

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

BERNARDO DO PRADO BASILIO PEREIRA DE SOUZA

IDENTIDADE VISUAL DO COLETIVO MF REC

Volta Redonda

2021

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

IDENTIDADE VISUAL DO COLETIVO MF REC

Trabalho de conclusão de curso
apresentada ao Curso de Design do
UniFOA como requisito à obtenção do
título de bacharel em Design

Aluno:

Bernardo do Prado Basilio Pereira de
Souza

Orientador:

Prof. Dra. Aline Rodrigues Botelho

VOLTA REDONDA

2021



Fundação Oswaldo Aranha



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: IDENTIDADE VISUAL DO COLETIVO MF REC, elaborado por BERNARDO DO PRADO BASILIO PEREIRA DE SOUZA apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design

Aprovada em 18 de junho de 2021

Banca Avaliadora

Aline Rodrigues Botelho
Professor Orientador
Doutora - UniFOA

Patrícia Soares Rocha Alves
Professor Avaliador
Mestre - UniFOA

Silvio Wander Machado
Professor Avaliador
Mestre - UniFOA

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a mim pois a principal batalha que tive de enfrentar durante a produção deste documento foi a batalha comigo mesmo, e foi uma das mais árduas das quais já enfrentei. Agradeço também aos meus pais por me apoiarem mesmo esta sendo a minha terceira tentativa de terminar o ensino superior. Mando um agradecimento especial aos meus orientadores e mestres Marcos e Aline por todo conhecimento (dentro e fora do design) que me passou durante todo esse processo e ainda aturou minhas loucuras. Não poderia deixar de fora um agradecimento a Alan Turing por ter criado a internet, sem ela eu não poderia ter feito o que fiz. Por fim mas não menos importante, gostaria de agradecer meus amigos e colegas que me aturaram e me apoiaram nestes quatro anos juntos (em ordem alfabética para não haver favorecimentos): Arantes, Bárbara, Bia,

Fernando, Igor, João Vitor e Matheus Costa, deixo aqui o meu muito obrigado.

Resumo

Há anos o município de Angra dos Reis (litoral sul do estado do Rio de Janeiro) vem sofrendo com o aumento da violência, além de quedas nos índices de desempenho dos colégios de ensino fundamental e médio da rede pública e nos empregos formais. Esses elementos aliados à falta de cuidados do poder público gerou uma realidade perigosa nos bairros periféricos, tanto do centro da cidade como também em outros pontos. Como em outros momentos da história do estilo de vida urbano, o hip hop já se mostrou uma poderosa ferramenta para resgatar a auto estima da periferia e girar a roda da economia (utilizando a mão de obra local para a sua produção) em projetos que refletem a sociedade como ela é e de forma positiva. Inspirado nisso, este projeto buscou a criação de uma nova imagem para o coletivo musical MF Rec, para que os membros possam ter sua própria identidade e que os amantes do estilo musical possam reconhecer o grupo em diversos âmbitos de divulgação e trabalhos.

Palavras-chave: design; hip hop; moda urbana; periferia; grafite; arte urbana.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Justificativa	12
1.2	Objetivos	26
1.2.1	Objetivo Geral	26
1.2.2	Objetivos Específicos	26
1.3	Problematização	27
1.4	Métodos e Técnicas	27
1.4.1	Imersão	27
1.4.1.1	Imersão preliminar	28
1.4.2	Análise e Síntese	28
1.4.3	Ideação	29
1.4.4	Prototipação	29
2.	Imersão Preliminar	30
2.1	Pesquisa Exploratória - Briefing	30
2.2	Pesquisa Desk	30
2.2.1	Identidade Visual	30
2.2.2	Teoria das Cores	32
2.2.2.1	Psicodinâmica das Cores	34
2.2.3.1	Lettering e tipografia urbana	39
2.2.3.1.1	Xarpi	41
2.2.4	Grid	42
2.2.5	Coletivos de Rap	44
3.	Análise e Síntese	46

3.1 Análise de Similares	46
3.2 Cartões Insight	56
3.3 Critérios Norteadores	62
4. Ideação	63
4.1 Painel Semântico	63
4.2 Geração de Alternativas	65
5. Manual da Marca	68
6. Conclusão	76
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Gráfico de Análise do crescimento populacional em Angra dos Reis, em proporção ao Rio de Janeiro e Brasil Fonte: IBGE/Superintendência de Políticas públicas de Angra dos reis	12
Figura 2 - Gráfico de análise do crescimento da população urbana e rural na cidade de Angra dos Reis.....	13
Figura 3 - Vista do convento do Carmo e Morro do Carmo (ao fundo), área central do município de Angra dos Reis.....	13
Figura 4 - Gráfico de metas esperadas e desempenhos no ensino fundamental da cidade de Angra dos Reis	14
Figura 5 - Gráfico sobre a criação de novas unidades escolares na cidade de Angra dos Reis	15
Figura 6 - Gráfico de número de matrículas do ensino básico na cidade de Angra dos Reis	16
Figura 7 - Curva de crescimento na taxa média da frequência no ensino superior da cidade de Angra dos Reis	16
Figura 8 - Gráfico da taxa de ocupação profissional informal na cidade de Angra dos Reis	17
Figura 9 - Gráfico com a porcentagem da população em extrema pobreza em Angra dos Reis	17
Figura 10 - Gráfico da renda familiar mensal na cidade de Angra dos Reis.....	18
Figura 11 - Gráfico da taxa de óbitos e homicídios de Angra dos Reis e outros municípios próximos.....	18
Figura 12 - Taxa de homicídios dolosos no município de Angra dos Reis em comparação com a taxa nacional.....	20
Figura 13 - Gráfico da taxa de mortes resultantes de interferência de agentes do Estado em Angra dos Reis em comparação com a capital	20
Figura 14 - Gráfico da porcentagem de roubos em Angra dos Reis, cidades vizinhas e na capital	21
Figura 15 - Gráfico da porcentagem de roubo a transeuntes em Angra dos Reis e municípios vizinhos	21

Figura 16 - Gráfico da porcentagem dos tipos de roubo no município de Angra dos Reis	22
Figura 17 - Gráfico da evolução de apreensão de drogas na cidade de Angra dos Reis	23
Figura 18 - Gráfico da evolução de apreensão de menores na cidade de Angra dos Reis em relação aos municípios vizinhos.....	24
Figura 19 - Morro do Santo Antônio, centro de Angra dos Reis.....	26
Figura 20 - Logotipo da marca Nike	31
Figura 21 - Círculo cromático apontando as cores complementares verde e vermelho	34
Figura 22 - Círculo cromático apontando as cores análogas ao vermelho.....	34
Figura 23 - Exemplos de fonte com serifa e sem serifa	36
Figura 24 - Exemplo de kerning	37
Figura 25 - Anatomia tipográfica	38
Figura 26 - Exemplo de texto versalete.....	38
Figura 27 - Exemplo de Lettering em Art Nouveau	39
Figura 28 - Quadro sem título de Jean-Michel Basquiat, 1982.....	40
Figura 29 - Graffiti is a crime, Banksy, 2013.....	41
Figura 30 - Trovão, foto de João Marcelo de Carvalho, 2007	42
Figura 31 - Moy, foto de João Marcelo de Carvalho, 2006.....	42
Figura 32 - Exemplos de Grid no logotipo do aplicativo Uber.....	43
Figura 33 - Logo do grupo	47
Figura 34 - Capa do álbum.....	47
Figura 35 - Logo do grupo	48
Figura 36 - Capa do álbum.....	48
Figura 37 - Logo do coletivo	49
Figura 38 - Capa do álbum.....	49
Figura 39 - Logo do coletivo	50
Figura 40 - Capa do álbum.....	51
Figura 41 - Logo do grupo	51
Figura 42 - Capa do álbum.....	52
Figura 43 - Logo do grupo	52
Figura 44 - Logo vertical.....	53
Figura 45 - Capa do álbum.....	53

Figura 46 - Logo do coletivo	54
Figura 47 - Capa di álbum	54
Figura 48 - Logo do coletivo	55
Figura 49 - Capa do álbum.....	55
Figura 50 - Logo do grupo	56
Figura 51 - Painel Semântico referente a coletivos de hip hop e sua paleta de cores	63
Figura 52 - Painel semântico referente a coletivos de hip hop e sua paleta de cores	64
Figura 53 - Painel semântico referente a tipografia	64
Figura 54 - Primeiros rascunhos de alternativa	65
Figura 55 - Outras alternativas rascunhadas.....	66
Figura 56 - Rascunhos escolhidos (imagem enviada via whatsapp).....	66
Figura 57 - Marca final acrescida de elementos requisitados.....	67
Figura 58 - Logo finalizada e digitalizada	68
Figura 59 - Capa do manual da marca	68
Figura 60 - Elementos que compõe a marca.....	69
Figura 61 - Representações da marca	69
Figura 62 - Grid da marca	70
Figura 63 - Área de segurança.....	70
Figura 64 - Código de cores	71
Figura 65 - Cores alternativas	71
Figura 66 - Redução mínima	72
Figura 67 - Tipografia institucional	72
Figura 69 - Aplicação em camisa preta.....	73
Figura 70 - Aplicação em camisa branca	73
Figura 71 - Aplicação da marca em boné.....	74
Figura 72 - Aplicação da marca em postagem de facebook.....	74
Figura 73 - Aplicação em capa de facebook	75

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Tabela do Índice de Desenvolvimento Humano na cidades da região da Costa Verde	14
Tabela 2 - Tabela do número de homicídios dolosos (quando há intenção de matar) em Angra dos Reis e cidades vizinhas.....	19
Tabela 3 - Tabela com os números de ocorrências de homicídio nos bairros mais afetados.....	22

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Cartões insight relacionados ao dia-a-dia das comunidades	57
Quadro 2 - Cartões insight relacionados a Música	59
Quadro 3 - Cartões insight relacionados a Cultura	60
Quadro 4 - Cartões insight relacionados a Moda	60
Quadro 5 - Cartões insight relacionados ao Design	61
Quadro 6 - Cartões insight relacionados a Violência.....	61

1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos, a parcela da população representada pelos menos favorecidos financeiramente se viu obrigada a mover-se para as periferias, vivendo as margens da sociedade, fenômeno este que não ocorre somente nos grandes centros, cidades pequenas do interior também apresentam este problema social. Mesmo sendo local de base para muitas culturas urbanas, moradores dessas áreas não desfrutam da representatividade cotidiana do resto da cidade, fomentando assim a carência de cultura própria e a necessidade de adequar a um padrão imposto por quem não vive a mesma realidade. Pesquisas feitas apontam que investir e apoiar movimentos resgatam a auto-estima e orgulho dos moradores periféricos.

Segundo Galeano em seu livro *As Veias Abertas da América Latina* (1971)

Para os que concebem a História como uma contenda, o atraso e a miséria da América Latina não são outra coisa senão o resultado de seu fracasso. Perdemos; outros ganharam. Mas aqueles que ganharam só puderam ganhar porque perdemos. (GALEANO, 1971, p. 11)

O município de Angra dos Reis-RJ conhecido internacionalmente pelas suas belezas naturais como as praias e ilhas paradisíacas convive com a triste realidade da violência em seus bairros menos favorecidos. Segundo uma matéria feita pelo portal G1, em 2019 ocupou o terceiro lugar no ranking de cidades do estado com mais incidência de tiroteio, tendo como registro uma média de 43 disparos por mês. Segundo o censo do IBGE em 2010, a cidade ficou na décima posição nacional de municípios com maior percentual de domicílios em favelas, esses dados mostram o quanto Angra está convivendo diariamente com a violência e explicita a necessidade de uma ação para conter esse avanço da criminalidade nessas áreas e poder gerar e retomar a auto-estima e paz de seus moradores.

Este cenário aliado a falta de investimento em educação e cultura agrava ainda mais a situação dos moradores, com isso, se torna normal o aparecimento de grupos de contra cultura, como o que foi estudado neste projeto, o coletivo angrense MF Rec. Esses grupos servem como alternativas para muitos jovens que são pouco influenciados por parte do poder público a se interessar por outros tipos de movimentos culturais.

Condensando essas informações e utilizando o método do Design Thinking apresentado por Maurício Vianna et. al (2012), a pesquisa levou a mostrar dados que mostram a necessidade de dar mais importância a esses movimentos e apoiar sua evolução dentro das comunidades.

1.1 Justificativa

Angra dos Reis entre os anos apresentados, aumentou de forma exponencial sua população urbana, e aumentou ainda mais a diferença entre a cidade e a zona rural. Este avanço se mostra claro principalmente nas áreas centrais da cidade, onde o processo de favelização se apresenta de maneira extremamente evidente.

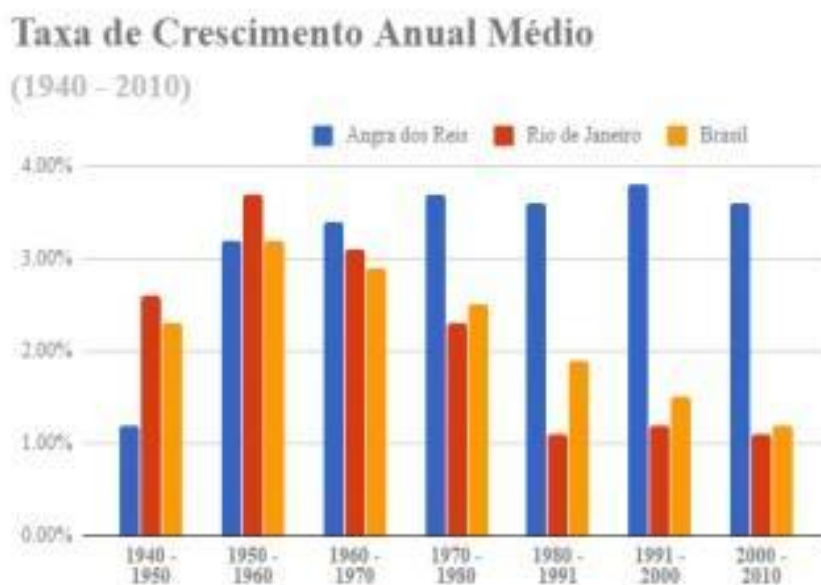


Figura 1 - Gráfico de Análise do crescimento populacional em Angra dos Reis, em proporção ao Rio de Janeiro e Brasil

Fonte: IBGE/Superintendência de Políticas públicas de Angra dos reis

Como mostrado no gráfico, o crescimento populacional do município deu um salto no crescimento entre os anos de 1940 e 1960, e após isso manteve uma certa estabilidade até os dias atuais.

