo, que foi difundido pelo pesquisador francês De Brosses. No sentido comum atual, fetichismo continua a ser estigmatizado como uma aura suja que circunda uma atitude ou define um site pornô. Para mim, o fetichismo visual – e ainda mais o digital – manifestam uma ruptura em relação a estes sentidos clássicos ou populares. O conceito de fetichismo esconde um enigma que eu queria tentar de desvelar e que não é possível elaborar numa maneira tradicional. Nesse sentido “cotidiano”, o fetichismo é aplicado à moda, publicidade, cinema, vídeos, design, arquitetura e, claramente, no *youporn*. Mas esta palavra tornou-se vazia, porque não consegue penetrar o enigma daquele que se continua a chamar fetiche. (ALBUQUERQUE, 2015 online).  
[grifo nosso]

Ao falar sobre as relações sociais entre indivíduos, Canevacci (2008) estabelece uma relação entre elementos visuais, as formas de comunicação, a cultura e a sociedade. O autor, defende metaforicamente a expressão - fetichismo visual - inserindo-a numa perspectiva pós-moderna e nas relações de consumo em uma metrópole. Vale mencionar, que o autor considera as metrópoles contemporâneas, necessariamente espaços de comunicação ou, em seus termos, metrópoles comunicacionais. Nesses territórios figuram indivíduos, corpos, que são produtos e que refletem as características da metrópole. Há, para o autor, uma íntima relação entre as imagens das metrópoles e os indivíduos que nelas vivem. A citação que segue, explicita esta inter-relação.

Uma posição adquirida pela antropologia é a de que não há nada de natural no corpo. O corpo não é natural porque, em cada cultura e em cada indivíduo, o corpo é constantemente preenchido por sinais e símbolos. [...] é quando a pele *transpõe* seus limites, ela se liga aos tecidos “orgânicos” da metrópole. Neste sentido, o corpo não é apenas corporal. O corpo expandido em edifícios, coisas-objetos-mercadorias, imagens, é aquilo que se entende aqui por fetichismo visual. (CANEVACCI, 2008, p.18).

Ao falar que o corpo não é natural, Canevacci compreende que ele é preenchido por uma série de códigos visuais, de informações adquiridas a partir das experiências dos indivíduos com o espaço em que vivem - a metrópole. Nesse sentido, o corpo se comunica por meio de adornos, maquiagens, tatuagens, *bodyart*, todos estes elementos do fetichismo visual. Para Canevacci, este fetichismo tem relação com tudo que o corpo comunica e, igualmente com a maneira que comunica. O autor também admite o

**11** Segundo professor Dr. Norval Baitello Júnior (2014), somos devoradores de imagens e somos devorados por elas. Iconofagia um conceito criado pelo cientista da comunicação e da cultura na obra **A era da iconofagia: reflexões sobre comunicação, imagem e cultura.**

**12** Adjetivo e substantivo, aquele que cultua.

teor fetichista do olhar - como vemos e compreendemos o olhar sobre as coisas e sobre os demais indivíduos. Em suas palavras, o olhar tem alto teor fetichista, pois ele alimenta-se do 'outro', do externo. O pensamento de Canevacci (2008) inclui uma visão sobre o olhar e sobre o "fazer-se olhar". Para ele, uma vez que o corpo comunica, os indivíduos, por meio do corpo e seu visual (o que inclui adornos, vestimentas, artes, desenhos, comportamentos e posturas), orientam ou direcionam os olhares dos outros, chamam a atenção dos outros, fazem-se olhar. Nas palavras do autor: "Fazer-se olho, fazer-se olhar, fazer-se palpitante. Uma pragmática óptica: eróptica." (CANEVACCI, 2008, p. 262).

Ainda de acordo com o autor, o fazer erótico, é assemelhado a uma perspectiva iconofágica<sup>11</sup>, um tanto fetichista<sup>12</sup> no sentido de estar consumindo e se alimentando visualmente de uma série de códigos visuais externos, apresentados como imagens, e do camo do corpo. Neste caminho, o olhar é elemento importante na construção, nas percepções de mundo dos indivíduos e nos processos de comunicação verbal e não-verbal: "O fetiche é a *coisa* para adorar com os olhos tanto quanto para olhar com a boca ou para tatear com o nariz. O fetiche é polissensorial." (CANEVACCI, 2008, p. 263).

Nesse sentido, o erótico é cativado e cativa. As pessoas de senso comum sentem-se atraídas por fatores fixados nos padrões de gênero, estereotipando visualmente o 'figurino' da bicha, por exemplo, acreditando este um padrão estranho, feio, desenquadrado. Assim, levando em conta a sociedade ocidental e os padrões aceitos, o erótico correspondente ao masculino forte e viril, ou o feminino delicado com medidas 'perfeitas' baseadas em "ícones" visuais como modelos, atrizes e até bonecas (a Barbie, por exemplo).

Levando em conta a temática do trabalho, nota-se uma frequente desconstrução dos padrões de comportamento e das maneiras que as bichas se adornam, fugindo dos estereótipos, o que afirma a necessidade da expressão particular destes sujeitos. Isso caracteriza e reforça a liberdade de posicionamento e a identidade individual. Neste caminho, podemos considerar que os indivíduos se alimentam, no decorrer de suas vidas, de elementos visuais dos mais variados estilos e gêneros, absorvem essas informações e as reproduzem de sua forma, ao se vestir e ao se comunicar.

Para atestar as afirmações, foi observado, em entrevistas realizadas no período entre 17/set à 29/set de 2017, uma crítica à imagem erótica construída em torno do corpo gay, reforçando os padrões de comportamento e

as classificações do indivíduo masculinizado como figura de desejo, que fortaleceu o estereótipo de “macho típico”<sup>13</sup> socialmente aceito. São negligenciados os magros demais, os gordos, os afeminados, os adornados, os negros, e todos aqueles que caminham com a diversidade. Como um dos entrevistados comenta: “No caso da masculinidade, a erotização acontece por causa dos elementos de virilidade que superestimam a performance sexual num papel de dominância.” (Entrevistado 6, 2017)<sup>14</sup>

**13** Denomina-se macho típico, em sua maioria, o homem heterossexual, masculino, viril e que não possua comportamentos classificados como femininos. Este é o padrão “típico” estabelecido pelas culturas ocidentais.

Ou seja, esta análise reforça a diversidade de entendimento de determinados assuntos, o fetiche pode corresponder a um significado diferente de acordo com pessoas distintas, assim como o erótico. Mas o que queremos deixar claro, é a interferência destes padrões de ‘desejo’ nas relações pessoais que afetam a vida de homossexuais e grupos inseridos à margem dos padrões de gênero. O público da pesquisa mostrou-se em favor da desconstrução dessa representação erótica, aceitando como erótico a figura da bicha feminina, com vestimenta exuberante.

**14** A partir de questionário eletrônico, entrevista em Natal/RN 17/set de 2017.

## 1.2 A moda na identidade bicha

A moda sempre esteve muito relacionada ao corpo, que é suporte para sua realização. Também usada, como maneira de representar classe social, bem como a um meio de comunicação, a diferenciar os indivíduos, o empoderamento ou a desconstruir padrões sociais. Moda é um termo que abrange muitos aspectos da cultura. Como afirma Sorcinelli (2008), está inteiramente ligada à cultura e, não estritamente relacionada ao modo de vestir.

[...] Em outras palavras, o termo ‘moda’ tornou-se nada mais nada menos, do que um termo *abrange-tudo*, usado para tudo o que tem a ver com o corpo, como adorná-lo e cobri-lo. É sinônimo de ‘estilo’, ‘modo de vestir’, ‘costume’, o que afinal de contas não corresponde a nenhum significado específico. (POLHEMEUS, 1996 apud SORCINELLI, 2008 p. 6-7).

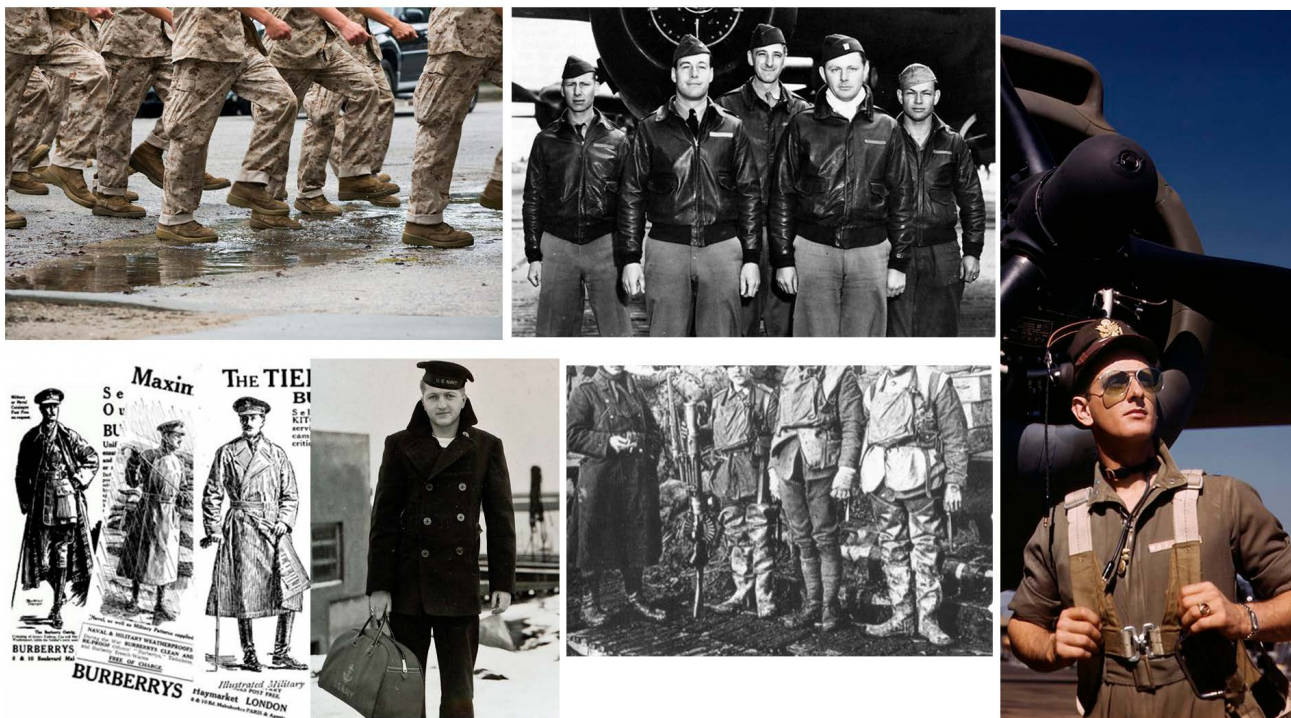
Sorcinelli (2008) admite que, por volta da metade do século XIII, foram criadas leis suntuárias, um instrumento de poder que designava o que determinados indivíduos e suas classes estavam aptos a usar e como deveriam se comportar. Tais regras, de acordo com o autor, geram uma espécie de liberdade restrita, visto que cada indivíduo deveria seguir normas para estar inserido na sociedade efetivamente.

As normas neles contidas pretendiam disciplinar cada aspecto das relações sociais, indicando as regras da administração, os sistemas de limpeza, os instrumentos e as formas de punir comportamentos julgados inaceitáveis. Entre esses últimos estava o uso ostensivo do vestuário. As providências estatutárias constantemente normalizaram o modo de vestir, sobretudo das mulheres, e ditam as regras relativas a ele.. (SORCINELLI, 2008 p. 21-22).

Com o reinado de Luís XIV, mais conhecido como o rei sol, observamos mudanças e imposições no comportamento da sociedade. No período, a etiqueta da corte francesa começava a encantar o mundo, criando um padrão de moda e estilo para toda a Europa. “Um rigoroso código de vestimenta e etiqueta foi imposta na corte assegurado um mercado estável para roupas e jóias de fabricação francesa.” (CUNHA, 2015 n.p). O rei estabeleceu medidas que promovessem a moda francesa: Um bom exemplo disso foi a criação das chamadas “bonecas de moda”, feitas em cera, madeira ou porcelana, que mediam em média 60 centímetros e sua função era divulgar as vestimentas e a moda feminina francesa no exterior. A moda do rei sol era feita repleta de exuberância e exageros, como uso de perucas elaboradas e salto alto no vestuário masculino. Neste caminho:

a moda foi o primeiro grande dispositivo a produzir social e regularmente a personalidade aparente e que estetizou e individualizou a vaidade humana e, ainda, conseguiu fazer da aparência um instrumento fundamental da nossa existência. (LIPOVETSKY, 1989 apud COSTA, 2014, p. 39).

O estilo de moda imposto pelo rei sol, era uma mistura entre os elementos femininos e masculinos. Com períodos de guerra, a moda precisou se limitar, em razão da escassez de recursos e também, pelo fato da produção de vários países se restringir a artefatos utilizados nas guerras. Nesses períodos, os excessos foram retirados, a funcionalidade foi evidenciada. Tais mudanças influenciaram e influenciam no vestuário masculino até os dias atuais, como podemos notar nos produtos criados como: Calças Cargo, Trech Coat, Casacos Peacot, Jaquetas Bomber, Óculos Aviador, Botas Wellington, todos provindos de produtos fabricados, a partir de demandas dos exércitos.



**Figura 02** – Moda masculina e guerra, da esquerda para direita: calças Cargo, trech coat, casaco peacot, jaquetas bomber, botas Wellington e óculos aviator.  
 Fonte: <www.papermen.com.br>

A moda aliada à guerra também influenciou na questão dos padrões de comportamento. As peças do vestuário transmitem rigidez, idealizando uma postura a ser seguida. Isto pode ser verificado se considerarmos algumas peças da indumentária masculina ou feminina, além de acessórios como botas, espartilho ou lingerie, cartolas, gravatas, ou hábitos como fraque, terno, vestidos, entre outros. Tanto a configuração como modelagem de algumas peças determina a postura/posição do tórax, pernas, pés, braços, entre outros.

Pensando na moda como um fenômeno em constante transformação, sendo construída e reconstruída. Podemos verificar, hoje, uma mistura entre esses períodos de rigidez e os exageros de Luís XIV. Tal mistura tem descaracterizado a moda para gêneros específicos, o que fortalece a identidade LGBTQ+, como indica Espitalé (2015).

[...] Atualmente, a moda masculina está se remodelando em direção a uma moda sem fronteiras: nem masculina, nem feminina. De fato, categorizar o mundo em duas facções já não faz muito sentido. [...]

Esta diversidade presente na cena fashion mais recente também é fortalecida pelo despertar da identidade LGBT. Uma jovem guarda de marcas influentes está se declarando agênera,

**14** Com exceção da Escócia, por exemplo, cujo uso é cultural, pode a peça do vestuário "kilt". Trata-se de uma saia masculina, pregueada na parte de trás, trespassada na parte da frente, de comprimento da cintura até os joelhos.

**15** A partir de questionário eletrônico, entrevista em Natal/RN 18/set de 2017.

**16** Gênero social, caracteriza-se não apenas a questão biológica, mas os fatores sociais construídos pelo indivíduo na prática cotidiana.

interessada em vestir pessoas e identidades singulares, não corpos "de homem" ou "de mulher". [...] os padrões de beleza realmente estão sendo redefinidos. [...] (online)

No Brasil do século XXI, não existe uma imposição do vestuário sob forma de sanção legal, com exceção dos casos de código de vestimenta privada, a nudez pública e para acessórios de proteção exigidos pela segurança no trabalho. Mas é simples reconhecer a existência de sanções morais criadas em torno de diversos aspectos na vida de um indivíduo, como o ato de vestir-se/adornar-se, a partir do qual um homem "não pode" colocar batom, usar salto e sair de saia pelas ruas sem ter que passar por situações de constrangimento, insultos, ou até mesmo agressão física<sup>14</sup>. O fator revoltante é o direito, assegurado na Constituição Brasileira (1988), que não reconhece qualquer tipo de discriminação, garantindo o direito sobre o próprio corpo, mas que deixa em aberto as possibilidades relativas à maneira dos cidadãos se vestirem.

Sobre este aspecto, o Entrevistado 2 (2017)<sup>15</sup> reforça a questão da liberdade de expressão e desconstrução dos padrões de gênero social<sup>16</sup>. Tal liberdade permite o uso de maquiagem, de adornos, de acessórios, de expressões e comportamentos tidos como tipicamente femininos, levando em conta a visão restrita sobre gêneros feminino e masculino. O entrevistado participou de editoriais de moda que não definiram gênero nem fizeram julgamento sobre seu estilo. Nesse sentido o editorial se tornou um exemplo de como a juventude atual encara os problemas relativos ao comportamento.



**Figura 03** – Raphael Dumaresq  
Fonte: Luis Levy e Panda.

Mesmo buscando inserir as minorias em seu discurso, a moda *agender*<sup>17</sup>, ainda peca em alguns aspectos. Se existe uma moda agênero, porque em lojas os produtos ainda são divididos entre masculino e feminino? O mesmo se verifica na modelagem das peças. Talvez seja mais uma questão de mercado e da indústria da moda, do que do setor criativo. São poucas as marcas que se posicionam de maneira a atender a demanda deste público, e isto afeta a representatividade. Porém, há este nicho de mercado, assim como mencionado algumas marcas adotam a moda *agender*.

<sup>17</sup> Sem gênero, na moda é um termo bastante utilizado em coleções tidas como unissex, ou que não delimitam seus consumidores por gênero.



**Figura 04** – Moda agênero, da esquerda para direita: Carlos Santolalla e John Tuite na campanha de Marc Jacobs; Jean Paul Gaultier, inverno 2012; Verão 2016 de Hood By Air e Inverno 2016 de Rick Owens e Maison Martin Margiela pelas mãos de John Galliano 2016.  
Fonte: <[www.pontoeletrônico.me](http://www.pontoeletrônico.me)>

O estilista brasileiro Fernando Cozendey, por exemplo, tem levantado a bandeira da diversidade em suas coleções. Em seus desfiles, podemos observar homens e mulheres de diversas cores, condições físicas e identidade de gênero. Na temática de suas coleções, verificamos a ocorrência de aspectos como a dor, dificuldades, preconceito, e de minorias menos aceitas na sociedade, como negros, mulheres e trans.



**Figura 05** – Coleções para Casa de Criadores, Fernando Cozendey.  
Fonte: Fotos de divulgação, <[www.casadecriadores.uol.com.br](http://www.casadecriadores.uol.com.br)>

Buscando uma reconstrução do pensamento clássico, a moda, pode assumir um papel de ativista, absorvendo demandas referentes a diversidade de pessoas e gêneros. Não impondo questões de comportamento e vestimenta, assim como podemos observar nos movimentos antimoda presentes em diversas culturas.

### 1.3 Movimentos de resistência

Alguns movimentos e grupos, como: a Parada da Diversidade, o Grupo Gay da Bahia (GGB), a rebelião de *Stonewall inn* (1969), propuseram alterações ou criações em leis e até mesmo na Constituição Brasileira (1988), fazendo valer o conceito abrangente de democracia e de igualdade. Apresentamos aqui alguns destes movimentos ou o ativismos em prol da causa.

