



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE,
CULTURA E HISTÓRIA (ILAACH)
CINEMA E AUDIOVISUAL**

RADAR MARGINAL

Rastreando o que está à margem.

ISABELA ISRAEL

Foz do Iguaçu
2023

**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE,
CULTURA E HISTÓRIA (ILAACH)
CINEMA E AUDIOVISUAL**

RADAR MARGINAL

Rastreando o que está à margem.

ISABELA ISRAEL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e História da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Cinema e Audiovisual.

Orientadora: Camila da Silva Marques

Foz do Iguaçu
2023

ISABELA ISRAEL CARDOSO MARTINS

RADAR MARGINAL

Rastreando o que está à margem.

Instalação Virtual Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e História da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Cinema e Audiovisual.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof. Dr^a Camila da Silva Marques (UNILA)

Prof. Franciele Rebelatto (UNILA)

Prof. Fabio Salvatti (UNILA)

Foz do Iguaçu, _____ de _____ de _____.

TERMO DE SUBMISSÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS

Nome completo do autor(a): Isabela Israel Cardoso Martins

Curso: Cinema e Audiovisual

Tipo de Documento

(.....) graduação (.....) artigo (.....) especialização (X) trabalho de conclusão de curso
(.....) mestrado (.....) monografia (.....) doutorado (.....) dissertação (.....) tese
(.....) CD/DVD (.....) obras audiovisuais (.....) _____

Título do trabalho acadêmico: “Radar Marginal: rastreando o que está a margem”

Nome do orientador(a): Profª Camila da Silva Marques

Data da Defesa: 15/06/23

Licença não-exclusiva de Distribuição

O referido autor(a):

a) Declara que o documento entregue é seu trabalho original, e que o detém o direito de conceder os direitos contidos nesta licença. Declara também que a entrega do documento não infringe, tanto quanto lhe é possível saber, os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade.

b) Se o documento entregue contém material do qual não detém os direitos de autor, declara que obteve autorização do detentor dos direitos de autor para conceder à UNILA – Universidade Federal da Integração Latino-Americana os direitos requeridos por esta licença, e que esse material cujos direitos são de terceiros está claramente identificado e reconhecido no texto ou conteúdo do documento entregue.

Se o documento entregue é baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não a Universidade Federal da Integração Latino-Americana, declara que cumpriu quaisquer obrigações exigidas pelo respectivo contrato ou acordo. Na qualidade de titular dos direitos do conteúdo supracitado, o autor autoriza a Biblioteca LatinoAmericana – BIUNILA a disponibilizar a obra, gratuitamente e de acordo com a licença pública *Creative Commons Licença 3.0 Unported*.

Foz do Iguaçu, _____ de _____ de _____

Assinatura do Responsável

RESUMO

Radar Marginal é uma revista digital no Instagram com foco na produção de conteúdo audiovisual dedicada a apresentar e valorizar artistas e produções audiovisuais originais das periferias. A Radar Marginal desafia as práticas políticas e processos históricos que desvalorizam a periferia e a elitização do próprio termo cultura. Evidenciando o aspecto relacional da internet como um ambiente facilitador de debates e interações, a revista cria uma página de produção de conteúdo periférico, que coloca a favela não só como portadora de significados impostos, mas sim como produtora de significados e narrativas singulares. A revista busca destacar a riqueza e diversidade das produções culturais que surgem nas periferias e desafiar os estereótipos e preconceitos que muitas vezes são associados a essas comunidades.

Palavras chave: *cultura periférica, revista digital, editorial, audiovisual, redes sociais.*

RESUMEN

Radar Marginal es una revista digital en Instagram enfocada en la producción de contenido audiovisual dedicada a presentar y valorar artistas y producciones audiovisuales originales de las periferias. Radar Marginal desafía las prácticas políticas y los procesos históricos que desvalorizan la periferia y el elitismo del propio término cultura. Evidenciando el aspecto relacional de internet como un entorno que facilita debates e interacciones, la revista crea una página para la producción de contenidos periféricos, que ubica a la favela no sólo como portadora de significados impuestos, sino como productora de significados y narrativas únicas. La revista busca resaltar la riqueza y diversidad de las producciones culturales que surgen en las periferias y cuestionar los estereotipos y prejuicios que suelen asociarse con estas comunidades.

Palabras clave: *cultura periférica, revista digital, editorial, audiovisual, redes sociais.*

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Exemplo de discriminação pela própria ferramenta da plataforma Twitter	pág. 13
Imagem 2 e 3 - Exemplo de publicação em forma de imagem (2) e vídeo (3) postadas em conjunto na plataforma instagram pelos perfis @ogumdoce e @vivencia.lab denunciando a viralização da estética Brasil Core	pág. 14
Imagem 4 - Tela de inicio do site colorsxstudio.com.br	pág. 18
Imagem 5 - Perfil @flagrarap no Instagram	pág. 19
Imagem 6 - Perfil @untapped.mag no Instagram	pág. 20
Imagem 7 - Edição Untapped Magazine Tudo de Ruim	pág. 21
Imagem 8 - Edição Untapped Magazine Personality Batistela	pág. 22
Imagem 9 - Perfil @spzomagazine no Instagram	pág. 22
Imagem 10 - SPZO Magazine Edição Mel. Entrevista em formato carrossel	pág. 22
Imagem 11 - Compilado de imagens do artista GOM e sua arte	pág. 25
Imagem 12 - Primeiro rascunho do logo da Revista Radar Marginal	pág. 26
Imagem 13 - Logo oficial da revista Radar Marginal	pág. 26
Imagem 14 - Exemplo de como seria a aplicação do lambe e do logo como tag	pág. 27
Imagem 15 - Processo de criação tipografia	pág. 28
Imagem 16 - Foto da tipografia Radar vetorizado	pág. 28
Imagem 17 - Foto da tipografia completa da Radar Marginal vetorizado	pág. 28
Imagem 18 - Ferramenta Destaque Radar Marginal “Quem Somos”	pág. 29
Imagem 19 - Ferramenta Destaque Radar Marginal “Duhduh Pereira”	pág. 29
Imagem 19 - Letra R Tipografia Radar Marginal	pág. 30
Imagem 20 - Código de Barras com nome Radar Marginal	pág. 30
Imagem 21 - Apresentação Duhduh Pereira	pág. 33
Imagem 22 - Exemplos de anúncio de artista	pág. 37
Imagem 23 - Exemplos de reels do artista	pág. 37
Imagem 24 - Exemplos de capa de revista digitais	pág. 37
Imagem 25 - Exemplos de editoriais	pág. 38
Imagem 26 - Exemplos de conteúdos informativos	pág. 38
Imagem 27 - Derek Lucca para Prada	pág. 39
Imagem 28 - Cena do clipe A\$AP Rocky - D.M.B.	pág. 39
Imagem 29 - Travis Scott - Mafia, performance Billboard Music Awards 2022	pág. 39
Imagem 30 - Perfil @looksbyduhduhpereira no Instagram	pág. 41

Imagem 31 - Produção dos objetos de direção de arte através da técnica Upcycling ...	pág. 42
Imagem 32 - Foto do tecido de algodão utilizado para combinar com a colcha de retalhos jeans	pág. 43
Imagem 33 - Produção do abajur através da técnica Upcycling	pág. 43
Imagem 34 - Foto do uso dos retalhos jeans na composição do cenário	pág. 44
Imagem 35 - Postagem divulgação do artista da próxima edição Duhduh Pereira	pág. 50
Imagem 36 - Postagem Radar Marginal 1ª Edição Duhduh Pereira	pág. 52
Imagem 37 - Uso de Geotags, vínculo de um local com a imagem	pág. 54
Imagem 38 - Reels Fashion Film Duhduh Pereira	pág. 56
Imagem 39 - Post em formato carrossel cena do quarto Radar Marginal Edição Duhduh Pereira	pág. 57
Imagem 40 - Post em formato carrossel cena costura Radar Marginal Edição Duhduh Pereira	pág. 58
Imagem 40 - Post em formato carrossel cena fundo branco Radar Marginal Edição Duhduh Pereira	pág. 59
Imagem 41 - Post em formato carrossel “Upcycling e Jeans”	pág. 60

SUMÁRIO

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CULTURA PERIFÉRICA: TERRITÓRIO E A SUBVERSÃO

2.2 ENTRE O MERCADO: OS DISPOSITIVOS E O CONSUMO CULTURAL NO MERCADO DIGITAL

3. RADAR MARGINAL: RASTREANDO O QUE ESTÁ A MARGEM

3.1. REFERÊNCIAS ARTÍSTICAS

3.1.1 Colors*Studio

3.1.2 Flagra

3.1.3 Untapped Mag

3.1.4 SPZO Magazine

4. A DIGITALIZAÇÃO DE UMA REVISTA ATRAVÉS DO INSTAGRAM, FERRAMENTAS E O AGIR POLITICO

4.1 CRIAÇÃO DO PERFIL E IDENTIDADE VISUAL

4.2 PRÉ-PRODUÇÃO PRIMEIRO EDITORIAL

4.2.1 Artista

4.2.2 Equipe

4.2.3 Proposta Artística do Projeto

5 RELATÓRIO PESSOAL E PLANEJAMENTO CADA ÁREA

5.1 CO-DIREÇÃO E DIREÇÃO CRIATIVA

5.2 PRODUÇÃO

5.3 EDIÇÃO

6 PRODUTOS: PÓS PRODUÇÃO E POSTAGENS

6.1 ANÚNCIO ARTISTA DA EDIÇÃO

6.2 CAPA DA REVISTA

6.3 FASHION FILM E REELS

6.4 POST EDITORIAL DUH DUH PEREIRA

6.5 POST DIGITAL INFORMATIVO

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

APRESENTAÇÃO

Este trabalho tem como principal objetivo a construção da Radar Marginal, uma revista digital no Instagram, que traz através da produção de conteúdos audiovisuais e fotográficos, a produção cultural e a autoestima periférica. Pensando nas práticas políticas de marginalização que desvalorizam e desvalidam a cultura periférica, a Radar Marginal centraliza o que está à margem da sociedade, valorizando e ressignificando o termo cultura e sua elitização, uma vez que a favela não é só portadora de significados impostos, mas sim produtora de significados e narrativas singulares.

Trazemos, primeiramente, uma pesquisa bibliográfica e construção do referencial teórico, fundamentados em obras com conteúdo referente aos principais temas que permeiam a compreensão dos processos coloniais que envolvem cultura, território, internet e mercado e definem o cenário qual surge a Radar Marginal. Na sequência, discorreremos sobre os processos práticos vivenciados na materialização deste projeto através da produção de sua 1ª Edição.

No segundo capítulo, é apresentada a definição de espaço e território proposta por Milton Santos, destacando a importância da dinâmica de uso e ocupação para a definição de fronteiras sociais, que vão além de linhas imaginárias e se baseiam em relações sociais. Nesse contexto, a internet também possui um território definido pelas inter-relações que estabelecemos enquanto navegamos e construímos esse espaço virtual. Aborda-se a "cultura da participação" e a "cultura expressiva" motivadas pelas redes sociais, que despertam a necessidade de participação e criação de conteúdos na internet. Contudo, mesmo nesse movimento de criação e interação, a internet ainda reflete aspectos e problemas sociais presentes no mundo offline. No subcapítulo "Entre o mercado: os dispositivos e o consumo cultural no mercado digital", são discutidas as características coloniais que se manifestam tanto no cotidiano offline quanto na internet, como reflexos comportamentais. São abordadas ferramentas racistas presentes nas próprias plataformas, como algoritmos discriminatórios, e problemas sociais, como a invisibilidade branca. Esses obstáculos distorcem a capacidade da internet de ser democrática e de seguir novos caminhos que escapem dos padrões coloniais.

Apesar dos desafios que o mundo offline reflete no mundo virtual, é notável o impacto positivo em prol da descolonização e pluralização de narrativas, permitindo que os usuários das redes sociais criem suas próprias publicações e expressem suas opiniões. A internet e as redes sociais tornam-se um ambiente propício para a criação de uma revista que busca

resgatar uma autoestima contra-hegemônica e valorizar a cultura periférica, que constantemente é subjugada e inferiorizada.

No terceiro capítulo, intitulado "Radar Marginal: Rastreamento o que está à margem", são apresentados exemplos de páginas que inspiram a construção da identidade visual e conceitual da revista. Além disso, são destacados os diferenciais do projeto, evidenciando a sua potência e o momento propício para a sua criação, uma vez que a periferia tem sido reconhecida tanto pelo mercado quanto por suas próprias comunidades como uma potência cultural, o que é revolucionário.

O quarto capítulo, "A digitalização de uma revista através do Instagram: Ferramentas e agir político", aborda a rede social Instagram como plataforma para a construção da revista. São descritos os primeiros passos necessários para a criação prática da revista, como a criação de um e-mail, a configuração de uma conta na rede social, a definição da identidade visual e a estruturação do projeto. Também são abordados os primeiros passos na seleção de artistas e da equipe.

No 5º capítulo trago um relatório e uma escrita mais pessoal sobre os desafios e conquistas da produção audiovisual do projeto. Apesar de dar um parâmetro geral do projeto, foco principalmente nas áreas em que eu atuei, co-direção criativa, produção e edição.

O sexto capítulo mostra com orgulho os resultados e os produtos audiovisuais produzidos na primeira edição da revista, apresentando prints que exemplificam o funcionamento da rede social Instagram. Todas as imagens apresentadas neste trabalho são acompanhadas por links para que os leitores possam acessar e consumir esses materiais, a fim de compreender ainda mais os resultados alcançados e vivenciar a proposta da revista.

Por fim, no sétimo capítulo, intitulado "Considerações Finais", é feito um encerramento do trabalho, ressaltando os principais pontos defendidos ao longo do documento, que destacam a importância da representatividade do que está à margem e a perspectiva de continuidade deste projeto.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CULTURA PERIFÉRICA: TERRITÓRIO E A SUBVERSÃO

A falta de representatividade da periferia é um fenômeno que tem raízes históricas e estruturais no sistema social brasileiro. Desde os tempos coloniais, as elites dominantes realizam práticas políticas de marginalização territorial. O processo territorial de marginalização é um fenômeno que se reflete na exclusão social, econômica e cultural das populações periféricas, resultando em um processo de desvalorização e deslegitimação de suas produções culturais.

A manutenção dessa relação de poder entre elite e periferia se dá pelo uso e gestão dos espaços construídos baseados nas heranças históricas sociais. Onde as condições precárias de habitação, o acesso limitado a serviços públicos básicos, como saúde e educação, e a falta de oportunidades de emprego e renda, são alguns dos fatores que contribuem para a fragilização da população local. A periferia vive um processo de necessidade por busca de melhorias, mas vive em função do imediatismo por sobrevivência antes de querer conquistar direitos básicos. Como disse Marcello Nascimento

Na realidade é como se ainda faltasse tudo. Talvez ainda falte tudo. É como se os direitos viessem a conta gota. A cada passo uma miragem, é a alegoria da caverna de Platão. É como se o desejo imediato fosse comer, e o utópico sair da caverna. A liberdade, distante. (NASCIMENTO, s/a, s/p)

Dificultar o uso do território através da alienação utilizando demandas externas como mecanismos de desterritorialização é também um processo de desculturalização, pois interferem na sua percepção, influenciando no seu uso e ocupação. A periferia se ocupa servindo o centro da cidade, e sonha em mudar para lá, enquanto a própria periferia não tem alguém para servi-la ou perspectivas sobre ela. É uma concepção histórica e relacional de geografia e do espaço, como diz Milton Santos

É no território tal como ele atualmente é, que a cidadania se dá tal como ela é hoje, isto é, incompleta. Mudanças no uso e na gestão do território se impõem, se queremos criar um novo tipo de cidadania, uma cidadania que se nos ofereça com respeito à cultura e como busca da liberdade. (SANTOS, 1987, p. 18.)