População Urbana e Rural

(1991 - 2010)

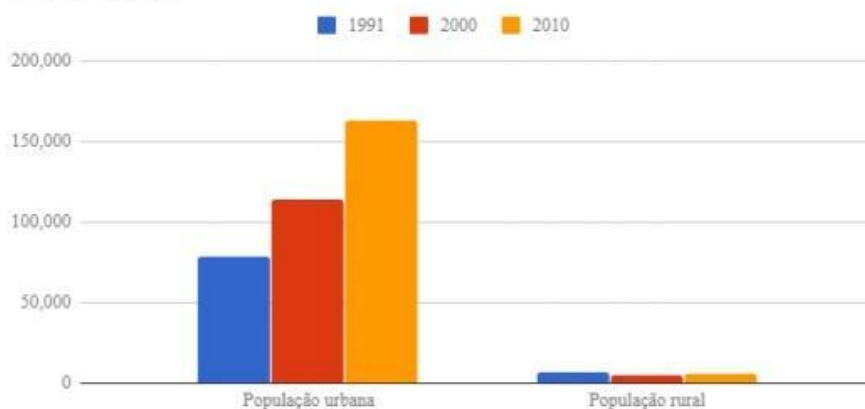


Figura 2 - Gráfico de análise do crescimento da população urbana e rural na cidade de Angra dos Reis

Fonte: IBGE/ Superintendência de Políticas públicas de Angra dos reis

Neste outro gráfico é mostrado a grande diferença da concentração da população de Angra, tendo sua predominância urbana com crescimento exponencial em relação ao crescimento nas zonas rurais.



Figura 3 - Vista do convento do Carmo e Morro do Carmo (ao fundo), área central do município de Angra dos Reis.

Fonte: <<https://tribunasf.com.br/outubro-registra-30-tirroteios-em-angra-dos-reis-diz-ott/>>

IDHM COMPARATIVO DA REGIÃO COSTA VERDE COSTA VERDE

Comparativo Costa Verde – Indicadores e cifras gerais	
% de Domicílios com banheiro e água encanada	
Mangaratiba	98,3
Angra	95,4
Paraty	94,0
Área	
Mangaratiba	347,77km ²
Angra	822,51km ²
Paraty	931,01km ²
Habitantes/Km²	
Mangaratiba	104,4hab./km ²
Angra	205,8hab./km ²
Paraty	40,36hab./km ²
IDHM (2010)	
Mangaratiba	0.753
Angra	0.724
Paraty	0.693

Tabela 1 - Tabela do Índice de Desenvolvimento Humano nas cidades da região da Costa Verde

Fonte: Atlas de desenvolvimento Humano no Brasil

Em relação ao Índice de Desenvolvimento Humano, Angra dos Reis porém não difere muito dos municípios vizinhos, tendo uma maior população por metro quadrado que as vizinhas Mangaratiba e Paraty.

Metas e Desempenho - IDEB Ensino Fundamental I

(2005 - 2021)

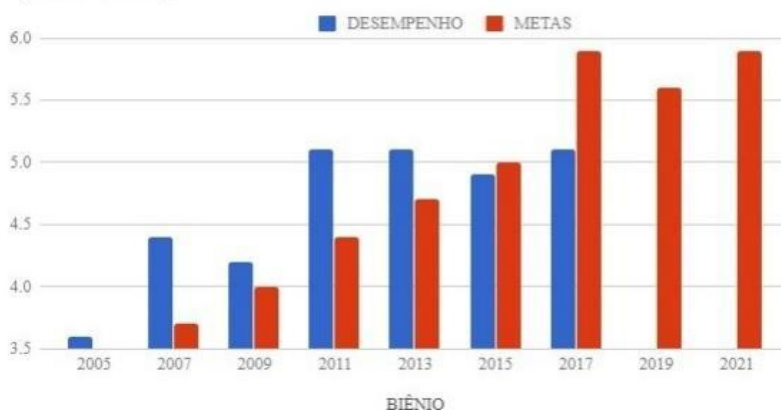


Figura 4 - Gráfico de metas esperadas e desempenhos no ensino fundamental da cidade de Angra dos Reis

Fonte: INEP/SPP/Angra dos Reis

Partindo então para os índices medidos na área da educação, o gráfico anterior mostra que Angra vinha ultrapassando as metas estipuladas para o desempenho dos alunos do ensino fundamental, mas após 2013 essas metas deixaram de ser batidas.

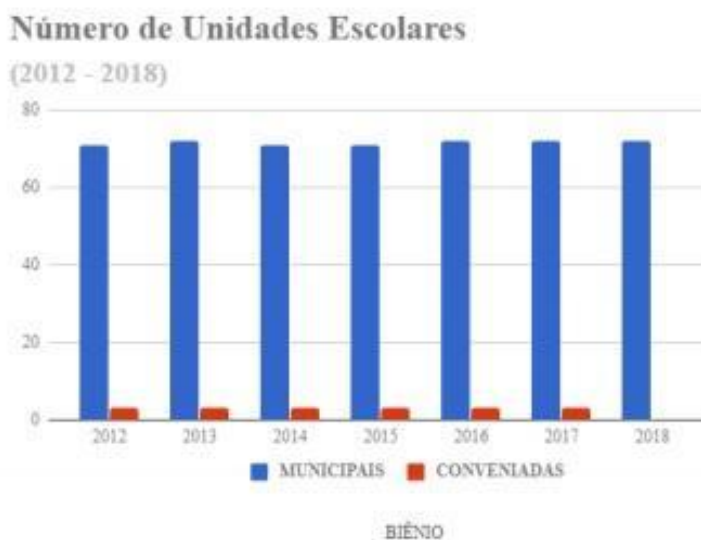


Figura 5 - Gráfico sobre a criação de novas unidades escolares na cidade de Angra dos Reis

Fonte: INEP/SPP/Angra dos Reis

Mesmo com o aumento gradativo da população, nos últimos 8 anos não houve a criação de novas unidades escolares, como pode ser visto no gráfico anterior.

Número de Matrículas por Nível de Ensino

(2012 - 2017)

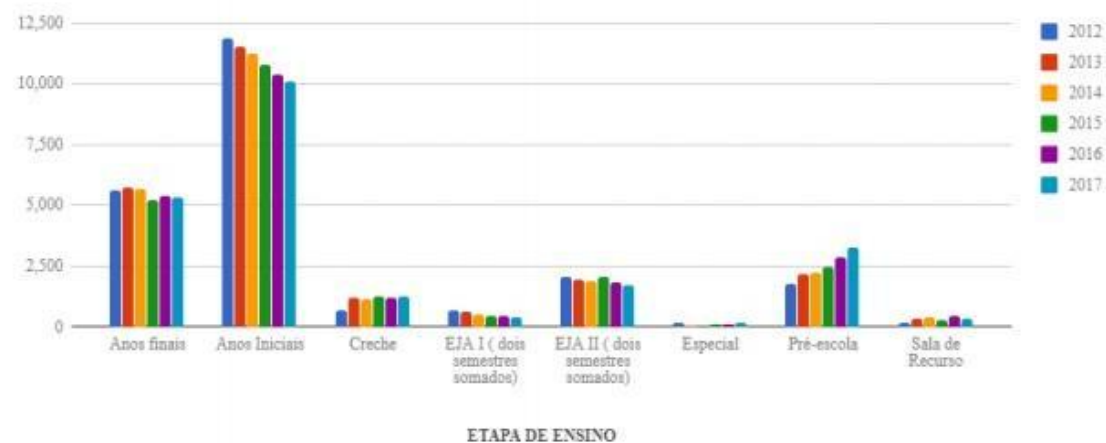


Figura 6 - Gráfico de número de matrículas do ensino básico na cidade de Angra dos Reis

Fonte: INEP/SPP/Angra dos Reis

No relativo ao ensino básico, a cidade mostra algumas diferenças no número de matrículas ao passar dos anos, dependendo da etapa, elas aumentaram ou diminuíram.

Evolução da Taxa Média de Frequência liquidada no Ensino Superior

(1991 - 2010)

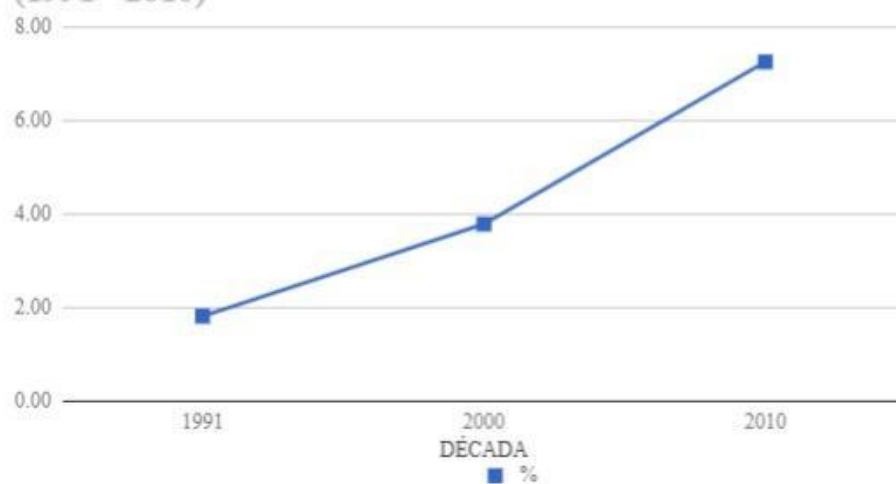


Figura 7 - Curva de crescimento na taxa média da frequência no ensino superior da cidade de Angra dos Reis

Fonte: INEP/SPP/Angra dos Reis

A estatística toma um caminho mais otimista sobre o ingresso e acesso da população angrense no ensino superior no período de duas décadas.

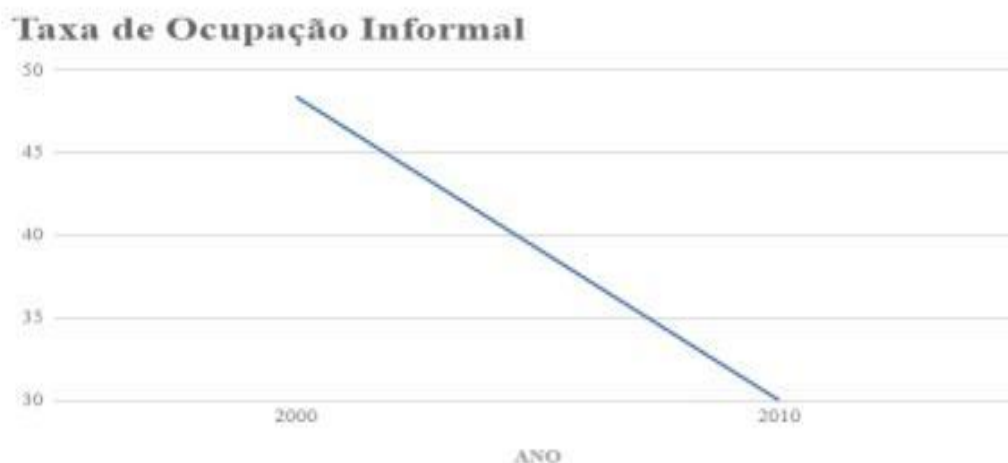


Figura 8 - Gráfico da taxa de ocupação profissional informal na cidade de Angra dos Reis

Fonte: Altas Brasil 2013 – Censo 2010/Organizado pela Superintendência de Políticas Públicas de Angra dos reis

Há também uma diminuição na taxa de ocupação informal no município, em um período de 10 anos, essa taxa passou de quase 50% para 30% da população pelo senso Atlas Brasil (2010).

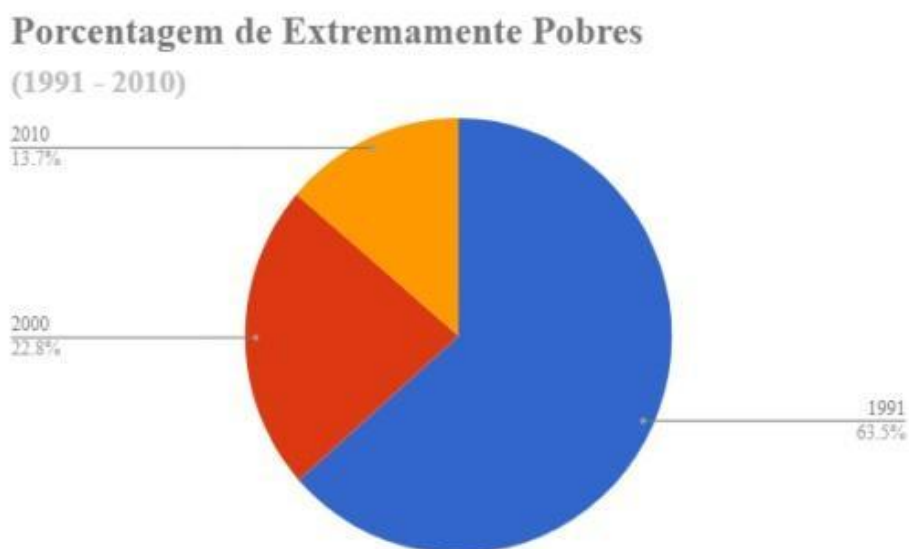


Figura 9 - Gráfico com a porcentagem da população em extrema pobreza em Angra dos Reis

Fonte: PNUD

O otimismo também se fez presente na porcentagem da extrema pobreza na cidade, hoje em dia representado por menos de 1/3 do que era no início dos anos 90 e quase metade dos anos 2000.

Pessoas por Classe de Rendimento Nominal Mensal

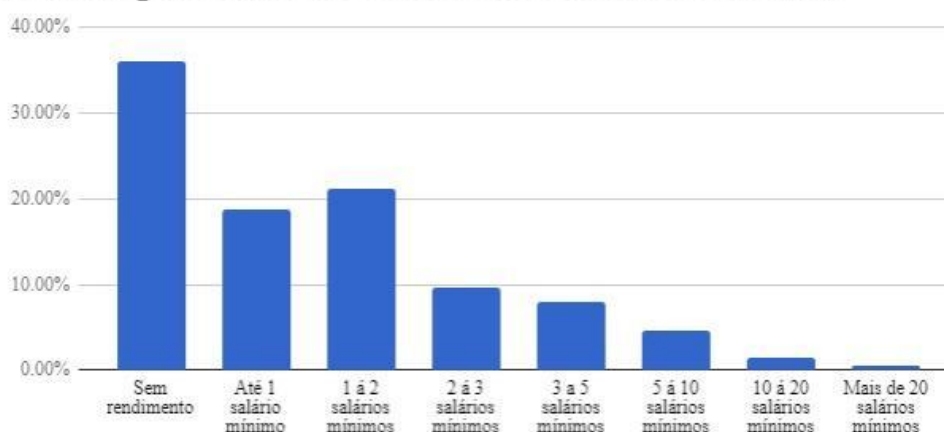


Figura 10 - Gráfico da renda familiar mensal na cidade de Angra dos Reis

Fonte: IBGE/ Organizado pela Superintendência de Políticas Públicas de Angra dos reis

Neste gráfico podemos notar quase 40% da população angrense não possui uma renda fixa mensal, um número expressivo para uma realidade que fomenta a aparição de subculturas locais entre os moradores para que os mesmos possam contornar as adversidades encontradas nesta realidade monetariamente precária.