Considerando o movimento em 28 de junho de 1969 em Stonewall Inn, lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transxesuais e transgêneros (LGBTQ+) se reuniram para resistir aos maus tratos da polícia de *New York*, o que resultou num conflito que durou vários dias. A data se tornou marco e é celebrado em todo o mundo como o “Dia Mundial do Orgulho Gay”. Iniciam desde então, as chamadas “paradas da diversidade” em torno do mundo. Tais eventos deram início a uma série de movimentos em favor dos cidadãos homossexuais, que garantiram vários avanços. A homossexualidade

deixou de ser considerada crime e doença em vários países e muitos outros passaram a permitir o casamento entre pessoas de mesmo sexo.

As paradas de orgulho GLBT não podem ser reduzidas a eventos isolados, elas integram, em verdade, toda uma movimentação no sentido de afirmação e reconhecimento dos direitos pertinentes à diversidade sexual, dentre os quais é possível citar aqueles relativos a casais homossexuais. (MEDEIROS, 2006.)

Os movimentos em busca de direitos civis, assim como uma manutenção da diversidade, foram e são, um importante meio de visibilidade e comunicação em oposição à opressão. A Parada da Diversidade de São Paulo, é um exemplo: uma luta pela introdução dos indivíduos na sociedade, em seu processo de atuação pública. Praticamente todos os países europeus e vários outros das Américas possuem suas paradas de orgulho gay, mas o Brasil é sede da maior festa do gênero.

Certamente, a maioria de indivíduos presentes na Parada da Diversidade de São Paulo, sofreram alguma forma de preconceito em suas vidas, como desprezo, *bullying*, violência física ou verbal. Igualmente, lutaram por causas que reafirmam suas identidades. De qualquer maneira o ambiente urbano tornou-se lugar para as mais variadas expressões e liberdade – lembrando um pouco o que Mota (2016) acentua sobre a questão de liberdade criada<sup>18</sup>. Nesse sentido, de acordo com o autor (2016), tal liberdade criada se transforma em ato político diante de determinada realidade ou contexto.

Estar na rua, na avenida, beijando, “sarrando”, agarrando eroticamente o outro de mesmo gênero, abertamente explicitando a homossexualidade, possibilita atuar certa resistência à heteronormatividade. De uma manifestação que se dá no “armário”, pelo privado, pela proteção da inviabilidade social, para a avenida por si só já é um ato político, por mais obsceno que pareça para alguns. (MOTA, 2016, p. 70)

A diversidade move o mundo, tudo é diverso, as profissões e talentos são diferentes para cada indivíduo, levando em conta a raça, etnia, religião ou gênero. Tal diversidade é necessária para que o sistema funcione corretamente, pois sem diferentes habilidades e características de diversos indivíduos, não seria viável a existência de muitos mecanismos e artefatos ou produtos que o mundo moderno necessita e consome.

<sup>18</sup> Liberdade também é algo que criamos, é nossa criação e possibilidade de experiências, e não somente uma descoberta secreta de nosso desejo. (FOUCAULT, 2004 apud MOTA, 2016, p. 62).

## 1.4 Representatividade gay/bicha

**19** Termo utilizado e discutido no livro **O que é homossexualidade** do Peter Fry. São Paulo, Editora Brasiliense, 1985, p. 18-19. Referente ao senso comum assumido por grande parte da população tradicionalista do Brasil.

Falar de representatividade, é falar da ideia daquele que representa politicamente os interesses de um grupo, classe ou nação. Ela se concretiza por meio da ação, adesão e participação dos representados. O vínculo que liga um representante aos seus representados é a confiança política em geral, uma vez que o representante é muito mais que um gestor. O valor da representatividade pode ser medido pela quantidade e pela qualidade da informação, e das relações com os representados, por meio de ideias, opiniões e interesses em comum. É assumida uma postura que busca resolução de problemas e conflitos relacionados ao grupo representado, com lutas, propostas reivindicativas e negociações coletivas.

Procurando representantes do público bicha, foi necessário apresentar algumas figuras públicas no Brasil e no mundo, personagens estes politizados, que assumiram papel de militância por uma causa comum a determinado grupo. Assim, apresentamos alguns destes personagens.

Caetano Veloso, em 1968, fez uma crítica aos padrões de gênero impostos. Apresentando-se com guitarras elétricas e roupa “colada”, sofreu uma forte repressão do *Brasil Popular*<sup>19</sup>. Mas o que Caetano queria abrir em pauta era, segundo Fry (1985), entre outras coisas, a rígida separação entre o comportamento convencional ‘feminino’ e ‘masculino’.



**Figura 06**– Caetano Veloso.  
Fonte: Thereza Eugênia.

Ney Matogrosso, conhecido não apenas por sua excentricidade, foi e é, um ícone bastante importante para o movimento gay e sua luta por direitos. Apanhou, sofreu opressão e continuou lutando; sendo ele mesmo com seus princípios, fazendo uso de figurinos destoantes do comum, e trejeitos característicos ao estereótipo de homem gay. Ney não se considera como

ícone de representatividade homossexual, mas afirma buscar direitos iguais à diversidade humana. “Eu não defendo gay apenas, defendo índios, fiz um vídeo recentemente pedindo a demarcação de terras. Defendo os negros, que estão na mesma situação que viviam nas senzalas, estão presos aos guetos.” (MATOGROSSO, 2017 online).



**Figura 07** – Ney Matogrosso.

Fonte: A esquerda, Sebastião Marinho; seguintes, Secos e molhados/divulgação.

Aqueles que vieram após a era Ney Matogrosso e que carregam em sua essência um timbre andrógino ou comportamentos desvinculados aos padrões construídos de gênero, são, muitas vezes, relacionados ao cantor. O pernambucano Almério, aos 36 anos, que faz encenação bastante semelhante a de Ney, com trejeitos, roupas adornadas, “coladas” e partes do corpo desnudas. Podemos entender um pouco sobre seu trabalho no recorte da entrevista realizada para a Carta Capital (2017).

[...] À tradição de medo e desamor vem se somar a tradição libertária de Ney Matogrosso, exposta no figurino de asas da capa do CD e do videoclipe da lancinante *Segredo*, de Isabela Moraes, sobre o amor entre dois homens e uma mulher, sob versos de medo (*esconder o medo/ é guardar-se da chuva no frio*) e de superação do medo (*tentou manter segredo/ mas o mundo viu*). Belchior e o Nordeste forte não morrerão, enquanto cantarem por vozes novas como a de Almério. (SANCHES, 2017 online).

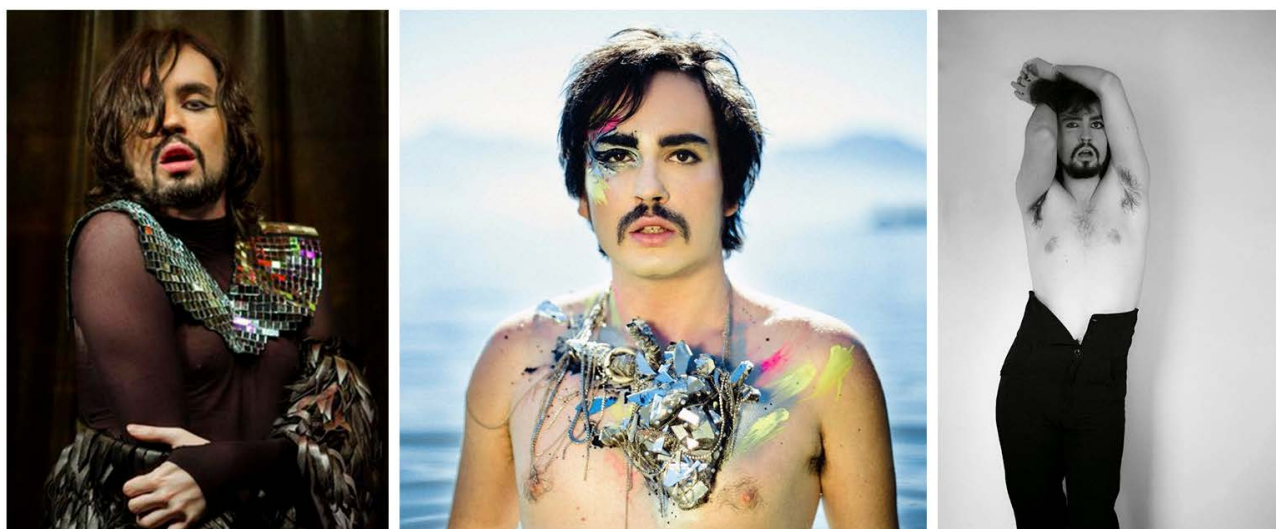


**Figura 08 – Almério.**

Fonte: A esquerda, Nathalia Verony, Imagens de divulgação do álbum.

Johnny Hooker, 30 anos, é um cantor, compositor, ator e roteirista brasileiro. Bastante conhecido por sua postura militante em busca de direitos e melhorias da situação gay, é autor de músicas que apresentam questões relativas aos relacionamentos homoafetivos, de maneira natural. Ao falar sobre a realidade do gay no Brasil, em suas palavras:

Ser gay no Brasil não é legal. Morre um de nós por dia. É o país que mais assassina LGBTs no mundo. Isso é terrível demais! Essa é uma geração que chega para questionar, provocar e puxar para uma discussão mais aprofundada sobre essa situação. Todo ato artístico é político, e o artista tem que causar incômodo. Exclamou, que garante receber muito ataques homofóbicos nas redes sociais. (HOOKER, 2017 online).



**Figura 09 – Johnny Hooker.**

Fonte: Imagens de divulgação de álbum e Erica Colaço.

Liniker, gay, negro e empoderado. É um ícone crescente de representatividade militante. Usa um figurino que caminha entre os estereótipos de gênero fixados, tem como força o seu discurso a favor da diversidade “Sou negro, pobre e gay e tenho potência também” (LINIKER, 2015).

Um dos meus maiores desejos como artista é: ‘bote para fora quem você é, não tem problema’, diz o cantor e compositor de Araraquara – cujo batom roxo e cintilante faz contraste perfeito com a pele negra e cuja barba em forma de cadeado fazem suas grandes argolas prateadas luzirem ainda mais. Liniker, do alto de seus 20 anos, tem estilo bem definido, na música e na vida. Conta que quando usou um turbante pela primeira vez, há alguns anos, sentiu que vestia uma coroa. (MORAES, 2015 online).



**Figura 10** – Liniker.

Fonte: Da esquerda para direita, Lara Dias, Imagens de divulgação e reprodução instagram®.

Seguindo as representações na música, Liniker, quase que com mesmo nome do anterior, Liniker, tem caráter provocativo militante. Comparado com o Ney Matogrosso, afirma que suas principais referências na música são figuras femininas como Elis Regina, Clara Nunes, Maria Betânia e a irlandesa Björk. [...] Ambos homossexuais e usam a arte para desafiar preconceitos e abordar as questões de gênero e sexualidade. “É uma feliz coincidência o Liniker também ter um trabalho que de certa forma vem para desconstruir algumas fronteiras de gênero.[...]” (NOVAES, 2016).



**Figura 11** – Lineker.

Fonte: Da esquerda para direita, Imagens de divulgação e Estúdio Showlivre.

O Brasil, sendo um país extenso, podemos observar um crescente aparecimento de cantores, artistas, figuras públicas com ideologia que reforçando o pensamento de desconstrução dos padrões socialmente estabelecidos. Além dos citados anteriormente, podemos mencionar nomes importantes como: Jaloo, Caio Prado, Rico Dalasam, Lia Clark, Gloria Groove e Pablio Vittar.



**Figura 12** – Da esquerda para direita: Jaloo, Rico Dalasam, Daniel Chaudon, Diego Moraes, Caio Prado e Pablio Vittar.

Fonte: Da esquerda para direita, Junior Franch, Henrique Grandi, divulgação/reprodução.

**20** Homem que se veste com roupas extravagantes de mulher e imita voz e trejeitos tipicamente femininos, geralmente apresentando-se como artista em *shows*, entre outros.

Não podemos deixar de lado o cenário criado por *drag queens*<sup>20</sup> na música e sua importante contribuição para o empoderamento do indivíduo. A “mama Ru”, como muitos chamam a famosa *drag queen* internacional, Rupaul, com um programa televisionado (*Rupaul’s Drags Race*) com críticas verdadeiras sobre questões da sociedade e construção da identidade desses indivíduos, muitas vezes marginalizados.



**Figura 13** – RuPaul Andre Charles, *drag queen*.  
Fonte: Steve Schofield e LogoTV.

No Brasil, encontramos exemplos, resultado desse movimento de empoderamento. Pablo Vittar, *drag queen* bastante feminina, caminha entre os padrões biológicos ao vestir-se em seu personagem. É de uma importância ver estas figuras em mídias, pois a sociedade aprende mais sobre as questões de comportamento e construção do sujeito, amenizando o estigma negativo que reforça a desigualdade.

Em razão da globalização, vale apresentar alguns artistas da cena internacional. Podem ser caracterizados como fortalecedores da diversidade, ao se inserirem fora dos padrões socialmente aceitos. A banda *Scissor Sisters*, irmãos da tesoura (existe uma gíria americana associada à expressão e a posição sexual lésbica), seus integrantes são em maioria gays e com padrões de comportamento distintos. *Hercules and love Affair*, é composta por diferentes indivíduos LGBTQ+ (Figura 13). O gay estereotipado como “padrão polido e aceito” (Andy Butler), uma trans (Rouge Mary) e um gay fora do padrão erotizado (Gustaph), todos se desconstróem e se constroem ao mesmo tempo, refletindo, a identidade fluída característico da pós-modernidade.

As identidades estão em constante trânsito, provenientes de diversas fontes, quais sejam aquelas disponibilizadas por terceiros ou acessíveis através de nossa própria escolha. Esse fenômeno humano se fortalece pela centralidade que o homem assume como indivíduo considerado portador de cultura, inteligente,

biologicamente maduro e ligado a outros seres humanos na ação e no sentimento coletivo. (MADALENA, 2013 p. 3).



**Figura 14** – Scissor Sisters e Hercules and Love Affair.  
Fonte: Imagens de divulgação/reprodução.

Pensando na moda como cultura construída pelos indivíduos, tais ícones são importantes para disseminação e esclarecimento de um novo movimento, desconstruindo os padrões voltados à indumentária e comportamento. Esclarecendo, em fatos e expressões corporais, que não é necessário seguir como obrigação o que é imposto, com exceção de casos em que existem códigos e normas regulamentadoras. Podemos observar, então, a criação de um cenário que esteja em consonância com esta construção, inserindo-se numa perspectiva antimoda. Termo usado para denominar um contra-movimento da moda.

[...]Talvez seja este o motivo da obsessão da moda atual pela juventude: o fato de se identificarem pelas inconstâncias e mudanças frequentes.[...]

[...]buscando se distinguir através da concepção de uma antimoda (termo que usamos para denominar este contra-movimento) que se constitui dentro e através do fenômeno das modas tradicionais. [...] é necessário existir uma moda dominante para que haja uma antimoda.  
(AZEVEDO, 2016 p. 89).

Nesse princípio de antimoda, observamos a escolha de uma identidade oposta àquela vista como melhor aceita “na moda”. Em sentido estético, ao adornar-se, ao vestir-se, ao usar roupas personalizadas, ao optar por uma produção independente, pode-se carregar elementos distintos dos convencionais. Tais opções transformam a moda em expressão ou como forma de comunicação.

Nos ícones da moda, os exemplos de excentricidade no vestuário masculino foram poucos, mas fortes e subversivos. Na década de 1970, temos David Bowie com seu personagem andrógino nos palcos, que utiliza salto alto, lantejoulas e saias. Também não podemos esquecer Jean Paul Gaultier, com a sua primeira coleção masculina (1983), que tratava o homem de maneira objetificada (*L'Homme Objet*). Isso foi importante porque, para a época, a imagem de um homem passivo era transgressora.



**Figura 15** – David Bowie e Et Dieu Créa l'Homme, Jean Paul Gaultier.  
Fonte: Imagens de divulgação/pesquisa.

Hoje em dia, ainda é visto como tabu um homem usar saia e vestido. Estilistas como Rad Hourani, Rick Owens e Martin Margiela, foram os poucos que buscaram trabalhar essas peças, perturbando as convenções sobre o vestuário masculino.

Nas artes visuais, podemos destacar alguns artistas que trabalham com a imagem gay. Neste momento, vamos dar enfoque ao erótico relacionado ao corpo e sexualidade.

O artista Cachorro Lozano, faz ilustrações e intervenções com conotação sexual, apropriando-se da imagem deste indivíduo masculino. Com papel e poucas ferramentas, o corpo masculino é representado sem pudor, retratado nu, com pêlos, sem pudor ou apenas com roupa íntima. Em entrevista para um site, Lozano (2017) relaciona o mártir de São Sebastião com a realidade enfrentada pelo homossexual atualmente.

San Sebastián fue un mártir que se resistía a morir, no pararon de flecharlo y él aguantaba, y yo veo ahí un reflejo de lo que los homosexuales hemos vivido a lo largo de la historia. No han parado de atacarnos, y todavía siguen haciéndolo, pero aun así

conseguimos transformar el dolor en belleza. Es todo un triunfo.  
(GALLEGO, 2017, n.p)



**Figura 16** – Cachorro Lozano à esquerda e Alfredo Roagui.  
Fonte: <<http://cachorrolozano.bigcartel.com/>> e reprodução instagram®.

**21** Denomina-se “padrãozinho” aqueles homossexuais que assumem comportamento do “macho típico” comumente utilizado em culturas ocidentais, reforçando o estereótipo de homem viril masculinizado.

**22** Entende-se aqui a periferia, estes casos inseridos ‘a margem’ da sociedade.

O ilustrador Alfredo Roagui, apropria-se das relações homoafetivas com um olhar livre de preconceito, visando a igualdade das relações de gênero. Em uma de suas coleções, faz uma representação de alguns personagens de desenho animado em relacionamentos homoafetivos. Tais personagens são representados com corpos esculturais, o que pode reforçar o estereótipo do gay idealizado pela sociedade, o “padrãozinho<sup>21</sup>”.

Podemos notar uma constante tentativa de representações estereotipadas de homossexuais gays. Apesar de, na sociedade brasileira, notamos a busca por direitos que assegurem a diversidade, ainda prevalecem os estigmas fixados. Uma ferramenta do design é projetar para casos específicos, nesse sentido, podemos ter um olhar com maior empatia, projetando para a periferia<sup>22</sup>, de maneira a ressignificar ou fortalecer determinados princípios.

### 1.4.1 Empoderamento: eu sou bicha

Vai além do corpo, é assumir a sua própria condição, mas não apenas assumir. É, igualmente, identificar-se como pertencente, dono do seu corpo, garantindo autonomia e poder sobre suas ações e escolhas.

Diversos adolescentes, bichas da atualidade, encarnam esse sentimento em sua essência, buscando o seu lugar no mundo, otimistas, fazendo-se voz aos seus princípios. Na indumentária, é observado o uso de roupas do seu interesse, adornos que os representam, ou até mesmo as questões de

consumo consciente, sem deixar as imposições sociais assumirem o controle. Observando estes indivíduos, é comum analisar uma série de atribuições, características da personalidade ou aspectos visuais.

E, de fato, entre as qualidades mais frequentemente atribuídas à identidade de 'bicha' estão a criatividade, a sensibilidade artística e o humor, como se fossem propriedades *naturais*. Mas estas características que realmente são comuns a muitas bichas, o são justamente porque há uma ambiguidade, o humor e uma visão crítica da sociedade, muitas vezes manifesta pelos homossexuais através de um comportamento caricaturalmente afeminado, conhecido como 'fechação'. (FRY, 1985 p.79)

Na medida em que este indivíduo toma posse sobre esse "ser eu latente" e se insere num grupo, mostrando o seu lugar/espço e conquistando sua visibilidade devida, podemos constatar uma mudança no comportamento das pessoas e do mercado. O tema é abordado com frequência na mídia, nas produções artísticas. Criam-se mercados, marcas, negócios e ações, que cada vez mais, estão posicionando-se em virtude da causa.