A relação entre cultura e território é de fato elemento essencial para se (re)criar novos modos de vida, pois mostra, mesmo com contradições e fragmentações, os enlances comunitários. Assim sendo, a cultura é resultado do processo de viver, das relações sociais, como também a territorialidade é resultado do processo de ocupação do espaço, das relações

estabelecidas entre o homem e o seu meio. O território é fundamental para se desconstruir e reconstruir as bases das relações de poder. Assim como para manutenção e fortalecimento dos vínculos comunitários e para se criar processos de formação e organização política. A força da alienação nesse processo de desterritorialização vem dessa fragilidade dos indivíduos que apenas conseguem identificar o que os exclui e não o que os une.

Foi através desse reconhecimento enquanto grupo possibilitando uma organização interna que, frente aos inúmeros problemas que assolam os bairros periféricos, como violência, pobreza, tráfico de drogas, racismo, ausência de direitos, de cultura e lazer que a comunidade encontrou alternativas para promover soluções a partir dos recursos internos da própria comunidade. Sem depender de influências e apoios externos, já que o governo é o próprio causador dessa situação de precariedade nas periferias e desigualdades territoriais. A solução teria sido encontrada na dança, na pintura, na música, além de sugar as energias dos jovens evitando que fossem empregadas em ações ilícitas e prejudiciais a eles mesmos e sua comunidade, fazendo despertar o interesse, querer conhecer, aperfeiçoar-se e expandir a cultura da periferia.

Com o reconhecimento e a consciência enquanto grupo marginalizado, a periferia tem sofrido processos de subversão porém se mantiveram alienados pelos complexos hierárquicos herdados que os rotulavam com inferioridade. Essa visão está intimamente ligada à elitização do termo cultura, que muitas vezes é associado apenas a produções artísticas e intelectuais de elite, excluindo as expressões culturais da periferia e de outras comunidades marginalizadas, baseada em preconceitos e estereótipos que associam a margem a uma suposta falta de educação, refinamento e sofisticação cultural.

Ao definir o que é considerado cultura ou não, a elite hegemônica determina quais grupos e práticas culturais serão valorizados e quais serão marginalizados. Essa valorização se baseia em critérios subjetivos que muitas vezes são usados para excluir formas de cultura que não se enquadram em uma determinada visão de mundo.

Ao longo da história, essa elitização da cultura tem sido utilizada como uma ferramenta para manter a dominação e o controle sobre as populações periféricas. Ao considerar a cultura periférica como inferior, a elite hegemônica desvaloriza e deslegitima as expressões culturais dessas comunidades, reforçando assim a ideia de que a periferia é um espaço de exclusão social e cultural. Além de outros processos como a homogeneização de diversas culturas apagando as especificidades das diversas narrativas marginalizadas.

Essa visão, por sua vez, é reforçada pelos meios de comunicação de massa, que muitas vezes se pautam em um discurso elitista e excludente, que valoriza apenas as produções culturais e artísticas das elites. Essa valorização se reflete também no mercado cultural, que privilegia os produtos e artistas que se adequam aos padrões estéticos, comportamentais e ideais impostos pela elite.

Pensando nessa produção de conteúdo periférica, não podemos deixar de falar sobre a democratização do acesso à internet e o aspecto relacional que as redes sociais trouxeram. As redes sociais são movidas pela cultura da participação e a cultura expressiva que se configuram por meio de um sistema cuidadosamente criado para estimular os usuários a criarem suas próprias postagens e interagirem nessas redes sociais, incentivando as relações, interações, interconexões das informações, compartilhamentos, trocas, criações e colaborações entre os internautas por intermédio de plataformas e ferramentas em uma renovação e ampliação permanente.

A internet enquanto território é definida através de sua utilização. Como diz Milton Nascimento (1988, p.232), a utilização do território pelo povo cria o espaço. A partir dessa afirmação, pensar no uso da internet por um lado otimista, com o uso cidadão, onde o indivíduo possa criar e compartilhar livremente seu conteúdo seria um espaço utópico para a produção de conteúdo periférico. Um território que não pode ser definido fisicamente, mas igualmente capaz de desconstruir e reconstruir bases de relações de poder. Dessa forma, precisamos entender a influência que o mundo offline/material tem na internet. Assim, a internet pode ser considerada como delimitada, construída e desconstruída por relações de poder que envolvem uma gama muito grande de atores que territorializam suas ações, sendo então reflexo de nossos costumes e parâmetros de consumo offline, referindo-se por um longo processo que envolve uma interpretação e assimilação de conteúdo que tem seu significado definido e estruturado socialmente. Mesmo sendo um espaço virtual, a internet reflete nossos costumes e padrões de consumo offline, e as elites e periferias continuam exercendo influência cultural uma sobre a outra.

2.2 ENTRE O MERCADO: OS DISPOSITIVOS E O CONSUMO CULTURAL NO MERCADO DIGITAL

A relação entre a internet e a cultura é realmente muito complexa e não pode ser vista de forma isolada, pois envolve vários aspectos socioculturais e históricos. Embora a internet e as redes sociais tenham democratizado o acesso à produção e disseminação de conteúdo, é

importante lembrar que elas são influenciadas por interesses políticos e econômicos que moldam a forma como os usuários interagem e consomem informações.

A democratização da produção de conteúdo pode ser vista como uma emancipação dos consumidores, que agora têm a oportunidade de criar e compartilhar suas próprias ideias e perspectivas. No entanto, é importante lembrar que as redes sociais são controladas por empresas que buscam maximizar seus lucros, e isso pode influenciar a forma como as informações são apresentadas aos usuários.

Além disso, a produção de conteúdo na internet é influenciada pelas normas e valores que existem no mundo offline, e muitas vezes pode ser uma extensão das desigualdades culturais e sociais existentes. As ferramentas e algoritmos utilizados pelas redes sociais também podem ser usados para reforçar preconceitos e estereótipos, limitando a diversidade e a representatividade cultural.

Os algoritmos são sistemas computacionais criados para executar tarefas específicas, como por exemplo, organizar informações e distribuí-las para os usuários de uma rede social. No entanto, esses algoritmos muitas vezes refletem os preconceitos e discriminações presentes na sociedade, reproduzindo e perpetuando desigualdades.

Um exemplo disso são os algoritmos que são programados para identificar e discriminar conteúdos relacionados a pessoas negras, LGBTQs, mulheres, pessoas gordas e de baixa renda, entre outras. Esses algoritmos são criados por pessoas que muitas vezes compartilham os mesmos preconceitos da sociedade em que vivem, e esses vieses podem ser incorporados no processo de programação e treinamento desses sistemas.

Essa situação é agravada pela falta de diversidade na área de tecnologia e programação, onde homens brancos, heterossexuais e de classes sociais médias ou altas são a maioria dos profissionais. Isso faz com que as perspectivas e experiências de grupos marginalizados sejam negligenciadas ou sub representadas na criação de algoritmos e tecnologias em geral.

Essa problemática é preocupante, uma vez que os algoritmos têm um impacto significativo na forma como as pessoas consomem e produzem conteúdo na internet, bem como na tomada de decisões importantes em diversas áreas, como empréstimos bancários, processos seletivos de emprego e análise de dados em pesquisas científicas. É fundamental que sejam criadas medidas para combater esses preconceitos nos algoritmos, por meio de uma

maior diversidade na área de programação e uma conscientização geral sobre os vieses e desigualdades presentes na sociedade que podem ser replicados por esses sistemas.

Inúmeras redes sociais, dentre elas o Twitter, Instagram, Facebook, Tik Tok, entre outras, já foram denunciadas por uso de diferentes ferramentas e algoritmos programados a favor dos valores coloniais antidemocráticos, racistas, sexistas e capitalistas. Luzia Turato discorre sobre esse influência:

No entanto, quando discutimos a cultura participativa, na visão de Jenkins (2006), vemos que ela pode não ser necessariamente uma cultura diversificada. No modelo de negócio do YouTube a circulação com o compartilhamento permite que os vídeos sejam inseridos em diferentes mercados culturais e ecológicos sociais. Todavia, o algoritmo presente na plataforma é aquele que determina se os vídeos serão ou não entregues aos milhões de usuários, não os distribui equitativamente entre os diversos públicos e conteúdo. As tendências e picos de compartilhamentos são frutos das preferências dos usuários e dos interesses comerciais, que são um dos princípios que alimenta esse algoritmo, podendo esconder perspectivas minoritárias, embora alcance alguns nichos específicos de minorias. (TURATO, 2021, p.7)

É importante ressaltar que as tecnologias digitais não são apenas uma representação da sociedade, mas também ajudam a construí-la. Portanto, é necessário considerar as implicações sociais e políticas dessas tecnologias e questionar quem está no controle do desenvolvimento e uso dessas ferramentas. É importante exigir mais diversidade e representatividade na indústria de tecnologia e na programação de algoritmos para evitar a reprodução de vieses e discriminações.

Além disso, é fundamental que haja uma educação digital crítica, que promova a reflexão sobre o uso da tecnologia e suas implicações sociais. Isso inclui a compreensão de como os algoritmos funcionam e como eles afetam a forma como as informações são distribuídas e acessadas nas redes sociais.

Um caso recente que expõe a discriminação sistemática dos algoritmos ocorreu no Twitter. A plataforma reduzia o tamanho de imagens postadas por usuários, o que exigia que os usuários clicarem para ampliar a imagem e revelar seu conteúdo completo. No entanto, o algoritmo recortava a imagem de forma a favorecer pessoas brancas na exibição, deixando rostos negros menos visíveis. Um exemplo disso foram as fotos do ex-presidente Barack Obama e do senador Mitch McConnell. Depois de denúncias e perda de usuários, o Twitter comprometeu-se publicamente a investigar e alterar o comportamento de seu algoritmo.

Imagem 1 - Exemplo de discriminação pela própria ferramenta da plataforma Twitter.



Fonte: “Racismo Algorítmico: A materialização e combate do racismo”, por Léo Vitor Utida 2020.

Ainda falando sobre questões sociais refletidas nas interações das redes sociais, os algoritmos têm um papel importante no fenômeno bubble-up, que é uma forma de manutenção da alienação cultural. Esse fenômeno ocorre quando aspectos culturais que surgem nas margens da cultura hegemônica são apropriados pelas classes mais altas, relançados em versões refinadas e transformados em tendências de crédito da burguesia. Isso acontece porque o poder de influência cultural das classes dominantes ganha legitimidade social como arte e moda, e um novo olhar carregado de pensamentos que denunciam preconceitos.

Os algoritmos, por sua vez, atuam como facilitadores na disseminação dessas tendências, já que ajudam a direcionar o conteúdo produzido pela elite e os escalões mais altos da moda. Através do monitoramento do comportamento dos usuários e do cruzamento de dados sobre seus interesses e preferências, os algoritmos conseguem direcionar a oferta de produtos e serviços para a elite, perpetuando a bolha de consumo que envolve os padrões de beleza e moda.

Isso pode ser visto de forma clara na maneira como as redes sociais, por exemplo, apresentam conteúdos diferentes para diferentes públicos. O algoritmo por trás da apresentação desses conteúdos leva em consideração o perfil do usuário, seus interesses, suas interações anteriores e outros dados para decidir quais conteúdos apresentar. Dessa forma, a elite acaba tendo acesso a um tipo de conteúdo, enquanto as minorias são direcionadas para outro.

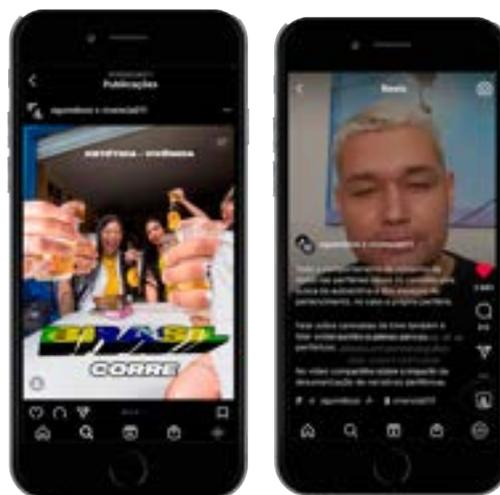
Porém a problemática se agrava quando o conteúdo produzido pela elite é conduzido a todos, influenciando a alienação e manipulação cultural, e o conteúdo produzido pelas periferias se limita a circular apenas em sua bolha e rede de contatos que mais interagem. Portanto, é importante entender como os algoritmos estão envolvidos na perpetuação da alienação cultural, reforçando a ideia de que a cultura hegemônica é superior e que as minorias devem seguir os padrões estabelecidos pelas classes dominantes.

Apesar dos mecanismos que favorecem a apropriação cultural pela elite, a periferia tem lutado para retomar sua autoestima e se ver como produtora de sentidos, além de consumidora e portadora de significados impostos por outros grupos sociais. Essa luta tem resultado em movimentos contra a apropriação e elitização da cultura. Cada vez mais a população marginalizada que já se reconhece enquanto grupo e quanto mercado consumidor potente quer ser vista e ser representada por elas mesmas.

A periferia tem se esforçado para mostrar sua influência e valorizar suas criações. Como é o caso da página de comunicação e informação @vivencia.lab, uma página de comunicação e informação que destaca e estuda as produções e consumos culturais das periferias de São Paulo.

No vídeo apresentado o pesquisador periférico e consumer insights @ogumdoce discorre sobre alguns processos de elitização cultural na internet que parte justamente do aspecto de representatividade. Produzindo seu próprio conteúdo, a periferia tem conseguido denunciar a apropriação cultural e reivindicar sua influência, mesmo diante do fenômeno do bubble-up.

Imagem 2 e 3- Exemplo de publicação em forma de imagem (2) e vídeo (3) postadas em conjunto na plataforma instagram pelos perfis @ogumdoce e @vivencia.lab denunciando a viralização da estética Brasil Core.



Fonte: Instagram, perfis @vivencia.lab e @ogumdoce. Para acessar as postagens basta clicar na imagem.
Acesso em 20/11/2022

Descrevendo o que @ogumdoce fala no vídeo podemos entender como o *bubble-up* funciona e outras questões que esse movimento mercadológico implica, como a desumanização das narrativas periféricas e a invisibilidade racial dentro do mercado.