Taxa Média de Óbitos e Homicídios por AF/100Mil

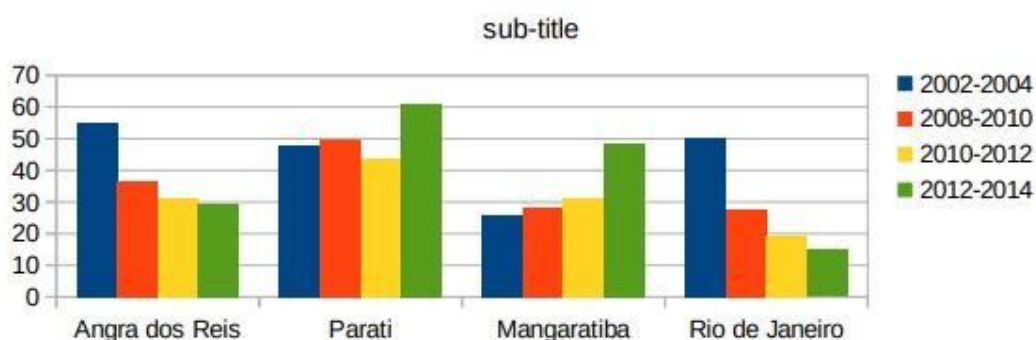


Figura 11 - Gráfico da taxa de óbitos e homicídios de Angra dos Reis e outros municípios próximos

Fonte: Mapa da violência FACLSO - 2015

Mesmo tendo uma forte queda depois da segunda metade da primeira década de 2000, e uma diminuição nos anos seguintes, os números continuam preocupantes, sendo até mesmo maiores que na capital.

	HOMICÍDIOS DOLOSOS		POPULAÇÃO		TX/100.000	
	2014	2017	2014	2017	2014	2017
Angra	75	87	186334	201335	40.25030322	43.21156282
Paraty	28	28	40179	42392	69.68814555	66.05019815
Mangaratiba	20	22	40330	43875	49.59087528	50.14245014

Tabela 2 - Tabela do número de homicídios dolosos (quando há intenção de matar) em Angra dos Reis e cidades vizinhas

Fonte: ISP/RJ/IEAR/UFF-Conjuntura Costa Verde

TAXA DE HOMICÍDIOS DOLOSOS POR 100.000 EM ANGRA DOS REIS (2006-2016)

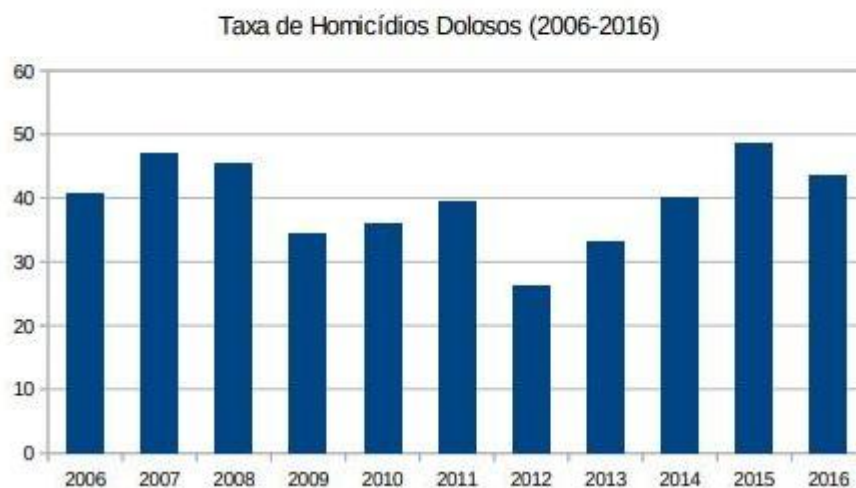


Figura 14 - Gráfico do avanço de casos de homicídios dolosos em Angra dos Reis

Fonte: ISP/RJ/Conjuntura Costa Verde IEAR/UFF

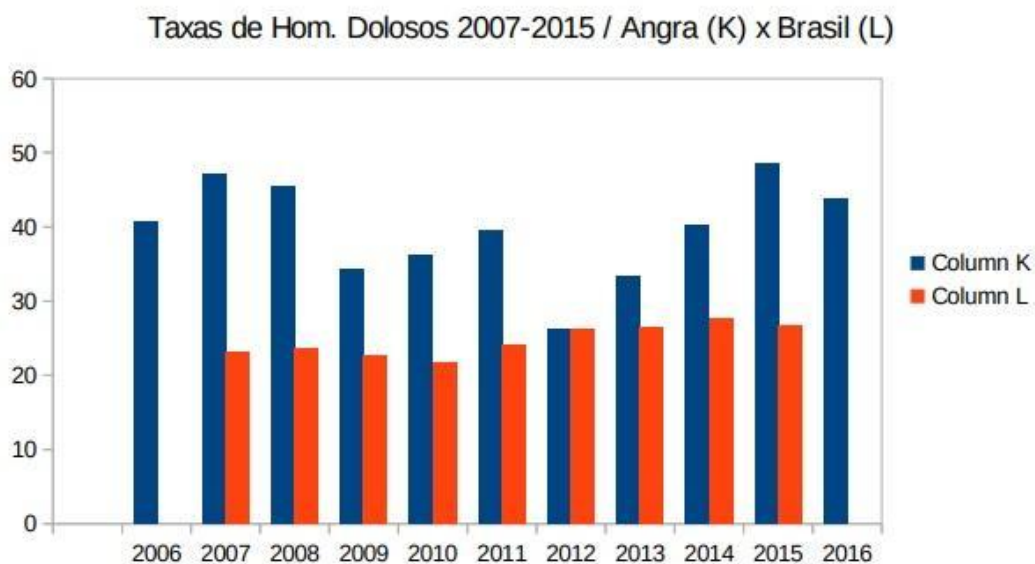


Figura 12 - Taxa de homicídios dolosos no município de Angra dos Reis em comparação com a taxa nacional

Fonte: ISP/RJ/Conjuntura Costa Verde IEAR/UFF

Nessas últimas 3 imagens é notável o aumento dos casos de homicídios dolosos (quando há intenção de matar), apesar da diminuição entre os anos de 2011 e 2012, os seguintes voltaram a crescer e a média desses crimes na cidade chegou a ultrapassar por diversas vezes a média nacional.

TAXA POR 100.000 HAB. COMPARADA DE MORTOS POR INTERFERÊNCIA DE AGENTES DO ESTADO (ANGRA X ESTADO DO RIO DE JANEIRO)

casos mortas por interferência de agentes do Estado (Tx = Mortes/100.000)

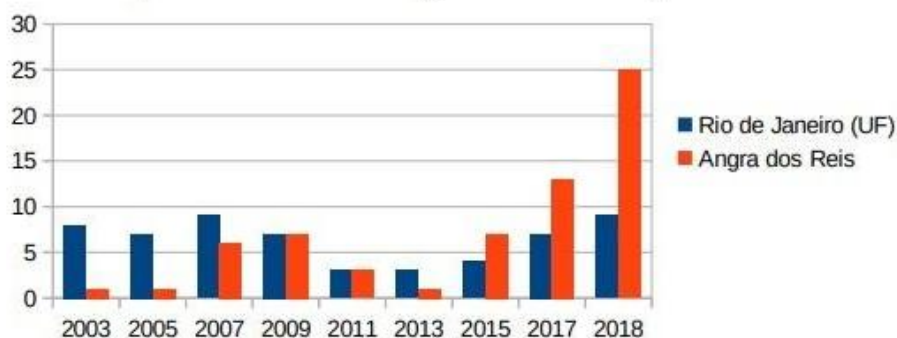


Figura 13 - Gráfico da taxa de mortes resultantes de interferência de agentes do Estado em Angra dos Reis em comparação com a capital

Fonte: ISP/RJ

Outro dado alarmante sobre a criminalidade em Angra dos Reis é a ação ostensiva da polícia em áreas periféricas, tendo causado a morte de mais do que o dobro de pessoas (por 100.000 habitantes) em relação a grandes cidades como a capital Rio de Janeiro.

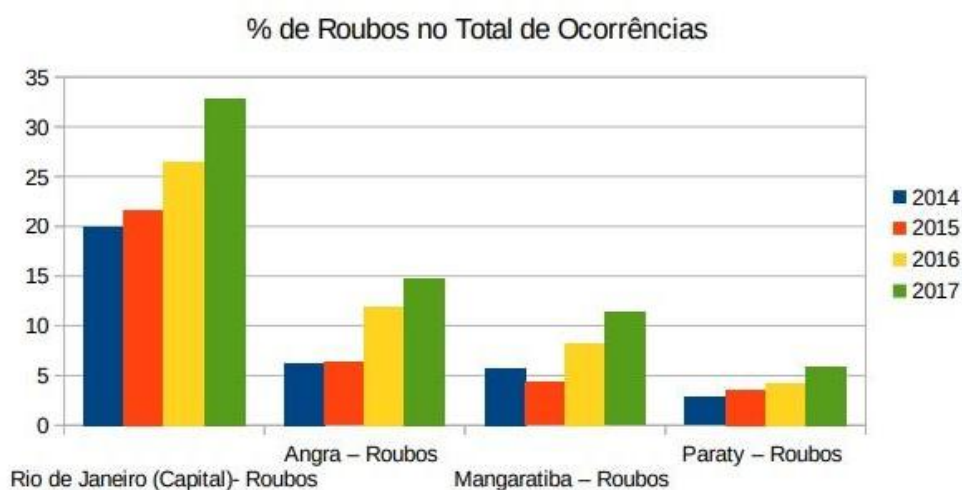


Figura 14 - Gráfico da porcentagem de roubos em Angra dos Reis, cidades vizinhas e na capital

Fonte: ISP/Conjuntura Costa Verde IEAR/UFF

Os números são preocupantes em outros tipos de violência, ao longo dos anos também foi crescente o número de ocorrências registradas por roubos.

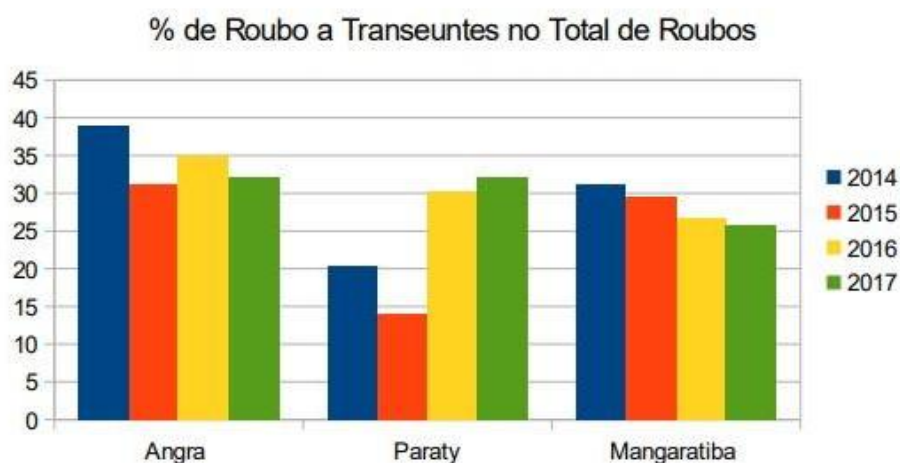


Figura 15 - Gráfico da porcentagem de roubo a transeuntes em Angra dos Reis e municípios vizinhos

Fonte: ISP/RJ/Conjuntura Costa Verde IEAR/UFF

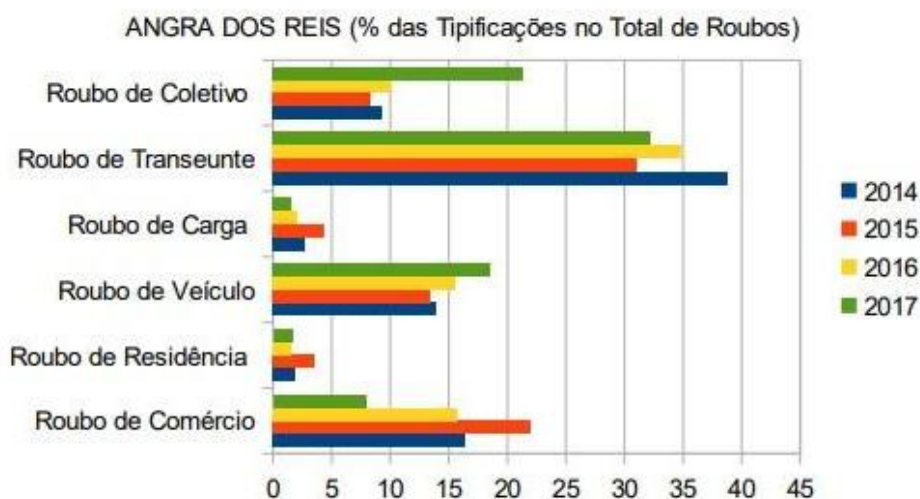


Figura 16 - Gráfico da porcentagem dos tipos de roubo no município de Angra dos Reis

Fonte: ISP/RJ/Conjuntura Costa Verde IEAR/UFF

Nos dois gráficos anteriores, é relatado a escalada dos tipos de roubos na cidade, em nenhum deles há uma uniformidade mas em alguns casos como os crimes contra transeuntes e ao comércio tiveram um aumento significativo.

Nome do bairro	Ocorrências	% do Total de 768
Areal	11	1,43%
Banqueta	14	1,82%
Belém	58	7,55%
Bracuhy/Santa Rita	58	7,55%
Camorim	13	1,69%
Camorim Pequeno	11	1,43%
HOMICÍDIOS		
Caputera	19	2,47%
Centro	28	3,65%
DOLOSOS POR		
Frade	34	4,43%
BAIRRO		
Jacuecanga/Vilage/BNH	11	1,43%
Japuiba/Campo Belo	105	13,67%
Mambucaba/Perequê	73	9,51%
Monsuaba	20	2,60%
Morro da Caixa D'agua	7	0,91%
Sapinhatuba (I, II, III)	31	4,04%
Total	493	64,19%

Tabela 3 - Tabela com os números de ocorrências de homicídio nos bairros mais afetados

Fonte: ISP/RJ/Conjuntura Costa Verde

Um dos pontos mais importantes esclarecidos na tabela 3 são as localidades onde se concentra a maior parte dos homicídios, todos estes listados são áreas de baixa renda, muitos deles são comunidades carentes, como é o exemplo das Spinhatuba I, II e III, Campo Belo e Caputera.