Na Internet, a mídia social facebook®, cria-se uma corrente de "manifestos" empoderando o gay homossexual, em razão de questões políticas, de direitos e, principalmente, como agentes sociais, caracterizando-se como agentes de transformação.

**23** O estigma é um atributo profundamente depreciativo que está relacionado ao descrédito, defeito, fraqueza ou desvantagem. Assunto abordado no item 'corpo e identidade' deste trabalho (O estigma e a construção social do sujeito, p. 11)



Figura 17 – Gustavo Medeiros.

Fonte: Da esquerda para direita: Amanda Bondes, Carol Piñeiro e Achei no Escuro fotografia.

Nas artes, muitos fizeram de seu trabalho um meio de expressar as questões correlatas ao corpo e à identidade, caminhando entre a dor, o permanente, de maneira a desconstruir os estigmas<sup>23</sup> criados a partir do corpo

[...] Davanzo apresenta uma visão crítica sobre as simulações e as mudanças apenas aparentes e defende veracidade nas alterações corporais, cada vez mais alargadas com as possibilidades trazidas pelo uso de novas tecnologias. [...]

Conhecida pelo processo radical de tatuagem, que fez com que, em 2000, ela realizasse a performance *As vacas comem duas vezes a mesma comida*, numa crítica à superficialidade da condição humana, Davanzo tatuou todo o seu corpo com manchas de vaca. (CANTON, 2011 p. 36).



**Figura 18** – Davanzo, as vacas comem duas vezes. Fonte: Núcleo de pesquisa corporal, disponível em <<https://goo.gl/u637Rb>>

24 Conforme questionário inserido no campo apêndice deste levantamento.

No exemplo citado, temos uma visão crítica sobre as questões relacionadas às mudanças corporais, no sentido permanente, destacando a superficialidade da condição humana. Ao observar um indivíduo inserido numa determinada sociedade, podemos verificar o grau de importância dado à superficialidade do “ser” humano, no sentido de evidências características ou modificações físicas/estéticas. Neste caminho, a opção de fazer uma tatuagem, é a opção de fazer uma marca permanente, como se esta fosse fazer parte da identidade do sujeito.

Com a intenção de buscar esclarecer as questões de empoderamento da identidade bicha, foram entrevistados 12 homossexuais, a partir de questionário semi-estruturado. A pesquisa levantou dados pessoais e questões sobre identidade, empoderamento, experiências e interesse em publicações editoriais<sup>24</sup>. O objetivo foi analisar discursos de personagens reais, as experiências dos entrevistados, todos homossexuais de faixa etária entre 17 e 40 anos.

As entrevistas foram abertas o que permitiu diálogo do entrevistador com os entrevistados para estimular a comunicação espontânea. A entrevista foi baseada em roteiro de perguntas, com intuito de guiar os discursos sobre

construção de identidade e a busca por relatos de empoderamento (O questionário pode ser verificado na Apêndice)

Apresentamos síntese dos relatos dos entrevistados.

NOME	IDADE	UF	RESPOSTAS
Wendel Nunes	20	Minas Gerais, Uberaba	<p>É a forma de se ver.</p> <p>Jovem, de 20 anos, gay, tentando descobrir ainda sua identidade no mundo.</p> <p>Ser bicha é ser além de macho ou fêmea. Ser bicha é propor subversão toda hora.</p> <p>O corpo gay, malhado, branco (dito como padrão). É sim erotizado, por ser o ideal de gay brasileiro.</p> <p>Amaria ter essa revista todo mês para saber como é ser bicha de verdade. Pode saber sobre o mundo lgbt e afins</p> <p>Conheço um projeto chamado Chicos</p>
Yuri Teodoro	21	Goiânia, Goiás	<p>A forma como a pessoa se sente em relação a ela mesma.</p> <p>Acredito que a identidade de uma pessoa muda todos os dias, considero que ela faça parte da pós modernidade.</p> <p>Indiretamente sim. Tenho um tio que impede o filho dele de estar nos mesmos ambientes que eu. Já disse pro meu primo para que ele não se misturasse com “esse tipo de gente”, meu primo e eu somos muito próximos na medida do possível, ninguém da família sabe mas ele é gay também.</p> <p>Quando eu me aceitei gay e assumi meu cabelo afro foi como se eu tivesse nascido naquele instante, a vida faz muito mais sentido agora.</p> <p>Sou bicha sim. Ser bicha é resistir, enfrentar as pessoas e barreiras, mas também é viver do meu jeito, fazendo o que eu quero e acredito sem medo dos outros.</p> <p>Acredito que esse é um tabu a ser quebrado a cultura ensina a sociedade que os gays são vulgares, quando na verdade o que é ou não vulgar não diz respeito à sexualidade.</p>
Gustavo de Medeiros	27	Natal/RN	<p>Um documento ou ato de identificar alguém ou um povo.</p> <p>bicha</p> <p>Fui ameaçado por um carro com quatro caras malhados na rua de casa enquanto ia comprar cigarros.</p> <p>No momento que raspei o cabelo foi o momento de autoafirmação do meu ser feminino.</p> <p>Bicha representa muita coisa, é um estilo, é um jeito de falar, é um jeito carinhoso de chamar amigos próximos, é identidade... Eu nao sei se me considero bicha, talvez algo aqui e ali, tenho um jeito muito único de olhar para mim, para conseguir me apropriar de uma única coisa... Nao sei se as pessoas me olham como bicha (os heteros escrotos, com certeza) e não é algo que ligo muito tbm...</p> <p>Às vezes não acredito no erotismo do meu corpo por ter sofrido opressões por ser uma bicha gorda.</p> <p>Chicos (insta, tumblr e livro), Bernardo Moreira (insta</p>

Júlio Marques	21	Natal/RN	<p>Auto percepção quanto aos mais variados aspectos, como sexualidade, enquadramento social, etc.</p> <p>Homem gay afeminado.</p> <p>Diversos. Muitas vezes duvidam da minha capacidade intelectual por conta da minha aparência, se afastam ou olham torto. Um exemplo gritante foi ser “ofendido” com termos como “viado”, “vai virar homem”, dentre outros.</p> <p>Acredito que posso exemplificar minha autoafirmação por não mudar meu estilo de roupas/cabelo no ambiente de estágio que se mostra bastante formal e elitista.</p> <p>Sim, e este é um termo que uso em ambientes que me sinto menos acolhido ou nos que eu mais me sinto bem. Nos menos acolhido, utilizo como forma de auto-afirmação e demarcação de espaço - buscando demonstrar que esta condição me acompanha naquele ambiente que estou. E nos ambientes que me sinto bem, enquanto reafirmação e celebração da existência enquanto tal, e dos significados que esta palavra carrega para mim e para meus iguais.</p> <p>Sim. Muitas vezes o corpo gay é visto como objeto, como algo disponível para sexo a qualquer momento. Gays são pensados como pessoas que vão transar com qualquer homem que de disponha.</p> <p>Não conheço mas acho extremamente importante o espaço. Acho que existem muitas pessoas que não entendem o que representam, que são muito reféns de padrões sociais e que precisam de referências para se permitir.</p>
Victor Lyra	25	Recife/PE	<p>Algo que você se identifica como, algo que identifica vc.</p> <p>Alguém que tem o padrão branco, barba, padrãozinho, porém tem algumas características que me tiram do famoso “padrãozinho”... Então me vejo algo entre Hipster, Geek, Nerd, Cigano...</p> <p>Já passei por algumas várias situações, seja por estar com um grupo de amigos, drags e por usar roupas fora do padrão que um “homem” deveria usar... Já aconteceu de uma senhora se benzer ao olhar pra mim, pessoas me olhando estranho por um boy q eu estava ficando, estar sentado no meu colo (pq nao havia mais lugar pra sentar) e por aí vai...</p> <p>Acredito que um dos meus maiores momentos de empoderamento, foi quando de fato me entendi como Bissexual e aceitei isso... Um outro momento grande de empoderamento pra mim, foi quando deixei meu cabelo crescer. Quando comecei a andar apenas por lugares lgbs, lugares q me sinto seguro em estar neles, sem medo de ser julgado ou sofrer qualquer tipo de lgbtobia. Bicha pra mim seria o estereótipo de gay afeminado, não tenho certeza se valeria para mulheres.</p> <p>Desconhecia essa revista... e acho bastante digno existir uma revista assim, contando que não seja uma revista que só faça reforçar o padrão de beleza que existe e é imposto a todas as pessoas lgbs... Se for algo que realmente exista diversidade e representatividade real.</p> <p>@bernardomoreiraa) sempre posta algumas coisas, tem algumas suicides girls tbm (mas axo qnao eh bem isso que tais procurando.) tem alguns instagram que sigo, mas estou esquecido aqui dos nomes deles =XX</p>
Vitor Costa	21	Salvador/BA	<p>A inter relação social entre autopercepção e exopercepção (exo de exterior) que localiza o sujeito em grupo(s) e o(s) grupo(s) enquanto tais.</p> <p>Homem, negro, gay, comunista A homofobia sempre foi a opressão mais presente na minha vida. Durante o período escolar, as sanções negativas a meus comportamentos não condizentes com o que se esperava de um menino variam, e iam desde repreensão verbal, por parte dos adultos, até agressões físicas, por parte dos colegas. No ambiente familiar as violências acontecem de forma mais indireta,</p>

Vitor Costa	21	Salvador/BA	<p>nde os comentários de teor homofóbico são feitos quando direcionados a outras pessoas, mesmo que todos saibam da minha sexualidade - e ignoram-a para manter os discursos de socialização e condicionamento às crianças da família. No entanto, existiram também momentos de violência verbal direta por parte de familiares, que em tom agressivo, buscaram me diminuir ao falarem sobre práticas sexuais comuns de casais gays em tom jocoso. No ambiente público, ao caminhar de mãos dadas com meu namorado, a sanção mais comum é um olhar incisivo e permanente, enquanto estamos no campo de visão da pessoa, o que nos faz andar vigilantes, mesmo que em ambientes supostamente mais seguros. Não exatamente, acho que o máximo que tenho pra contar é que hoje em dia aceito meu corpo como ele é, com as curvas e excessos que tem, sendo que isso já foi motivo pra me odiar.</p> <p>Como já disse a Linn “ser bicha não é só dar o c*, é também poder resistir”, acho que isso já resume tudo que eu poderia discutir. Se afirmar como bicha é se jogar no pelotão de frente de uma manada de gay normativas que se submetem às leis do patriarcado. Não é fácil estar na frente o tempo todo, a luta é dura, mas percebo que quando você sustenta o carão as pessoas estão ok porque você está ok consigo mesmo. Não conheço. De acordo com meus gostos e vontades, uma publicação com esse objetivos deveria buscar quebrar os padrões hegemônicos da comunidade LGBT, desconstruindo a homossexualidade polida e comercial, abarcando as mais diversas questões que as bichas vivenciam.</p>
Alberto Segundo	23	Cabedelo/PB	<p>Acho que “identidade” vai muito além de uma associação imediata, apesar da palavra ter essa conotação. Acho que pra mim a identidade vem como um processo de descoberta de um Eu inconstante, e isso vem de uma forma fluida e mutável, que sofre influência de muitas variantes. Não sei se a minha identidade pode ser bem descrita, ou identificável. Eu acho que tenho uma imagem que sempre muda e sofre influência das minhas variações de humor. Pra mim esse processo identitário ainda é um resultante dessa inconstância eterna.</p> <p>Sempre acontece, sobretudo de pessoas bem próximas, das quais você espera um apoio maior que vez ou outra disparam um “sua roupa está muito feminina”, ou “você vai se vestir assim?”. Isso ainda acaba sendo um problema pra mim, já que eu acabo levando essas pessoas em consideração. Já com pessoas aleatórias não sinto tanto o impacto, pra elas eu mando um: Bitch, I’m F A B U L O U S</p> <p>Acho que esse processo é recente e acho que ainda não tenho uma história relevante a descrever, meu namorado tem me estimulado muito nesse processo de imagem, ele entra em todo tipo de pataquada comigo, e nem se importa com o que visto.</p> <p>Como já disse a Linn “ser bicha não é só dar o c*, é também poder resistir”, acho que isso já resume tudo que eu poderia discutir. Se afirmar como bicha é se jogar no pelotão de frente de uma manada de gay normativas que se submetem às leis do patriarcado. Não é fácil estar na frente o tempo todo, a luta é dura, mas percebo que quando você sustenta o carão as pessoas estão ok porque você está ok consigo mesmo. Existe muita erotização e conotação sexual com relação a imagem homossexual quando se observa de uma perspectiva de “Moral”. Contudo esse debate de moral é muito vago por se basear numa construção social, que pra mim faz o mínimo de sentido. Fora dessa perspectiva acho que não passam de representações da natureza humana, como qualquer pintura clássica.</p> <p>Não conheço, mas acabei de dar um google porque eu adoro esse tipo de conteúdo!!! Acho muito interessante a proposta de reunir o conteúdo numa publicação dessas.</p>

Alysson Paulynell	40	Natal/RN	<p>o desejo sexual !!!          não tenho e nunca tive medo da feminilidade sempre fui masculino e feminino no mesmo tempo e no mesmo corpo.          sim passo todo dia pois todas as minhas escolhas estéticas, falam da minha sexualidade.          Assumir para minha família a minha sexualidade e ter conquistado o respeito deles.          um ser livre !!!          acho que olhar e mais erotizado do corpo, o corpo é apenas um alvo do fetiche causado pelo olhar.          acho que empoderamento mas uma questão de posicionamento , hoje eu acho que o real empoderamento podemos assim dizer é a questão dos direito civis.          @cemfreio, @homotography,pierre at gilles</p>
Norembegue Pimentel	21	Natal/RN	<p>Identidade é o jeito de cada ser expressar sua individualidade.          O meu jeito de ser extrovertido, tímido e simples          Ser bicha é ser gay, afeminada, escandalosa, qualquer coisa que fuja da heteronormatividade imposta. Sim.          Creio que o corpo gay é sim erotizado, levando em conta os aspectos que proporcionam o meio LGBTQ sentirem-se atraídos por estes.          Acho importante que tenha esse espaço para discutir, empoderar e falar sobre o que é ser gay. É de extrema necessidade que se viabilize essa minoria e desmistifique-se todos os tabus por trás do “ser gay”/”ser bicha”, visto que somos seres-humanos não melhores e nem piores do que qualquer outro.          Snap zine.</p>
Raphael Dumaresq	22	Natal/RN	<p>Identidade é respeitar nossas vontades as colocando em primeiro plano.          Minha identidade é forte e simples.          Todos os dias. Estar na rua é estar em um palco eterno. Mas na plateia só gente uó te olhando.          Sempre que meu pai me “xinga” de bicha, viado. Eu olho bem dentro dos olhos dele é falo que sim, eu sou MUITO bicha e MUITO viado. Ele fica puto kkk          Ser bicha é ser livre de padrões sociais e normas de comportamento.          SIM, MUITO BICHA SIM!          Assuntos como esses precisam estar sempre em pautas principais, para que se tenha mais e mais conhecimento sobre si mesmo.          instagram - Chicos</p>
Marcone Soares	19	Natal/RN	<p>Algo que nós construímos a partir de nossas vivências e que de certa forma define nossa essência. Acredito que boa parte da nossa identidade vem de um reflexo do coletivo ao nosso redor, reflexo esse que se identifica e pode ser similar com o comportamento do coletivo, ou vai contra ele.          É difícil porque nunca parei pra pensar em uma forma de me descrever.          Posso falar que sou um garoto viado de cabelo colorido que ama arte em geral, principalmente ilustração e performance. Esse é o marccone para os outros. Pra mim, eu sempre me vejo como uma pessoa comum, um pouco tímida, mas que com o passar do tempo se empoderou e aceitou a si mesmo. O processo de aceitar a si mesmo ainda está acontecendo e não diz respeito só a sexualidade (pq isso eu já aceitei e amo o que sou nesse sentido). Eu sempre tive vários medos em toda minha vida, sempre tentei agradar ao máximo os outros e me cobro muito sempre, toda a minha identidade foi construída em cima disso. Eu me acho sim uma pessoa forte, decidida e que não tem medo de sair na rua todo montado, mesmo sendo um homem. Mas ainda sim tenho muitos outros medos.</p>

<p>Marcone Soares</p>	<p>19</p>	<p>Natal/RN</p>	<p>Me imagino às vezes como aqueles caranguejos que ficam em conchas. Quando eu estou confortável eu me mostro muito, mas qualquer coisa que eu julgue perigosa eu me escondo e volto a pensar se realmente eu to fazendo as coisas do modo mais certo e cuidadoso. Não quero chocar aos outros, mas também não quero que eles me tratem como uma escória.</p> <p>Diversas vezes. Principalmente qdo estou com meu namorado andando na rua. Sempre dá pra notar olhares e algumas piadas. Mas foi algo q eu aprendi a realmente não ligar e hoje em dia isso não me afeta muito. sempre gostei muito de arte e minha cabeça sempre esteve muito aberta a coisas diferentes e possibilidades. De um ano pra cá comecei a estudar performance e me apaixonar pelo universo drag queen. Eu comecei a me montar e hoje é uma das coisas que faço e me dão maior satisfação. Brincar com a maquiagem e criar um personagem com características femininas, mas que transita entre vários outros universos é inspirador. Marxine (minha drag) me ajudou muito também a usar o que eu quiser, quando eu quiser e só se so fazer isso se eu estiver confortável. Vale muito ressaltar também que o apoio que tive da minha família me ajudou muito em tudo isso.</p> <p>Bixa é o que eu sou. É não ter medo de ser quem sou, é ter força pra enfrentar as barreiras que a sociedade constrói e as minhas próprias barreiras. É dar a cara a tapa. É me ver e me sentir bem com o que estou vendo. É não seguir um comportamento esperado, não só por rebeldia, mas porque eu não sou esse comportamento esperado. Essa sexualidade esperada.</p> <p>Não conheço, mas seria uma publicação super válida e importante. Eu particularmente gostaria de ver algo voltado para o público LGBT como um todo, não só homens gays. Privilégios masculinos estão dentro de todos os âmbitos.</p>
<p>Pedro Fasanaro Entrevista gravada de duração 7min e 32s</p>	<p>20</p>	<p>Natal/RN</p>	<p>Eu acredito que a identidade não é algo que podemos definir de imediato, ou como lago fixado, digo por eu mesmo. Tem dias que quero sair maquiado toda fabulosa e tem dias que só quero usar uma roupa básica. Uma bicha fetichista, que não tem medo de usar roupas tidas como femininas e ser sensual a minha maneira.</p> <p>Sempre a gente passa né?! principalmente nós que temos gostos particulares, e que nem sempre é o que a sociedade aceita. Mas hoje em dia eu nem me importo e nunca deixo de ser fabulosa.</p> <p>Minha história de empoderamento foi quando eu sai de casa, mas sobre minha sexualidade, nunca tive muitos problemas em me assumir e aceitar quem eu sou, isso não vai mudar e não tem porque eu ficar me guardando.</p> <p>Bicha representa quem eu sou! uma pessoa que não tem medo de assumir características masculinas e femininas, que não tem medo de se expressar e correr atrás do que é meu de direito, não é a toa que sou artista.</p> <p>Eu acho o corpo gay erotizado sim, mas pelo sentido de que somos indivíduos com a sexualidade mais aflorada e a sociedade adora evidenciar o que fazemos na cama. É interessante que não existe a preocupação com o ato sexual de heterossexuais, ninguém sai falando “olha lá, a heterossexual que se relaciona com homem”. E quando nos afrontam, não temos medo de falar a verdade.</p> <p>Nossa! gostaria bastante de uma publicação, sinto falta de conteúdo de fácil acesso sobre questões LGBTs, assim como movimentos e acontecimentos. Acho bastante interessante e apoio.</p>

**Quadro 02** – Entrevistas realizadas no período de 17/set a 27/set.  
Fonte: Organização do autor.

25 A partir de questionário eletrônico, entrevista em Natal/RN 17/set de 2017.

A partir dos dados a proposta é pensar um projeto de design que articule necessidades e os discursos destes indivíduos. Observamos a autoafirmação da identidade bicha, não mais como uma condição e, sim, um empoderamento, reforçando o pensamento seguido por Fry em seu livro, *O que é homossexualidade* (1985). De acordo com o Entrevistado 5 (2017) “Ser bicha é resistir, enfrentar as pessoas e barreiras, mas também é viver do meu jeito, fazendo o que eu quero e acredito sem medo dos outros.”<sup>25</sup>



Figura 19 – Júlio Marques.  
Fonte: Acervo do entrevistado, uso autorizado.