Você sabe o que é desumanização de narrativas periféricas? Eu tô cansado de ver vários conteúdos falando sobre a virtuosa estética Brasil Core. Não sei nem se pronuncia o bagulho assim tá ligado!? Vários portais na última semana fizeram vários conteúdos sobre esse movimento de repolitização da camisa de time do Brasil. Um conteúdo em específico me incomodou muito. Esse conteúdo é esse daqui (mostra um print de um post da FFW), a FFW lançou um conteúdo trazendo essa pergunta (“a tendência *Brasil Core* de fato existe?”) Nessa carrossel é possível encontrar várias citações de contestações de afirmações de como que esse movimento de repolitização, de trazer as cores da camiseta do Brasil é importante. Resignificar é uma palavra muito utilizada na publicação. Por que esse conteúdo me incomodou tanto? Quando um movimento periférico chega em grandes canais de comunicação, significa que ele já vive há muito tempo na periferia, e é extremamente comum que essas narrativas se transformem quando chegam nesses canais de comunicação grandes. Pra entender um pouco a fundo porque isso acontece e é extremamente comum, existem alguns estudos que podem nos ajudar. Este livro é *O pacto da branquitude*, da Cida Bento. Maria Aparecida da Silva Bento, conhecida como Cida Bento, é uma psicóloga e ativista brasileira, diretora do Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades. Neste livro a Cida apresenta outros estudos pra gente compreender um pouco mais a fundo sobre o impacto da branquitude. um desses fala sobre a “invisibilidade branca”. Este estudo é a tese de doutorado da Lia Schucman. O estudo foca em como pessoas brancas se enxergam como universais, como padrões. Ou seja, pessoas brancas se veem como referência de humanidade. Sabe aquele papo? Aquela ideia que você provavelmente já escutou, “ai não é sobre cor”, “somos todos iguais”, então... invisibilidade branca é sobre isso... sobre como essas pessoas se sentem universais. entendendo isso é fácil associar porque canais de comunicações grande como ffw, publicam conteúdo como esse que citei anteriormente. a branquitude se sente no direito de falar sobre tudo e todos. quando o comportamento de moda periférica vira trend, começasse uma corrida pra ver quem vai dar o nome a esse comportamento, a essa tendência, e é nisso que surgem esses nomes em inglês. Para entender o uso das camisetas do Brasil ou de times na periferia, primeiro a gente precisa entender qual é o valor do futebol para a periferia. É no futebol de várzea que a gente vê a legitimidade de corpos e diversidade de cores e camisetas. Existem milhares de clubes, de torcidas organizadas, de campos e tudo isso com o poder de grana popular, com grana do povo, com corre independente. O futebol da CBF é apenas a ponta do iceberg desse role todo. Para o favelado o futebol tem um poder imenso, ele inspira e alimenta sonhos e planos e fortalece o senso de comunidade. É futebol assim como no funk que encontramos protagonistas pretos, periféricos e ricos. Essa galera toda inspira gerações. Com esse contexto é fácil compreender porque o governo atual utilizou de estratégias para resignificar o uso da camiseta do brasil . esse movimento de deslegitimar histórias e contar novas narrativas que não representam a periferia em nenhum contexto. e também é possível compreender o tamanho da audiência que corpos não periférico tem quando estão utilizando as nossas estéticas que são subjugadas, marginalizadas. Não é sobre o uso da camiseta, ou sobre uma despolitização, não é sobre somente sermos criadores de tendências nossas escolhas de moda refletem uma busca por pertencimento na periferia e uma busca por zelar pela nossa autoestima, porque é somente tendo pertencimento, e cuidando da nossa autoestima que podemos construir planos e sonhos. A camiseta do Brasil para a periferia tem o poder de transformar vidas e criar sonhos. (OGUMDOCE, 2022, Acessado em 20/11//2022)

O texto transcrito, mostra esse tipo de denúncia por parte da população que através da capacidade de acesso ao criar e poder comunicar os próprios conteúdos conseguem denunciar esse tipo de apropriação como também reivindicar o lugar de fala na criação em geral, onde temáticas periféricas deveriam ser produzidas por profissionais de origem periférica. Como é o caso, a denúncia apontada por @Ogumdoce no @Vivencia.lab pode ter aberto um diálogo entre as pessoas periféricas que reconhecem sua estética e a reivindicam, ainda assim limitando-se ao alcance calculado pelos algoritmos e do poder do mercado.

Portanto, é importante que as empresas de tecnologia se esforcem para garantir que seus algoritmos sejam imparciais e inclusivos, refletindo a diversidade de perspectivas e experiências em sua base de usuários e boicotando fenômenos sociais que se repetem a favor do preconceito sendo a favor de uma internet mais democrática. Além disso, é fundamental que haja uma representação justa e equilibrada das minorias nos meios de comunicação, cultura e entretenimento, para que as pessoas possam ter acesso a uma variedade de histórias e perspectivas que refletem a diversidade da sociedade em que vivemos.

Além disso, a representatividade nas mídias é importante para combater o apagamento cultural e histórico das periferias, garantindo que sua contribuição para a sociedade seja reconhecida e valorizada. Isso se estende não só à produção cultural, mas também a outras áreas, como a política e a economia.

Pensando na sociedade em rede, o novo tipo de cidadania se dá de uma forma mais participativa no uso e na gestão do espaço internet, uma cidadania que oferece respeito à cultura e a busca pela liberdade, gerando novos modelos sociais e parâmetros culturais. Assim é, partindo desse movimento de participação e reivindicação que vimos através da internet, as pessoas se comunicando resultando nos acontecimentos históricos da Primavera Árabe (2010)¹, as manifestações de 2014 dentro do Brasil, como também as novas manifestações e reconhecimentos culturais, podendo então entender a internet como uma das mais responsáveis pela subversão cultural, onde o marginalizado e silenciado pode então ser protagonista do seu próprio movimento em ascensão para uma nova realidade. É inegável as consequências e potencialidades das redes sociais que já se provaram bastante influentes na luta pela democratização de conceitos e espaços mesmos que virtuais.

¹ A Primavera Árabe, como é conhecida mundialmente, foi uma onda revolucionária de manifestações e protestos que ocorreram no Oriente Médio e no Norte da África a partir de 18 de dezembro de 2010.

Democratizando as ferramentas de produção e distribuição de conteúdo a internet se mostra como um espaço de subversão para o ativismo e para o surgimento de veículos de comunicação produzidos por pessoas que vivenciam a periferia. Essas iniciativas têm o poder de mudar a narrativa sobre as periferias, apresentando suas realidades de forma mais autêntica e completa, fugindo dos estereótipos negativos muitas vezes perpetuados pela mídia tradicional.

A produção de conteúdo por pessoas que vivem a realidade das periferias é essencial para garantir a diversidade de vozes e perspectivas. Esses indivíduos podem abordar as temáticas e problemáticas que afetam suas comunidades de forma mais sensível e assertiva, transmitindo uma mensagem mais autêntica e engajadora para o público.

Esse conteúdo surgido da realidade, da narrativa de um indivíduo, traz a definição de Conceição Evaristo (2009) de “escrevivência”, o termo "escrevivência" traz a junção das palavras "escrever e vivência", mas a força de sua ideia não está somente nessa mistura, ela está na genealogia da ideia, como e onde ela nasce e a que experiências étnica e de gênero ela está ligada, cep é vivência. A escrevivência não é a escrita de si, porque esta se esgota no próprio sujeito, a escrevivência carrega a vivência da coletividade. O termo aponta para uma dupla dimensão: é a vida que se escreve na vivência de cada pessoa, assim como cada um escreve o mundo que enfrenta. Dessa forma entendemos a importância da escrevivência e da produção do próprio conteúdo como forma de dar voz e representatividade às periferias. Através da internet e das redes sociais, as pessoas que vivenciam a realidade das periferias têm encontrado um espaço de subversão e resistência, onde podem compartilhar suas histórias, lutas e criações de forma autêntica e sem intermediários. A revista Radar Marginal surge nesse contexto como um veículo que busca reunir e amplificar essas vozes, oferecendo um espaço de visibilidade e valorização para os artistas, pensadores e agentes de transformação que estão à margem dos espaços tradicionais de produção e disseminação de cultura. Através de uma identidade visual marcante, colaborações artísticas e um olhar atento para as questões periféricas, a revista se propõe a ser um meio de empoderamento, informação e reflexão, construindo um círculo virtuoso em que a escrevivência alimenta a produção de conteúdo e a produção de conteúdo fortalece a escrevivência. Assim, a Radar Marginal se posiciona como um agente de mudança e um espaço de criação e conexão que busca criar um novo cenário ideal para a valorização das periferias e a construção de uma sociedade mais inclusiva e igualitária.

3. RADAR MARGINAL: RASTREANDO O QUE ESTÁ A MARGEM

Viver nesse contexto de marginalização me faz compreender a arte como forma de denúncia e ferramenta política de extrema importância. Pensando nessa falta de representatividade nas redes sociais e na mídia, decidi criar a Radar Marginal. O nome do projeto, Radar Marginal, já anuncia o que se pode esperar do projeto, localizar o que está à margem. Centralizar a periferia como produtora cultural e de conteúdo. Uma revista digital que tem como finalidade apresentar novos artistas periféricos multidisciplinares a fim de promover a democratização da comunicação e a visibilidade de artistas e projetos culturais independentes que surgem nas periferias da cidade. Produzindo edições compostas por editoriais que apresentem essas personalidades e culturas periféricas.

Outro objetivo da Radar Marginal é criar uma rede de colaboração e troca de conhecimentos entre os produtores culturais das periferias, fortalecendo a cultura local e criando uma rede de apoio e solidariedade entre esses produtores. A iniciativa busca montar uma rede de profissionais periféricos em cada edição da revista e estimular a criação de novas produções e trocas audiovisuais. Isso permite que esses produtores tenham uma experiência com a criação coletiva com uma equipe que venha do mesmo lugar periférico, o que muitas vezes não acontece no mercado de trabalho do audiovisual naturalmente, se aproximando mais da escrevivência a singularidade de cada indivíduo que compunha a equipe gere conteúdos mais autênticos e diversificados.

3.1. REFERÊNCIAS ARTÍSTICAS

3.1.1 Colors*Studio

Imagem 4 - Tela de início do site colorsxstudio.com.br



Fonte: colorsxstudio.com.br. Para acessar o site basta clicar na imagem.
Acesso em 11/11/2022

COLORS*STUDIO é um canal de música e entretenimento fundado em 2016 na

Alemanha. Seu conteúdo principal é a série COLORS, que apresenta performances de artistas de diversos gêneros musicais em um cenário minimalista com fundo colorido. O formato consiste em um vídeo de poucos minutos, onde o artista se apresenta em frente a uma parede monocromática e produz uma performance intimista, muitas vezes acompanhado apenas por um instrumento ou por uma pequena banda.

A série COLORS tornou-se um fenômeno mundial, alcançando milhões de visualizações em plataformas de streaming como o YouTube e o Spotify. Além de apresentar novos artistas e dar espaço para a diversidade musical, o canal COLORS*STUDIO também é conhecido por valorizar a estética, a moda e a dança, apresentando artistas com estilos únicos e diferenciados vestindo looks que viram protagonistas em meio ao cenário minimalista. Me inspiro nessa escolha estética da COLORS que torna todos seus episódios diferentes e inovadores entre si, não nos cansamos do formato e ficamos ansiosas para saber como determinado artista vai aparecer, suas roupas e cores escolhidas mesmo que seja sempre a mesma proposta minimalista temos a ansiedade e uma surpresa.

O canal COLORS*STUDIO ganhou destaque pela qualidade de suas produções, pelo cuidado com a seleção de artistas e pela forma inovadora de apresentar a música. Com isso, a plataforma se tornou um importante meio de divulgação e descoberta de novos talentos musicais, além de ser uma fonte de inspiração e referência para os amantes da música e da cultura pop em geral.

3.1.2 Flagra

Imagem 5 - Perfil @flagrap no Instagram.



Fonte: Instagram perfil @flagrap. Para acessar o perfil basta clicar na imagem.
Acesso em: 20/11/2022

O Flagra é um perfil no Instagram que divulga conteúdo relacionado à cultura do rap e hip hop, em especial na cidade de São Paulo. O perfil é conhecido por apresentar registros fotográficos e audiovisuais de shows, eventos e manifestações culturais relacionadas ao universo do rap, bem como entrevistas com artistas e produtores culturais do cenário paulistano e brasileiro.

Além disso, o perfil também destaca iniciativas e projetos sociais e culturais relacionados ao rap e hip hop, com o objetivo de valorizar e divulgar o potencial transformador dessas expressões artísticas nas comunidades periféricas e marginalizadas.

A Flagra têm um papel importante na disseminação e fortalecimento da cultura do rap e hip hop, dando visibilidade às produções e iniciativas de artistas e produtores que muitas vezes são marginalizados e invisibilizados pela mídia tradicional. Com isso, contribui para a democratização do acesso à cultura e para a valorização das expressões artísticas das periferias e comunidades marginalizadas.

Sendo uma página voltada à informação, toda a parte jornalística de pesquisa e comunicação informativa se torna estudo para a Radar Marginal se comunicar. Principalmente no que diz nos conteúdos informativos da revista.

3.1.3 Untapped Mag

Imagem 6 - Perfil @untapped.mag no Instagram.



Fonte: Instagram perfil @untapped.mag. Para acessar o perfil basta clicar na imagem. Acesso em: 20/11/2022

Untapped.mag é uma revista digital criada em 2017 que tem como objetivo promover discussões através da arte, dando visibilidade a temáticas periféricas a partir de editoriais, a untapped também tem um quadro chamado “untapped personality” onde traz retratos de artistas emergentes e sub-representados. A proposta da Untapped.mag é oferecer um espaço para a diversidade de vozes e perspectivas, apresentando um conteúdo autêntico e de qualidade. A revista aborda temas relevantes, como questões sociais, políticas e culturais, dando voz a minorias e marginalizados. Um exemplo de como a Untapped aborda isso seria o ensaio "Tudo de Ruim" traz reflexões profundas sobre o racismo estrutural presente na sociedade e como a pele preta é constantemente alvo de injustiças e discriminação. O texto denuncia a seletividade do cancelamento e como as pessoas negras são tratadas de forma muito diferente em relação às brancas quando se trata de erros e crimes cometidos. O ensaio tenta apresentar de forma visual uma estética demonizada, com uma paleta de cores avermelhadas, o uso do fogo como motivação e raiva, a performance expressiva além das colagens de palavras e fotos que aparecem durante o ensaio também nos traz esse excesso de julgamentos e opiniões que distorcem e servem de ferramenta para a manutenção do racismo. A mensagem é forte e impactante, e convida à reflexão sobre a importância de lutar por uma sociedade mais justa e igualitária.

Imagem 7 - Edição Untapped Magazine Tudo de Ruim



Fonte: Instagram perfil @untapped.mag. Para acessar a postagem basta clicar na imagem.

Acesso em: 10/05/23

Através do seu Instagram, a Untapped.mag divulga o seu conteúdo e também compartilha trabalhos de artistas e criativos de diversas áreas com o quadro “Untapped Personality”. Apresentando artistas através de um ensaio fotográfico estilo retrato. Além disso, a página apresenta uma estética visual interessante e atraente, com destaque para a fotografia, design e ilustração.

Imagem 8 - Edição Untapped Magazine Personality Batistela.