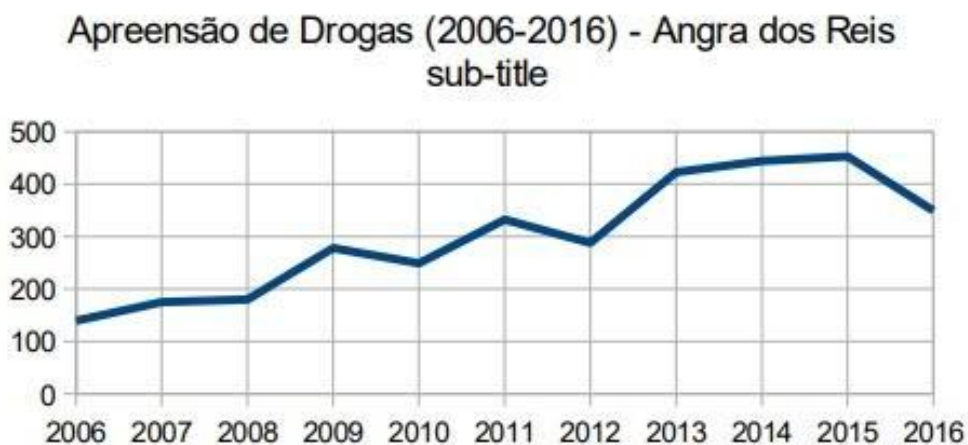


Figura 17 - Gráfico da evolução de apreensão de drogas na cidade de Angra dos Reis

Fonte: ISP/RJ/Conjuntura Costa Verde

Com altas e baixas ao longo dos anos, a apreensão de drogas teve seus índices em números superiores em comparação do início das apurações feitas na pesquisa.

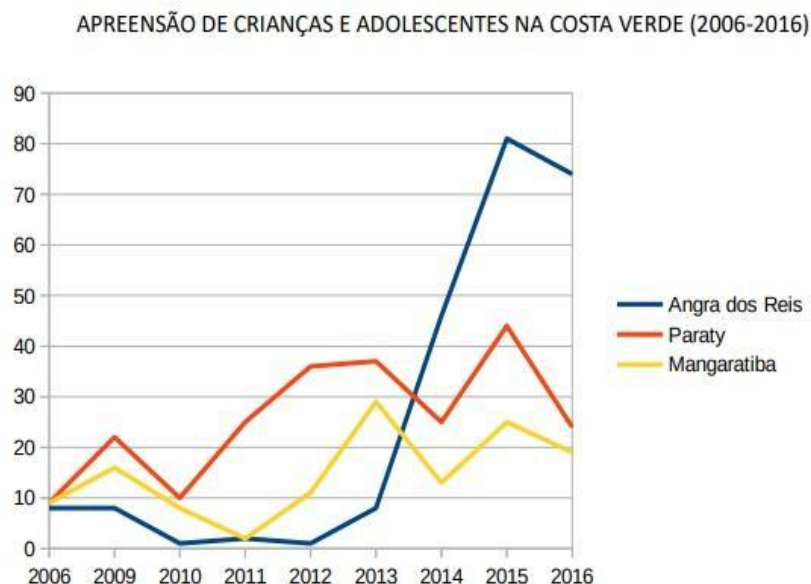


Figura 18 - Gráfico da evolução de apreensão de menores na cidade de Angra dos Reis em relação aos municípios vizinhos

Fonte: ISP/RJ/Conjuntura Costa Verde

Após uma leitura dos gráficos, fica evidenciado que a cidade de Angra dos Reis vem sofrendo com o aumento da violência de forma exponencial, e predominantemente, esses dados vêm de bairros periféricos, reforçando colocações já explicitadas anteriormente. Diversos fatores influenciam para o crescimento destes números, primeiramente temos a escolaridade que ao longo dos anos mostrou uma queda no número de matrículas e a estabilidade no número de instituições de ensino, ou seja, há uma evasão escolar de tendência crescente. De acordo com dados da Secretaria Municipal de Educação (2018), das 71 unidades escolares apenas cinco oferecem ensino em tempo integral estas estão localizadas nos bairros Monsuaba, Morro da Glória 2, Itanema, Sapinhatuba III e uma na Ilha Grande. Os dados também mostram que desde o início do século na cidade o desempenho do ensino fundamental superou as metas estabelecidas, porém entre os anos de 2013 e 2015 o gráfico se inverte.

Outro fator influenciador dos dados sobre a violência é o econômico, mesmo os dados mostrando uma diminuição do trabalho informal, o número de pessoas deste nicho se encontra perto dos 30% da população e mais, em 2010, cerca de 14% viviam na pobreza extrema e quase 40% viviam sem renda, 20% só com 1 à 2 salários mínimos e menos de 10% com 2 à 3 salários mínimos.

Em seu artigo "Representatividade importa sim: moda como ferramenta de autoafirmação", OLIVEIRA (2018) diz:

Com atenção para os jovens negros com idade entre 15 e 29 anos e residentes nas periferias de Salvador, é que este artigo pretende desenvolver uma discussão sobre a representatividade a partir da resignificação de corpos negros na arte contemporânea. Nesse sentido, traçaremos aqui a trajetória do grupo JP Model, formado por jovens do bairro de Fazenda Coutos, localizado no subúrbio ferroviário de Salvador e a potência que o criador do grupo tem para atrair jovens que se utilizam da moda para ocupar passarelas e o cotidiano dos seus lugares de vivência e opressão. (OLIVEIRA, 2018, p. 1)

Pelo artigo, deixa-se explícito o poder de que a juventude possui quando a mesma toma consciência de sua capacidade, deixando fora de questão as correntes que os puxariam tanto para a exclusão social quanto para a violência e com isso o afloramento de sua capacidade criativa. Porém vale ressaltar a ineficiência do Estado, que deveria prover essa auto afirmação, em tornar legítimo essa postura dos jovens, além de criar espaços públicos de interação e convergência de ideias, espaços estes podem ser escolas e centros culturais, trazendo consigo o acesso as artes e demais culturas.

Na conclusão é mostrado que tais grupos emergidos de áreas tomadas pela violência, utilizando a quebra de padrões já enraizados como combustível inspirador refletem a atual conjuntura social. Ao passo que grupos como o citado no artigo, mesmo sendo utilizadores de técnicas artesanais, se encontram na posição de na linha de frente contra a opressão e violência.

A arte não é de livre acesso a todas as camadas da sociedade, afligindo assim os mais desfavorecidos financeiramente, porém, ainda é considerado arte a forma de expressão feita com ausência de técnica ou de forma inconsciente.

Visto isso, há essa necessidade de haver uma expressão para a grande maioria de jovens impossibilitados e excluídos das posições de poder político.

Segundo Oliveira (2018) a representatividade é necessária para a sobrevivência na periferia e que a resistência contra as adversidades pode ser claramente difundida por meio da arte.

Para que essa representatividade seja vista e reconhecida, há a necessidade de criar uma identidade visual própria para esses grupos de contra cultura que nascem nas localidades onde a falta de investimento público mais afeta o cotidiano

da população, visto que a importância de uma marca ressalta o reconhecimento e reafirmação, além de permitir uma fácil divulgação dos movimentos artísticos produzidos.



Figura 19 - Morro do Santo Antônio, centro de Angra dos Reis

Fonte: Lucas Bornickel (2020)

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Como objetivo geral, este projeto visa a criação de uma identidade visual para o coletivo de rap MF Rec, de Angra dos Reis.

1.2.2 Objetivos Específicos

Como objetivo mais específicos ao projeto, há o dever de promover a autoestima dos artistas e que haja também a criação de um símbolo para o público, para que o grupo não tenha problemas em ser identificado e viabilize uma maneira mais fácil de divulgação, criando também um manual para a marca e como deverá

ser aplicada nas mais diversas mídias, como postagens de facebook e instagram, capa de álbuns e até mesmo aplicações em peças de vestuário.

1.3 Problematização

Como visto anteriormente, Angra dos Reis sofre com as altas taxas de desemprego formal e aumento da criminalidade, favorecendo assim a aparição de vários tipos de movimento de subcultura, já que com a falta de investimentos em educação, também apresentada na introdução, há uma necessidade da criação de uma identidade própria desses meios nos centros urbanos e assim desenvolver não só uma melhor auto estima de seus moradores como também fomentar uma base econômica, este cenário foi a forma motriz para a criação do coletivo de hip hop MF Rec, que atualmente carece de uma identidade própria.

1.4 Métodos e Técnicas

Segundo o livro Design Thinking do autor Maurício Viana et. al (2012), o método se baseia em fases de imersão (dividida em preliminar e de profundidade), análise e sínteses, ideação e prototipação.

1.4.1 Imersão

A imersão serve para coletar dados sobre a área desejada ao projeto, como citado no livro “A Imersão pode ser dividida em duas etapas: Preliminar e em Profundidade. A primeira tem como objetivo o reenquadramento e o entendimento inicial do problema, enquanto a segunda destina-se à identificação de necessidades e oportunidades que irão nortear a geração de soluções na fase seguinte do projeto, a de Ideação” (VIANNA et al, 2014, p.22) ou seja, o problema pode ainda ser um mistério para o designer, então a necessidade desta etapa para um melhor embasamento sobre o assunto. Dentro desta fase existem técnicas diferentes para coleta e análise das informações.

1.4.1.1 Imersão preliminar

Imersão Preliminar: Reenquadramento (Aqui olhamos sob várias perspectivas diferentes os problemas e dificuldades de produtos similares), Pesquisa exploratória (Nessa pesquisa os projetistas analisam os aspectos antropológicos dos usuários acerca do tema abordado) e Pesquisa Desk (A pesquisa básica de busca em livros, internet, artigos... sobre os estudos apresentados anteriormente).

1.4.1.2 Imersão de Profundidade

Imersão de Profundidade: Entrevistas (Gerar perguntas sobre o assuntos e questionar o público alvo sobre), Caderno de sensibilização (Coleta-se os dados do público sobre o assunto sem interferir nas ações dos mesmos), Sessão generativa (Um encontro entre usuários e projetistas para discutir suas experiências), Um dia na vida (Cria-se uma persona para simular como é o dia-a-dia dos possíveis usuários) e Sombra (Nesta técnica, o desenvolvedor analisa como o público utiliza e reage aos produtos/serviços similares do projeto).

1.4.2 Análise e Síntese

Como o próprio nome já diz, esta etapa se caracteriza em analisar os dados coletados anteriormente para se chegar em um denominador que irá guiar o(s) designer(s) para o campo das ideias acerca do assunto estudado.

Em relação as técnicas desta fase, temo: Cartões Insight, pequenos cartões contendo informações das pesquisas, utilizando-os para consulta das análises. Mapa conceitual, é feito um quadro para ligar todos os dados já estudados, ele deixa mais lúdico o modo de conectar e cruzar as informações. Critérios norteadores, funcionando como uma bússola, esses critérios ditam o caminho convergente de tudo que foi estudado, trilhando o sentido entre a problema inicial e a solução final.

1.4.3 Ideação

Feito isso, a fase de ideação é voltada para a criatividade dos designers, utilizando técnicas como o brainstorming, que nada mais é que o fluxo geral de ideias do grupo sobre o projeto. Com as técnicas de cardápio de ideias (um livro com todas as ideias organizadas, comentários sobre as mesmas) que é estudado durante reuniões de criação, e também a ferramenta da matriz de posicionamento, nesta são avaliadas com mais detalhe todas as ideias já criadas para o projeto e baseando as principais medidas a serem tomadas para chegar no melhor resultado.

1.4.4 Prototipação

Decidido todas as ideias, o projeto segue para a reta final, a Prototipação, etapa que detém os atributos necessários para trazer a vida o projeto, nessa fase o produto toma sua forma mais palpável, com isso se torna mais fácil o estudo de como o projeto vai se comportar na interação com seu público e esses testes definem suas qualidades e seus defeitos, trazendo a tona a validação de seu uso.

2. Imersão Preliminar

2.1 Pesquisa Exploratória - Briefing

O coletivo de rap/hip hop MF.Rec (sigla para Máfia do Fósforo Records), formado pelos rappers e beatmakers Lucas Bornickel (BKL), César Augusto (Playboy G), Theodoro Moura (yslwxt) e Augusto Novaes (Novaes) na cidade de Angra dos Reis surgiu após algumas sessões de estúdio onde a necessidade de uma união entre os músicos da cultura hip-hop do município apareceu para que todos possam evoluir dentro do meio, um apoiando o outro. O coletivo não é necessariamente uma banda, ou seja, cada um tem seu próprio projeto particular, porém é comum a colaboração entre os membros para enriquecer cada trabalho.

Cada um com seu estilo, excentricidade e experiência de vida, o coletivo traz à tona a realidade vivida por cada um e sua própria visão do mundo. Inspirados por rappers nacionais e internacionais como BK, Xamã e Travis Scott, o coletivo baseado no Morro do Carmo, rima em cima de instrumentais clássicos, conhecidos como boom bap e em batidas mais modernas do atual trap.

Dentre as perguntas feitas no briefing, as mais importantes foram:

P: Em que vocês baseam suas músicas?

R: Na vivência da rua

P: Vocês se preocupam com a estética?

R: Sim, na hora de escrever, lançar um som e nas roupas

P: Qual a cor que vocês mais usam?

R: Preto

P: Tem mais influência de grupos nacionais ou gringos?

R: Os dois

2.2 Pesquisa Desk

2.2.1 Identidade Visual

A identidade visual é uma construção de elementos gráficos que ilustra uma empresa ou organização, dessa forma ela pode ser facilmente reconhecida por qualquer espectador. Uma identidade visual bem definida e assertiva muda o sentido

com que o público alvo a enxerga, influenciando na relação entre ambos, pois é ela que traz a personalidade da organização da qual representa.

Para se criar uma marca é necessário fazer o Branding, essa ferramenta consiste em desenvolver o conceito da marca, o que ela é e o que ela quer transmitir. O branding envolve toda a pesquisa de público alvo, elementos que remetem a ele e formas que identificam os mesmos.

Segundo Maria Luísa Peón (2001), em seu livro *Sistemas de Identidade Visual*, há um processo geral para criar a imagem que levará adiante a ideia da marca. Começando pelo briefing, etapa essa que o designer coleta informações diretamente de quem deseja ter uma nova marca, pode ser seus desejos, afinidades e história da empresa ou instituição, com este estudo, o designer tem uma direção a seguir para coletar outras informações, por isso há a necessidade de traçar o perfil do cliente, a fim de saber o que pretende com a sua própria marca, nos produtos e serviços do qual está sendo trabalhada a identidade. Sabendo o perfil da marca, deve ser traçado então o comportamento dos clientes, o que eles buscam no momento de escolher a marca da qual irão consumir, quais as suas prioridades e desejos. Havendo o conhecimento geral das relações entre empresa e consumidor, o designer deve dar símbolos para representar essas relações, pois, a compreensão e reconhecimento dos clientes é feita a partir de símbolos criados, dessa forma, só de olhar para o logotipo, a empresa já pode ser identificada, como por exemplo, a marca Nike, que já está amplamente difundida no mercado.



Figura 20 - Logotipo da marca Nike

Fonte: <https://logospng.org/logo-nike/>

Um logotipo não é criado de forma aleatória, ele precisa ter algum respaldo para existir, segundo Peón (2001), deve haver uma seleção de conceitos a serem agregados a identidade para que a marca não fuja de sua proposta.

No mundo já globalizado como o nosso, é muito comum que ideias semelhantes surjam, essas igualdades podem aparecer tanto no campo do objetivo como também na imagem gráfica em si, por isso, o livro *Sistemas de Identidade Visual* enfatiza o estudo de similares, como o próprio termo já diz, é necessário que se procure sobre concorrentes para se aprender acerca de seus erros, acertos e tudo o que ainda pode ser melhorado, para assim, condensar uma estética única que vai saltar em relação as demais. Essa diferença, porém, não pode se distanciar, como já falado anteriormente, do que primeiro foi proposto, e é neste momento que entram os requisitos e restrições. Os requisitos são todos pontos que devem estar presentes na construção da marca, por exemplo, as cores a serem usadas, elementos gráficos que devem estar presentes, quais sensações devem ser transmitidas, já as restrições podem ser descritas como as condições que limitam a obra.