26 A partir de questionário eletrônico, entrevista em Natal/RN 17/set de 2017.

Ainda sobre o questionário, foram observados importantes discursos referentes à construção de identidade de alguns indivíduos que participaram da entrevista. Características físicas ou padrões de comportamento, são respostas sobre aquilo que eles acreditam como identidade: “não tenho e nunca tive medo da feminilidade sempre fui masculino e feminino no mesmo tempo e no mesmo corpo.” (Entrevistado 3, 2017)<sup>26</sup>. A maior parte dos entrevistados afirma ser alvo de algum preconceito, evidenciando o quanto é recorrente no dia-a-dia.

27 A partir de questionário eletrônico, entrevista em Natal/RN 17/set de 2017.

Sempre acontece, sobretudo de pessoas bem próximas, das quais você espera um apoio maior que vez ou outra disparam um “sua roupa está muito feminina”, ou “você vai se vestir assim?”. Isso ainda acaba sendo um problema pra mim, já que eu acabo levando essas pessoas em consideração. Já com pessoas aleatórias não sinto tanto o impacto, pra elas eu mando um: *Bitch, I’m F A B U L O U S.* (Entrevistado 4, 2017)<sup>27</sup>.

Apesar das adversidades e problemas enfrentados, todos se mostraram bem definidos e resistentes. O entrevistado 5, mostrou-se militante, participando de protestos e paralisações públicas, na busca da desconstrução desses padrões estigmatizados, que causam impactos negativos na vida dos indivíduos.

## 1.5 Design inserido na cultura da sociedade

Ao falar “designer”, a grande maioria das pessoas provavelmente pensará em nomes como Ralph Lauren, Giorgino Armani, Chanel, ou seja, designers de moda, não necessariamente existindo apenas essa vertente na profissão. Os estilistas geralmente começam como costureiros. Ao ficarem famosos, associam-se a vários produtos de consumo, como: cosméticos, perfumes, acessórios e objetos para o lar. Na opinião pública, o campo do design se associa, muitas vezes, à moda, ao estilo e às marcas famosas. É comum a associação do design com questões estéticas, formais, bem como com aspectos superficiais muitos deles relacionados à configuração externa dos artefatos.

O design se distanciou cada vez mais da ideia de “solução inteligente de problemas” e se aproximou do efêmero, da moda, do obsoletismo rápido do jogo estético-formal, da glamourização do mundo dos objetos. Frequentemente, hoje em dia, design é associado a objetos caros, pouco práticos, divertidos, com formas rebuscadas e gamas cromáticas chamativas. (BONSIEPE, 2013 p. 18).

E ainda:

Design transformou-se em instrumento de dominação do Centro sobre a Periferia. Para isso, o design tem-se prestado a supérfluo, dando-se primazia aos enfeites, que se sobrepõem às outras características essenciais, como utilidade, praticidade, durabilidade e sustentabilidade dos objetos e sistemas. (IIDA, 2013 apud BONSIEPE, 2013 p. 8).<sup>28</sup>

Para falar de sociedade, é necessário correlacionar o design com princípios democráticos, premissa constituinte do desenvolvimento do campo profissional, sobretudo a partir da Revolução Industrial, em países como Inglaterra, Estados Unidos e Alemanha.

A produção de artefatos é articulada ao desenvolvimento da cultura material. Neste caminho, é possível considerar a concepção de artefatos à necessidades humanas, às demandas sociais. As profundas transformações mundiais ocorridas entre meados do século XVIII ao final do século XIX, especialmente no continente europeu e norte americano, afetaram as esferas econômica, social, política e cultural, a exemplo daqueles resultantes da Revolução Francesa e da Revolução Industrial. Esse processo, mesmo que inicialmente concentradas na França e na Inglaterra, de maneira planetária a sociedade, a organização urbana, as relações sociais, e aspectos

**28** “O mundo foi regionalizado e/ou classificado em países ricos e pobres ou centrais e periféricos; os ricos (centrais) são países que estão no centro das decisões mundiais, são desenvolvidos, industrializados, avançados tecnologicamente, com economia estável. Os países pobres (periféricos) são países subdesenvolvidos, pouco industrializados, com produção primária, dependente economicamente e de economia instável com grande incidência de crises.” (FREITAS, 2017 online)

relacionados às técnicas e aos processos de produção. Os aspectos importantes articulados às reformas políticas e sociais consequente da Revolução Francesa têm relação aos princípios democráticos e aos direitos humanos. Levando em conta a Revolução Industrial, pode-se considerar não apenas as transformações nos processos produtivos, mas também aspectos vinculados a socialização desta produção. É nesse contexto do desenvolvimento da produção industrial e do sistema capitalista industrial que se desenvolve o campo do design, com a profissionalização de trabalhadores especializados na concepção e desenvolvimento de artefatos para as populações urbanas, as várias classes sociais. Nesse caminho, lá na origem da profissionalização no campo do design, princípios articulados à socialização da produção e do consumo.

Distanciando-se da perspectiva do design que privilegia estética e estilo, retomamos princípios mais democráticos que se preocupam com a diversidade, com a igualdade e com a socialização.

Assumimos aqui o conceito de design defendido por Bonsiepe (2013), como discurso de projeto para “solução inteligente de problemas”, articulado aos princípios democráticos, com o propósito de atender expectativas diversas.

Bonsiepe (2013) define democracia e correlaciona com o design de maneira efetiva. No sentido de possibilitar a participação de todos, o que inclui países da periferia, criando um espaço de autodeterminação: “Isso significa criação do espaço para um projeto próprio, para um design próprio. Em outras palavras: a democracia vai muito além da possibilidade de escolher entre centenas de modelos de telefones celulares.” (p. 20).

Em determinados projetos, pode ser necessário a pesquisa e o conhecimento teórico científico específico, articulados às diferentes áreas do conhecimento, como ferramenta para o desenvolvimento da atividade de projeto: “O design deve recorrer a conhecimentos científicos quando a temática o exige. Por exemplo, quando se quer projetar uma nova embalagem para leite que minimize os impactos ecológicos (*ecological footprints*).” (BONSIEPE, 2013 p. 19).

Para que o design seja de fato democrático, deve assumir um olhar humanista com intuito de reduzir a dominação e, dar atenção aos excluídos, aos discriminados, “os economicamente menos favorecidos”, ou seja, a maioria da população. “O humanismo projetual seria o exercício das capacidades

projetuais para interpretar as necessidades de grupos sociais e elaborar propostas viáveis, emancipatórias, em forma de artefatos instrumentais e artefatos semióticos.” (BONSIEPE, 2013 p. 21).

Bonsiepe (2013) defende um conceito substancial e menos formal de democracia no sentido de redução de heteronomia, entendida como subordinação a uma ordem imposta por agentes externos. Com este conceito mais humanista podemos vincular o design às necessidades de grupos sociais, sobretudo aqueles que sofrem preconceito e estigmas, a exemplo do homossexual bicha, com a finalidade de interpretar suas necessidades e desenvolver propostas emancipadoras.

É necessário desenvolver uma consciência crítica/política, de maneira a fortalecer princípios democráticos e inclusivos, no sentido de amenizar os desequilíbrios sociais e desigualdade.

A partir dessa consciência crítica, podem-se explorar espaços alternativos, não se contentando com a petrificação das relações sociais. Esse desequilíbrio é profundamente antidemocrático, uma vez que nega a participação em um espaço autônomo de decisão. Trata os seres humanos como meros consumidores no processo de coisificação (*Verdinglichung*). (BONSIEPE, 2013 p. 21)

Pensando em tais princípios democráticos, é possível notar o surgimento de artefatos desenvolvidos com esse interesse. Exemplificando no campo editorial, podemos verificar o surgimento de jornais, revistas, zines, produções audiovisuais, entre outros. Que buscam, no desenvolvimento de projeto, atender as necessidades da periferia.

## a) Exemplos de projetos

No Brasil, após o grande período de censura enfrentado no regime militar de 1964, podemos observar o surgimento de publicações com caráter alternativo de imprensa. Designada para o público homossexual, o **Lampião da Esquina**, foi um jornal que circulou durante os anos de 1978 e 1981, é um importante exemplo deste movimento.

Segundo o Grupo Dignidade (2015), o jornal tinha editoriais fixos como “Cartas na Mesa”, feita para contato direto com os leitores, “Esquina” coluna destinada a notícias, “Reportagem”, referente a matéria de capa. A

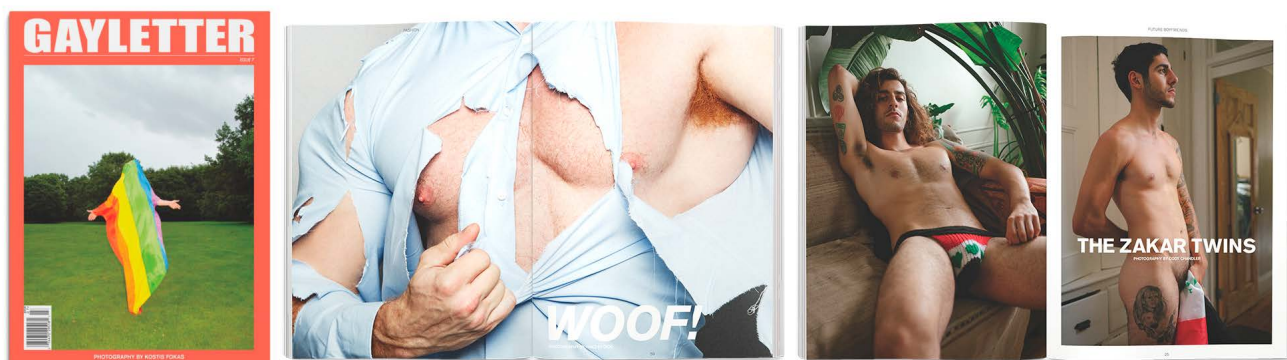
partir do número cinco, foi criada a coluna “Bixórdia”, que trazia assuntos do cotidiano bicha. Sempre havia espaço para informações culturais, como indicações de livros, exposições, shows e filmes.

O jornal inicialmente estava mais preocupado em retirar o “gay” da margem social, abrindo o discurso às minorias. Já em sua fase final o jornal se adapta ao gueto e torna-se mais ousado, contendo até mesmo ensaios sensuais e abordando temas mais polêmicos do que fazia em sua fase inicial. (DIGNIDADE, 2015, online)



Figura 20 – Lampião da esquina, edição 04, 01 e 13. Fonte: <[www.grupodignidade.org.br/projetos/lampiao-da-esquina](http://www.grupodignidade.org.br/projetos/lampiao-da-esquina)>

Uma publicação que se assemelha com a do ‘Lampião da Esquina’, com público internacional e menor caráter político, a **Gayletter**, foi criada em em 2008, com objetivo principal de elaborar um boletim semanal (*newsletter*), para ajudar a pessoas gays a descobrirem o que fazer no seu tempo livre. Desde então, o boletim criou forças e gerou uma série de festas mensais intituladas ‘interracial’. Em 2014 foi lançada a mesma revista impressa, editada por Ryan Leahey, versão disponível para compra online e em livrarias pelo mundo.



**Figura 21** – GAYLETTER Magazine.  
Fonte: <www.gayletter.com>

Seguindo este movimento pós-moderno de publicações, O “Chicos” é um projeto para publicação de arte, gay e independente. Busca pluralidade por meio de registros realizados, de autoria própria, e também de colaboradores que dialoguem com a temática do corpo nu homossexual em diferentes ‘padrões’. Um olhar de dentro da história e experiência individual de cada participante. Emprestado do espanhol ‘Franciscos’, o projeto é composto de entrevistas e ensaios: todos relacionados com a experiência pessoal e coletiva do que somos no dia-a-dia, o nosso corpo, nossas descobertas e opiniões.



**Figura 22** – Projeto Chicos.  
Fonte: <www.chicos.cc>

Além de publicações editoriais, temos exemplos audiovisuais como: ‘Essa estranha atração’ (1988), São Paulo em Hi-Fi (2013), Meu amigo Claudia (2013) e Dzi Croquettes o filme (2010). Importantes produções para o cenário brasileiro. No nordeste, Marlon Parede (2016), idealizou um documentário que junta seis amigos com histórias e perfis diversos. Pegou uma câmera emprestada e ouviu o que eles tinham para dizer. Os seis personagens discutem suas identidades e sobre aceitação coletiva das bichas.

A grande sacada de Marlon foi desmistificar a palavra bicha e mostrar que ela pode ser um elogio no lugar de xingamento. Em três dias, seu primeiro documentário já tinha mais de 100 mil visualizações. (NOGUEIRA, Renata. São Paulo, 2016.)



**BICHAS**   
UM DOCUMENTÁRIO DE MARLON PARENTE  
[WWW.BICHAS.COM.BR](http://WWW.BICHAS.COM.BR)

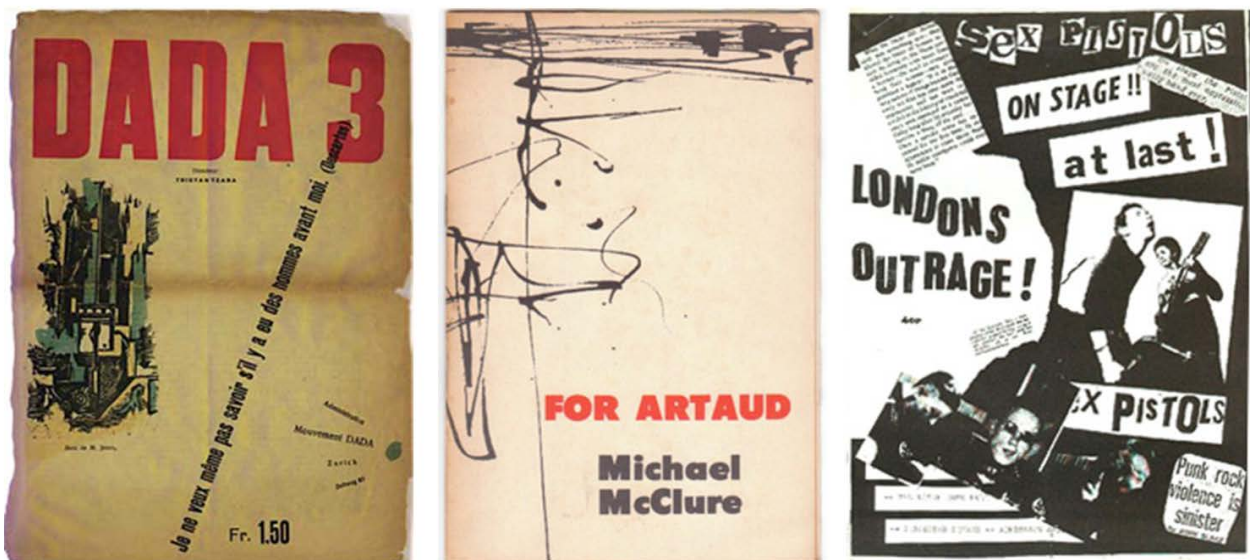
**Figura 23** – Bichas, o documentário.  
Fonte: <www.facebook.com/bichasdoc>

Após tais exemplos, o presente levantamento tem interesse na elaboração de um projeto com caráter político emancipatório para o grupo LGBTQ+, especificamente aqueles inseridos na denominação bicha. Acreditando no potencial de uma publicação zine, buscaremos fundamentação para elaboração do projeto.

## b) O Zine

Denomina-se Zine um periódico auto-publicado com pequena tiragem, normalmente fotocópias, frequentemente irreverente, e usualmente direcionado a um público com interesses muito específico. Ao analisar um zine, podemos notar uma ênfase na autonomia da sua produção, assim como a relação com a cultura de uma sociedade.

Zine não é abreviação para magazine. Uma revista é um produto, uma mercadoria comercial. Um zine é um trabalho de amor, produzido sem lucro. (...) Informação é a razão pela qual um zine existe. (UTESCHER, 2010 apud WRIGHT, 1997)



**Figura 24** – Dada, Chapbooks de poesia Beat e London's Outrage.  
Fonte: <<https://goo.gl/LLCAH8>>

Os zines já estiveram associados aos movimentos de subcultura, por possuírem um caráter autoral. Muitos fazem crítica à sociedade ou discorrem sobre interesse de grupos inseridos em situação de minoria, como LGBTQ+, movimentos de contracultura dos anos 1970, classe trabalhadora, e movimento estudantil. O fator crítica social esteve muito presente na história dos zines.

### c) Moda e consumo

Muitas empresas ou grandes negócios aderiram a diversidade de sua maneira. Segundo o Sebrae, os homossexuais consomem três vezes mais que o heterossexual, e algumas empresas tem apostado nesse público, desenvolvendo produtos que fazem uso de cores e signos, que estabelecem relação a este público específico, o que contribui para o empoderamento.

Estratégia de mercado ou adesão à causa? Não podemos afirmar com precisão. É possível a existência de marcas criadas e destinadas a esse público, mas de certo modo, não deixa de ser uma oportunidade pensando no lucro, afinal, são bens de consumo. Assim como é possível que algumas marcas sejam a bandeira de causas específicas, isso vale para marcas nor-teriograndenses e multinacionais. A Manufato Design<sup>29</sup>, por exemplo, fez uma coleção inspirada nos anos 1970 e o espírito de liberdade e aceitação. Arco-íris e frases de aceitação foram utilizadas, com a proposta de empoderamento e aceitação, com intuito de igualdade.