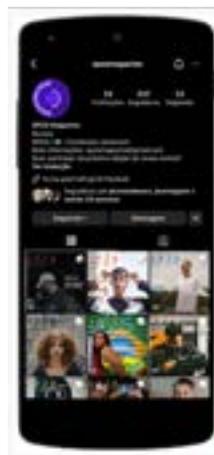


Fonte: Instagram perfil @untapped.mag. Para acessar a postagem basta clicar na imagem. Acesso em: 10/05/2023

3.1.4 SPZO Magazine

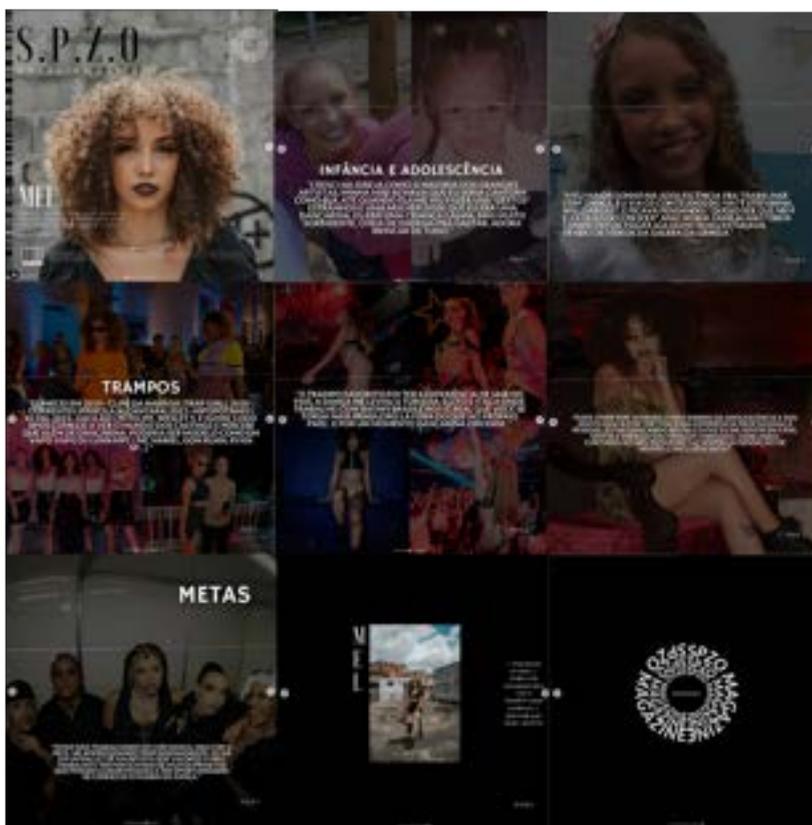
SPZO Magazine é uma revista virtual independente que busca valorizar e dar visibilidade à cena cultural e artística da periferia de São Paulo. A publicação tem como objetivo mostrar a história e trabalho de artistas da cidade, muitas vezes esquecidos ou marginalizados pela mídia tradicional. Além de entrevistas e perfis de artistas, a SPZO Magazine também apresenta fotografias íntimas dos artistas, com fotos da infância e dos processos artísticos que permeiam os artistas. Além disso, o que mais me inspira na SPZO Magazine são os textos que aparecem nas imagens, e a forma que a entrevista é guiada sobre a história e perspectiva futura de cada artista. Com uma linguagem acessível e uma estética cuidadosa, a SPZO Magazine se destaca como um importante meio de comunicação e registro da cultura periférica de São Paulo.

Imagem 9 - Perfil @spzomagazine no Instagram.



Fonte: Instagram perfil @spzomagazine. Para acessar a postagem basta clicar na imagem. Acesso em: 10/05/2023

Imagem 10 - SPZOMagazine Edição Mel. Entrevista em formato carrossel.



Fonte: Instagram perfil @spzomagazine. Para acessar a postagem basta clicar na imagem.
Acesso em: 10/05/2023

4. A DIGITALIZAÇÃO DE UMA REVISTA ATRAVÉS DO INSTAGRAM, FERRAMENTAS E O AGIR POLITICO

4.1 CRIAÇÃO DO PERFIL E IDENTIDADE VISUAL

O perfil no Instagram *Radar Marginal* (@radar_marginal) foi criado em janeiro de 2023. O Instagram é uma das redes sociais mais populares do mundo, com mais de 2 bilhões² de usuários ativos por mês. Essa informação indica a ampla popularidade e alcance global dessa plataforma de mídia social. O Instagram se tornou uma das redes sociais mais utilizadas em todo o mundo, oferecendo uma variedade de recursos e oportunidades para os usuários compartilharem fotos, vídeos e se conectarem com outros usuários. Com essa base de usuários significativa, o Instagram se transformou em um espaço importante para a promoção de marcas, criação de conteúdo e interações entre os usuários. Ele permite que os usuários compartilhem fotos, vídeos e conteúdo em tempo real com seus seguidores. Além disso, possui uma variedade de recursos, como filtros para fotos, ferramentas de edição, hashtags e

² Dado retirado do Jornal O GLOBO, matéria “Número de usuários do Instagram ultrapassa 2 bilhões e se aproxima do Facebook” por Bloomberg. 26/10/2022 20h14 Atualizado há 7 mese

mensagens diretas, que permitem aos usuários se conectarem e interagirem uns com os outros. As ferramentas do Instagram são amplamente utilizadas por seus usuários como também marcas, influenciadores e artistas para se conectarem com seus seguidores, criarem engajamento e promoverem seus trabalhos e produtos. É uma plataforma versátil que oferece diversas formas de compartilhar conteúdo e interagir com a audiência.

Para criar um perfil de marca no Instagram, é importante definir uma estratégia clara e objetivos específicos para o perfil. A Radar Marginal criou sua conta no Instagram com o objetivo de compartilhar conteúdo produzido por e para a periferia, visando promover a representatividade e valorização da cultura periférica.

Para alcançar esse objetivo, o processo de construção da Radar Marginal no Instagram envolveu a criação prévia de um e-mail, seu endereço eletrônico, por onde nos comunicamos e criamos nossos perfis nas plataformas como o Instagram. Além da identificação da audiência-alvo, definida como jovens e adultos que se identificam com a cultura periférica e buscam consumir ou produzir conteúdo autêntico e representativo. A definição prévia de temas e conteúdo, a partir dessa identificação, a Radar Marginal definiu os temas que seriam abordados em sua conta no Instagram, como música, arte, moda, cultura e eventos do mundo periférico. O conteúdo foi produzido a partir de um olhar sensível e autêntico da realidade das periferias, e selecionado com base na qualidade e relevância. Pensando já na curadoria de conteúdo, buscando por iniciativas que já existiam na periferia, e também a produção própria de conteúdo, através de vídeos e fotos, entrevistas, coberturas de eventos, entre outras iniciativas.

A materialização desses valores se deu na criação da identidade visual da Radar Marginal, sendo um processo bastante significativo e cuidadoso, tendo em vista a importância de transmitir a essência e os valores da marca por meio de sua imagem visual. O logo da marca foi desenvolvido por Gustavo, mais conhecido por Gom, um artista visual e grafiteiro responsável pela identidade visual dos elementos gráficos da revista Radar Marginal. Com seu estilo único e marcante, unindo símbolos do basquete, natureza e do grafite, Gom tem como característica a criação de letras que misturam diferentes formas e objetos, brincando de formas diferentes com a tag GOM e o cotidiano. Ele tem uma forte presença na cena do graffiti em São Paulo, sendo reconhecido por suas obras em diversas regiões da cidade. Trabalha com graffiti e arte através de várias técnicas e formatos, seja pintando muros, telas, camisetas estampadas com água sanitária e até mesmo a materialização de sua arte em outros

objetos como seus pratos no trabalho “nós não comemos só pela boca” onde faz uma crítica a todo consumo que nos “alimenta” enquanto artista. Seu trabalho na tipografia da Radar Marginal contribuiu para a construção da identidade visual da revista, trazendo um toque de originalidade e autenticidade para o projeto.

Imagem 11 - Compilado de imagens do artista GOM e sua arte.



Fonte: Compilação de imagem feita pela autora.

A escolha do artista para a criação da identidade visual também foi uma forma de valorizar e dar visibilidade às produções artísticas periféricas, bem como de promover a diversidade e a representatividade dentro da marca. A união de elementos e símbolos diversos, como o radar e a tipografia moderna, representou de forma autêntica e coerente a proposta da Radar Marginal em trazer novas narrativas e perspectivas à cultura periférica.

Através de alguns encontros discutindo a ideia da revista como também referências estéticas decidimos optar por uma identidade visual mais única e exclusiva. Os primeiros esboços alinhavam a ideia de radar, utilizando como ref radar ultra sônico e o letreiro da revista. Esse primeiro esboço foi feito pelo artista Willian Lopes em uma conversa íntima enquanto falávamos do projeto apenas num momento casual ainda em 2021 quando o projeto era só uma ideia e não estava nos planos sua realização a fundo. Willian Lopes é um artista gay e negro que flui entre tatuagens, pinturas e artes plásticas materializando suas expressões em diversas linguagens. Seu trabalho se caracteriza também por criar novas histórias e perspectivas á personagens negros, criando narrativas de indivíduos que brincam com o futurismo e a sbversão. A princípio já tinha escolhido o nome radar mas não associado com o radar ultrassônico, sendo a sua característica a cor verde neon, traz uma referência futurista de

subversão, algo muito presente no trabalho do Willian. Dessa forma é importante ressaltar a participação do artista na construção do imaginário subversivo periférico e futurista da revista.

Imagem 12 - Primeiro rascunho do logo da Revista Radar Marginal



Fonte: Arquivo png feito pelo Willian Lopes.

O artista Gom também fez outras versões da tipografia da revista para compor a identidade visual, tendo como referências a cultura das tags e letreros de pixo e grafite para possibilitar novas formas de se criar edições da revista que conversem esteticamente com diversas culturas diferentes que serão representadas na revista. Decidindo então seguir o caminho do graffiti para a revista. A logomarca, à representação gráfica da marca, fugiu agora então do padrão de radar dos vetores que encontramos, sendo um símbolo então que recria a figura do radar visto de cima criando uma distorção ótica, brincando com a distorção do que se realmente vê da periferia.

Imagem 13 - Logo oficial da revista Radar Marginal.



Fonte: Arquivo png feito por GOM.

Apesar de ser um símbolo que seja mais subjetivo, o nome Radar Marginal é sempre enfatizado pelo letrero da revista. Uma coisa que gosto do logo e também um dos fatores que

influenciaram em sua construção é também funcionar como um pixo, dessa forma planejo futuramente fazer lambes com fotografias da revista e “assinar” com o logo como mostra o exemplo abaixo. Não é atoa que seus traços imitam a pressão que existe nas latas spray usadas no graffiti arredondando as pontas. Uma forma de ligar a cultura periférica do mundo offline com a construção das imagens periféricas e ocupação de espaço sendo os principais valores da marca.

Imagem 14 - Exemplo de como seria a aplicação do lambe e do logo como tag.



Fonte: Imagem criada pela autora.

O logotipo do texto ou o nome da marca, é composto apenas por letras estilizadas e personalizadas, sem a presença de um símbolo ou ícone adicional. O logotipo é uma representação visual do nome da marca, criado de forma única e reconhecível e também foi idealizada por Gom. Testamos várias fontes diferentes, e ressaltamos a que mais conversava com o símbolo e que também trazia esse aspecto de criação, de objeto exclusivo da revista. Algo que me incomoda muito em outras revistas até mesmo grandes e físicas é a falta de exclusividade da tipografia, muitas vezes a fonte de uma marca é uma fonte qualquer escolhida. Vale ressaltar a influência da tipografia da Vogue no mundo das revistas e o destaque que recebeu criando uma tendência de tipografia com esse diferencial e estética moderna e elegante. Ainda debatendo sobre fontes e tipografia, é importante comentar a escolha estética de colocar apenas a palavra “Radar” como logotipo da revista, visto que 5 letras me pareceu melhor visualmente do que aplicar por inteiro o nome da revista “Radar Marginal”. Então foram feitas 2 tipografias diferentes, podendo ser aplicadas juntas ou separadamente. Dentre os rascunhos apresentados o escolhido foi o 1º superior apesar de ser diferente da estética e impacto da vogue ele cumpre bem o papel dele de exclusividade e brinca também com um aspecto da fluidez das formas.

Imagem 15 - Processo de criação tipografia.



Fonte: Fotografia tirada pela autora, diversos rascunhos feitos pelo artista Gom para a revista.

Imagem 16 - Foto da tipografia Radar vetorizado.



Fonte: Arte Digital criada por GOM.

Imagem 17 - Foto da tipografia completa da Radar Marginal vetorizado.



Fonte: Arte Digital criada por GOM.

A imagem do logo na plataforma é recortada e apresentada dentro de um círculo como podemos ver abaixo na tela de perfil. O uso de ícones redondos na plataforma do Instagram também se encontram nos destaques. Os destaques do Instagram são uma função que permite que usuários destaquem e salvem histórias (postagens verticais de fotos ou vídeos com duração de 24 horas) em um perfil, separados por categorias e permaneçam disponíveis para visualização por um tempo indeterminado. Os destaques ficam no topo do perfil, abaixo da bio, e podem ser personalizados com um ícone e título escolhido pelo usuário. Essa função é útil para aqueles que desejam destacar sequência de “stories” selecionados e momentos

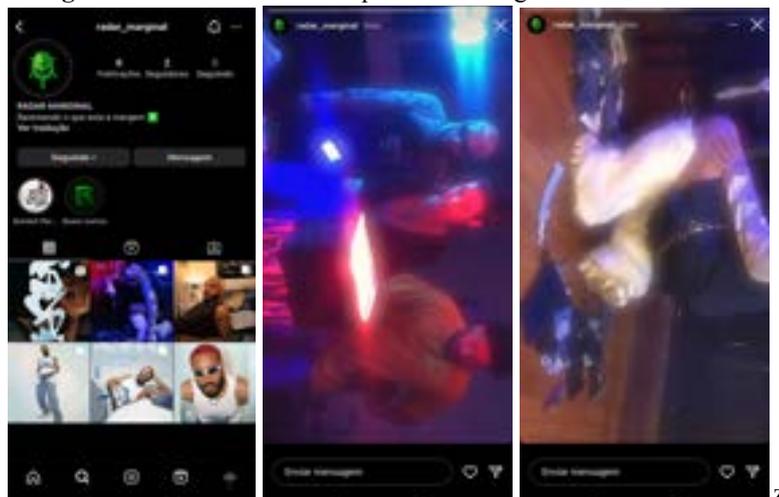
importantes ou informações relevantes de seu perfil para que possam ser facilmente acessadas pelos seus seguidores. Essa ferramenta ajuda muitas vezes na apresentação e comunicados importantes entre marca e usuário, além de trazer de forma organizada junção de conteúdos. No nosso caso, produzimos materiais digitais verticais explicando o projeto para que novos seguidores entendam o propósito da revista sem ao menos ter contato prévio. Além de também criarmos um destaque para arquivar os stories de cada edição, mostrando um pouco do making off de cada produção.

Imagem 18 - Ferramenta Destaque Radar Marginal “Quem Somos”



Fonte: Print da tela do perfil da @radarmarginal. Para acessar só clicar nas imagens. Acesso em 02/06/2023.

Imagem 18 - Ferramenta Destaque Radar Marginal “Duhduh Pereira”

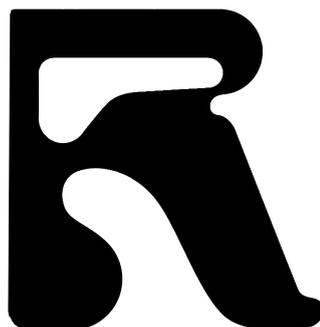


Fonte: Print da tela do perfil da @radarmarginal. Para acessar só clicar nas imagens. Acesso em 02/06/2023.

Sintetizando a tipografia principal representada no R da imagem, também foram criados outros materiais para compor soluções estéticas para a criação de uma edição de uma revista em formato digital. Como adesivos reflexivos dos tipos que vêm com revistas e cds, códigos

de barras, itens tão comuns na embalagem de um produto que é comercializado fazendo uma crítica para a comercialização da subversão. Além de símbolos retirados do próprio logo para representar oficialmente marcas d'água da marca auxiliando na criação de conteúdo, seja ele a capa da revista, a entrevista, fotos do editorial etc. Utilizados na edição das próprias postagens como também podem ser trabalhados com a técnica stencil na proposta já comentada dos lances, já que esses elementos também remetem a marca Radar Marginal.

Imagem 19 - Letra R Tipografia Radar Marginal



Fonte: Material produzido pelo artista Gom para a revista.