Todos as etapas apresentadas anteriormente servem para criar uma afinidade maior entre o público alvo e a marca. Essa identificação entre as partes cria uma conexão direta de comunicação, trazendo uma maior taxa de aceitação dos consumidores, sendo assim imprescindível que a montagem da identidade visual transpareça a essência da marca, empresa ou grupo a qual ela representa.

2.2.2 Teoria das Cores

No design, as cores exercem um papel fundamental no entendimento das peças gráficas, pois as mesmas despertam diversas interpretações e sentimentos na visão do espectador. Segundo o designer Prof. Me. João Carkis Rocha em seu artigo *Cor Luz, Cor Pigmento e os Sistemas RGB e Cmyk*, ter conhecimento sobre a teoria é a base para criação de artes gráficas tanto para designers como para artistas, pois é necessário saber quando usá-las e combiná-las, quais são os tipos de cores e as sínteses aditivas e subtrativas.

Seguindo neste estudo temos as cores primárias, secundárias e terciárias. As primárias são as que não podem ser decompostas, mas se combinadas, dão origem a outras, as primárias variam entre as sínteses aditivas e subtrativas. As aditivas são as luzes advindas de objetos luminosos, como celulares, monitores e aparelhos de televisão. As cores primárias desta síntese são o vermelho, verde e azul (red, blue e green, ou, RGB) utilizados para os meios digitais, a união das três resulta na cor branca. Já a síntese subtrativa são as cores pigmentadas e não emitem luz, usadas basicamente para material impresso, suas cores primárias são o magenta, ciano e amarelo (magenta, cyan e yellow, ou CMY), misturar essas três cores irá resultar na cor preta.

As cores secundárias são nada mais que as diversas combinações entre as primárias, e quando se combinado uma secundária com uma primária, se produzirá as cores terciárias.

Como dito anteriormente, as cores podem transmitir sentimentos para seus espectadores, muitas destas sensações são efeito de experiências e associações com objetos diários, por exemplo, cores quentes e cores frias, das quais o vermelho e amarelo são quentes por remeterem ao sol e azul e verde são frias por remeterem ao gelo e mar.

Para se criar peças gráficas em que as cores tenham uma harmonia entre si, existe o estudo das cores complementares e análogas. As cores complementares são as que mais contrastam entre si, para melhor visualizar, basta escolher a cor que está em sentido oposto a outra no círculo cromático. Já as cores análogas são aquelas semelhantes entre si, ou seja, estão lado a lado dentro do círculo cromático.



Figura 21 - Círculo cromático apontando as cores complementares verde e vermelho

Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/teoria-das-cores/>

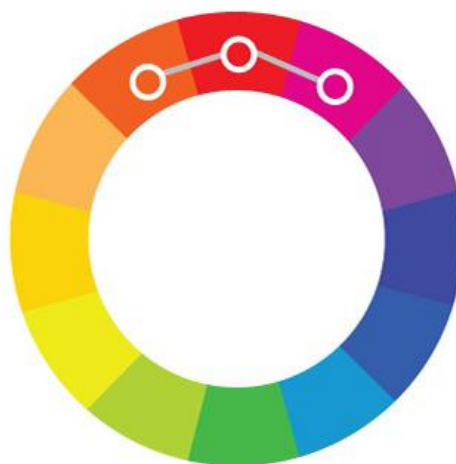


Figura 22 - Círculo cromático apontando as cores análogas ao vermelho

Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/teoria-das-cores/>

2.2.2.1 Psicodinâmica das Cores

Cada trabalho exige uma pesquisa focada sobre o público-alvo que desejamos atingir. As cores podem ter significados diferentes para cada povo ou mesmo grupo de pessoas.

Por exemplo, o vermelho pode significar o "mal" para alguns crentes, como pode representar o amor para outros grupos (um coração vermelho).

Além disso, hoje é sabido que as pessoas podem responder de formas diferentes quando estimuladas pela mesma cor, inclusive no que se refere a gostar ou não dela.

De acordo com o site Ciabyte, as cores possuem sensações que podem ser transmitidas abaixo:

Amarelo: visível à distância e estimulante. No entanto, imprecisa podendo gerar dúvidas no observador e dispersar parte de sua atenção. Quando combinada com o preto, pode trazer bons resultados. É indicada para peças que tenham a ver com luz e deve ser usada com moderação.

Azul: fortemente atrativa, passa tranquilidade ao observador. Bom para anúncios que caracterizem o frio.

Cinza: passa discricção, indicado para peças que indiquem posição de neutralidade e diplomacia.

Laranja: indicado para as mesmas aplicações do vermelho, com resultados um pouco mais moderados.

Marrom: esconde a qualidade e o valor e, portanto, pouco recomendável em publicidade (há exceções).

Ouro: representa valor e dignidade, ideal para anúncios de artigos de alta categoria e luxo.

Preto: pode gerar frustração, devendo ser usado com moderação em anúncios coloridos.

Púrpura: como o ouro, representa valor e dignidade, ideal para artigos de alta categoria e luxo.

Roxo: tem um efeito de tranquilidade, podendo ser aplicado em anúncios de artigos religiosos e em viaturas e acessórios funerários. Desejando dar a essa cor maior sensação de calor, devemos acrescentar o vermelho ou laranja. Para mais luminosidade, acrescentamos o amarelo. Para uma sensação de frio, acrescentamos o azul. Ainda, podemos acrescentar o verde para dar uma sensação de arejado.

Verde: estimulante, passando uma sensação de repouso. Tem pouca força sugestiva. Indicado para anúncios que caracterizem o frio, azeites, verduras e afins.

Vermelho: é uma cor chamativa, estimulante e motivadora. Indicada para anúncios de artigos que simbolizem calor e energia, artigos técnicos e de ginástica.

Violeta: desaconselhável, pois passa uma sensação de tristeza.

2.2.3 Tipografia

A Tipografia pode ser descrita como a arte de criar textos graficamente legíveis e confortáveis aos olhos. Segundo o site Designers Brasileiros, existe toda uma anatomia por trás da criação de letras para que as grafias se adequem a cada situação e atinjam a proposta de cada texto.

Existem vários tipos de fontes tipográficas cada uma serve a um propósito, como por exemplo: as fontes sem serifa, com serifa, elzevir (serifa triangular) e Didot

(serifa simples). Segundo o dicionário, a definição de serifa é, “pequeno traço ou espessamento que remata, de um ou ambos os lados, os terminais das letras não lineares de caixa-alta e caixa-baixa.”.



Figura 23 - Exemplos de fonte com serifa e sem serifa

Fonte: https://miro.medium.com/max/336/1*Lb_7Ehq7F-qjASMr3SfRtQ.png

Como dito anteriormente, para que as fontes sejam confortáveis a visão, elas precisam ter legibilidade e leituraabilidade, ou seja, as grafias devem ser diferentes umas das outras para que o leitor saiba identifica-las (legibilidade) e também precisam estar todas em harmonia para serem lidas como um texto (leituraabilidade).

Em suma, a tipografia é a aparência de um material gráfico (impresso ou digital) ou simplesmente, um modo de organizar as letras, não havendo uma regra pré-moldada para isso.

Para se montar a estrutura de um texto, alguns processos são utilizados para melhor aproveitar a leitura e espaço, como por exemplo o *kerning*, segundo o site Des1gnon, este processo pode ser definido como o método de adicionar ou remover espaços entre as palavras, vale ressaltar que o *kerning* deve ser observado letra por letra e não pré definido em toda a palavra escrita.

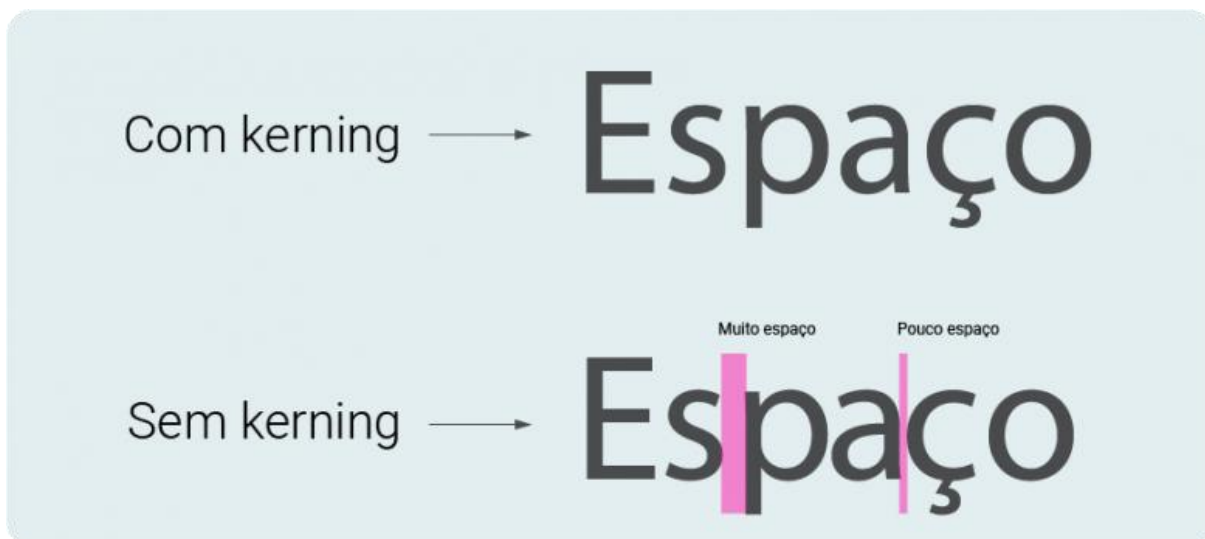


Figura 24 - Exemplo de kerning

Fonte: <https://www.des1gnon.com/2013/02/o-que-e-kerning/>

Para se entender cada desenho da tipografia, existe uma anatomia das letras, de acordo com o site designersbrasil, essa terminologia é as partes que constituem as letras e as relações entre as mesmas. Estas partes podendo ser listadas da seguinte forma:

Haste: o traço que define a estrutura básica da letra; tronco do caractere.

Serifa: pequenos traços e prolongamentos que ocorrem no fim das hastes das letras.

Cauda: prolongamento inferior do traço de alguns caracteres (ex: letra Q).

Braço: traço horizontal ou diagonal que surge de um traço vertical.

Barra ou Trave: linha horizontal que cruza em algum ponto o traço vertical.

Junção ou Ponto de Enlace: ponto de conexão entre a serifa e a haste.

Barriga ou Pança: Linha curva de uma letra minúscula ou maiúscula, fechada, ligada à haste vertical principal em dois locais. (ex: letras P, B, p, b, D, d)

Terminal: breve traço final que não segue a direção do traço onde assenta, curvando-se no sentido perpendicular, com uma inclinação.

Orelha: pequeno traço que se destaca do olhal superior do g da caixa baixa.

Perna: haste vertical ou curvada, que entra na formação de algumas letras, como o p, q e m.

Ombro ou Arco: traço curvo que parte da haste principal de algumas letras, sem se fechar (ex:letras m, n e r).

Olho: espaço vazio da letra.

Pescoço ou **Link**: linha que une os olhais da letra “g” de caixa baixa.

Eixo: linha imaginária que define a inclinação da letra.

Vértice: ponta de ligação das hastes de letras maiúsculas como o A, M, W.

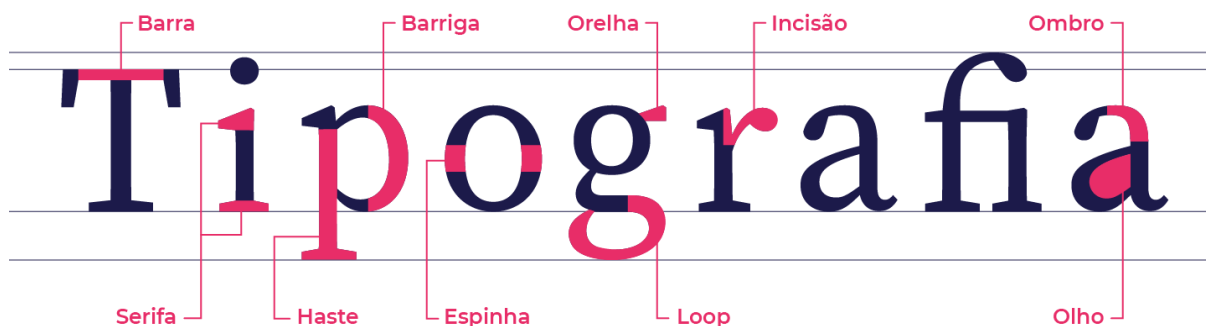


Figura 25 - Anatomia tipográfica

Fonte: <https://designersbrasileros.com.br/anatomia-tipografica/>

Além de uma anatomia, há também uma técnica conhecida como versalete, a definição pelo dicionário é: tipografia Versal com a altura do tipo em caixa baixa. Ou seja, versalete é a letra cujas suas letras minúsculas tem a mesma grafia das letras maiúsculas. Como por exemplo a frase "Texto em Versalete" ficaria "TEXTO EM VERSALETE".

SMALLCAPS

LOREM IPSUM dolor sit amet,
consectetur *adipiscing elit*, sed do
eiusmod tempor incididunt ut
labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad MINIM VENIAM, quis
nostrud exercitation ullamco *laboris*
nisi ut aliquip ex ea COMMODO
CONSEQUAT.

PETITECAPS

LOREM IPSUM dolor sit amet,
consectetur *adipiscing elit*, sed do
eiusmod tempor incididunt ut
labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad MINIM VENIAM, quis
nostrud exercitation ullamco *laboris*
nisi ut aliquip ex ea commodo
consequat.

Figura 26 - Exemplo de texto versalete

Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Versalete>

2.2.3.1 Lettering e tipografia urbana

De acordo com uma matéria do jornal Correio Braziliense, lettering é um termo utilizado para designar a arte de desenhar letras criando diversos estilos de escrita, diferindo dos já conhecidos estilos impressos e cursivos. O lettering pode ser feito tanto a mão livre como também por meios digitais, com o objetivo de trazer ao texto uma identidade única. A ideia por trás do lettering é abusar de exageros, buscando inspiração escola de Art Nouveau entre outras.