<sup>29</sup> Para encontrar a Manufato design, acesse: <<http://www.manufato.com.br/>>

<sup>30</sup> Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/empreendedorismo-feminino-cresce-34-em-14-anos>>

### LGBT e moda

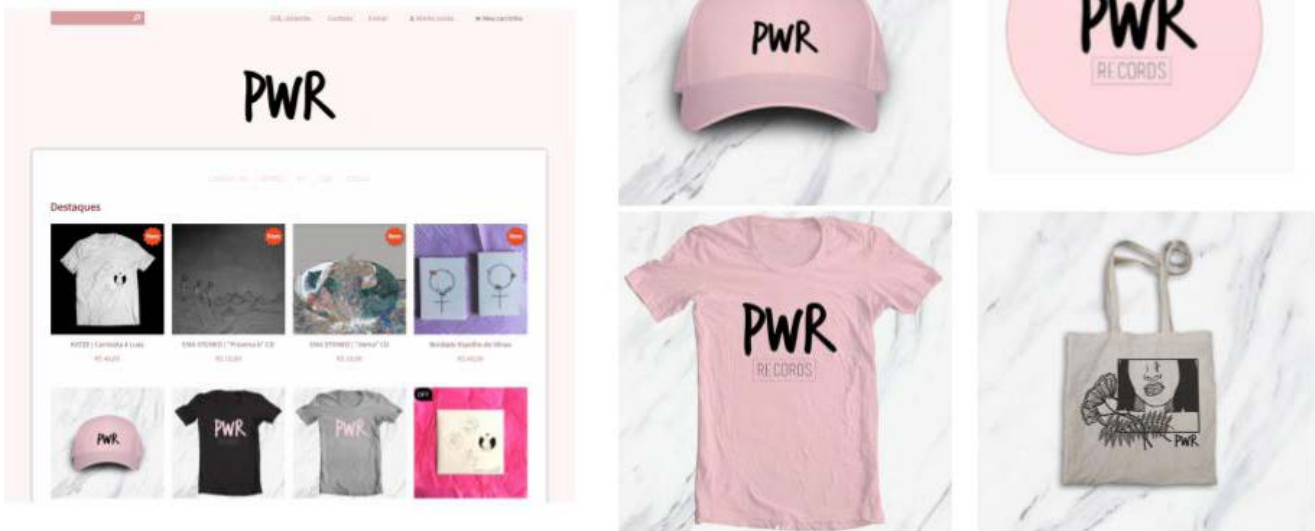


**Figura 25** – Moda, LGBTQ+ e consumo. Adidas®, Nike®, Converse®, Vestimenta.  
Fonte: Instagram e pinterest.

Podemos notar um crescente mercado voltado à mulheres empoderadas, donas de empreendimentos. Segundo o site Brasil Economia<sup>30</sup>, o empreendedorismo feminino cresce 34% em 14 anos, o que ainda é pouco, visto que suas oportunidades são inferiores às dos homens

O Selo *Pwr Records*, por exemplo, foi criado por um grupo de amigas e destina-se a produção de música independente por mulheres. Elas desenvolvem produtos para o incentivo e promoção de seus trabalhos, possuem uma identidade visual bem resolvida, numa linha *girl power* descontraída.

## PWR records



**Figura 26** – Selo PWR records.  
Fonte: Instagram e pinterest.

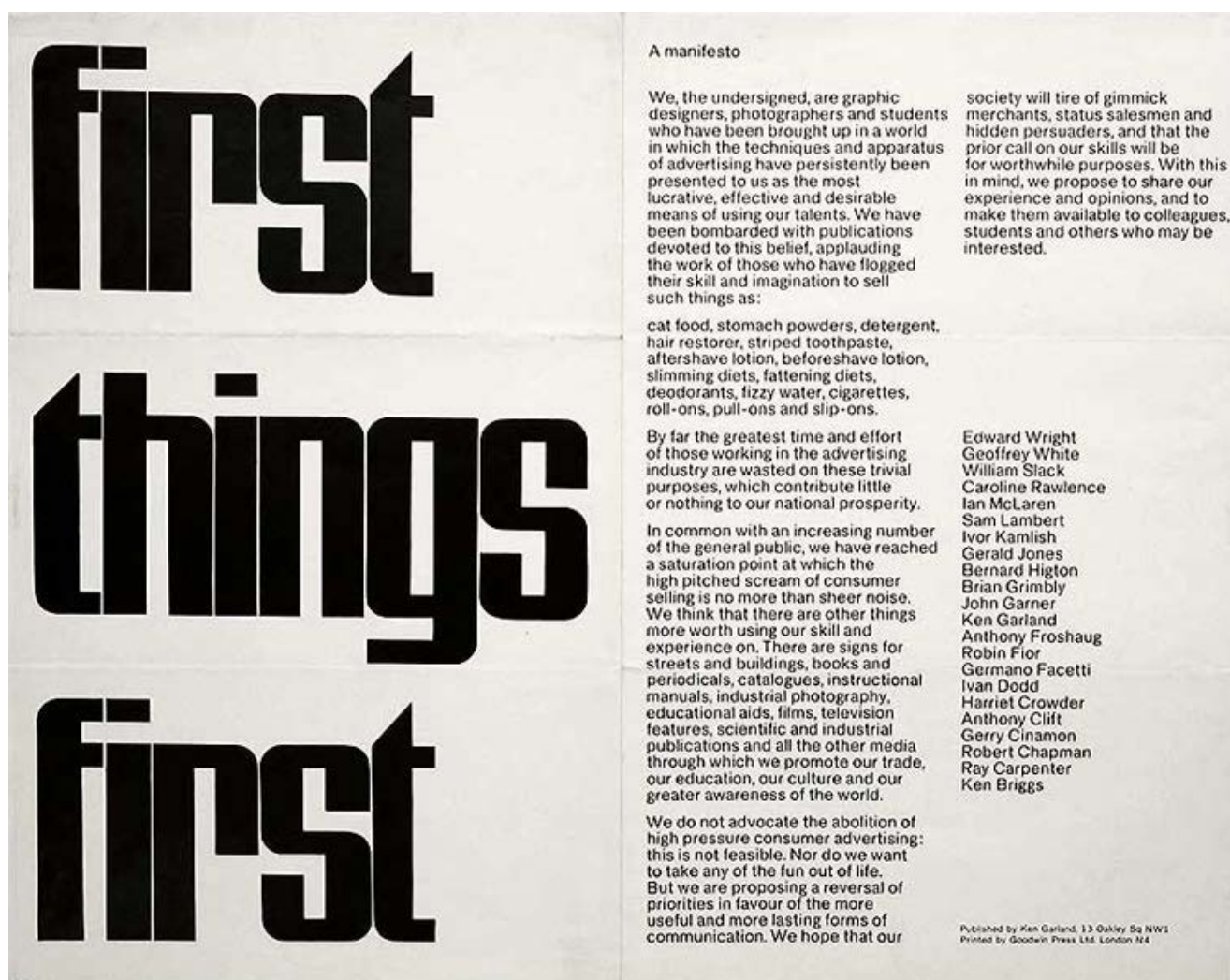
Quanto a mudança de comportamento da população, seja ela consumidora ou empreendedora, o design esteve presente como ferramenta para expressar os interesses de determinados públicos. “Uma das principais funções do design gráfico é a de tangibilizar ideias visualmente” (NEVES, p. 45, 2011).

Na história, uma das formas de expressão das ideias e conceitos adotados por grupos, artistas ou designers é o manifesto. “Entendemos por manifestos os textos que defendem ideologias, princípios e pontos de vista em relação a determinado assunto; uma espécie de declaração pública, muitas vezes em tom de protesto, convidando e até mesmo persuadindo o leitor à reflexão.” (NEVES, p.50, 2011).

Temos um manifesto importante no design, chamado *First thing's First*. Muitos designers, em meio a outros profissionais, começaram a contestar os padrões de atuação do design naquele momento (1960 e posteriormente 2000).

Escrito em 1963 e publicado em 1964 por Ken Garland, juntamente com outros 20 designers, fotógrafos e estudantes, o manifesto foi uma reação à firme sociedade da Grã-Bretanha dos anos 1960 e pediu um retorno a um aspecto humanista do design. Ele atacou as produções rápidas e muitas vezes triviais da publicidade convencional, chamando-as de triviais e demoradas. A solução foi concentrar os esforços de design nas tarefas de educação e serviço público que promoviam a melhoria da sociedade.

A influência do manifesto foi rápida para atingir um público amplo e foi pego pelo The Guardian, o que levou a uma aparição na TV por Garland em um programa de notícias da BBC e sua posterior publicação em uma variedade de revistas e jornais. Foi revisitado e republicado por um grupo de novos autores no ano 2000 e rotulado como o Primeiro Manifesto das Coisas Primeiras 2000. (Rick Poynor, online)



**Figura 27 – First Things First.**  
Fonte: <<http://www.designishistory.com/1960/first-things-first/>>.

## First Thing's First Manifesto 2000

Thypographic Zine

What do you believe in as a designer? This question almost never comes up when you're so busy tending to your client's wishes, basically, being a good problem solver. But what happens when you no longer feel like you're helping your client, but just helping them sell terrible things? First thing's first Manifesto was first published in 1964 by Ken Garland and 22 other wonderful Design and Advertising professionals. In 1999-2000 it was republished and signed by a batch of other highly talented Designers, wishing to keep fighting the Vicious cycle of the Advertising-Design-Client world. My design is based on the idea that I found this manifesto incredibly effective, but also very long and tedious, and felt the message the group was trying to convey was hidden beneath many layers of type. I have also found contradictions in the text that I felt were important to bring out, and basically highlighted my perspective on the issue, with the Good & Bad of our industry. To do so, I used transparent film to hide/obstruct what I found to be irrelevant to my POV, and thus highlighting and contrasting my side of the story.

Liron Ashkenazi

Seguir



### First Thing's First Manifesto Zine

Direção artística, Design gráfico

10451 1153 39

Publicado em: 9 de Abril de 2015

Avaliar projeto

<https://www.behance.net/gallery/25210377/First-Thing-s-First-Manifesto-Zine>



Figura 28 – Manifesto e design.  
Fonte: Behance.

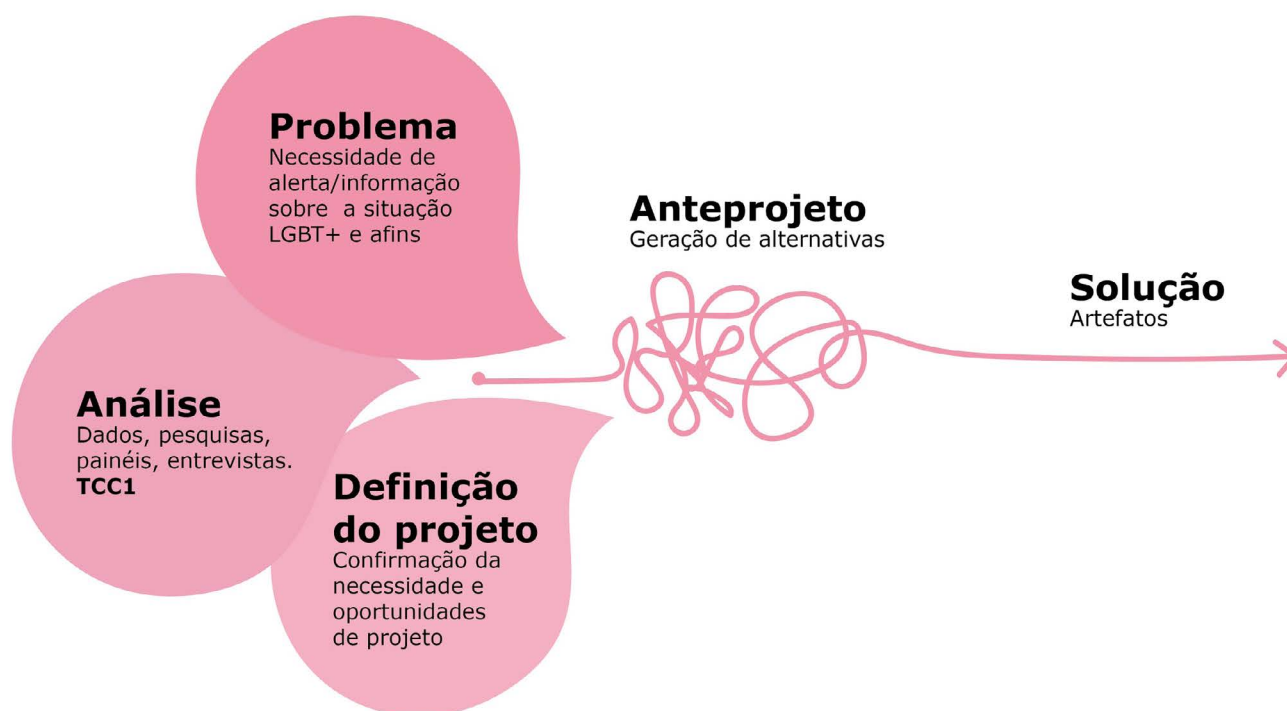
Surge projetos de design a todo momento, seja ele para qual propósito, em geral, o resultado do projeto é para melhoria de alguma situação-problema. O contexto do trabalho do design, por mais ambicioso que isso pareça ser, é o próprio mundo. O projeto “Parada do livro”, por exemplo, foi feito para democratizar a leitura, permitindo fácil acesso a materiais na própria parada do ônibus, com cartazes, cartilhas, ou livros.

## 2 Proposta de projeto

### 2.1 Objetivos gerais e específicos

Com base no objeto de estudo, foi desenvolvido um projeto gráfico, que contemple temáticas e assuntos para o público bicha, LGBTQ+ e aqueles que sofrem com o preconceito, de maneira a empoderar tais sujeitos, desconstruídos, politizados e militantes.

Para isso, foi necessário: levantamento bibliográfico; entrevista com o público; pesquisa de assuntos inseridos na temática LGBTQ+; pesquisa de material gráfico e levantamento de dados estatísticos. Para o desenvolvimento de projeto, foi necessário: levantamento bibliográfico sobre design, e metodologia de projeto, sobre a construção visual e diagramação; aplicar técnicas e ferramentas presentes na metodologia; efetuar revisão bibliográfica e confeccionar o kit final. Segue a estrutura do método utilizado para o desenvolvimento de projeto.



**Figura 29** – Estrutura do método.  
Fonte: Adaptação do autor.



### 3 Metodologia

A metodologia escolhida para desenvolvimento do projeto foi a de Gui Bonsiepe (1984), encontrada no livro **Metodologia experimental: Desenho industrial**. No livro, Bonsiepe fornece orientação para o processo de projeto, apresentando técnicas e métodos para o desenvolvimento de produtos, tendo em mente propostas experimentais. O autor destaca que a metodologia de projeto não pode ser comparada com uma receita de bolo, pois receitas de bolo levam, com certeza, a um determinado resultado. Para o autor processos de design têm apenas certa “probabilidade de sucesso” (p.34).

Bonsiepe defende a liberdade do projetista ao selecionar alternativas para o projeto, podendo tomar decisões pessoais ou específicas. Em outro livro, **Design: como prática de projeto** (2012), menciona fatores que podem ser determinantes na metodologia, podendo modificá-la. São estes: a complexidade do problema de projeto; a disponibilidade de recursos tecnológicos; os objetivos políticos-econômicos e a natureza do problema de projeto.

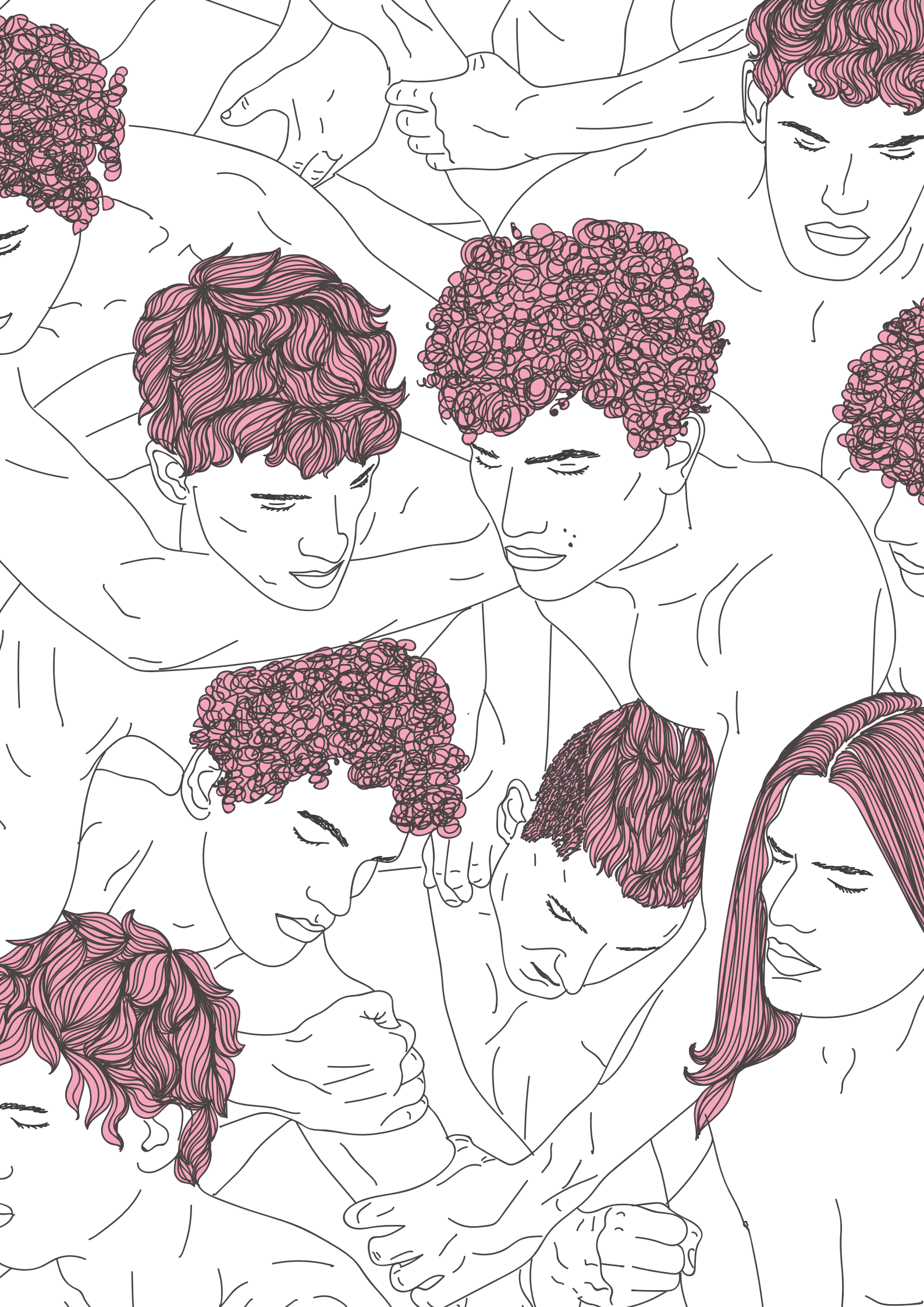
O modelo metodológico registrado por Gui Bonsiepe é descritivo, composto por uma macroestrutura, subdividida em cinco fases e pela microestrutura, constituída a partir da especificidade de cada projeto. A microestrutura, na verdade é composta pelos métodos, técnicas, instrumentos e ferramentas utilizadas para o desenvolvimento de cada fase de projeto. A macroestrutura corresponde à estrutura de projeto como: Problematização, Análise, Definição do problema, Anteprojeto (geração de alternativas) e Projeto. Nesse sentido, o desenvolvimento é feito com base na estruturação do problema, identificando as necessidades, seguindo do desenvolvimento e sua produção ou realização. Como mencionado, na microestrutura são sugeridas subdivisões das etapas, de acordo com a natureza do projeto. Podemos observar a Figura 30, na coluna “por exemplo”, Bonsiepe sugere propostas que podem ser utilizadas na microestrutura, para o desenvolvimento de novos artefatos. É importante destacar também, a existência de metodologias com ou não retornos (*feedbacks*) entre as etapas.