Imagem 20 - Código de Barras com nome Radar Marginal



Fonte: Material produzido pela autora

4.2. PREPARAÇÃO E PRÉ-PRODUÇÃO PRIMEIRO EDITORIAL

Para a parte de cunho experimental do projeto, para além da concepção e criação de uma revista digital no Instagram, a pesquisa também se propõem a produzir conteúdos fotográficos e audiovisuais, seguindo o processo metodológico de projeto audiovisual proposto por Rodrigues (2007), que subdivide as etapas em: preparação/pré-produção, gravação/desprodução e pós-produção. Nos concentramos, então, neste capítulo e no seguinte, no relato do trabalho prático de concepção e criação dos conteúdos presentes na revista nas

fases de preparação/pré-produção, gravação e pós-produção. Enquanto criava a identidade visual da marca, já começamos o processo de curadoria do primeiro artista a ser convidado e darmos continuidade aos processos de produção da primeira edição da revista. Pensando na missão da revista, decidimos começar com um artista de Osasco. Mesma região onde moro e tenho uma grande rede de apoio seja de outros artistas ou outros profissionais do audiovisual possibilitando e facilitando a produção do primeiro editorial. Além de começar valorizando artistas locais que realmente tiveram uma influência na minha construção pessoal e profissional, partindo do mesmo local que eu, garante também uma produção mais prática economicamente falando visto que a revista ainda não apresenta financiamento.

Da mesma forma, estamos trabalhando juntamente com a produtora cultural local Gabriella Carvalho em busca de editais e outras leis de incentivo para elevar o nível de produção da revista. Enquanto isso, a produção se dá por laços afetivos, com pessoas que acreditam no projeto e aceitam fazer parte dele. A revista, mesmo que em fase inicial, arca com as passagens e alimentação de todos durante o set, além de arcar com alguns materiais importantes na direção de arte e desenvolvimento do projeto através de um fundo criado a partir de investimento pessoal onde a medida que possível invisto no meu próprio projeto. Outro fator de extrema importância para a materialização da revista é o fato de possuir equipamentos fotográficos visto que sou prestadora de serviços de captação audiovisual autônoma. Sendo uma câmera Canon MirrorLess M50 com lente EF-M 15-45mm, um kit com duas softbox, um led RGB, fundo infinito, suporte e araras para organização dos figurinos etc. Mesmo trabalhando com uma fluidez e diversas equipes, os materiais podem ser usados por qualquer profissional, podendo somar na materialização do projeto mesmo que eu não assumo o papel de fotografia.

Cada edição da revista passa pelos seguintes processos:

- Artista: Curadoria dos possíveis artistas a trabalhar e primeiro contato com o artista escolhido da edição em questão. Envio do briefing do projeto da revista e primeiras ideias sobre o projeto.

- Direção criativa: Guiada por mim e pelo convidado por meio de um encontro onde debatemos a definição da ideia principal e objetivo estético a ser atingido. Nessa etapa baseando-se em como o artista gostaria de trabalhar pensamos em quais pessoas precisamos entrar em contato para atingir esse objetivo como também questões de produção.

- Equipe: Nessa etapa entramos em contato com as pessoas chave para a materialização do projeto. Enviamos também um material do briefing, porém uma versão diferente, já com alguns slides a mais, apresentando o artista a ser trabalhado nessa edição e a proposta estética inicial.

- Pré-produção: depois que temos todas as pessoas para a realização do projeto, precisamos sintetizar todas as ideias a fim de valorizar o trabalho de todos, definimos o roteiro e metas a serem cumpridas para a produção do editorial. Nessa etapa também fazemos o planejamento de distribuição para entendermos quais materiais iremos produzir e em quais formatos.

- Produção: Produção editorial, gravação e desprodução.

- Pós-produção: Edição e ajustes no planejamento de lançamento dos materiais fabricados.

- Publicação e Distribuição: Publicação dos materiais fabricados e aplicação das estratégias de distribuição.

4.2.1 ARTISTA

O artista escolhido Duhduh Pereira é um artista multifacetado, modelo, cantor, compositor, stylist e costureiro, tendo como principal característica a sua originalidade e criatividade. Duhduh é reconhecido por sua habilidade em misturar diferentes estilos e referências em suas criações, sempre com uma abordagem periférica e autêntica. Já vestiu grandes artistas como Laysa e participou de projetos internacionais como a COLORS*STUDIO mencionado anteriormente como referência do projeto. Além disso suas peças que utilizam da técnica Upcycling se tornaram tendências aparecendo em vários cliques da cena underground e no corpo de diversos artistas. Ele também é conhecido por suas performances marcantes e seus momentos de criação em seu quarto, que combinam moda, música e vídeo, apresentando suas criações de forma criativa e lúdica e por seu engajamento em causas sociais, especialmente aquelas relacionadas à comunidade LGBTQIA+. Acredito que com sua participação na revista, mostrando suas peças e expressão na moda através do upcycling e styling, Duhduh traz um olhar único e potente para a cena artística periférica.

Imagem 21- Apresentação Duhduh Pereira.

Fonte: Imagem criada pela autora

4.2.2 EQUIPE

A escolha da equipe para cada editorial da Radar Marginal é um dos diferenciais que tornam a revista única. A proposta é criar uma rede de profissionais periféricos, trazendo talentos e vozes que muitas vezes são marginalizados e sub-representados nos espaços tradicionais da indústria. Essa abordagem não apenas promove a diversidade e a inclusão, mas também traz perspectivas frescas e autênticas para os projetos.

Ao formar equipes diferentes em cada editorial, a Radar Marginal oferece oportunidades para que uma variedade de profissionais criativos possa se destacar e mostrar seu trabalho. Isso ajuda a divulgar não apenas o trabalho da revista, mas também o trabalho individual de cada membro da equipe. Ao colaborar com artistas, estilistas, fotógrafos, maquiadores, cabeleireiros e outros profissionais periféricos, a Radar Marginal amplia sua rede de contatos e alcance, abrangendo mais pessoas interessadas em descobrir novos talentos e acompanhar seu trabalho.

Essa abordagem de colaboração e apoio mútuo não apenas ajuda a divulgar o trabalho dos profissionais envolvidos, mas também atrai a atenção de um público cada vez maior. Ao destacar talentos periféricos e fornecer uma plataforma para suas criações, a Radar Marginal se posiciona como uma revista inovadora e inclusiva, capaz de oferecer uma perspectiva autêntica e diversificada sobre a moda e a cultura. Essa abordagem única ajuda a atrair mais pessoas interessadas em descobrir novos talentos e acompanhar o trabalho da revista, contribuindo para seu crescimento e reconhecimento na indústria. Além de ser uma forma de combater a limitação causada pelas ferramentas das redes sociais. Como já comentamos, as plataformas tendem a divulgar conteúdos periféricos apenas em suas bolhas de consumo e rede de contatos íntima do usuário. Assim, trabalhando com pessoas diferentes a Radar

Marginal já tende a circular por um número maior de pessoas, pelo menos de várias bolhas periféricas diferentes. Ainda se vê necessário uma internet mais inclusiva nas questões que afetam diretamente na percepção dos usuário seja no próprio uso das plataformas, como também social, reforçando aspectos culturais opressores.

É importante ressaltar que, ainda que a produção executiva da Radar Marginal, por ser de baixa renda, todos os profissionais envolvidos nos editoriais recebem apoio e assistência. Embora não tenham sido pagos monetariamente, todos recebem ajuda com despesas de transporte e custos de produção, como é especificado no relatório de produção. Isso demonstra um compromisso da revista em valorizar o trabalho dos profissionais e proporcionar oportunidades para que eles cresçam em suas carreiras mesmo que ainda sem apoio financeiro mas com o mínimo para chegar e participar de forma tranquila e saudável. Sendo então uma missão da revista futuramente focar na produção executiva e captação de recursos para podermos fazer edições de alto nível estético e técnico, além de fazer circular dinheiro de editais para diferentes profissionais periféricos à medida que a equipe se renova.

Em uma conversa com o artista escolhido, selecionamos diferentes profissionais com diferentes habilidades, mas que trabalham em conjunto para alcançar um resultado final de qualidade e mais próximo do imaginado pelo artista. Vale a pena ressaltar que nenhum outro integrante da equipe participa da organização da Radar Marginal ou do vínculo universitário. Dessa forma a produção foi totalmente independente, sendo apenas criado uma apresentação da proposta revista e direção estética e criativa do projeto da edição do Duhduh Pereira, enviado para eles para que todos quisessem participar dessa edição da revista de forma independente. A equipe foi formada então por:

Duhduh Pereira: o artista da edição, assumiu os papéis da co-direção, co-direção criativa e stylist.

Isra (eu mesma, Isabela Israel): assumindo a co-direção e direção criativa do projeto junto com duhduh, também produzi a direção de arte e objetos do editorial e edição do projeto. Além de trabalhar também na produção da revista em geral.

Jmolho (Pablo Frigeri): trabalhou na pré-produção, e na produção do set de filmagem, garantindo que tudo esteja fluindo conforme o planejado, todos tenham comido etc.

Arthur Andrade: diretor de fotografia, captação de vídeo e edição.

Paulo: fotografia e making off da produção.

Ellen Amaral: cuida do cabelo e penteado da modelo.

Carla Giordana: costureira, produção de objetos.

Juntos, essa equipe se dedica a criar um conteúdo autêntico e impactante para a revista Radar Marginal 1ª Edição: Duhduh Pereira.

4.2.3 PROPOSTA ARTÍSTICA DO PROJETO

A proposta artística da revista Radar Marginal engloba a criação de um editorial que servirá de base para a produção de três produtos principais: a capa, a postagem editorial e o reels. O editorial idealizado explora o conceito de fashion filme, que é uma forma de expressão audiovisual que combina elementos do cinema e da moda, transmitindo uma narrativa estética por meio de imagens em movimento. O fashion filme é uma maneira inovadora de apresentar as roupas e as ideias de Duhduh Pereira, artista do upcycling, que será destaque neste editorial. O roteiro do editorial será desenvolvido de forma a guiar a produção, trazendo três espaços distintos: o quarto de Duhduh, onde ele dança e se expressa; o espaço de costura, com uma iluminação intrigante e criativa; e um fundo infinito branco, onde Duhduh vai modelar e performar com suas roupas, explorando expressões faciais e uma estética peculiar. Pensando muito na composição do cenário em como ele funcionaria na captação do vídeo e imagem em movimento como também nas fotografias que compõem a edição da revista. O roteiro busca transmitir não apenas as roupas em si, mas também a essência e a identidade do trabalho de Duhduh, capturando seu momento íntimo de criatividade, seu estilo único e seu compromisso com o upcycling.

Abaixo, breve descrição da concepção de cada uma das principais cenas do fashion film:

1ª Cena - O íntimo - Quarto:

Duhduh está deitado em sua cama com uma colcha de retalhos jeans, olhando para o teto. Ele decide levantar e se dirige ao seu computador para colocar uma música. Vemos outros elementos jeans em seu quarto. A melodia começa a tocar, e à medida que a música ecoa no ambiente, Duhduh revela um pouco de sua intimidade, dançando em seu quarto como se estivesse em seu próprio mundo. Planos detalhados capturam seus pés e mãos em movimento, enquanto ele se diverte com a dança.

2ª Cena - O criar - Costura:

Duhduh é mostrado em um espaço escuro, totalmente envolto em preto, onde apenas sua figura é iluminada de maneira criativa e diferenciada. Ele está imerso em seu processo de costura, criando suas roupas jeans. A câmera realiza movimentos detalhados, mostrando as agulhas penetrando o tecido, a precisão da costura e os pequenos detalhes que conferem singularidade às suas peças. Duhduh assume uma postura mais performática, como se estivesse tramando um plano. Nessa cena a música é interrompida e apresentamos uma estética mais performática, com referências do punk.

3ª Cena - O tornar-se - Ensaio:

A cena transita para um espaço de fundo infinito branco, onde Duhduh surge em planos mais abertos, modelando e posando com suas roupas. A câmera adota ângulos e movimentos mais ousados, revelando tanto os detalhes das roupas quanto os traços marcantes do rosto de Duhduh. Ele expressa-se por meio de gestos e expressões faciais que mesclam moda e performance, criando uma estética única e intrigante, com toques de excentricidade.

Esse roteiro para o editorial busca não apenas mostrar as roupas jeans de Duhduh Pereira, mas também transmitir sua personalidade, criatividade e compromisso com o jeans e o upcycling marca registrada do artista. Cada cena traz uma atmosfera distinta, explorando diferentes aspectos da jornada artística de Duhduh, desde sua intimidade no quarto, passando pelo processo meticuloso de costura e criação, até a materialização de sua imaginação, tornar-se arte, expressão de seu estilo único no ensaio. Através dessas imagens em movimento, o fashion filme busca cativar o espectador e mergulhá-lo no universo criativo e autêntico de Duhduh Pereira.

5 RELATÓRIO PESSOAL E PLANEJAMENTO CADA ÁREA

5.1 DIREÇÃO CRIATIVA E DIREÇÃO DE ARTE

Por nunca sermos representados perguntamos para o artista no seu primeiro contato sobre a revista como ele gostaria de ser representado e apresentado seu trabalho, dessa forma é a partir daí que começamos a co-criar uma direção criativa e geral. A direção envolve ter uma visão clara e criativa do que se deseja transmitir por meio do editorial. Isso inclui a definição dos conceitos, temas, estética visual e narrativa do projeto. Essa troca de ideias foi fundamental para criarmos juntos uma direção criativa que atendesse às suas expectativas.

Como moramos no mesmo bairro, tivemos vários encontros presenciais, onde conversamos sobre diferentes referências estéticas.

Uma das coisas que auxiliou o Duhduh a entender o projeto foi o briefing construído explicando a ideia e concepção geral da revista. Para ele entender qual o propósito e exemplos dos produtos que gostaríamos de produzir foi muito importante a construção de moodboards com diversas referências para que o artista entendesse melhor onde queríamos chegar e dirigir melhor o projeto.

Imagem 22 - Exemplos de anúncio de artista



Fonte: moodboard com compilação de imagens feito pela autora

Imagem 23 - Exemplos de reels do artista



Fonte: moodboard com compilação de imagens feito pela autora

Imagem 24 - Exemplos de capa de revista digitais



Fonte: moodboard com compilação de imagens feito pela autora

Imagem 25 - Exemplos de editoriais



Fonte: moodboard com compilação de imagens feito pela autora

Imagem 26 - Exemplos de conteúdos informativos



Fonte: moodboard com compilação de imagens feito pela autora

Uma das referências que trocamos foi a construção da imagem do artista brasileiro Derek Luccas, que traz influências do punk e subverte a cultura trap, sendo uma fonte de inspiração para nós. Além disso, exploramos referências de outros artistas, como Asap Rocky e Travis Scott, que também foram mencionados pelo artista como influências significativas

por Derek. Os 3 artistas conversam muito com o mundo fashion, misturam a estética das ruas com a moda das grifes. Além da moda no styling, seus trabalhos audiovisuais como clipes e vídeoparty de turnês e vivências trazem referências da estética dos paparazis, de fashion filmes com transições rápidas em meio a linguagem corporal, postura e performances do mundo fashion junto com as vivências de um artista, a vivência extrema, mas com elegância. Essa proximidade e diálogo constante nos permitiu criar um editorial autêntico e impactante, alinhado com a visão do artista e incorporando elementos estéticos marcantes.

Imagem 27 - Derek Lucca para a grife Prada.



Fonte: Foto retirada do Instagram @Derekdeluccas

Imagem 28 - Cena do clipe AS\$AP Rocky - D.M.B.