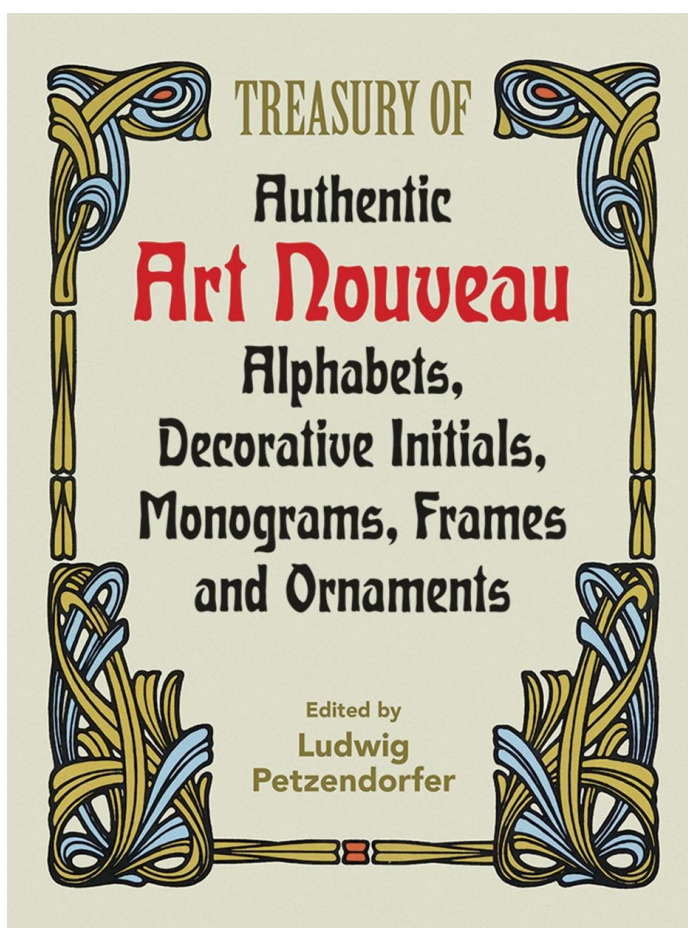


Figura 27 - Exemplo de Lettering em Art Noveau

Fonte: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51wnHUBHkwL._SX373_BO1,204,203,200_.jpg

Já quando se fala em tipografia urbana, o primeiro nome que se vem a mente é o grafite, o portal Educa+ Brasil descreve o grafite como um movimento cultural presente em quase todas as cidades pelo mundo é uma das maiores manifestações de arte urbana. Conhecido pela ousadia, espontaneidade e originalidade das suas

obras, o grafite traz um universo de novas caligrafias quem fogem ao habitual das vistas em livros, artigos e programas editores de texto do computador.

Estudos históricos mostram que esta prática data dos tempos do Império Romano, porém foi no final da década de 60 e início dos anos 70 que ligado a contracultura essa vertente da arte se popularizou. Com artistas hoje reverenciados pela crítica, como por exemplo o neo-expressionista americano, Jean-Michel Basquiat, conhecido por ter iniciado sua carreira pintando muros em Manhattan, o grafite ainda hoje é visto com muito preconceito e é taxado como vandalismo.



Figura 28 - Quadro sem título de Jean-Michel Basquiat, 1982

Fonte: <https://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/one_basquiat>

O grafite por sua vez, flerta com os anseios dos jovens de periferias em se expressar de forma livre, assim como em outros movimentos culturais, exemplo disso, o Hip-Hop na música. Aliado ao grafite também há as ditas pichações, uma espécie de irmão deslocado do primeiro, a pichação segue um veio artístico mais simples e de maior afronta, pois em sua maioria é feito de maneira ilegal e composto apenas de textos ou assinaturas, além de ter uma característica de crítica político-social. Podemos citar Banksy, um pichador britânico que trabalha usando estêncil (técnica de pintura que se aplica tinta por um desenho vazado em uma folha de papel ou acetato) para criar suas obras com severas sátiras ao governo.

Nesse universo surgiu não só mensagens visuais como também houve um desenvolvimento de uma linguagem de suma importância para os praticantes da mesma, sendo alguns deles: Tag, a assinatura do artista, Spot, local onde é feito o desenho e Crew (ou banca), é um grupo organizado de grafiteiros.



Figura 29 - Graffiti is a crime, Banksy, 2013

Fonte: <<https://www.banksy.co.uk/out.asp>>

2.2.3.1.1 Xarpi

Em uma matéria da revista Vice o xarpi é definido como uma estética própria do Rio de Janeiro do termo pixar (pichar) escrito com as sílabas invertidas, traz um novo conceito da já falada caligrafia urbana, apresentando formas onduladas e orgânicas com palavras e nomes quase ilegíveis, tudo isso para provar a originalidade de cada artista. Esse movimento já está ligado tão diretamente com o grafite do Rio de Janeiro que atualmente existem grandes eventos de encontros de artistas, mesmo porém ainda não tendo uma aprovação e incentivo vindo da parte de autoridades vigentes de administração pública.



Figura 30 - Trovão, foto de João Marcelo de Carvalho, 2007

Fonte: <https://www.vice.com/pt_br/article/aep9w8/xarpi-um-registro-historico-das-pixacoes-cariocas>



Figura 31 - Moy, foto de João Marcelo de Carvalho, 2006

Fonte: <https://www.vice.com/pt_br/article/aep9w8/xarpi-um-registro-historico-das-pixacoes-cariocas>

2.2.4 Grid

Grid é umas das técnicas de organização de layout de qualquer obra gráfica, baseado na disposição de linhas e colunas, de forma a se manter agradável ao espectador. Seu uso não se resume somente nas adequações exatas como de

tabelas, deixando livre a dimensão de suas células, sem necessariamente possuir um padrão.

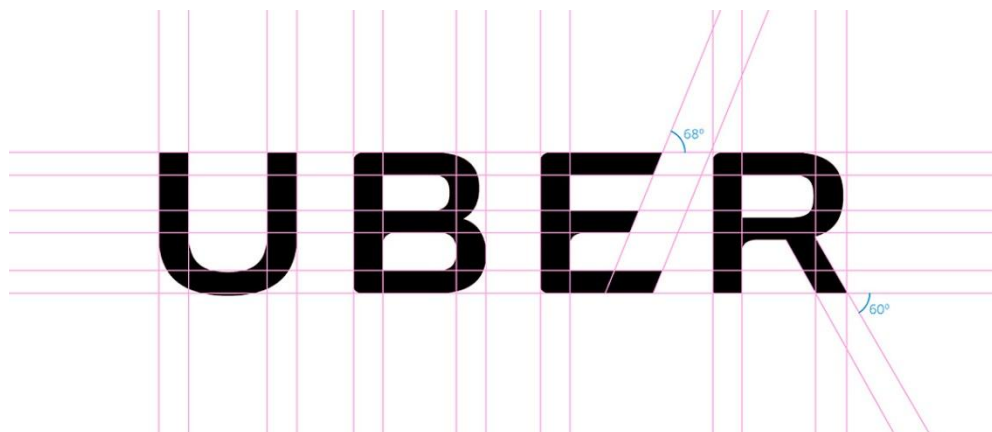


Figura 32 - Exemplos de Grid no logotipo do aplicativo Uber

Fonte: <<https://designcomcafe.com.br/importancia-do-grid-no-design-grafico/#:~:text=A%20import%C3%A2ncia%20do%20grid%20no%20design%20gr%C3%A1fico%20%C3%A9%20fundamental,manter%20as%20coisas%20em%20ordem.>>>

Como pode ser observado na imagem, linhas (tanto verticais quanto horizontais) limitam os espaços onde devem ser inseridos os elementos que irão compor toda a peça gráfica.

Segundo Alex Fleming para o site Design Com Café, o grid é a ferramenta que traz a harmonia à peça gráfica, pois alinha todos os elementos presentes, deixando tudo em ordem. Podem ser aplicados a textos e imagens, criando uma estrutura a ser seguida e que deixa bem organizada as informações a serem transmitidas. Normalmente qualquer trabalho referente ao mesmo projeto segue o mesmo padrão de grid.

Os grids são compostos de: Margens: Os espaços entre as bordas e as áreas que serão usadas para a diagramação. Guias horizontais: são linhas que demarcam o espaço ocupado pelas colunas, margens e módulos, ajudando no alinhamento e estrutura dos elementos do projeto, orientando a leitura. Colunas: Trata-se dos espaços verticais que delimitam o espaço que o conteúdo ocupará. Elas podem ser simétricas ou assimétricas. Módulos: São “quadrados” formados pela junção da coluna com a guia horizontal que demarcam o espaço que será ocupado por imagens, ilustrações e textos. Marcadores: Ficam na parte externa da peça gráfica,

na margem. Eles têm a função de indicar textos secundários ou informações constantes, como cabeçalhos, rodapés ou páginas de um material editorial. (FLEMING, 2018)

2.2.5 Coletivos de Rap

Segundo a série documental Hip Hop Evolution, da plataforma de streaming Netflix, o estilo musical surgido dentro da cultura do hip-hop surgido em Nova York na segunda metade da década de 70 e que hoje é um dos gêneros mais ouvidos do mundo sempre descreveu o estilo de vida dos jovens de comunidades periféricas, levando suas vivências por meio de rimas e batidas. O rap trata dos mais diversos assuntos relacionados à vida nas ruas, o antirracismo, auto valorização, dia a dia com a violência, festas, busca por melhores condições financeiras ou até mesmo disputas de habilidades no uso das palavras.

Ao longo dos anos o rap passou por muitas transformações e trouxe ao público mais do que só os Mc's (cantores), trouxe uma gama de produtores, artistas plásticos, b-boys (dançarinos de break dance), estilistas e outros ramos da arte. Isso demonstra todo o potencial desse estilo que por muitos anos, e ainda hoje, sofre preconceito por ser dito como um tipo de música que valoriza a vulgaridade e exalta a criminalidade e uso de drogas.

Nascidos nas festas dos projetos habitacionais de Nova York promovidas pelo Dj Kool Herc, logo tomou conta dos bairros da cidade, levando a mais e mais jovens negros entrar para o movimento social, logo no início já foram se formando os coletivos, esses grupos não se identificam exatamente como uma banda pois cada membro tem seus projetos particulares, porém desta maneira os mc's podem buscar apoio um ao outro para progredir na carreira.

Essas agremiações estão presentes no mundo do hip-hop desde sua criação, como por exemplo a Sugar Hill, uma gravadora criada no ano de 1975 que lançou músicas clássicas do gênero com os grupos Sugarhill Gang, Grandmaster Flash and the Furious Five entre outros, e também o ainda jovem diretor Spike Lee. No Brasil esses coletivos também ganharam espaço como o Laboratório Fantasma, encabeçado pelo rapper Emicida, em seu site oficial, eles contam a história que começou como um pequeno grupo que vendia camisas de mão em mão nos eventos

de hip-hop e que agora atua como promotor de eventos de música com cantores famosos, como Caetano Veloso, e já desfilou roupas no São Paulo Fashion Week. Mais recentemente um coletivo que vem apresentando grande influência no mundo jovem é a Recayd Mob, em uma matéria da revista GQ que conta um pouco da história do grupo, um dos pioneiros a trabalhar na vertente do rap, conhecido como *trap*, a Recayd Mob inova não só nas suas letras de conteúdo explícito como também pela sua estética, todos os membros prezam pelas roupas que estão usando, em especial o membro Derek que já trabalhou como modelo para a marca Piet (marca com parcerias com Nike, Budweiser, C&A, entre outras).

3. Análise e Síntese

Como já falado anteriormente, a etapa da análise e síntese se baseia em apurar os dados coletados tanto nas pesquisas de imersão e condensados em uma série de técnicas que guiarão o caminho do projeto. Por meio de pesquisas de similares e de estudos sociológicos da situação atual das comunidades carentes do município, além de ações tomadas no Brasil e no mundo.

Os dados coletados trazem uma noção de dois pontos de vista diferentes, a primeira, remete a vida nas comunidades, as experiências vividas e toda a simbologia que as representam, além da necessidade alcançar uma posição mais justa dentro de nossa sociedade. Já a segunda mostra entender como o design pode ajudar nessa luta, quais ferramentas podem ser utilizadas e pontos focais importantes a se trabalhar, com isso podemos enxergar a viabilidade e como se sucederá a implementação do projeto.

3.1 Análise de Similares

Wu-tang clan: Grupo de nova york, formado em 1992. Cores: Amarelo e preto. Logo quadrado. Meios de divulgação: rádios e instagram. Com um símbolo minimalista e facilmente identificável, podendo ser estilizado para cada membro do grupo.

Pontos Positivos: Minimalista

Pontos Negativos: Muito similar ao símbolo já conhecido do personagem Batman

Pontos Interessantes: Pode ser adaptada para cada membro do grupo



Figura 33 - Logo do grupo

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/74450200074804875/>

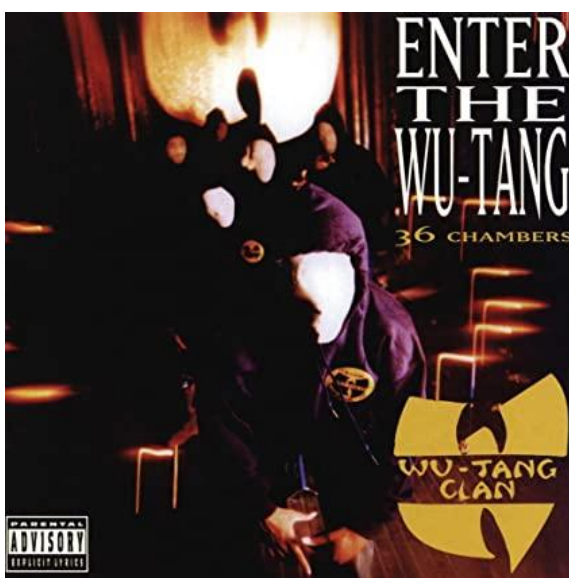


Figura 34 - Capa do álbum

Fonte: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/d/d1/Enter_the_Wu-Tang.jpg

Cone crew: Grupo formado no Recreio dos Bandeirantes, Rio de Janeiro. Símbolo horizontal. Cores: Amarelo e preto, as vezes laranja. Divulgação: Mídias sociais. Símbolo icônico que representa exatamente o nome do grupo e traz elementos do grafite, assunto recorrente nas letras das músicas e parte da cultura urbana.

Pontos Positivos: Facilmente reconhecível

Pontos Negativos: Dificuldade na reprodução

Pontos Interessantes: Pode ser usado em muitas cores



Figura 35 - Logo do grupo

Fonte: <https://contrateartistas.com.br/wp-content/uploads/2018/02/Cone-Crew-Diretoria1.png>



Figura 36 - Capa do álbum

Fonte: <https://www.vagalume.com.br/conecrewdiretoria/discografia/bonde-da-madrugada-parte-1.webp>

Recayd mob: Coletivo de rap criado em São Paulo, 2016. Logo horizontal. Cores: Preto e roxo. Divulgação: Mídias sociais. A ausência de símbolo deixa uma lacuna no quesito identidade, utilizando diversas fontes diferentes, se obtém resultados parecidos, logo, a logo não é tão associada ao grupo.