Algumas etapas foram feitas ou iniciadas com o levantamento, como: pesquisa, revisão bibliográfica e entrevistas. Quanto a microestrutura, portanto métodos, ferramentas e instrumentos específicos, é possível sugerir etapas e técnicas de acordo com a figura que segue:



**Figura 30** – Etapas da metodologia de Bonsiepe. Fonte: Adaptado do livro “Metodologia experimental: desenho industrial”.





## 4 O PROJETO

O contexto do trabalho do designer é o mundo, tanto o ambiente físico primário como a complexa trama formada pela cultura humana, sem esquecer o determinante entorno emocional, pessoal e intransferível, de quem desenha. Desse envolvimento surgem, de forma constante, referências que nos guiam em nossa tarefa. (...) Tudo é fruto do trabalho minucioso no que é rigorosamente relacionado com a profissão, mas também, e em primeiríssimo plano do cultivo da sensibilidade, da abertura pra ver, pra sentir, pra vibrar. (FUENTES, 2009, p.121)

A proposta de projeto é seguir a problemática encontrada por meio da pesquisa, que revelou um grande índice de violência, marginalização, preconceito, falta de leis em defesa de LGBTQ+. As oportunidades de projeto podem ser diversas. Focamos aqui, na necessidade de alertar para a população geral e a específica, a situação destes grupos atualmente. Reforçando o chamado design humanista defendido por Bonsiepe “o exercício de atividades do design para interpretar as necessidades de grupos sociais e desenvolver propostas emancipatórias viáveis na forma de materiais e artefatos semióticos”. (BONSIEPE apud NEVES, 2011, p.53)

O projeto busca então, a concepção de artefatos de design, revelando dados e a situação atual do público da pesquisa; chama atenção para o conceito geral e real da igualdade; e cria algo para revelar e para identificar as pessoas que acreditam na causa ou que são contra o preconceito.

Algumas etapas para o seu desenvolvimento foram realizadas, como a identificação da situação problema, a compilação dos dados e a análise. Seguindo o método de projeto, iniciou-se a fase de geração de alternativas e o estudos para o desenvolvimento do artefato final, de acordo com a estrutura que segue:



## PROBLEMATIZAÇÃO

# Fases do projeto

“ O processo de design, em sua melhor faceta, integra as aspirações da arte, da ciência e da cultura. ”

*Jeff Smith*



**Figura 31** – Fases do projeto.  
Fonte: Autores

# ANÁLISE

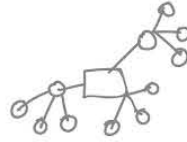


Análise de similares



O projeto

# DEFINIÇÃO DO PROBLEMA



Mapa mental

# GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS



Brainstorm



Tabela morfológica



# CRIAÇÃO DE FORMAS



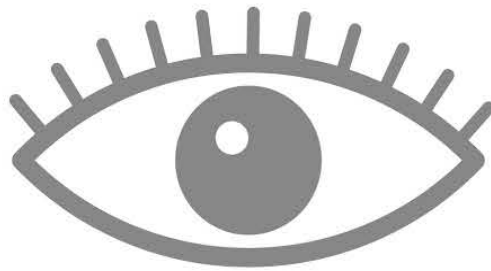
Esboços e estudos



Estudo de formas



Estudo de cores



Para explicarmos o desenvolvimento de projeto, apresentamos algumas das fases do projeto. Na busca por uma maneira de auxiliar às necessidades do público em questão, iniciou-se a etapa de criatividade. Foi necessário o uso de algumas ferramentas como: *brainstorm*, mapa mental, tabela morfológica, esboços, rascunhos e outros que se façam necessários.

### a) Mapa mental

O mapa mental é uma técnica que permite aos designers explorar rapidamente o escopo de um dado problema, tópico ou assunto. Partindo de um termo ou ideia central, o designer rapidamente associa propostas e ideias da mente para o papel ou suporte físico.

A técnica de mapas mentais foi desenvolvida por Tony Buzan, um popular autor de psicologia que vem promovendo seu método por meio de publicações e workshops. Embora Buzan tenha delineado regras específicas para os mapas, seu método é empregado de maneira mais solta e intuitiva por incontáveis designers, escritores e educadores. (LUPTON, 2011, p. 22).

Para o projeto, foi feita uma associação verbal e não verbal, de acordo com as necessidades do projeto. Para isso, utilizamos palavras-chave do projeto e outro mapa com recortes das entrevistas (vide item 3.4.1).



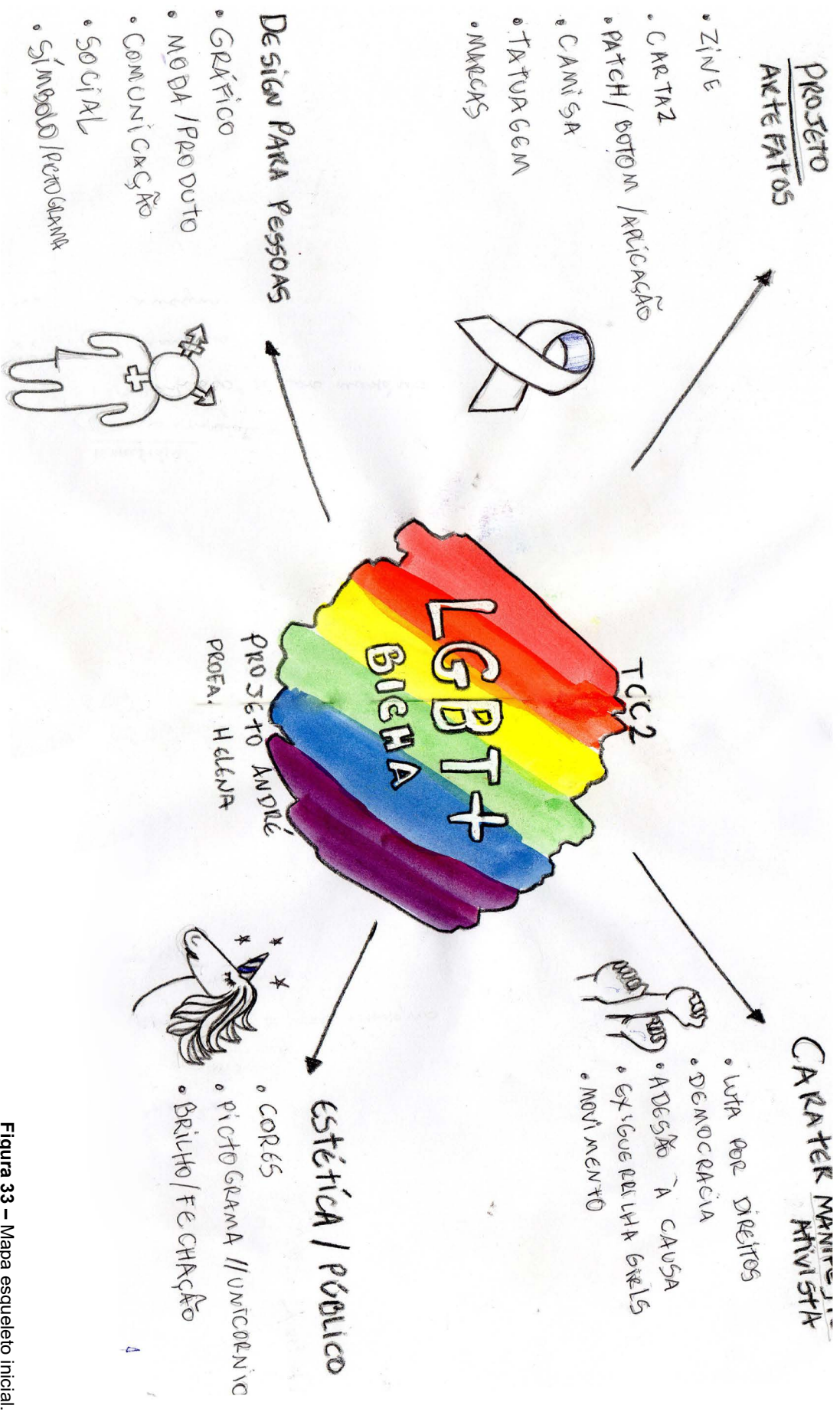


Figura 33 – Mapa esqueleto inicial.  
Fonte: Autores

Foi desenvolvido um mapa mental inicial, com intuito de levantar conceitos e ideias sobre a temática. Após análise destas informações, foi verificado que é importante não limitar tanto o tema em um grupo específico como o bicha ou apenas LGBTQ+, pois tal limitação iria prejudicar um pouco o sentido democrático do trabalho. Sendo assim, o projeto pode representar diferentes grupos, sem distinção de cor, raça, sexualidade, crenças ou princípios.

## b) Brainstorm

*Brainstormings* e técnicas semelhantes ajudam profissionais criativos a definir problemas e gerar informações iniciais para projetos, assim como compilar todas as informações já coletadas, bombardeando com ideias e hipóteses.

O termo *brainstorming* foi cunhado por Alex F. Osborn, publicitário da Avenida Madison cujo influente livro *Applied Imagination* [O poder criador da mente, 1957] iniciou uma revolução ao ajudar as pessoas a pensarem de forma criativa. *Brainstorming* significa atacar um problema a partir de todas as direções possíveis de uma só vez, bombardeando-o com perguntas rápidas para chegar a soluções viáveis. Osborn acreditava que até mesmo o problema mais difícil poderia ser finalmente trucidado se bombardeado por suficientes raios de pensamento. Ele também acreditava que até mesmo as pessoas mais rígidas e presas aos hábitos poderiam se torna imaginativas caso fossem colocadas na situação certa. (LUPTON, 2011, p. 16).



O *brainstorm* elaborado só confirmou o que foi idealizado, as questões e as necessidades apresentadas que são comuns em diversos grupos desfavorecidos pela justiça, pelo senso comum e pelo preconceito, o que fere os princípios democráticos. Não podemos falar de democracia nos limitando apenas a um grupo. Desta maneira, para o projeto trabalhamos os grupos LGBTQ+, e temáticas como feminismo e racismo.

## 4.1 O estudo de cores

Ninguém pode negar a importância da cor em alguns planos de imagem corporativa, ou na hora de estabelecer sistemas de codificação, sem mencionar os sistemas de sinalização convencionais. (...) Sem dúvida, para efeito de esclarecer a proposição, a definição de seu papel em um determinado projeto de design passa em primeiro lugar pela definição, assim como dos outros “ingredientes”, do seu grau de participação. (FUENTES, 2009, p.76).

As cores estão presentes no nosso dia-a-dia, cada uma com significados simbólicos ou pessoais. Na comunicação e no design elas são utilizadas com propósitos. Com a tentativa de usar as cores de maneira a representar diferentes indivíduos e grupos, verificamos a existência de diversas bandeiras de orgulho e afirmação, compiladas em uma tabela morfológica, como segue.











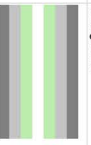


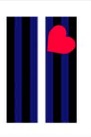






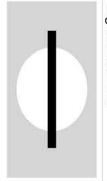



TABELA MORFOLÓGICA - BANDEIRAS ATIVISTAS	
	
Orgulho LGBT Nigel de Courtois, Clifford Barbee, 1978	Orgulho LGBT Nigel de Courtois (1978–1979)
	
gbv	Intersexualidade
	
Rainha escrava	Movimento Fluido de gêneros
	
Roupa emborrachada	Bandeira orgulho bissexual
	
Pollamor	Bandeira orgulho transgênero
	
Homem/mento não binário	Bandeira orgulho leather
	
Gaygender	Bandeira internacional da comunidade de Ursos
	
Lesbian	Bandeira orgulho assexual
	
BDSM	Bandeira orgulho Genderqueer
	
Demisssexual	Bandeira orgulho intersex
	
Genderblank	Bandeira orgulho pansexual
	
Fetichismo propriedade posse	Fetichismo propriedade posse

Figura 35 – Tabela de bandeiras.  
Fonte: Autores

É evidente a existência de significados nas cores e nos elementos, pois podemos notar, por exemplo, o sentido da junção do azul e do rosa na bandeira trans - cores que, geralmente, são utilizadas para meninos e meninas, respectivamente. Nesse caminho, tudo carrega sua significância, cada uma com sua simbologia.



A bandeira do orgulho gay é composta por seis cores do arco-íris. Inicialmente possuíam as oito cores, mas como era feita com tecidos coloridos, não com estampa, algumas cores eram difíceis de ser encontradas, como o rosa e azul celeste.



A bandeira do orgulho bissexual, faz uso de duas cores definidas pela sociedade como “cor para homem (azul) e cor para mulher (rosa)” com uma faixa central, que é a junção das duas cores, misturadas, cada uma com 50% de sua opacidade. Isto remete à mistura dos dois gêneros, gerando uma nova cor.

Cada bandeira tem sua particularidade e sua origem. Como o trabalho em si não é uma análise para criação de bandeira, mas sim um provável uso das já existentes, foi feita uma tabela morfológica para facilitar a análise. Por se tratar de um trabalho que busca o conceito democrático, não faz sentido ficar fixado no uso de cores específicas.

Junto de algumas bandeiras, podemos identificar o uso não apenas de cores, mas também de elementos visuais e ícones. Com isso, foi necessário o estudo de formas.

## 4.2 Estudo de forma

Os grupos, aqui postos em foco, utilizam ícones, símbolos, pictogramas de fácil reconhecimento ou baseados em convenções, associando significados

como: símbolos masculinos ou feminino; representação de triângulo invertido simbolizando o feminino; machado para lésbicas, entre outros. Tais símbolos, muitas vezes são relacionados à sexualidade, à cor, aos grupos ativistas, aos elementos do corpo, e até mesmo à mitologia grega.

A representação esquemática é uma disciplina que surge da necessidade de exemplificar ou mostrar sistemas, desenvolvimentos ou processos que por suas características dificilmente podem ser “vistos”. “O triunfo do pensamento abstrato e esquemático que caracteriza a era da informação necessita de uma linguagem que lhe é própria. Não baseada na imagem icônica nem no relato escrito, mas na visualização de realidades invisíveis” (FUENTES apud COSTA, 2009, p. 80).




















TABELA MORFOLÓGICA - ÍCONES					
Simbologia LGBT					
	<b>Símbolos masculinos entrelaçados</b> Orgulho Gay	<b>Símbolos femininos entrelaçados</b> Orgulho Lésbico	Símbolo universal transexual	Duplo Vênus Relacionamento entre duas mulheres	Mercúrio Símbolo Travesti/ Hermafrodita
Feminismo					
	Woman Power				
Luta contra o racismo					
Nazismo					
	Triângulos bissexuais por Liz Nania, 1978	Triângulo Preto Nazismo Anti-sociais Marcar Lésbicas	Triângulo Rosa e amarelo Nazismo Judeus Homossexuais	Triângulo Rosa Nazismo Judeus Homossexuais	
					
	Labrys Mitologia grega Deméter - Ártemis	Lambda Gay Activists Alliance, NY 1970	Luas símbolo bissexual	Mão Púrpura 31/out/1969 Gay power	Aneis da Liberdade David Spada lésbico feminista Liberdade

Figura 36 – Ícones e grupos.  
Fonte: Autores

Entende-se como ícone, aquilo que representa algo existente fisicamente, por exemplo: o desenho de um carro. Um índice aponta para o que se refere, ou consiste em vestígio daquilo ou impressão direta de um objeto/evento. Um símbolo é abstrato, como algo escrito, sua forma não tem qualquer semelhança com o seu significado.

Os signos visuais muitas vezes incorporam atributos de mais de uma categoria de signo. Uma placa de banheiro feminino mostrando uma mulher de vestido é um ícone (retratando a figura humana), mas é também um índice (indicando a localização de um banheiro). (SUPISA apud LUPTON, 2011, p. 88).

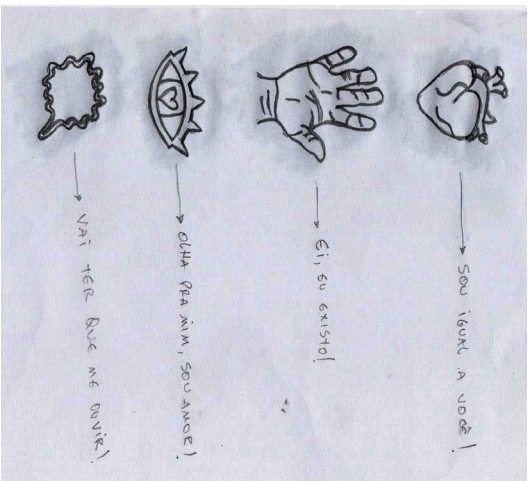
Simbologia LGBT														
	Símbolos masculinos entrelaçados Orgulho Gay	Símbolos femininos entrelaçados Orgulho Lésbico	Símbolo universal transgênero	Triângulos bissexuais por Liz Nebra, 1979	Labrys Mitológica grega Deméter - Artemis	Duplo Vênus Racionalamento entre duas mulheres	Triângulo Preto Nazismo Anti-sociais Menar Lesbicas	Lambda Gay Activists Alliance, NY 1970	Luas símbolo bissexual	Triângulo Rosa e amarelo Nazismo Judeus Homossexuais	Triângulo Rosa Nazismo Judeus Homossexuais	Mão Furçada 31/Out/1989 Gay power	Mercúrio Símbolo Transvesti/Hermatrocida	Anéis da Liberdade David Spade Hábico feminista Liberdade
Bandeiras														
	Orgulho LGBT Original de oito cores, Gilbert Baker, 1978	Orgulho LGBT Versão sem cores (1978-1979)	Orgulho LGBT Versão sem cores, popular desde 1979	Bandeira Orgulho bissexual	Bandeira transgênero	Bandeira orgulho leather	Bandeira Internacional da Irmandade de Urso	Bandeira Orgulho assexual	Bandeira Orgulho Genderqueer	Bandeira Orgulho Intense	Bandeira Orgulho pansexual			
Feminismo														
	Woman Power	FEMINISTA		We Can Do It!										
Luta contra o racismo														
	ALL POWER TO THE PEOPLE BLACK PANTHER PARTY	BLACK PANTHER PARTY	BLACK PANTHER PARTY	Martin Luther King	BLACK POWER	BLACK POWER								
Marcas														
	Nike Seja Você Mesmo	Ben and Jerry's Felizes para sempre	Donuts Rainbow	Absolut gay friendly	Tiffany e co Quer: casar comigo?	MAC viva glam	Adidas	Natura L'Oréal Paris	Apple	Skol	Mc/Coocaola	Starbucks Netflix		
Celebridades	Lady Gaga Madonna Demi Lovato Miley Cyrus Katy Perry Beyoncé	Ricky Martin Elton John Cazuza Gloria Groove Caio Prado Lyn da Quebrada	Ellen Degeneres Ellen Page Pablo Vittar Gloria Groove Caio Prado Lyn da Quebrada	Johnny Hooker Linker Almiró Prata Gil Ney Matogrosso	Joey Hatoherson									

Figura 37 – Tabela morfológica.