Fonte: Vídeo do youtube, para acessar só clicar na imagem. Acessado e 02/06/23

Imagem 29 - Travis Scott - Mafia, performance Billboard Music Awards 2022 pág. 39



Fonte: Vídeo do youtube, para acessar só clicar na imagem. Acessado e 02/06/23

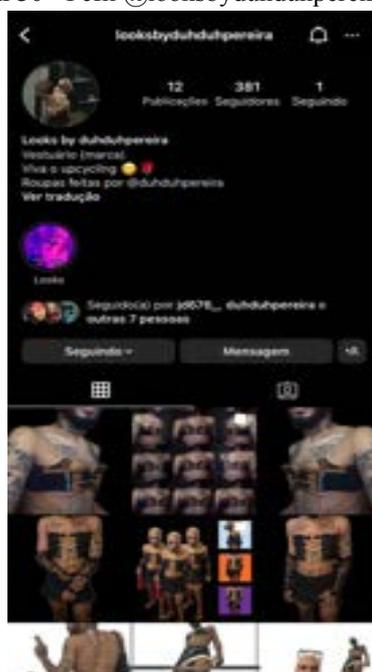
Quando se fala sobre a experiência pessoal na construção de um editorial e o papel da direção, há diversos aspectos que podem ser abordados. A direção envolve a liderança e coordenação de todo o processo criativo, desde a concepção da ideia até a execução final do projeto. Com nossas referências em mãos e criação do roteiro pensamos na equipe com que gostaríamos de trabalhar. Esse passo foi de extrema importância visto que o trabalho de cada integrante da equipe influencia no resultado final. Co-criar a direção é também estar alinhado com a visão do projeto com o outro para poder passar para os outros profissionais. A experiência de co-criar foi muito leve com Duhduh estávamos em sintonia em relação ao projeto e sua expectativa estética para conseguirmos coordenar a equipe juntos. É importante estabelecer uma comunicação clara e eficaz, garantindo que todos compreendam e estejam alinhados com a visão do projeto.

Durante o processo de direção, você será responsável por tomar decisões importantes que afetarão o resultado final do editorial. Isso pode envolver escolhas relacionadas à seleção de roupas, cenários, iluminação, poses e enquadramentos. É importante confiar em sua intuição e ter a capacidade de tomar decisões rápidas e eficazes. Auxiliando o Duhduh na tomada de decisões importantes que afetam o resultado e viabilidade do projeto. Um fator que facilitou a co-criação também foi estar à frente da produção, uma vez que já conseguia pensar em formas de materializar e tornar viável o projeto. Isso envolve encontrar soluções criativas para contornar possíveis limitações e maximizar o potencial do projeto. A co-criação se deu de forma que o Duhduh sendo o artista o qual vai dirigir ele se preocupou mais com a questão performática do indivíduo, atuação e beleza, enquanto eu pensava mais na produção da linguagem dos cenários e referências de vídeos e edição para chegarmos a uma expectativa de produto final. Como também facilitando e mediando a comunicação com toda a equipe.

Por falar em comunicação, como líderes, é importante inspirar e motivar sua equipe para que todos estejam engajados e comprometidos com o projeto. Isso pode envolver compartilhar referências visuais, fornecer orientações claras, incentivar a criatividade e reconhecer o trabalho bem feito. Pensando nos atrasos por motivos pessoais de diversos membros da produção do projeto, esse papel da comunicação e movimentação de vontade e metas do projeto foi muito importante para a materialização dessa edição da revista dentro dos prazos e expectativas estéticas esperados.

Discorrendo ainda mais sobre o processo da direção criativa Duhduh sendo responsável pelos figurinos teve uma comunicação mais direta com a Ellen que estava responsável pelo cabelo. O artista fez um look especial pro editorial, vocês podem conhecer mais looks dele na página dele no instagram @looksbyduhduhpereira.

Imagem 30 - Perfil @looksbyduhduhpereira no Instagram.



Fonte: Print da tela do perfil da @looksbyduhduhpereira.. Para acessar só clicar na imagem,. Acesso em 02/06/2023.

O trabalho de upcycling de Duhduh foi o que movimentou a direção criativa do projeto inteiro. Upcycling é uma prática de transformação de materiais descartados ou indesejados em novos produtos de maior valor, utilidade ou estética. Ao invés de descartar esses materiais, eles são ressignificados e repensados de maneira criativa para dar origem a novas peças ou objetos. A ideia principal do upcycling é aproveitar e valorizar recursos já existentes, evitando assim a produção desnecessária de novos materiais e reduzindo o impacto ambiental.

No contexto da moda, o upcycling é especialmente relevante. Muitas vezes, roupas e tecidos são descartados devido a pequenos defeitos, mudanças de tendências ou simplesmente por não serem mais desejados pelos seus proprietários. Ao invés de serem descartadas, essas peças podem ser transformadas em novos itens de moda, como roupas, acessórios ou objetos de decoração.

O processo de upcycling geralmente envolve a desmontagem das peças originais, seleção dos materiais aproveitáveis e a criação de um novo design ou estilo. Pode incluir técnicas de costura, corte, pintura, bordado, entre outras formas de manipulação dos materiais. O objetivo é criar produtos únicos e personalizados, que valorizem o trabalho manual, a criatividade e a sustentabilidade. Duhduh é muito conhecido por utilizar o tecido Jeans em suas peças upcycling, apesar de costurar com diversos materiais diferentes. A escolha do jeans também foi crucial para a paleta de cores do projeto e sua idealização.

Na primeira cena decidimos trazer um pouco do Jeans pro quarto do Duhduh, colocando o jeans em objetos de decoração que ele mesmo já tinha. Com uma meia luz amarela para trazer o conforto do quarto do artista de seu espaço íntimo, mas a textura do jeans e suas cores azuis já são anunciadas, enquanto o artista usa um look totalmente preto. O rosa presente nas almofadas da cama e no cachecol anunciam o vermelho da próxima cena, além de dar um ponto de cor para contracenar com o azul do jeans e amarelo da luz. Nesse caso, por também ser proprietário de um brechó, conseguimos várias doações de calças e outras peças jeans, algumas foram garimpadas ou até mesmo tiradas do acervo do brechó. Com as peças em mãos e inspiradas por coisas que já tinham na casa de Duhduh, onde iríamos gravar, pensei em reformar alguns objetos. Dessa forma levei os tecidos para minha mãe Carla Giordana, costureira doméstica, para produzirmos alguns objetos com aquele jeans. Cerca de 24 peças jeans se tornaram uma colcha de retalhos, um abajur e capas de almofadas. Pensando que o jeans é um tecido grosso e resistente, principalmente os que conseguimos já que vieram de brechó, sendo a fabricação de roupas antigas com maior qualidade do que o sucateamento causado pelo consumo e comportamento da indústria atual, compramos um tecido de algodão que remetesse a cor e textura visual do tecido jeans para fazer as fronhas da cama mas que fosse muito mais macio e confortável para podermos apoiar a cabeça e rosto, visto que as fronhas dos travesseiros das camas poderiam ser utilizadas no dia-a-dia depois da gravação, assim como os outros objetos.

Imagem 31 - Produção dos objetos de direção de arte através da técnica Upcycling.



Fonte: Compilado de imagens feitas pela autora.

Imagem 32 - Foto do tecido de algodão utilizado para combinar com a colcha de retalhos jeans.



Fonte: Fotografia feita pela autora.

Imagem 33 - Produção do abajur através da técnica Upcycling.



Fonte: Fotografia feita pela autora.

O upcycling vai além da simples reutilização de materiais. Ele promove a ideia de dar uma nova vida e propósito aos objetos, transformando-os em algo de maior valor e qualidade. Além disso, o upcycling estimula a consciência sobre o consumo responsável, mostrando que é possível criar algo novo e original a partir do que já temos disponível, em vez de recorrer a produtos novos e gerar mais resíduos.

Essa prática tem se tornado cada vez mais popular e valorizada, tanto entre os consumidores preocupados com a sustentabilidade quanto entre os designers e criativos que buscam formas inovadoras de expressão. O upcycling na moda traz consigo uma abordagem única e personalizada, oferecendo peças exclusivas e sustentáveis, que contam histórias e se destacam em um mercado cada vez mais consciente e exigente.

O abajur ainda é protagonista da próxima cena, a cena 2, onde criamos um espaço lúdico para representar o momento de criação do artista. Criamos uma iluminação colorida para ambientar e passar esse sentimento da subversão do criar na imagem. Apenas colocamos papel Cellophane na lâmpada para uma iluminação vermelha, a luz que saía do abajur acende um ponto de cor e nitidez na foto, visto que a luz ambiente estava azul, não deixando a fotografia ser enterrada pelo azul. A escolha do azul se deu pela sensação que queríamos passar de mergulhar no processo criativo de costura do Duhduh, o azul dos tecidos jeans que ele costura. As sobras dos retalhos das peças recortadas durante o processo de produção dos

objetos também protagonizaram a direção de arte da cena 2, dando mais uma finalidade aos retalhos jeans que antes eram peças descartadas e que já tinham se tornado outros objetos. Esses retalhos foram guardados depois da gravação para serem reutilizados em outro momento.

Imagem 34 - Foto do uso dos retalhos jeans na composição do cenários.



Fonte: Fotografia feita pela autora.

Já na 3ª e última cena, por representar o alcance de um espaço e reconhecimento, pensamos no fundo branco que é justamente o cenário usado pelas marcas para a produção de conteúdos, enfatizando a posição de estar de frente às câmeras. Para compor a cena usamos as almofadas da cena 1 em algumas fotos, como utilizamos na edição reflexos azuis feitos brincando com o pincel e opacidade para trazer cor a cena. A dificuldade dessa cena esteve em esticar muito bem o papel fotográfico branco, além de iluminá-lo da melhor maneira possível para não causar sombras visto que não tínhamos um estúdio apropriado com fundo infinito de gesso e pouca iluminação etc.

Pensando no processo de pós-produção, devido a esse atraso e agendas e principalmente por questão da estruturação da linguagem da Radar Marginal enquanto revista, eu fiquei mais próxima do processo de pós-produção que o Duhduh. Uma vez que essa é a primeira capa, é a primeira referência que o público mas também outros artistas e equipes também vão ter da própria revista e aplicação de padrão de linguagem para as demais edições. Após a finalização das sessões fotográficas ou filmagens, a direção também envolveu a seleção das melhores

imagens, cenas, sintetizadas. Além de também finalizar o processo da construção da identidade visual da marca com o trabalho da identidade visual produzida pelo Gom. Dessa forma, foi a primeira vez que vimos os elementos da revista na prática e conversando entre si de forma aplicada.

Vale evidenciar a importância da troca com Duhduh durante todo o processo de direção criativa e também de arte. Foi muito importante o diálogo e paciência, visto que é a 1ª Edição da revista, tiveram vários detalhes que precisam ser discutidos e revisados, já que iriam guiar e servir como base para o projeto e suas edições futuras.

De qualquer forma tivemos uma reunião final sobre as escolhas dos materiais que iremos produzir de acordo com o resultado da captação e imagem dos meninos. Nessa última reunião Duhduh e eu trocamos informações do que seria produzido de fato, além de termos uma conversa mais específica sobre ele e o material de texto que o apresentaria. Dessa forma, a partir de um texto feito pelo artista fomos direcionados para a forma a qual apresentaremos o mesmo com influência da escolha da linguagem que queríamos para a página.

Meu nome é Eduardo, mas todos me conhecem como duhduhpereira, quando comecei me envolver nesse mundo da internet, o meu foco sempre foi a música, pq a moda já era algo de mim, só que eu não imaginava tramar com isso, pelo fato de ser um cara de quebrada e não ter fácil acesso a esse meio. Porém no final de 2021 foi onde as coisas mudaram, final da pandemia, o desemprego em alta, minha única saída foi fazer aquilo que eu mais sabia fazer, moda, foi quando fiz o meu primeiro trampo com a colors, onde fui convidado para ser assistente de styling junto com a Laysa, onde vestimos as irmãs de pau, desde então nunca mais parei, comecei assinar os meus próprios styling e vestir outros artistas como Emceele, Laysa, Mc luanna, e até ter minha própria marca Looks by duhduhpereira... e a música? eu ainda vivo a música e estou no processo de migração pra essa nova área, que sempre foi um sonho, sem muito spoiler, porém aguardem, que vai tão perfeito, do jeito que a gente gosta. (PEREIRA, Eduardo. 2023)

5.2 PRODUÇÃO

A produção editorial da revista Radar Marginal foi um desafio emocionante, mas também repleto de obstáculos financeiros. Inicialmente, a falta de recursos era vista como um grande limitador, porém, com criatividade e parcerias, conseguimos superar essa barreira. Mesmo estando em processo de aprendizado sobre produção, contei com a colaboração de Gabriela, mencionada anteriormente, para buscar financiamento e apoio para o projeto. No entanto, o pontapé inicial foi dado apenas com determinação e fé no potencial da revista.

A estruturação do projeto exigiu um planejamento cuidadoso e uma combinação de conquistas pessoais e profissionais. Adquirir ferramentas e equipamentos para a produção e

captura dos vídeos foi um passo importante. Além disso, criei um fundo financeiro através do meu trabalho como videomaker, destinando parte dos valores arrecadados para o investimento na revista.

Nesta primeira edição, alguns pontos específicos foram cruciais para reduzir os custos de produção. Por exemplo, optamos por realizar as filmagens em um único local, planejando apenas um dia de gravação. Dessa forma, conseguimos economizar com alimentação e transporte. A casa do próprio artista serviu como locação, eliminando a necessidade de aluguel de um set ou locação externa. Além disso, todos os membros da equipe, exceto a barbeira Ellen, residem nas proximidades, o que minimiza os gastos com transporte.

A participação de JMolho (Pablo) como assistente de produção foi fundamental para o sucesso da produção e sua economia. Pablo também tem um brechó no instagram, @sportfrii, ele desempenhou um papel importante na busca por doações das peças de jeans, além de ter contribuído com o garimpo e a descoberta do abajur utilizado no editorial. Pablo também foi responsável pelo planejamento da alimentação no set de filmagem e desempenhou diversas tarefas imediatas, cuidando do bem-estar da equipe e garantindo a eficiência da produção.

A direção de arte foi onde tivemos nossos maiores gastos. Apesar de contarmos com algumas parcerias, tanto com a loja do Duhduh quanto o brechó do Pablo, tivemos que comprar o tecido de algodão, linhas, o abajur, e os materiais para descolorir e pintar o cabelo do artista. Apesar de representar alguns gastos com o material, fechamos também parceria com a barbeira Ellen Amaral de forma que só pagamos pelo material que ela utilizou, não pagando pelos seus serviços, sendo os gastos da produção do editorial quase que simbólico, totalizando um valor inferior de produção de R\$200, perto do que essa produção poderia ter custado sem suas parcerias visto que todos os profissionais envolvidos não receberam por seus serviços.

Essas estratégias e a colaboração de toda a equipe permitiram que enfrentássemos os desafios financeiros com criatividade e determinação. Ainda há muito a aprender e a aprimorar no âmbito da produção, mas estamos comprometidos em tornar a revista Radar Marginal uma realidade, contando com o esforço conjunto de profissionais periféricos e o apoio mútuo para impulsionar o trabalho de todos e alcançar um público cada vez maior e valorizar mais profissionais da periféricos da área.

Lidar com os prazos e o planejamento foi outro desafio significativo durante a produção do editorial. Tanto por questões pessoais de cada participante da equipe e sua disponibilidade quanto em questões práticas do tempo de criação que causaram o adiamento de datas de entrega que afetaram o planejamento. Pensando na evolução das produções e aprendizado, podemos pensar que alguns atrasos são naturais de acordo com processos criativos, exemplo uma pessoa pode levar 1 dia para fazer um logo mas também 5 dias para se inspirar. Por isso foi importante um planejamento com margem para imprevistos. Sendo o primeiro projeto da revista, houve certas indecisões e incertezas em relação à identidade visual e formato, o que acabou atrasando o desenvolvimento. No entanto, essas questões foram cruciais para estabelecer diretrizes e referências para os editoriais futuros.