Pontos Positivos: Cores condizentes com a proposta do grupo

Pontos Negativos: Não há uma logo específica

Pontos Interessantes: Tipografia diferenciada



Figura 37 - Logo do coletivo

Fonte: https://pbs.twimg.com/profile_images/1283902239409668097/uMI9Bv_a_400x400.jpg



Figura 38 - Capa do álbum

Fonte: <https://studiosol-a.akamaihd.net/uploadfile/letras/albums/7/2/2/d/622331519310032.jpg>

Asap mob: Coletivo formado em 2006 na cidade de Nova York. Cores: Preto e branco. Divulgação: Mídias sociais. Uma logo monocromática, um dos principais aspectos positivos é a facilidade de aplicação em diversos fundos, com inúmeras cores.

Pontos Positivos: Monocromático

Pontos Negativos: Símbolo genérico

Pontos Interessantes: Minimalista



Figura 39 - Logo do coletivo

Fonte: https://www.seekpng.com/png/detail/163-1630611_asap-mob-logo-pozitiv-asap-worldwide-logo.png



Figura 40 - Capa do álbum

Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Lords_Never_Worry

Racionais Mc's: Grupo de São Paulo, iniciado em 1988. Cores: preto e branco. Divulgação: rádio e mídias sociais. Houve uma mudança ao longo do tempo, hoje em dia o grupo utiliza uma logo menor e de mais fácil aplicação, porém não traz nenhum diferencial, sendo usado somente a letra R em fonte gótica.

Pontos Positivos: Facilmente identificável

Pontos Negativos: Ausência de símbolos

Pontos Interessantes: Fonte pouco utilizada



Figura 41 - Logo do grupo

Fonte: https://pbs.twimg.com/profile_images/1217784855368470531/epouecHA_400x400.jpg



Figura 42 - Capa do álbum

Fonte: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/thumb/3/36/Sobrevivendo_no_Inferno.jpg/220px-Sobrevivendo_no_Inferno.jpg

Public enemy: Formado em Nova York, no ano de 1982. Cores: Branco e preto. Divulgação: rádios e mídias sociais. Um símbolo que demonstra a proposta do grupo, que se baseia principalmente em ideias revolucionárias, a escolha monocromática facilita na hora de aplicação em qualquer superfície.

Pontos Positivos: Monocromático

Pontos Negativos: Há sobreposição de linhas

Pontos Interessantes: Ícone deixa explícito a ideia do grupo



Figura 43 - Logo do grupo

Fonte: <https://factmag-images.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2014/08/08153815/publicenemy-8.18.2014-616x365.jpg>



Figura 44 - Logo vertical

Fonte: <https://seeklogo.com/images/P/public-enemy-logo-B3A04C889D-seeklogo.com.png>

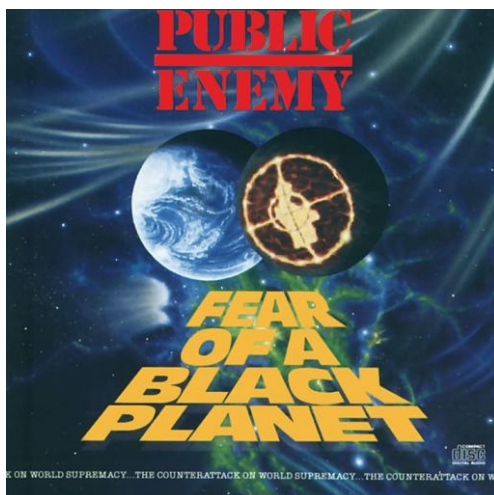


Figura 45 - Capa do álbum

Fonte: https://gringoscds.com.br/produtos/7518/20120830152427_public_enemy.jpg

Pro era: Coletivo oriundo de Nova York, formado em 2011. Logo vertical. Cores: Vermelho, preto e verde. Divulgação: Mídias Sociais. A logo carrega consigo o nome do coletivo, porém utiliza muitas cores, dificultando assim sua aplicação.

Pontos Positivos: Nome está dentro do logo

Pontos Negativos: Utilização de muitas cores, dificultando a aplicação

Pontos Interessantes: Estilização das fontes utilizadas



Figura 46 - Logo do coletivo

Fonte: https://cdn.shopify.com/s/files/1/0198/0812/files/logo-proera-darker_grande.png?v=1572635201



Figura 47 - Capa di álbum

Fonte: <https://images.genius.com/2daf59bcb3637555d0fa63cc7e593583.500x500x1.jpg>

Odd Future: Com residência em Los Angeles, Califórnia e criado em 2007, divulgação: mídias sociais. Cores: diversas. O símbolo transmite bastante a proposta

do coletivo em ser alternativo e se distanciar do senso comum em relação ao gênero hip hop, porém a utilização de mais de 2 cores diferentes dificulta sua aplicação.

Pontos Positivos: Logo com as iniciais do nome

Pontos Negativos: Muitas cores, dificulta a aplicação

Pontos Interessantes: Distancia do grafismo comum do hip hop



Figura 48 - Logo do coletivo

Fonte:

https://cdn.shopify.com/s/files/1/0040/6146/2626/files/OF_DONUT_LOGO_300x.png?v=1551744283

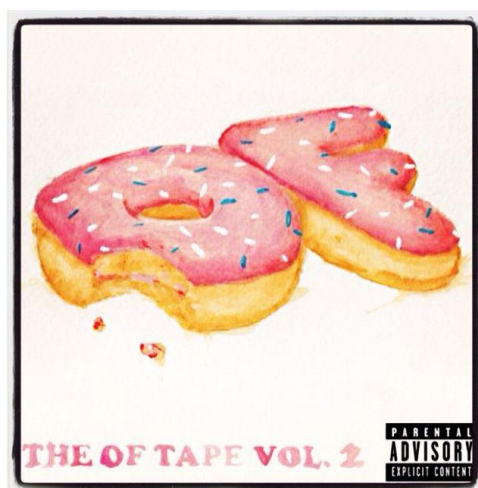


Figura 49 - Capa do álbum

Fonte: [https://encrypted-](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRI9JnHsUuhtvE8Tx56lvzbeJ1mzm8qYf2iieB8BJ4_UYneXvCM8t-O5ijg92JR33Ovwwc&usqp=CAU)

[tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRI9JnHsUuhtvE8Tx56lvzbeJ1mzm8qYf2iieB8BJ4_UYneXvCM8t-O5ijg92JR33Ovwwc&usqp=CAU](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRI9JnHsUuhtvE8Tx56lvzbeJ1mzm8qYf2iieB8BJ4_UYneXvCM8t-O5ijg92JR33Ovwwc&usqp=CAU)

Palmares: Grupo de rap Angrense formado em 2015, suas letras tratam sobre a realidade dos morros e sobre o estilo de vida dos adolescentes. Utilizam uma fonte fantasia como logo do grupo

Pontos positivos: Nome no logo

Pontos negativos: Pouca legibilidade

Pontos interessantes: Fonte utilizada não usual.

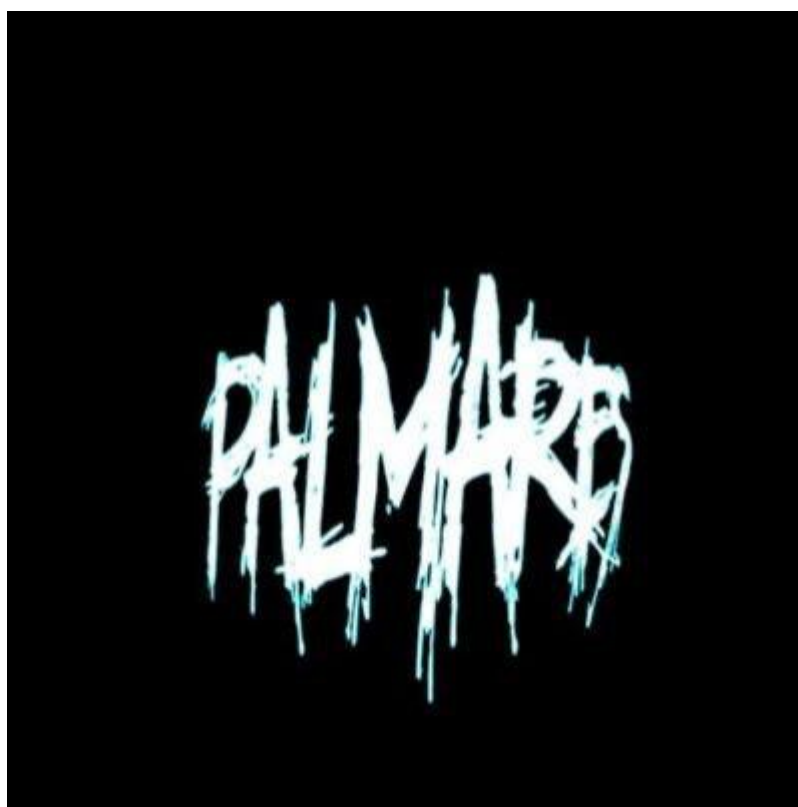


Figura 50 - Logo do grupo

Fonte: <https://web.facebook.com/palmares.plmrs>

3.2 Cartões Insight

Elementos do dia-a-dia	
Favela	Áreas do meio urbano, com condições precárias de moradia e habitadas pelas camadas baixas economicamente da sociedade
Pobreza	Realidade muito presente em todas as cidades do Brasil (país com uma das maiores diferenças sociais do mundo)
Escolas Públicas	Anísio Teixeira definia a escola pública como a raiz da

	democracia, estas são as principais (e por vezes as únicas) instituições de ensino em comunidades carentes
Asfalto	Um dos principais demonstrativos do avanço da modernidade das cidades
Madeirite	Madeira de baixa qualidade usada para auxiliar obras, porém muito utilizada como matéria prima para construção de barracos para a população abaixo da linha da pobreza
Cerveja	Bebida alcoólica que está entre as mais consumidas nos bares e restaurantes da cidade
Caixa d'água	Pelo motivo que muitas famílias não possuem renda para construções específicas para as caixas d'água, muitas ficam expostas a céu aberto
Churrasco de Domingo	Quase que religiosamente, domingo é dia de descanso e muito bem aproveitado para reunir os amigos
Gatos de rua	Assim como os cachorros, em todas as comunidades têm seus gatos que rondam a área
Café	Bebida tradicional Brasileira encontrada em quase todas as casa, padarias e bares
Projeto Habitacional	Projeto do governo para controlar e diminuir moradias irregulares, podemos citar como exemplos o Minha Casa Minha Vida e o Banco Nacional de Habitação
Bolsa Família	Por motivos de baixa renda, muitas famílias necessitam de uma ajuda do governo, feito com o uso do bolsa família
Escadão	Um dos principais meios de acesso aos morros, conhecido e presente em quase todas as comunidades
Becos/Vielas	Por causa das casas construídas de maneira irregular, pequenas ruas e alamedas foram criadas no meio dessas comunidades
Fliperama	Jogos eletrônicos muito comuns em vários estabelecimentos pelas ruas dos bairros

Quadro 1 - Cartões insight relacionados ao dia-a-dia das comunidades

Fonte: O Autor (2021)

Música	
Funk	Nascido do ritmo freestyle americano dos anos 80, hoje o funk é o principal estilo musical ouvido nas comunidades cariocas, com suas letras relatando a vivência, realidade e anseios da juventude
Dj Dennis	Dj pioneiro do funk no Rio de Janeiro, produziu diversas

	músicas consideradas clássicas do estilo
Menor do Chapa	Mc de funk do morro do Turano (bairro da Tijuca no Rio de Janeiro) conhecido por ser um dos pioneiros, o funkeiro canta principalmente sobre a realidade das comunidades e sobre o crime
Mc Galo	Mc da comunidade da Rocinha (zona sul do Rio de Janeiro) é um dos principais difusores do ritmo do funk na cidade, cantando sobre o dia a dia de sua
FP do Trem Bala	Dj da nova escola do funk que trouxe uma vertente nova ao estilo, conhecida como 150bpm (funk com ritmo mais acelerado)
Kevin O Chris	Mc da nova geração já considerado por compor alguns dos funks 150bpm de mais sucesso atualmente, seu tema principal é sobre curtir os bailes
Rennan da Penha	Dj adepto do 150bpm, promove diversos bailes funks pela cidade, movimentando a cultura periférica
Rap	Criado nos anos 70 nos Estados Unidos, o rap é hoje a maior voz das periferias no mundo inteiro sendo o estilo musical mais ouvido nas plataformas de streaming, em suma, o rap trata da realidade do jovem negro e da comunidade empobrecida que está relacionado
2Pac	Assassinado em 1996, o rapper americano é hoje considerado por muitos como o maior Mc de todos, suas letras relatavam a luta contra o racismo, preconceito e empoderamento de toda a comunidade
Racionais Mc's	O mais importante grupo de rap do Brasil, tendo Mano Brown como linha de frente do grupo, suas letras trazem mensagens da realidade das periferias de São Paulo de forma séria e agressiva
Marcelo D2	O rapper carioca que uniu o Hip-Hop e o samba, com linguagem mais malandreada, suas rimas são carregadas de críticas sociais e o modo de vida mais
MV Bill	Nascido na Cidade de Deus (zona oeste do Rio de Janeiro) o rapper traz a realidade violenta da comunidade em suas letras
Emicida	Com sua grande mensagem anti-preconceito, o rapper consegue trazer todo seu conhecimento de forma mais tranquila e de forma que deixa o ouvinte pensativo, além de ser um dos criadores da iniciativa Laboratório Fantasma
Pirâmide Perdida	Coletivo de rap do Rio de Janeiro é famoso na nova geração do estilo na cidade, relatando de forma mais debochada a realidade das ruas
Pagode	Vertente do samba, o pagode é um dos maiores símbolos culturais populares do Rio de Janeiro
Samba	Ritmo musical genuinamente brasileiro, é o maior símbolo cultural popular da cidade do Rio de Janeiro
Bezerra da Silva	Foi um famoso sambista carioca que fazia duras críticas sociais e cantava sobre o dia-a-dia do malandro, também foi famoso por defender a legalização da

	maconha
Zeca Pagodinho	Renomado sambista que canta de forma humilde a vida nos bairros periféricos do Rio de Janeiro
Dicró	Foi um sambista que relatava de forma bem humorada as vivências das periferias cariocas
Baile	Um dos principais eventos de lazer nas comunidades periféricas, dando voz para gerações de Mcs e atraindo jovens até mesmo de áreas mais nobres da cidade

Quadro 2 - Cartões insight relacionados a Música

Fonte: O Autor (2021)