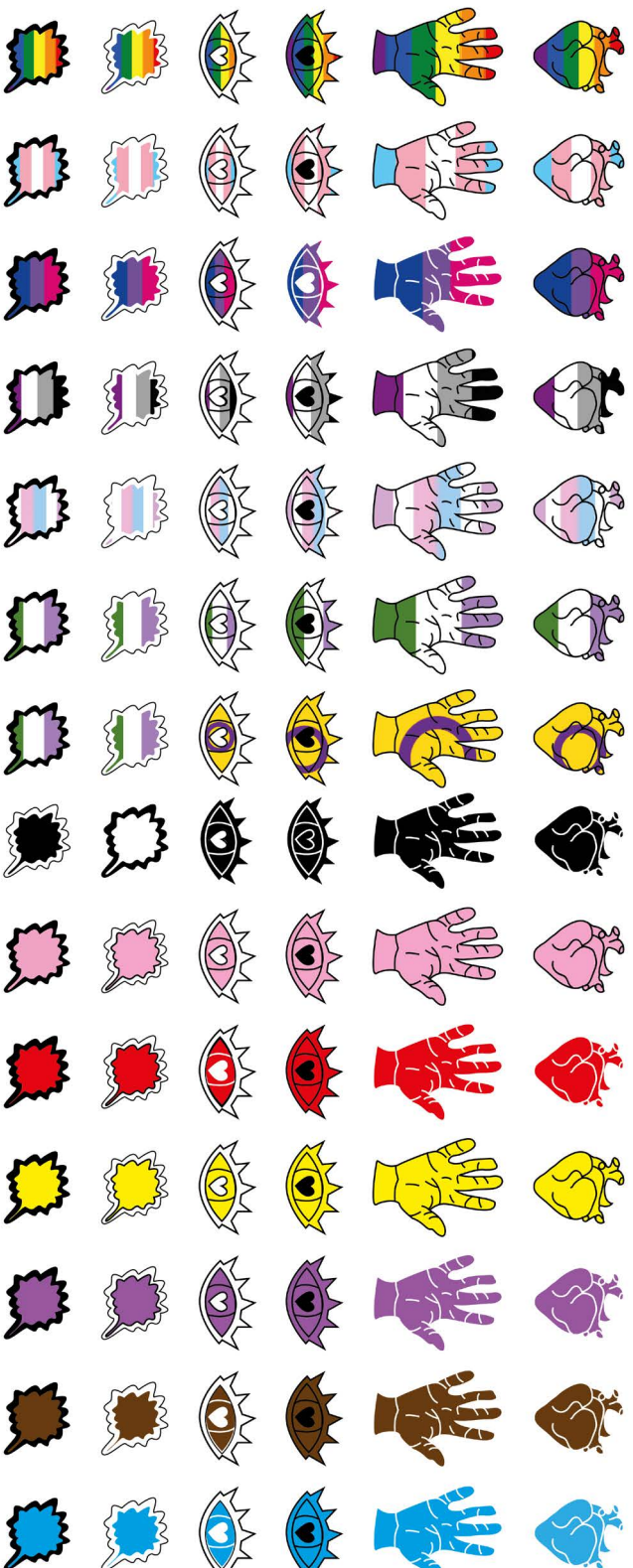
Fonte: Autores

O projeto tem intuito de atingir pessoas, para adesão à causa. Com isso, é importante pensar em elementos que aproximem a mensagem ao público. Partimos de conceitos que representam a crença e com a causa, compreensão e aceitação dos diferenças. Tais ideias foram resumidas nas palavras-chave/verbos: amar, acolher e aceitar. A estes verbos associamos partes do corpo humano: coração (amar), mãos (acolher), olhos (comunicar). Vale ressaltar que o conceito representado pela boca tem relação com o próprio projeto; materiais que serão desenvolvidos para conscientização ou sensibilização do público.

Um ícone usa forma, cor, som, textura e outros elementos gráficos para criar uma conexão evidente entre imagem e ideia. Embora os ícones pareçam estar naturalmente ligados a seus referentes, os ícones dependem, em diferentes graus, das convenções culturais. (LUPTON, 2011, p. 89).



**Figura 38** – Elementos para uso no projeto.  
 Fonte: Autores



**Figura 39** – Experimentos de ícones com cores.  
 Fonte: Autores

Com os experimentos, verificamos que as formas mais orgânicas não são fáceis de serem reconhecidas, em certos momentos os grafismos mais geométricos parecem mais objetivos. O olho e o balão foram os elementos melhores a serem trabalhados, considerando sua aplicação em diferentes mídias e a eficácia na mensagem.

A abstração voltada para o simbolismo requer uma simplificação radical, ou seja, a redução do detalhe visual a seu mínimo irreduzível. Para ser eficaz, um símbolo não deve apenas ser visto e reconhecido; deve também ser lembrado, e mesmo reproduzido. Não pode, por definição, conter grande quantidade de informação. (...) Nesse caso, alguma educação por parte do público se faz necessária para que a mensagem seja clara. Porém, quanto mais abstrato for o símbolo, mais intensa deverá ser sua penetração na mente do público para educá-la quanto ao seu significado. (DONDIS, 1991, p.55)

### 4.3 Texto de chamada

Com os experimentos para a concepção formal verificamos a necessidade de acrescentar algum nome ou frase, para fortalecer a mensagem. Para tanto, foi necessário um estudo separado, especificamente para gerar uma mensagem direta. Assim, desenvolvemos um *brainstorm*, apresentado na figura 40.



Métodos conscientes, como *brainstorming* e mapas mentais, podem libertar a mente para a descoberta e a invenção; da mesma forma, estratégias de pensamento e de execução podem oferecer ferramentas inspiradoras ou uma mentalidade aberta que pode ajudar os designers a trazer prazer, alegria e iluminação para o seu trabalho. (LUPTON, 2011, p. 113).

Fazendo experimentos com possíveis textos de chamada, verificamos que a melhor ideia a ser trabalhada é a expressão “Abra o olho”, pois é corriqueiramente utilizada com intuito de alertar, avisar, por em destaque e pode ter várias conotações, de acordo com o contexto e a cultura.



Figura 41 – Texto de chamada + forma.  
Fonte: Autores

Partindo da produção destes elementos: forma, cor e texto, iniciou o processo de elaboração do desenho construtivo da marca.

## 4.4 Desenhos construtivos

Com desenhos construtivos, chegamos à fase de construção da forma final desejada, levando em conta a aplicação e reprodução da marca desenvolvida em materiais e peças de divulgação.

As etapas de identificação, análise e pesquisa proporcionam um conjunto de elementos desordenados que é necessário classificar e avaliar de acordo com a sua adequação ao enfoque do projeto. Essa classificação não tem necessariamente como consequência alguma desqualificação. Tudo é útil no “armazém” do designer. [...] Agora é hora de escolher entre toda a informação coletada e adicionar-lhe a experiência e o trabalho, relacionando tudo para ajudar a nascer a/as ideia(s) de comunicação. (FUENTES, 2009, p.49).

A forma final do selo seguiu a estrutura do olho, com leves arredondamentos, largura e altura que permitissem a diagramação da mensagem “Abra o”. A fonte escolhida, Verdana, tem relação com o desenho simples, estruturado, peso e espessura das hastes iguais ao contorno da forma e da pupila coração. O desenho desta marca prevê a aplicação com ou sem fio de contorno, formando um selo (fig. 42a) ou sem o contorno (fig.42b), como segue.

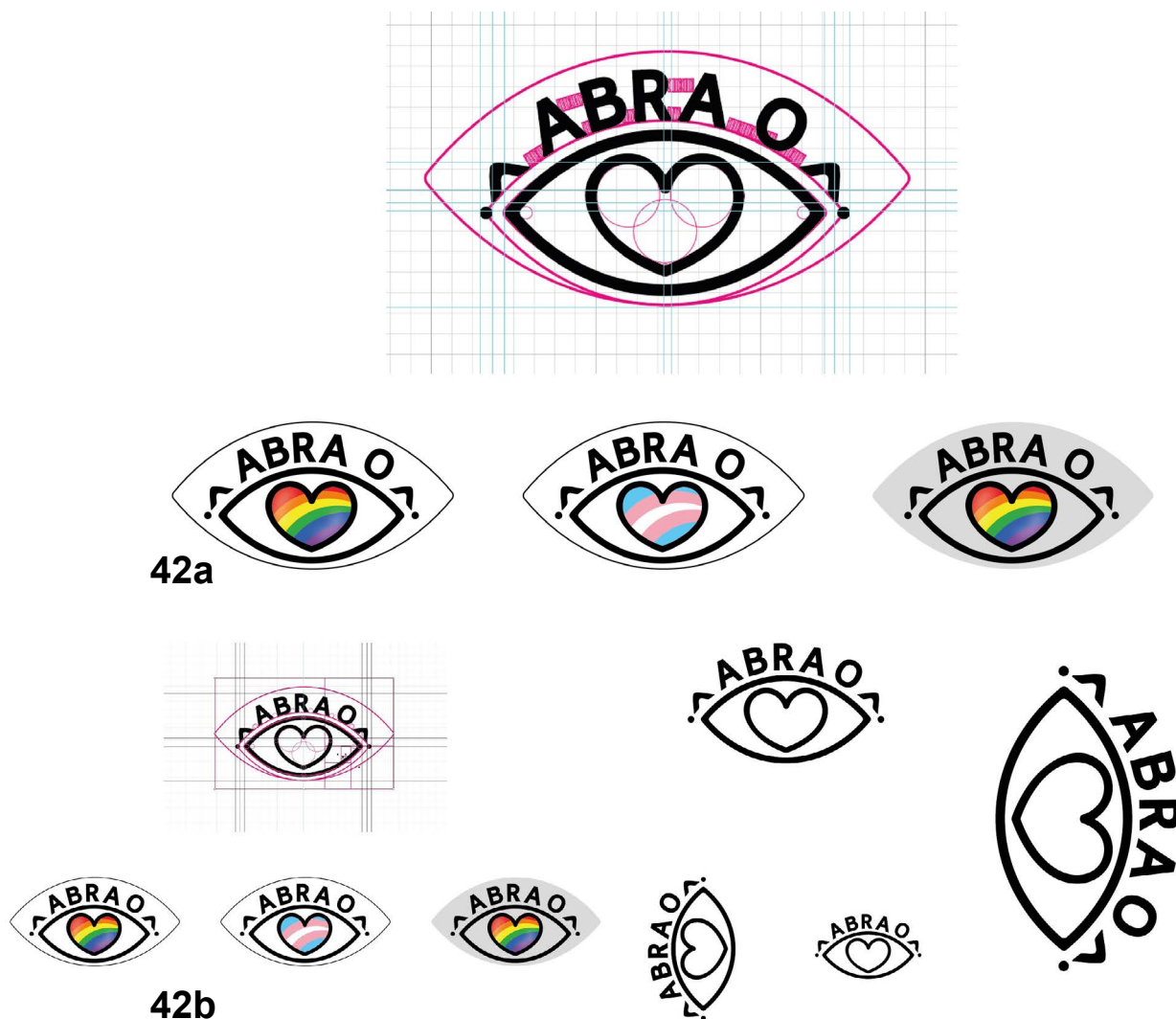


Figura 42 – Desenhos construtivos.  
Fonte: Autores





## MULHER BRASILEIRA

Em 2016, 4,6 mil mulheres foram assassinadas no Brasil, uma média de 12 homicídios por dia.

O Brasil registrou 49,5 mil estupros em 2016, uma média de 135 casos por dia.

Segundo pesquisa, 40% das entrevistadas disseram ter sido vítima de assédio, como comentários desrespeitosos ou cantadas na rua ou no trabalho

Cerca de 52% do eleitorado brasileiro é composto por mulheres, mas elas ocupam apenas 10% e 16%, respectivamente, das 513 cadeiras da Câmara dos Deputados e dos 81 assentos do Senado Federal

Segundo a Pesquisa de 2015, as mulheres recebem, em média, 23,9% a menos que os homens

Fonte: Guia do estudante  
Texto: Fábio Sasaki



## ASSASSINATOS DE LGBT+ CRECEM 30% ENTRE 2016 E 2017

Segundo agências internacionais de direitos humanos, matam-se mais homossexuais no Brasil do que nos 13 países do Oriente e África onde há pena de morte contra os LGBTs.

A cada 19 horas um LGBT é assassinado ou se suicida vítima da homotransfobia

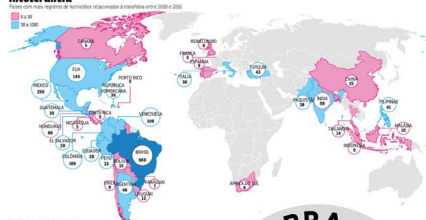
Fonte: O globo  
Texto: Luísa Souto



## BRASIL LIDERA RANKING MUNDIAL DE ASSASSINATOS DE PESSOAS TRANS

O país registra, em números absolutos, mais que o triplo de assassinatos do segundo colocado. Em números relativos, quando se olha o total de assassinatos de trans para cada milhão de habitantes, o Brasil fica em quarto lugar.

**Intolerância**



Fonte: Correio Braziliense  
Texto: Thaís Cunha



## NEGROS ainda são MINORIA ABSOLUTA em cargos de chefia no Brasil

No nível executivo, que envolve os cargos de direção, a proporção de negros é de apenas 5,3% de acordo com a última pesquisa do Instituto Ethos em parceria com o Ibope Inteligência.

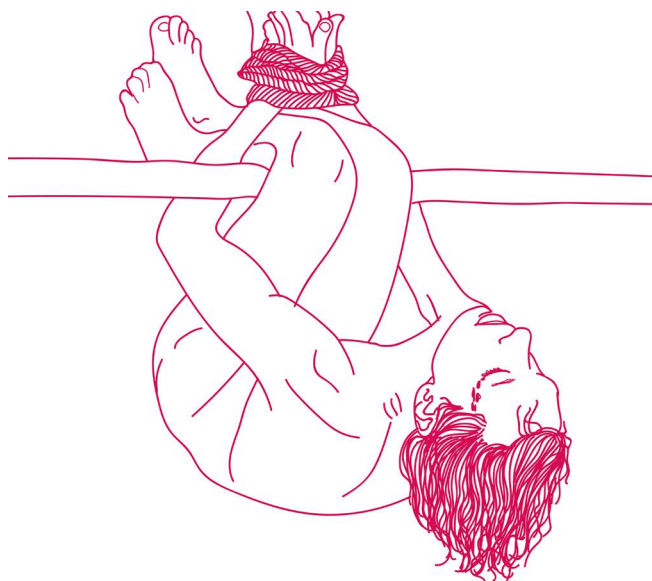
Na população brasileira, pretos e pardos, somados, representam cerca de 50% do país, segundo o IBGE. Na população economicamente ativa, os negros ultrapassam os 45%.

Fonte: Folha de S. Paulo  
Texto: Joana Cunha





**MULHER**  
**negra**  
**POBRE**  
**MÃE**



Método de tortura cujos pulsos ficam amarrados aos tornozelos, sendo a pessoa suspensa por uma vara. Bastante utilizado na tortura de homossexuais.

**PAU DE ARARA**



Figuras 44 a 49 – Primeira geração de alternativas para cartazes  
 Fonte: Autores

*Esboços e experimentos - Segunda geração de alternativas*

**BRASIL**  
 é o país que  
**mais mata**  
**LGBT+**



**BICHA**  
*bichérrima!*  
 ao máximo



# PAREM DE MATAR!

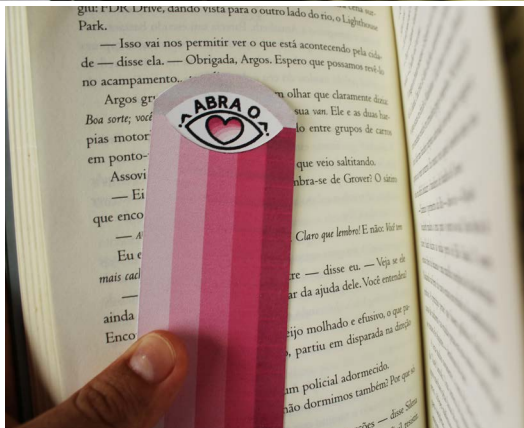
#mariellepresente  
#matheusapresente  
#humanospresentes

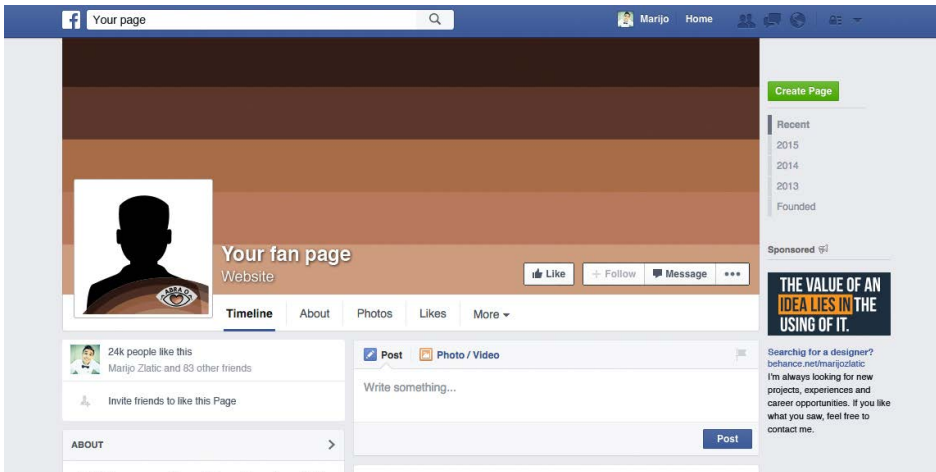
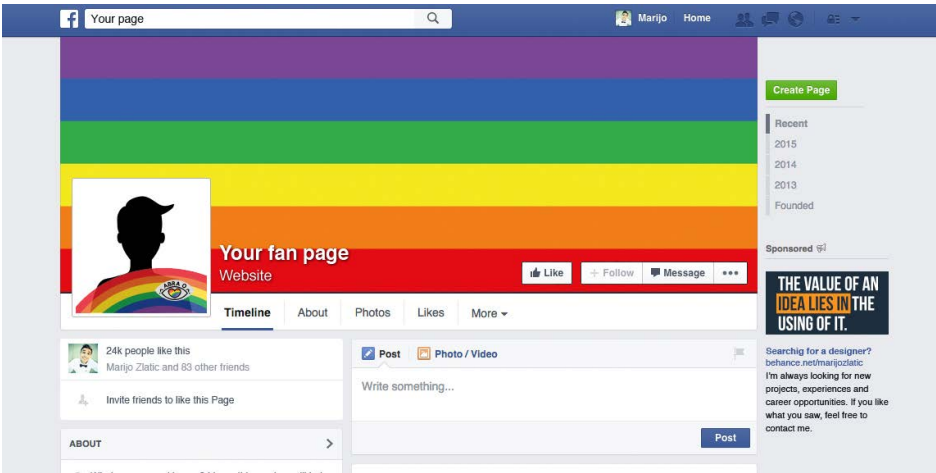