Definir a identidade visual e o formato do editorial permite que os próximos projetos fluíssem de maneira mais eficiente. Desde o primeiro contato com o artista e a apresentação do briefing, a revista já tem uma estrutura consolidada e uma página para referenciar, facilitando a comunicação e entendimento mútuo. Além disso, no processo de edição, já temos uma linguagem visual definida, embora haja espaço para a fluidez e adaptação aos resultados e propostas específicas de cada artista.

Essa evolução e aprendizado contínuo ao longo dos editoriais garantem uma maior eficiência no planejamento e nos prazos. Com cada novo projeto, a revista se fortalece e aprimora sua capacidade de se comunicar e produzir conteúdo de qualidade. Os desafios iniciais nos ajudaram a estabelecer bases sólidas para o futuro e nos impulsionam a buscar constantemente melhorias e aperfeiçoamentos na produção dos editoriais da Radar Marginal.

5.3 EDIÇÃO

O processo de edição de um editorial é uma etapa crucial na produção da revista, pois é nesse momento que as imagens e os materiais visuais são selecionados, organizados e transformados em uma narrativa visual coesa e impactante. Desde a seleção das imagens até a finalização do material, diversos passos são seguidos para garantir a qualidade e a expressão desejada.

A seleção das imagens foi feita com base na proposta do editorial e no conceito estabelecido. Foram analisadas as fotografias capturadas durante a sessão de fotos, levando em consideração a estética, expressões faciais, poses e composição. Busquei transmitir a

essência do artista e do tema abordado, buscando imagens que sejam visualmente interessantes e tenham conexão com a mensagem que pretendemos transmitir. Tentando sempre deixar em evidência as fotos que valorizavam a composição artística num geral, para valorizar as diferenças de cada cenário e o que queríamos passar em cada um. Por também postarmos as fotos através do formato carrossel, várias fotos seguidas umas das outras tentei selecionar fotos onde, a diferença, seja na pose ou na composição, da imagem fosse grande e impactante.

Além das imagens, foram realizadas pesquisas e buscas por referências visuais que possam enriquecer o editorial. Essas referências podem ser encontradas em revistas, filmes, obras de arte, redes sociais e outros meios de inspiração. Algumas delas foram apresentadas no moodboard do briefing do projeto da revista mencionada anteriormente neste trabalho. A partir dessas referências, foram exploradas possibilidades de composição, enquadramento, paleta de cores e outros elementos visuais que ajudem a contar a história do editorial de forma mais impactante. Um exemplo de um teste que deu certo foi o uso de sombras e flashes azuis na cena do fundo branco, onde acrescentamos um pouco de cor nas imagens, definindo o tom azul para representar a capa e editorial inteiro.

Durante o processo de edição, também são realizados testes com os materiais da identidade visual da revista. Isso inclui experimentações com fontes, layouts, elementos gráficos e texturas que compõem o estilo visual da publicação. Esses testes visam garantir a harmonia entre as imagens do editorial e a identidade visual da revista, criando uma unidade estética e fortalecendo a marca.

Ainda sobre imagem, também editei a matéria informativa, como o material sobre o upcycling, que abordam temáticas relevantes relacionadas ao trabalho dos artistas e à proposta da revista. Essas matérias, apresentadas em formato fotográfico com texto aplicado, são divulgadas no feed da página, oferecendo uma fonte de informação complementar aos editoriais e incentivando a reflexão sobre questões sociais, culturais e ambientais. Foi desafiador criar essa imagem utilizando materiais disponíveis na internet. Além de ser mais desafiador ainda por ter um cunho de caráter informativo, passar informação textual e gráfica sem poluir a imagem.

No caso do vídeo, nos inspiramos no conceito de fashion film, conceito já explicado, e suas transições rápidas, além de buscar referências nas transições e nas características visuais

dos artistas mencionados, como Travis, Sap Rock e Derek. Utilizamos transições rápidas, movimentos de câmera e efeitos de glitch para criar uma estética impactante e alinhada com a proposta do editorial. O objetivo é capturar a atenção do espectador e transmitir a energia e a personalidade dos artistas de forma dinâmica. O vídeo foi editado por mim e pelo Arthur que também capturou e gravou as imagens usadas. Nos atentamos muito à dinamicidade que as transições e durações de cada take poderiam trazer, visto que nas redes sociais o carácter de consumo e distribuição de vídeos sempre tendem a favorecer vídeos mais curtos e mais dinâmicos possíveis.

Ainda sobre o vídeo vale destacar o áudio criado pelo Arthur a partir da música “Badness Gyal” da artista Laysa. Laysa também é uma artista de Osasco, com trabalhos internacionais, e amiga próxima de DuhDuh. Todo o processo de construção foi muito íntimo, trazendo laços afetivos para somar e criar significados para esse protesto em forma de fashion film.

Todas essas etapas de seleção, busca de referências e testes são fundamentais para criar um editorial que seja visualmente atraente, coerente com a proposta da revista e capaz de transmitir a mensagem desejada. O processo de edição exige sensibilidade estética, conhecimento técnico e criatividade para transformar as imagens e materiais em uma narrativa visual cativante e memorável.

6 PRODUTOS E POSTAGENS

As postagens em formato digital, realizadas nas redes sociais da Radar Marginal, também desempenham um papel fundamental na divulgação dos produtos e na interação com o público. Essas postagens são compostas por imagens dos editoriais, acompanhadas de textos que contextualizam e apresentam os artistas e as temáticas abordadas. A escolha de uma estética visual consistente, a utilização de legendas persuasivas e a estratégia de engajamento com o público contribuem para aumentar o alcance das postagens e despertar o interesse dos seguidores.

6.1 ANÚNCIO DO ARTISTA CONVIDADO

Uma das postagens mais aguardadas e impactantes é aquela que revela o anúncio do artista que estará presente na próxima edição da revista. Esse momento de divulgação desperta curiosidade e expectativa nos seguidores e no público em geral. A postagem é

cuidadosamente planejada para criar um impacto visual e transmitir a emoção de ter o artista como parte da revista. A escolha da imagem, a diagramação do texto lembrando um autógrafo e o uso de elementos gráficos são estrategicamente combinados para transmitir a identidade da Radar Marginal e ressaltar a singularidade e relevância do artista selecionado e exclusividade da revista. Essa postagem tem o poder de criar um buzz nas redes sociais, gerando um sentimento de expectativa pelo que está por vir, compartilhamentos, comentários e interações, e contribui para fortalecer a imagem da revista como plataforma de descoberta e valorização de talentos periféricos.

Imagem 35 - Postagem divulgação do artista da próxima edição. Edição Duhduh Pereira



Fonte: Print da tela. Postagem disponível no perfil da página @radarmarginal. Para acessar basta clicar na imagem. Acesso em:02/06/2023

6.2 CAPA DA REVISTA

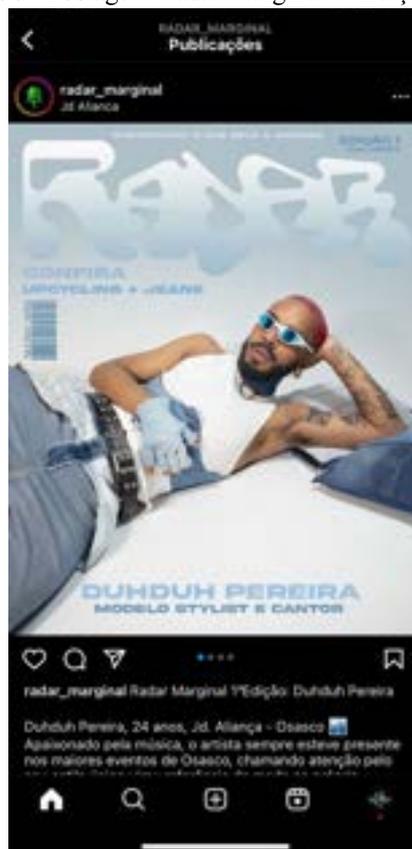
A capa da revista Radar Marginal desempenha um papel crucial ao estabelecer a identidade e o impacto visual da publicação. Como o elemento de destaque que introduz cada edição, a capa tem a responsabilidade de atrair a atenção do público e transmitir a essência do conteúdo que será apresentado. A escolha cuidadosa dos elementos visuais, cores e composição da capa é fundamental para criar uma primeira impressão impactante e instigar o interesse dos leitores. Será nossa primeira postagem, seguido pelo reels, pelas publicações e em seguida o conteúdo digital. Apesar de estar sendo abordada posteriormente ao fashion filme, será postada sendo o primeiro produto da revista, já que introduz a edição da revista,

porém precisamos contextualizar o roteiro da produção, uma vez que as fotos são também produto do fashion film.

Um dos elementos visuais importantes em toda a revista é a tipografia da marca criada por GOM. A tipografia desempenha um papel fundamental na construção da identidade visual da Radar Marginal. A escolha da fonte, estilo e tratamento tipográfico contribuem para transmitir a personalidade da revista, conversando com o futurismo e a cultura street. A tipografia da marca se torna um elemento de reconhecimento e diferenciação, ajudando a estabelecer a identidade visual da revista e a criar consistência em todas as suas edições.

Dessa forma, a capa da revista Radar Marginal se torna um elemento poderoso para atrair a atenção do público, transmitir a essência da edição e gerar interesse pela leitura completa. Com a tipografia da marca e o formato estratégico de postagem no Instagram, a revista aproveita ao máximo os recursos visuais e as características da plataforma para alcançar um público mais amplo e compartilhar seu conteúdo de forma impactante.

Imagem 36 - Postagem Radar Marginal 1ª Edição Duhduh Pereira



Fonte: Print da tela. Postagem disponível no perfil da página @radarmarginal. Para acessar basta clicar na imagem. Acesso em:02/06/2023

Ao considerar a divulgação da revista no Instagram, o formato escolhido para a capa é uma postagem de imagem parada e quadrada/retangular no formato de carrossel. De forma resumida, o tamanho do post no Instagram para fotos quadradas na proporção 1:1, já publicações verticais a proporção 4:5 e fotos em formato de paisagem devem seguir a proporção 16:9. Além disso, apesar de não preencher o espaço vertical da tela do celular por inteiro, como é o caso do reels que explora esse formato, a postagem quadrada/retangular se adapta perfeitamente ao layout do Instagram, tornando-se visualmente atraente e convidativa para os seguidores da revista. Essa escolha estratégica leva em conta as características da plataforma e a maneira como os usuários interagem com o conteúdo. O formato carrossel permite que a capa seja apresentada em várias imagens em uma única postagem, o que permite maior destaque e detalhamento dos elementos visuais e informativos presentes na capa, como também apresentar outras fotos do carrossel.

As postagens são a forma mais comum de compartilhar fotos, vídeos e textos no feed. Essas publicações ficam permanentemente visíveis no perfil do usuário, a menos que sejam excluídas ou arquivadas. Além disso, é possível utilizar as hashtags para categorizar as postagens e facilitar a descoberta do conteúdo por outros usuários, ou também as geotags para localizar as postagens, uma etiqueta geográfica que permite demarcar um ponto específico no mapa, essa ferramenta é importante para a instalação porque âncora as obras no espaço marginal, possibilitando o público da plataforma descobrir os materiais além de permitir atingir usuários aleatórios que navegam nessa localização buscando outros conteúdos.

O uso das geotags no Instagram desempenha um papel significativo na representação e na valorização das diferentes periferias e singularidades territoriais. As geotags são marcadores de localização que os usuários podem adicionar às suas postagens, indicando o lugar específico onde foram criadas. Essas informações geográficas permitem que as pessoas compartilhem sua localização e conectem-se com outros usuários que estejam na mesma região ou que tenham interesse em determinado local.

No contexto da revista Radar Marginal, o uso das geotags ganha ainda mais relevância, pois ajuda a ressaltar a diversidade e a riqueza cultural das diferentes periferias e territórios que são representados pelos artistas e colaboradores envolvidos. Ao mencionar e destacar a localização de cada artista, a revista não apenas reconhece sua origem, mas também ressalta a importância de suas vivências e perspectivas únicas, provenientes de diferentes regiões.

Essa abordagem valoriza a pluralidade de vozes e experiências presentes nas periferias, proporcionando visibilidade e espaço para que esses artistas compartilhem suas histórias e expressões artísticas. Ao mencionar o local de origem de cada colaborador, a revista não apenas celebra a diversidade cultural das periferias, mas também convida os leitores a conhecerem e se conectarem com esses territórios, enriquecendo seu entendimento e apreciação das diferentes realidades sociais e culturais presentes nessas regiões.

Além disso, o uso das geotags no Instagram também pode auxiliar na formação de uma comunidade engajada em torno da revista e dos artistas periféricos. Ao identificar as localizações dos artistas e seus trabalhos, a revista permite que os seguidores e leitores se aproximem, compartilhem experiências e interajam com o conteúdo de uma maneira mais significativa. Essa conexão entre artistas e público pode impulsionar a circulação das obras, ampliar o alcance das mensagens transmitidas e fortalecer a comunidade artística periférica como um todo.

Como já mencionado Cep é vivência, visto que o maior objetivo da revista é levantar debates e autoestima periférica, assim associar a produção de produtos audiovisuais e movimentação cultural com lugares periféricos da mais sentido para nossa representação, alcança contas ao redor desse espaço, como também motiva a população dessa realidade a se expressarem vendo que é possível ser criadora de significados e não apenas consumidoras.

Dessa forma, o uso das geotags no Instagram e a ênfase na representação territorial dos artistas na revista Radar Marginal são estratégias poderosas para valorizar e promover as diferentes periferias, suas singularidades culturais e a diversidade de expressões artísticas presentes nesses espaços. Ao destacar a origem geográfica dos colaboradores, a revista cria um diálogo entre os diferentes territórios e convida os leitores a explorarem, apreciarem e se conectarem com as múltiplas narrativas e vivências das periferias.

Imagem 37 - Uso de Geotags, vínculo de um local com a imagem.



Fonte: Print tirado ao se clicar na geotag Jd. Aliança presente na capa da revista. Para acessar basta clicar na imagem. Acesso em:02/06/2023

6.3 FASHION FILM E REELS

O objetivo desse vídeo é criar um conteúdo impactante e envolvente que será compartilhado no Reels do Instagram, aproveitando os benefícios desse formato de vídeos curtos em ascensão em quase todas as redes sociais. O Reels é uma ferramenta que tem ganhado popularidade por permitir a criação e o compartilhamento de vídeos curtos e cativantes. O formato Reels funciona apenas para vídeos e com um limite de tempo de até 90 segundos se criado direto da câmera do aplicativo ou 15 minutos se previamente produzido e apenas postado na plataforma, esse formato também se caracteriza pela proporção 16:9, o mesmo formato das telas de celular, seja vertical (mais comum) ou horizontal forçando os consumidores a girarem as telas de seus celulares. Ele se tornou uma tendência entre os usuários, especialmente os mais jovens, que valorizam a visualização rápida e dinâmica de conteúdos interessantes.

Ao utilizar o formato Reels, buscamos aproveitar a visibilidade e o alcance que essa ferramenta oferece. Os algoritmos das redes sociais, incluindo o do Instagram, tendem a valorizar a produção de conteúdo em vídeo, e o Reels se tornou uma ótima maneira de capturar a atenção do público-alvo e alcançar um número maior de visualizações e engajamento.

Dessa forma, o fashion film de Duhdudh Pereira, compartilhado no Reels, tem o propósito de instigar as pessoas a assistir ao vídeo, despertar sua curiosidade e, conseqüentemente, levá-las a explorar mais do trabalho de Duhdudh, incluindo suas fotos e a revista Radar Marginal em si. O vídeo funciona como uma introdução visualmente impactante

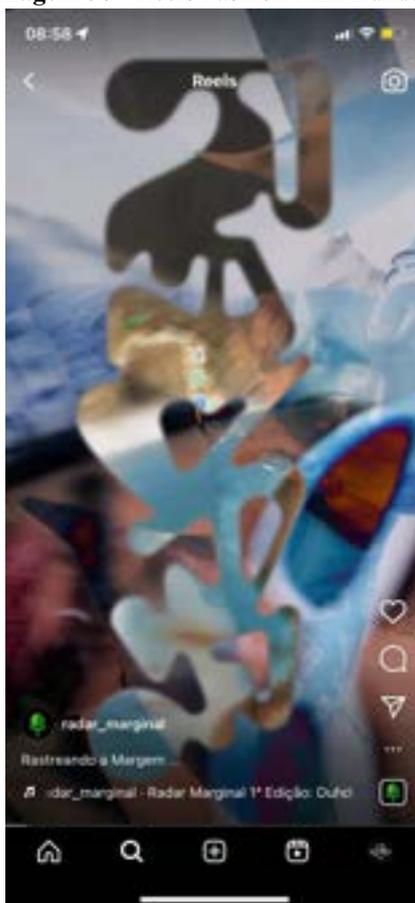
e cativante, que aguça o interesse do público e o incentiva a mergulhar mais profundamente na proposta artística e nas criações de Duhduh.

Ao utilizar o Reels, estamos aproveitando uma tendência atual das redes sociais e capitalizando os algoritmos que valorizam a produção de conteúdo em vídeo. Com isso, temos a oportunidade de ampliar o alcance do editorial e da revista, alcançando um público mais amplo e aumentando a visibilidade da marca Radar Marginal. O formato Reels permite que o público tenha uma prévia do conteúdo oferecido pela revista, despertando o interesse em explorar mais e conhecer as fotos e os artigos publicados na revista.

Em suma, o uso do formato Reels no Instagram para compartilhar o fashion filme de Duhduh Pereira traz diversos benefícios, incluindo a tendência em alta das redes sociais em compartilhar vídeos curtos, a valorização dos algoritmos para a produção de conteúdo em vídeo e a capacidade de instigar o público a explorar mais as fotos e a revista Radar Marginal. É uma estratégia eficaz para criar engajamento, atrair visualizações e despertar o interesse do público-alvo.

O formato do vídeo dialoga com o fashion film, combinando elementos de moda e cinema para apresentar as roupas jeans de Duhduh de uma forma única e memorável. Ele se diferencia de um simples vídeo de moda por contar uma história, apresentar uma narrativa visual que possa transmitir uma mensagem ou uma ideia por meio da estética das roupas e dos personagens. O fashion film pode ser usado em campanhas publicitárias, desfiles de moda, apresentações de coleções e até mesmo em produções artísticas. Ele se tornou uma ferramenta importante para marcas e estilistas que buscam criar uma conexão emocional com o público e oferecer uma experiência diferenciada de visualização da moda.

Ao utilizar o fashion film, buscamos contar uma história por trás das peças de roupa, transmitir uma mensagem e despertar emoções no espectador. O vídeo vai além de simplesmente mostrar as roupas, pois visa criar uma experiência visual e estética, envolvendo o público de uma maneira mais profunda. A narrativa visual do vídeo reflete a jornada de Duhduh, começando em seu quarto íntimo e familiar, mostrando seu processo de criação e culminando em um espaço de fundo infinito branco, representando seu objetivo final.

Imagem 38 - Reels Fashion Film Duhduh Pereira

Fonte: Print da tela. Postagem disponível no perfil da página @radarmarginal. Para acessar basta clicar na imagem. Acesso em:02/06/2023

6.4 POST EDITORIAL DUH DUH PEREIRA

Além da capa da revista, a equipe da Radar Marginal optou por compartilhar outras fotos do editorial em formato de postagem no Instagram, como forma de preencher o tempo de produção da próxima capa, é importante a produção desse conteúdo pois movimentar a página enquanto produzimos um próximo edital. Dessa vez, as fotos foram categorizadas por local, representando os três espaços principais do roteiro: quarto, costura e fundo branco.

No primeiro post do carrossel, temos as imagens que capturam a intimidade de Duhduh em seu quarto, mostrando sua expressão livre e autêntica enquanto dança e se diverte. Essas fotos transmitem a energia do ambiente pessoal do artista, revelando um lado mais íntimo e espontâneo.

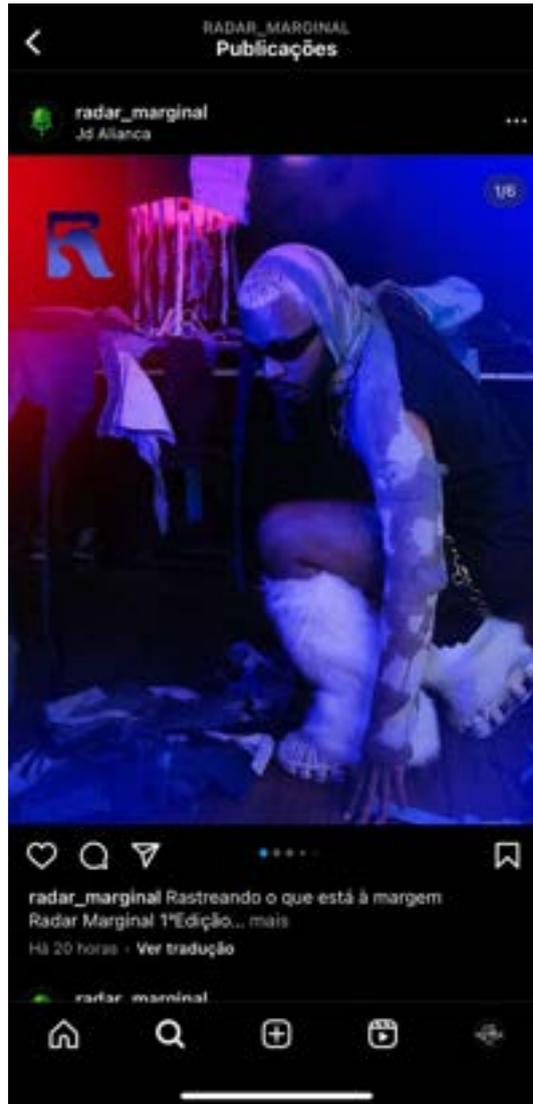
Imagem 39 - Post em formato carrossel cena do quarto Radar Marginal Edição Duhduh Pereira



Fonte: Print da tela. Postagem disponível no perfil da página @radarmarginal. Para acessar basta clicar na imagem. Acesso em:02/06/2023

No segundo post, as imagens se concentram no espaço de costura, onde Duhduh cria e dá vida às suas peças de roupa únicas. O cenário mais lúdico, referenciando ao processo criativo acontecendo de fato, a materialização da subversão. As fotos capturam os detalhes meticulosos do processo de costura, as agulhas passando pelo tecido e os pequenos elementos que tornam cada peça especial. Essas imagens destacam a habilidade artesanal de Duhduh e evidenciam seu compromisso com o upcycling e a moda sustentável.

Imagem 40 - Post em formato carrossel cena costura Radar Marginal Edição Duhduh Pereira



Fonte: Print da tela. Postagem disponível no perfil da página @radarmarginal. Para acessar basta clicar na imagem. Acesso em:02/06/2023

Por fim, o terceiro post apresenta o cenário de fundo infinito branco, onde Duhduh se destaca em planos mais abertos, modelando e posando com suas roupas. Essas imagens exploram ângulos e expressões faciais que criam uma estética única e um tanto inquietante, transmitindo a essência do estilo freaky proposto pelo artista.

Imagem 40 - Post em formato carrossel cena fundo branco Radar Marginal Edição Duhduh Pereira.



Fonte: Print da tela. Postagem disponível no perfil da página @radarmarginal. Para acessar basta clicar na imagem. Acesso em:02/06/2023

Ao compartilhar essas fotos em sequência no formato de carrossel, a Radar Marginal oferece aos seguidores uma visão mais completa e imersiva do editorial. Cada imagem representa uma etapa do processo criativo de Duhduh, proporcionando uma narrativa visual coesa e envolvente.

Essa abordagem de categorizar as fotos por local ressalta a importância dos diferentes espaços e a atmosfera única que cada um deles transmite. Além disso, ao dividir as imagens em três posts distintos, a revista cria um senso de antecipação e curiosidade dos seguidores, incentivando-os a explorar e interagir com cada publicação.

Essa estratégia de compartilhar as fotos do editorial em carrossel no Instagram não apenas permite uma melhor apresentação visual do trabalho de Duhduh, mas também aumenta o alcance e o engajamento com o conteúdo da revista. Os seguidores têm a oportunidade de apreciar a estética, as mensagens e as habilidades artísticas do artista em uma série de imagens cuidadosamente selecionadas.

6.5 POST DIGITAL INFORMATIVO

Além dos três produtos relacionados diretamente com o artista, a revista Radar Marginal busca compartilhar um último produto de caráter informativo sobre uma temática relacionada ao trabalho do artista. Produzido totalmente no photoshop esse produto será apresentado em formato de fotografia, com textos aplicados na própria imagem no feed da página.

A intenção desse post é apresentar a temática do trabalho do artista de forma mais informativa e menos pessoal, contextualizando historicamente e socialmente o conceito a ser trabalhado. No caso do Duhduh, optamos por apresentar um material que fala um pouco sobre Upcycling e Jeans visto que a direção criativa inteira do projeto foi inspirada nessa técnica. Para isso, pesquisamos mais aprofundadamente sobre a técnica a fim de selecionar os principais acontecimentos históricos e informativos, ressaltando e criando um roteiro que consiga comunicar de forma clara e bonita sobre upcycling.

Imagem 41 - Post em formato carrossel “Upcycling e Jeans”.



Fonte: Print da tela. Postagem disponível no perfil da página @radarmarginal. Para acessar basta clicar na imagem. Acesso em:02/06/2023

Por meio desse post digital informativo, a Radar Marginal busca informar e conscientizar seus seguidores sobre os princípios e benefícios do Upcycling. Ao compartilhar essa temática de forma visualmente impactante, a revista incentiva o público a refletir sobre a importância da sustentabilidade e da criatividade na moda. Essa abordagem informativa complementa o editorial e os produtos relacionados ao artista, proporcionando uma experiência completa aos seguidores e incentivando-os a adotar práticas mais sustentáveis em seu próprio cotidiano.

inserir uma ideia de finalização

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pensando que a revista Radar Marginal é um projeto pessoal para além de um Trabalho de Conclusão de Curso, esse processo da escrita enriqueceu e fortificou ainda mais os significados e relações entre eu Isabela e meu próprio projeto. Durante todo este trabalho, me envolvi fortemente com os processos, relações e significados criados em cada momento de dedicação ao projeto. Me surpreendi conseguindo produzir o primeiro editorial de forma independente juntamente de toda uma equipe unida pelo único propósito de expressar.

Através de uma proposta artística bem definida, a revista cumpriu com um dos objetivos de utilizar diferentes produtos/formatos, como a capa, o post editorial, os reels e o material informativo, para apresentar DuhDuh de maneira abrangente e impactante. A escolha do formato fashion film trouxe uma combinação de moda e cinema, permitindo contar uma história que apresentasse visualmente o artista e sua obra.

A equipe da Radar Marginal também merece destaque, pois, ao criar uma rede de profissionais periféricos e estabelecer parcerias, eles não apenas divulgaram o trabalho desses artistas, mas também expandiram o alcance da revista. A colaboração de todos os envolvidos, mesmo com recursos limitados, demonstrou a dedicação e o comprometimento em realizar esse projeto.

Essa edição e processo de trabalho foram fundamentais para se tirar o projeto do papel, ainda são necessários o estudo de uma produção executiva com foco em financiamento e estudar estratégias para lidar com a gestão das redes sociais. No entanto, a determinação e a crença no projeto permitiram que a equipe superasse essas dificuldades e construísse uma edição de qualidade.

É preciso reconhecer que as críticas e observações sobre a internet e seu uso ainda precisam ser debatidas e seus fundamentos e ferramentas reconstruídas. Pensando que essa mudança acontece a partir de uma mudança social, a Radar Marginal seguirá o compromisso da revista em promover e valorizar artistas periféricos, criando um espaço para suas vozes e expressões artísticas únicas.

Em suma, a experiência de realizar essa edição da revista Radar Marginal com DuhDuh trouxe consigo desafios, superações e conquistas. O compromisso com a valorização de artistas periféricos, a exploração de diferentes formatos de conteúdo e a conexão com o público por meio das redes sociais evidenciam o impacto e a importância dessa publicação. A revista Radar Marginal continuará buscando abrir caminho para novos talentos e contribuindo para o fortalecimento da cultura periférica, proporcionando um espaço de visibilidade e reconhecimento.

BIBLIOGRAFIA

BLOOMBERG. **O número de usuários do Instagram ultrapassa 2 milhões e se aproxima do Facebook.** São Paulo, Jornal O Globo, 2022. Acessado em 15/04/23

D'ANDREA, Tiarajú Pablo. **A Formação dos Sujeitos Periféricos: Cultura e Política na Periferia de São Paulo.** Tese Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade de São Paulo (2013).

EVARISTO, Conceição. **Literatura negra: uma poética de nossa afro-brasilidade.** Scripta, 13(25), 17-31. Belo Horizonte (2009)

FOCHI, Marcos. **Hip hop brasileiro Tribo urbana ou movimento social?.** FACOM - nº 17 - 1º semestre de 2000, pg 61. São paulo (2007)

INSTAGRAM. **Brasilcore? Não! Aqui é vivência!.** São Paulo, 2022. 1 vídeo (3min). Disponível em: https://www.instagram.com/reel/ChdJ6DIgDNP/?utm_source=ig_web_copy_link. Rede social: Instagram. Perfil: @ogumdoce e @vivencia.lab Acesso em: 20/11/2022.

MACHADO, Aline. **Escre(vivência): a trajetória de Conceição Evaristo.** *História Oral*, 17(1), 243–265. Rio de Janeiro (2014)

NASCIMENTO, Marcello. **Produção Cultural Periférica: Percepções e perspectivas.** S/ a. Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/arte-cultura/producao-cultural-periferica-percepcoes-e-perspectivas.htm>. Acesso em: 20/11/2022.

RODRIGUES, Chris. **O cinema e a produção.** Rio de Janeiro: Lamparina Editora, 2007.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão.** 1ª Edição, Livraria Nobel. S.A. São Paulo (1987)

SANTOS, Milton. **O país distorcido: o Brasil, a globalização e a cidadania.** São Paulo: Publifolha. (2002)

SANTOS, Milton. **METAMORFOSES DO ESPAÇO HABITADO,** fundamentos Teórico e metodológico da geografia. Hucitec.São Paulo (1988).

TOMMASI, M. Livia de. **Culturas de periferia: entre o mercado, os dispositivos de gestão e o agir político.** Revista de Sociologia e Política da UFSC V.12 N.23. Florianópolis (2013).

TURATO, L. e GODOY, C. **A polifonia do TikTok: interação e cidadania dos jovens no contexto da pandemia.** Trabalho a ser apresentado no GT5 – Comunicação Cidadã: Gênero, Raça, Diversidade E Redes Colaborativas No Contexto Da Pandemia da XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2020-2021. Unesp, Bauru, São Paulo (2021).

UTIDA, Léo Vitor. **Racismo Algorítmico: A materialização e combate do racismo.** Tecnologias da comunicação, Universidade de. São Paulo (2020). Disponível em: <https://sites.usp.br/tecnologiaseducom/racismo-algoritmico-a-materializacao-e-combate-do-racismo/> Acessado: 20/11/2022.