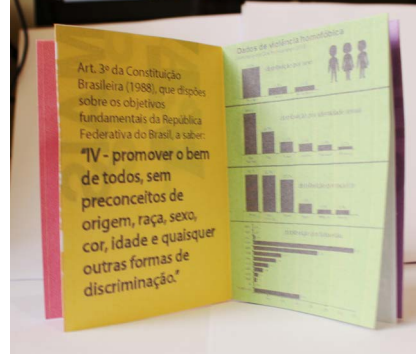
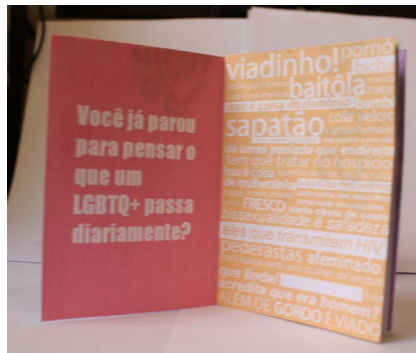
Figuras 50 a 53 – Segunda geração de alternativas para cartazes  
Fonte: Autores

## 5 Mock-ups

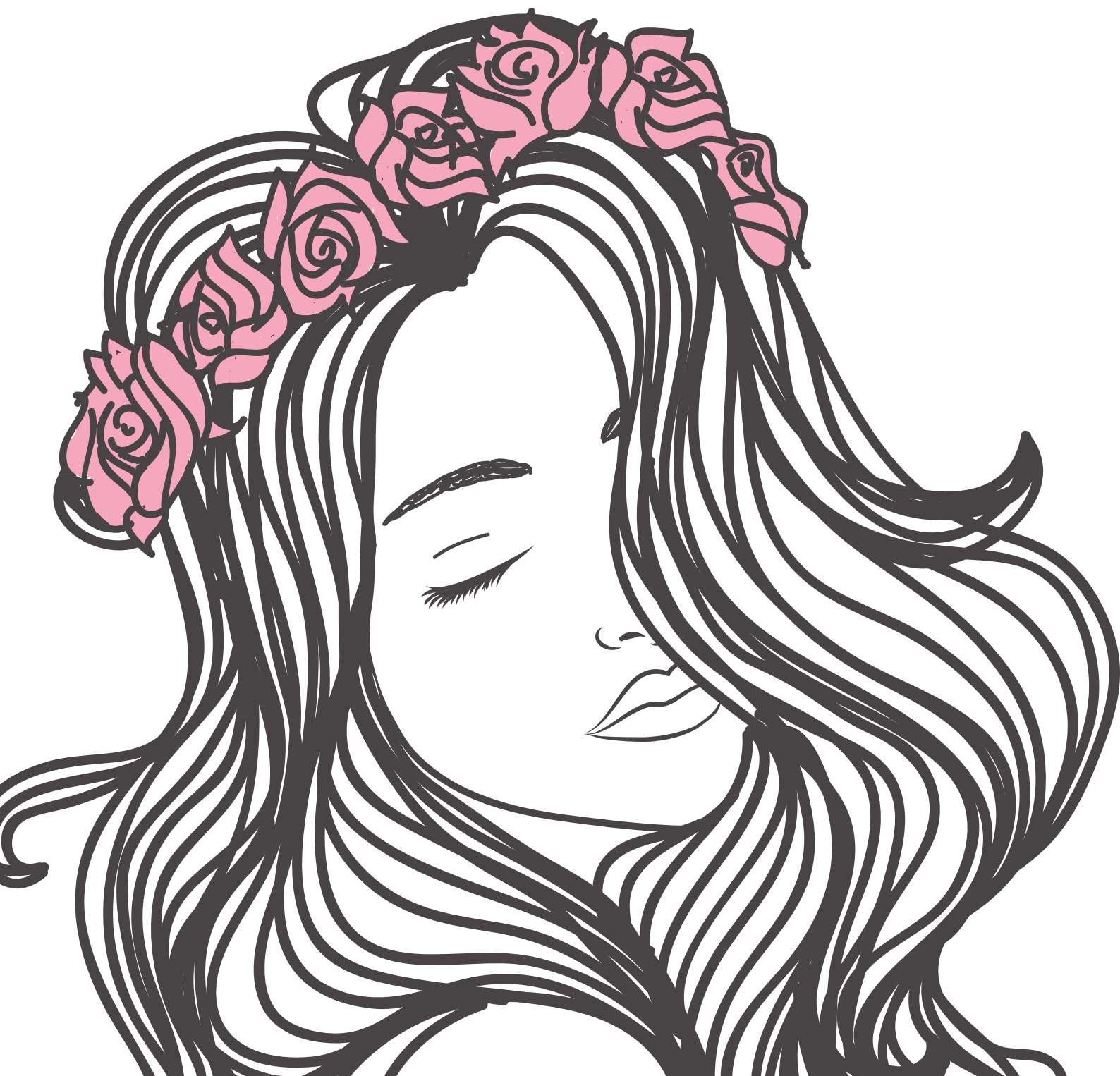












## 6 Considerações finais

O levantamento buscou conteúdos acerca da construção social do indivíduo, iniciando especificamente com o homossexual bicha e posteriormente assumindo toda a diversidade. Para isso, foi necessário: levantamento bibliográfico; entrevista com o público; pesquisa de assuntos inseridos na temática LGBTQ+; levantamento de dados históricos sobre o movimento LGBTQ+; a influência da moda e do corpo no comportamento e construção de identidade; pesquisa de material gráfico e levantamento de dados estatísticos. Para o desenvolvimento de projeto, foi necessário: Levantamento bibliográfico sobre design e metodologia de projeto, construção visual e diagramação; aplicar técnicas e ferramentas, presentes na metodologia; efetuar revisão bibliográfica e confeccionar o artefato final.

É evidente a existência do preconceito e a marginalização na sociedade atual, principalmente quando verificamos os padrões fixados sobre o comportamento dos indivíduos. Existe uma expectativa sobre como os indivíduos devem se comportar, falar, gesticular, fazer uso de vestimentas e de adereços.

Falar sobre esta temática e sobre este público é, numa sociedade democrática, discutir sobre a diversidade. Neste caminho, ainda hoje verificamos uma sociedade brasileira que não aceita, de maneira democrática, a diversidade, visto que em sua Constituição (1988) não existem normas de proteção e que assegurem especificamente os direitos civis aos LGBTQ+. A Constituição Brasileira (1988) inclui mecanismos mais abrangentes sobre o preconceito, que dispõe: “IV - promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação”. Porém, encontramos um forte índice de violência homofóbica, o que fere os direitos humanos, assim como evidencia a ineficácia dos direitos previstos em Constituição. Em relatório de violência de 2013, disponibilizado pelo Ministério dos Direitos Humanos, podemos detalhar o perfil dos LGBTQ+ que mais sofrem violência no Brasil. De acordo com os dados, a maior parte são de sexo masculino, gays, de cor parda, com faixa etária entre 18-24 anos. Os tipos de violência são: psicológica, discriminatória, física e negligência.

Entendemos que o presente trabalho não gera uma solução definitiva, pois é necessária uma constante discussão e produção maior de conteúdo sobre a temática, na busca por evidenciar e auxiliar as necessidades de grupos que sofrem com o preconceito, até que a população esteja

conscientizada e entenda o sentido republicano da democracia, que tem relação com a liberdade.

No estudo, retomamos princípios mais democráticos, que se preocupam com a diversidade, a igualdade e a socialização. Assumimos aqui o conceito de design defendido por Bonsiepe (2013), como discurso de projeto para “solução inteligente de problemas”, articulado aos princípios democráticos, com o propósito de atender expectativas diversas. Foi importante assumir um olhar humanista, no sentido de nos posicionar perante as minorias e refletirmos sobre as necessidades das pessoas. Quanto mais o design assume este caminho, mais indivíduos serão contemplados e terão acesso aos artefatos produzidos pelos profissionais da área.

Com base na problemática, buscou-se oportunidades de projeto. Foi desenvolvido um projeto gráfico, na tentativa de contemplar temáticas e assuntos LGBTQ+ e aqueles que sofrem com o preconceito, de maneira a comunicar sobre questões do cotidiano que envolvem este público. Os resultados do projeto se resumem à construção de um kit de artefatos, que servem para divulgação e conscientização sobre a diversidade. Assim, um cartaz com frases de impacto, que transformam-se em cartilha manifesto educativa, marca páginas, camisetas e bottoms que carregam a marca com a mensagem Abra o olho, são peças que compõem este kit. O material desenvolvido pode ser veiculado em quaisquer meios de comunicação: mídias digitais, mídia impressa, nas ruas, em conjunto com marcas que apoiam a diversidade, ações publicitárias, em especial no campo da moda. O projeto, também, pode ser patrocinado com campanhas públicas, sem fins lucrativos, com intuito apenas de informar, divulgar e buscar atenção para os grupos que sofrem com o preconceito.

## Referências<sup>33</sup>

AZEVEDO, Virginia M. Borges. **O sujeito-colagem da estética contemporânea** - antimoda jovem na UFRN. Repositório UFRN Natal, 23 mar. 2016.

<sup>33</sup> De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 6023.

BISCARO, Marlene Vitória; SILVA, Fábio Luiz da. **Corpo, mídia e Educação Física**. Educação pública, Rio de Janeiro, 10 maio 2016. Disponível em: <<http://educacaopublica.cederj.edu.br/revista/artigos/corpo-midia-e-educacao-fisica>>. Acesso em 26 de set. de 2017.

BIZAIA, Angeli. **Cidadania de LGBT e leis de proteção**. Universidade Brasil, 3 de ago. 2016. Disponível em: <<http://universidadebrasil.edu.br/portal/cidadania-de-lgbt-e-leis-de-protecao/>> Acesso em 24 de set. de 2017.

BONSIEPE, Gui. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2013.

\_\_\_\_\_. **Design: como prática de projeto**. São Paulo: Blucher, 2012.

\_\_\_\_\_. **Metodologia experimental: Desenho industrial**. Brasília: CNPq, 1984.

BRAGA, Marcos da Costa. **O papel social do design gráfico**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

BRASIL. **Constituição** (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

CANEVACCI, Massimo. **Fetichismos Visuais: corpos eróticos e metrópole comunicacional**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.

CANÔNICO, Marco Aurélio. 'Que gay o caralho. Eu sou um ser humano', diz Ney Matogrosso. **Folha de São Paulo**. Rio de Janeiro, 19 jul. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/07/1902472-que-gay-o-caralho-eu-sou-um-ser-humano-diz-ney-matogrosso.shtml>> Acesso em 18 de set. 2017.

CANTON, Katia. **Corpo, Identidade e Erotismo**. 2ª ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.

COSTA, Alexandre Nunes da. **Diálogo entre Fashion Styling e Design de Moda**: conexões, diferenças e similaridades. Rio de Janeiro: PUC-RIO maio 2014. Disponível em <[https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/23395/23395\\_1.PDF](https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/23395/23395_1.PDF)> Acesso em 10 set. 2017

CUNHA, Renato. **O Rei da Alta Costura**: como Luís XIV inventou a moda como a conhecemos. Stylo Urbano, 2 set. 2015. Disponível em: <<http://www.stylourbano.com.br/o-rei-da-alta-costura-como-luis-xiv-inventou-a-moda-como-a-conhecemos/>> Acesso em 19 nov. 2017.

ESPITALIÉ, Sophie. **Fusão de gêneros**: respiro para a moda masculina. Ponto eletrônico, 30 out. 2015. Disponível em: <<http://pontoeletronico.me/2015/respiro-moda-masculina/>> Acesso em 18 de Set. de 2017.

FEITOZA, Laynna. **A diversidade exaltada nas passarelas**: conheça Fernando Cozendey. Manaus: A crítica, 01 maio 2016. Disponível em <<http://www.acritica.com/channels/entretenimento/news/a-diversidade-exaltada-nas-passelas-conheca-fernando-cozendey>> Acesso em 02 out. de 2017.

FRY, Peter. **O que é homossexualidade**. São Paulo: Abril cultural/ Brasiliense, 1985.

FREITAS, Eduardo. **Países centrais e periféricos**. Brasília: Blog do prof. Leonardo, 23 abr. 2017. Disponível em: <<http://leodegeografia.blogspot.com.br/2017/04/paises-centrais-e-perifericos.html>> Acesso em 24 nov. 2017.

FUENTES, Rodolfo. **A Prática do design gráfico**. São Paulo: Rosari, 2009.

GALLEGO, Gonza. **San Sebastián, el icono gay erótico de Cachorro Lozano**. Madrid: Shangay, 15 set. 2017. Disponível em: <<http://shangay.com/san-sebastian-el-icono-gay-erotico-de-cachorro-lozano>> Acesso em 30 de set. 2017.

LAMOUNIER, Fábio; LADEIRA, Rodrigo. **CHICOS, Projeto Fotográfico**. São Paulo, 10 maio 2016. Disponível em: <<http://www.chicos.cc/about/>> Acesso em 19 de set. de 2017.

LUPTON, Ellen. **Intuição, ação, criação**. Tradução Mariana Bandarra. São Paulo: G. Gili, 2013.

MARX, Karl. **O Capital**. Vol. 2. 3ª ed. São Paulo, Nova Cultural, 1988.

MADALENA, Juliano. Resenha a “Identidade”, de Zygmunt Bauman. **Civilística.com**. Rio de Janeiro, a. 2, n. 4, out.-dez./2013. Disponível em: <<http://civilistica.com/resenha-a-identidade-dezygmunt-bauman/>> Acesso em 23 out. 2017.

MEDEIROS, Jorge Luiz Ribeiro de. **Muito além das paradas**. Brasília: Constituição & Democracia, n. 1, p. 22-23, fev. 2006.

MIRANDA, Marcelo. **Condensação de sentidos e paródia**: categorização social sobre sexo, gênero e sexualidade. Recife: Repositório institucional UFPE. 31 jan. 2013. Disponível em: <<http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/11858>> Acesso em 28 ago. 2017.

MORAES, Camila. **Liniker**: “Sou negro, pobre e gay e tenho potência também”. El País, São Paulo, 13 nov. 2015. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/11/12/cultura/1447331706\\_038108.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/11/12/cultura/1447331706_038108.html)> Acesso em 18 de set. de 2017

MOTA, Murilo Peixoto da. **Do espetáculo da diversidade sexual à performatividade do corpo identitário**: olhares sobre a XX Parada do Orgulho LGBT de São Paulo. Natal: Revista Bagoas, v. 10 n. 15, 2016.

NOGUEIRA, Renata. **Com orçamento de R\$ 10, documentário “Bichas” nasceu após ameaça com arma**. UOL entretenimento. São Paulo 25 fev. 2016. Disponível em <<https://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2016/02/25/ao-custo-de-r-10-documentario-bichas-nasceu-apos-ameaca-com-revolver.htm>> Acesso em 19 de set. 2017

NOVAES, Marina. **Lineker**: voz, corpo e ousadia a serviço da música. El País, São Paulo, 18 mar. 2016. Disponível em <<https://brasil.elpais.com/>>

brasil/2016/03/10/cultura/1457626739\_118395.html?rel=mas> Acesso em 18 de Setembro de 2017.

QUERINO, Rangel. **Militante, Johnny Hooker lamenta:** “Ser gay no Brasil não é legal”. Observatório. 26 ago. 2017. Disponível em <<https://observatoriog.bol.uol.com.br/noticias/2017/08/militante-johnny-hooker-lamenta-ser-gay-no-brasil-nao-e-legal>> Acesso em 18 de set. 2017.

SANTANA, Roberta. **Entre a regulação e a subversão:** o assumir-se enquanto um paradoxo da identidade homossexual. Recife: Repositório institucional UFPE. 30 jun. 2014. Disponível em: <<http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/10331>> Acesso em 28 ago. 2017.

SANCHES, Pedro Alexandre. **Almério e sua caixinha de sonhos libertários.** Carta Capital, 22 maio 2017. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/revista/952/almerio-e-sua-caixinha-de-sonhos-libertarios>> Acesso em 18 de set. de 2017.

SÃO PAULO. Lei nº 10.948/0, de 5 de novembro de 2001. **Penalidades a serem aplicadas à prática de discriminação em razão de orientação sexual,** São Paulo, SP, novembro 2001.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e Design.** São Paulo: Bookman, 2007.

SORCINELLI, Paolo. **Estudar a Moda:** corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

UTESCHER, Douglas. **História e características dos zines.** Ugra Press. 01 abr. 2014. Disponível em: <<https://ugrapress.wordpress.com/2010/04/01/historia-dos-zines/>> Acesso em 29 de out. de 2017.

VELOSO, Caetano. **É proibido proibir.** Tropicália, áudio e transcrição do discurso de 1968. Disponível em: <<http://tropicalia.com.br/identifisignificados/e-proibido-proibir/discurso-de-caetano>> Acesso em 18 de set. de 2017.

ZERO, Magazine. **Militância:** O que é ser um militante gay. Disponível em: <[http://zeromagazine.com.br/?page\\_id=136](http://zeromagazine.com.br/?page_id=136)> Acesso em 24 de set. de 2017.

# Apêndice

Formulário da pesquisa realizada

## O SER BICHA JOVEM NA PÓS-MODERNIDADE

Este questionário tem como objetivo ser uma ferramenta para coleta de dados e informações, com intuito de auxílio na elaboração do trabalho de conclusão de curso do bacharelado em Design da UFRN.

"Se autodenominar de 'bicha' veio a ser uma maneira de 'assumir' uma homossexualidade considerada mais 'consciente' do que a dos gays e 'entendidos' e obrigar a opinião pública a reconsiderar suas atitudes em geral." (FRY, Peter. O que é homossexualidade. São Paulo, 1985 p. 25).

O questionário busca respostas de maneira focal, então não prossiga caso não seja gay.

\*Obrigatório

1. Nome \*

---

2. Idade e região(estado/cidade) \*

---

3. Perfil em redes sociais

---

---

---

---

---

4. O que você considera como identidade? \*

---

---

---

---

---

5. Como você descreveria a sua identidade? \*

---

---

---

---

---

**6. Passou por alguma situação de constrangimento/humilhação ou alguma forma de preconceito? Pode ser um simples olhar incisivo. Se possível, conte-nos um pouco sobre.**

---

---

---

---

---

**7. Você teria alguma história sua de empoderamento ou momento de autoafirmação? Se possível, descreva.**

---

---

---

---

---

**8. O que ser Bicha representa para você? E você se considera bicha? \***

---

---

---

---

---

**9. Poderia nos enviar uma foto sua? Na qual você se considere empoderadx <3**  
Arquivos enviados:

**10. Considera o corpo gay erotizado? ou o seu próprio corpo, e em quais aspectos?**

---

---

---

---

---

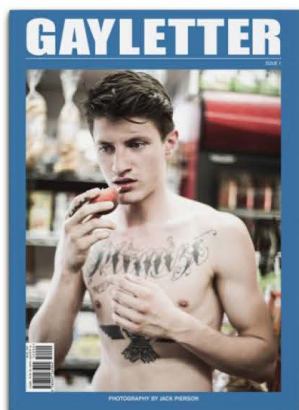
11. Conhece a revista "GAYLETTER"? O que você acha sobre uma publicação cujo assunto principal é empoderar esse indivíduo bicha, acerca de questões sobre o corpo, identidade e sexualidade? E como você imaginaria visualmente, seguindo seus gostos e vontades.

# GAYLETTER

MAGAZINE LETTERS VIDEOS FACES ABOUT CONTACT SHOP



GAYLETTER MAGAZINE



Issue 1



Issue 2



Issue 3

---

---

---

---

---

12. Conhece alguma mídia (instagram, livros, revistas, zine, etc.) que trabalhe o corpo gay de maneira erotizada e empoderada? Qual?

---

---

---

---

---

**“Não importa quem você é, ou de onde veio. Seu coração é sua identidade. (Lady Gaga)”**

---