Cultura	
Cultura Afro	Com o fim da escravidão, muitos negros se viram obrigados a criar suas residências nas atuais favelas, levando consigo toda sua cultura para estes locais
Dreadlocks	Com origem africana, os dreadlocks são estilos de cabelo que ficaram famosos por serem utilizados por culturas Rastafári, trata-se de tranças emaranhadas no cabelo, se tornaram ícones e hoje são utilizados como forma de liberdade
Tranças Nagô	Tranças no cabelo com origens africanas com diversas variações e cada um com um significado, hoje em dia são utilizados basicamente como estilo e moda
Corte do Jaca	Corte de cabelo que ficou famoso na cidade do Rio de Janeiro, nesse corte é comum ter o cabelo bem baixo e com alguns desenhos feitos na navalha
Cabelo Black Power	Nos tempos da escravidão, os negros eram obrigados a terem seus cabelos raspados, o black power é o oposto a isso, deixando explícito a liberdade e auto afirmação da cultura negra
Religiosidade	A religião está agregada a cultura brasileira desde a chegada dos europeus e se faz muito presente em comunidades, principalmente as religiões cristãs e de matriz africana
Crucifixo	Principal símbolo da religião cristã, sua imagem é muito utilizada nos dias de hoje até por aqueles menos apegados a crença
Gírias	Em todos os locais, a cultura influencia diretamente no modo de se expressar, criando até mesmo termos de linguagem própria (ex. mec, tega, bradoque...)
Pipa	Diversão de crianças em todo Brasil, sempre vista nas comunidades
Tradição	Assim como em todo o país, as comunidades carentes carregam anos de tradições e costumes
Família	Muito além de laços de sangue, toda a comunidade se vê como uma grande família
Humildade	As comunidades mais empobrecidas vivem e reconhecem esse sentimento próprio
Sinuca	Clássico jogo de mesa visto em diversos

	estabelecimentos como forma de recreação para pessoas de várias idades
--	--

Quadro 3 - Cartões insight relacionados a Cultura

Fonte: O Autor (2021)

Moda	
Camisa Larga	Um dos estilos de rua mais conhecido, jovens com camisas maiores que seu número
Boné	Beirando a unanimidade, o uso do boné é quase obrigatório para qualquer look para se estar na moda
Nike	Grife esportiva mundialmente famosa se tornou item de moda quase obrigatório nos estilos de rua
Adidas	Principal concorrente da Nike, a marca tem sua forte influência no mundo da moda urbana
Puma	Criada pelo irmão do criador da marca Adidas, a Puma se tornou presente nas ruas principalmente pelos seu modelos de tênis
Corrente de Ouro	Sinal de riqueza e ostentação, cordões grandes demonstram status na cultura
Óculos Juliet	Óculos da marca Oakley famosos pelas lentes coloridas e espelhadas, dos anos 2000 em diante foi usado em larga escala
Bandana	Muito utilizada nos EUA, a bandana foi adotada por algumas culturas de <i>streetwear</i> aqui no Brasil

Quadro 4 - Cartões insight relacionados a Moda

Fonte: O Autor (2021)

Design	
Cor Preta	A cor preta consiste na cor mais escura de todo o espectro das cores e simboliza respeito, luxo e sofisticação
Grafite	Forma de expressão artística dos centros urbanos, refletem críticas sociais e a ousadia da cultura de rua
Tons de Cinza	A cor cinza significa neutralidade, elegância, sofisticação e ausência de emoção. Por ser uma cor neutra, o cinza não tem nas suas características a capacidade de estimular ou tranquiliza, além de representar o metal e concreto em “a cidade cinza”
Basquiat	Artista americano famoso por trazer o neo-expressionismo, começou suas obras nas ruas como grafiteiro
Gêmeos (grafiteiros)	Dupla de irmãos grafiteiros, seus desenhos ficaram

	famosos mundialmente e chegaram a fazer a arte do avião da seleção de futebol na copa de 2014
Kobra (grafiteiro)	Grafiteiro famoso por sua utilização de cores muito diferenciada, é o autor do maior grafite do mundo, localizado no porto maravilha (centro do Rio de Janeiro)
Mag Magrela (grafiteira)	Uma das principais grafiteiras do país retrata em seus desenhos as mulheres e sua luta diária em um mundo machista
Marcelo Eco (grafiteiro)	Com reconhecimento internacional e traços bem originais, o carioca tem sua arte espalhada por toda cidade do Rio de Janeiro
Tatuagem	Forma de expressão muito comum em várias culturas pelo mundo, a tatuagem marca na pele vários tipos e estilos de arte

Quadro 5 - Cartões insight relacionados ao Design

Fonte: O Autor (2021)

Violência	
Glock	Pistola austríaca muito utilizada por criminosos no Rio de Janeiro, se tornou símbolo por seu poder de fogo
Parafal	Fuzil brasileiro de fogo sequenciado, pelo fácil acesso se tornou comum nas mãos de traficantes
Ak-47	Fuzil automático russo, a arma mais utilizada no mundo por sua facilidade de manuseio, é símbolo nacional em vários países do oriente médio e amplamente utilizado pelo crime organizado do Rio de Janeiro
Colete a prova de bala	Símbolo de auto-defesa e proteção em um conflito bélico
Maconha	Uma das drogas mais usadas no mundo, vendida por baixo preço nas bocas de fumo, presentes principalmente em comunidades pobres
Cocaína	Droga pesada vendida primordialmente por traficantes de comunidades pobres no Brasil inteiro
Lança Perfume	Também conhecido como Loló, essa droga se tornou muito popular e é facilmente encontrada em bocas de fumo
Polícia	Força de segurança do governo, com atuação nas comunidades principalmente no combate ao tráfico de drogas
Caveirão	Carro blindado da polícia militar do Rio, entra em ação em operações mais complexas de repressão ao tráfico de drogas

Quadro 6 - Cartões insight relacionados a Violência

Fonte: O Autor (2021)

3.3 Critérios Norteadores

Segundo o livro metodológico do autor Maurício Vianna et. Al (2012), os critérios norteadores são os caminhos a serem trilhados no desenvolvimento da solução final, e advém de todos os dados já coletados até o momento. Esses critérios devem ser seguidos para que o projeto não fuja de seu objetivo principal, utilizando então as ferramentas conhecidas como REQUISITOS e RESRIÇÕES.

Requisitos são as necessidades a serem atendidas e contempladas pelo projeto, ou seja, o que não pode faltar na criação. Neste trabalho há a necessidade de dar visibilidade e representatividade das comunidades periféricas, esses requisitos são:

- Incluir elementos do dia-a-dia dos músicos (microfones e fones de ouvido)
- Utilizar a cor preta
- Ser minimalista
- Fonte textual de fácil legibilidade
- Utilizar as cores relacionadas ao assunto estudado (presentes nos cartões insight)
- Unir a arte do grafite com a realidade do ambiente urbano

Já as Restrições são definidas como os padrões a não serem seguidos sobre o que pode ser feito no projeto, diretrizes invariáveis e limitadoras para que a solução atenda as demandas necessárias.

- Não ser multi colorido
- Não utilizar a cor rosa
- Não ser apenas texto (para a logo principal)

4. Ideação

Após a análise de todas as pesquisas feitas sobre o assunto, os dados apontam que possuir uma imagem para sua auto promoção é essencial. Visando essa melhora na divulgação, este projeto vai trabalhar as técnicas descritas na obra de Viana et. al (2012), que auxiliam na criação de ideias, como brainstorming e cardápio de ideias.

Ideação como o próprio nome já sugere é a etapa em que as ideias são criadas, toda as funções (estética, prática e simbólica) do produto final são definidas neste momento. Em relação a este trabalho de conclusão de curso (TCC) o caminho a ser seguido será de avaliações das ideias dos próprios membros do coletivo MF Rec juntamente com as marcas de grupos já existentes e reconhecidos dentro de toda a indústria musical do rap.

4.1 Painel Semântico

Neste projeto foi buscado os elementos que compõe não só o dia-a-dia das comunidades, como também elementos que fazem parte da cultura hip hop como um todo, desde equipamentos técnicos até símbolos estéticos.

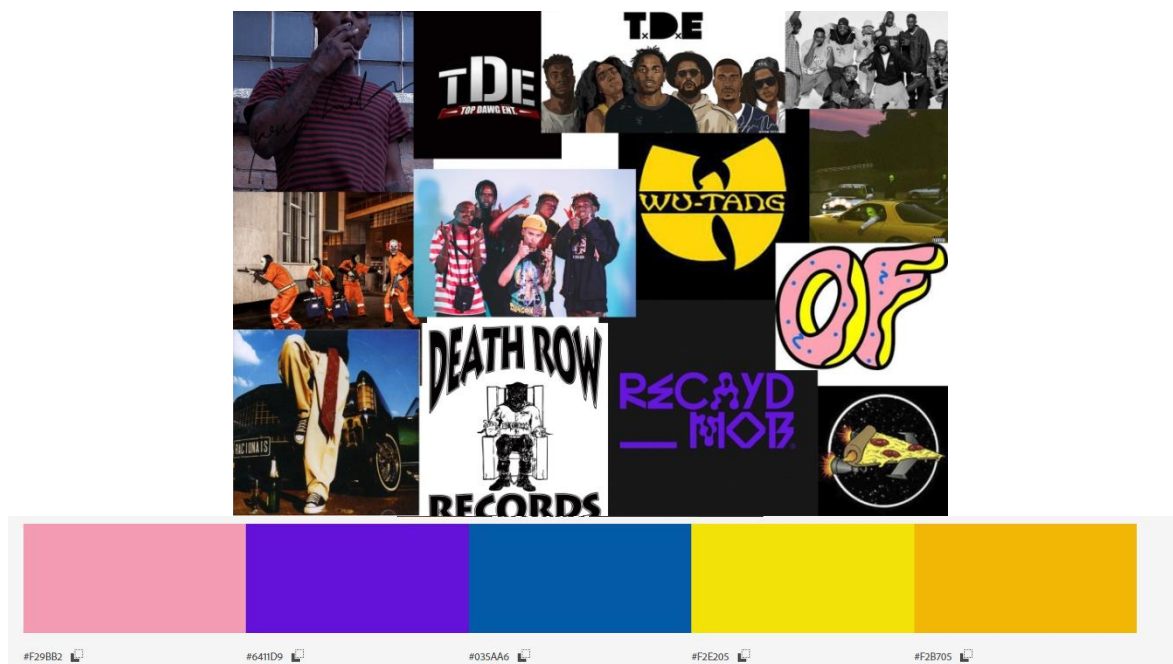


Figura 51 - Painel Semântico referente a coletivos de hip hop e sua paleta de cores

Fonte: O Autor (2021)



Figura 52 - Painele semântico referente a coletivos de hip hop e sua paleta de cores

Fonte: O Autor (2021)



Figura 53 - Painele semântico referente a tipografia

Fonte: O Autor (2021)

4.2 Geração de Alternativas

Para chegar a um denominador comum, diversas formas para a marca foram rascunhadas, baseadas nas informações obtidas com pesquisas e reuniões com o grupo, até chegar em uma logo que fosse do agrado dos clientes.

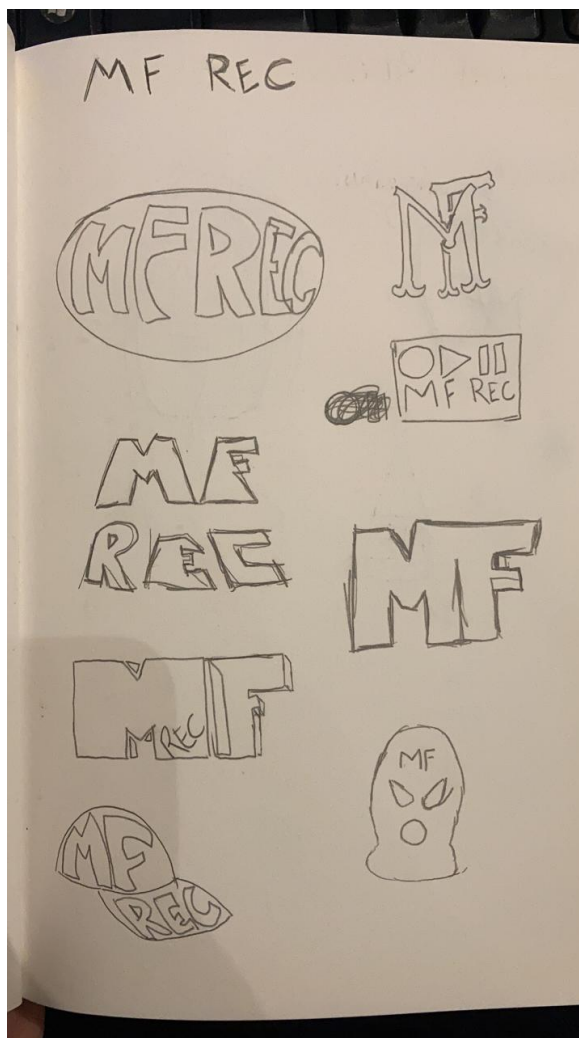


Figura 54 - Primeiros rascunhos de alternativa

Fonte: O Autor (2021)

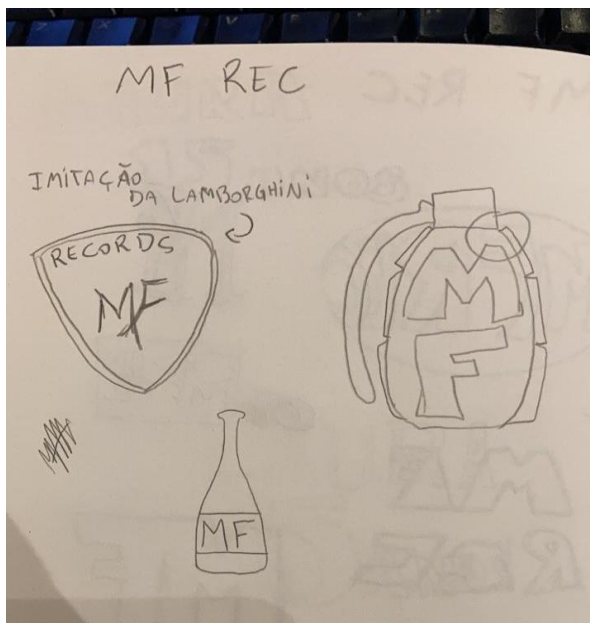


Figura 55 - Outras alternativas rascunhadas

Fonte: O Autor (2021)

Depois de elaborada as alternativas, elas foram enviadas ao Coletivo para que eles avaliassem. Das alternativas propostas, duas chamaram mais a atenção dos clientes, dessas escolhas se sobressai a ideia anteriormente citada sobre o requisito de uma marca minimalista, porém nenhuma das duas acrescenta dos elementos pedidos nos requisitos, sendo assim, alterações foram necessárias.



Figura 56 - Rascunhos escolhidos (imagem enviada via whatsapp)

Fonte: O Autor (2021)



Figura 57 - Marca final acrescida de elementos requisitados

Fonte: O Autor (2021)

Com o rascunho final definido, chegou o momento de vetorizar, ou seja, tirar do papel e transformá-lo em uma arte digital que pode ser aplicada em diversos tipos de mídias, tanto digitais quanto mídias físicas, peças de roupa e adesivos.



Figura 58 - Logo finalizada e digitalizada

Fonte: O Autor (2021)

5. Manual da Marca

O manual da marca condensa todas as informações a serem seguidas para aplica-la nas mais diversas situações, como por exemplo, postagens em redes sociais, álbuns do coletivo e banner de eventos. Estão descritos nesse manual a redução mínima para a marca, a área de segurança, a tipografia, as cores alternativas (baseadas na palheta do painel semântico) e os elementos que compõem o logo.



Figura 59 - Capa do manual da marca

Fonte: o autor (2021)



Figura 60 - Elementos que compõe a marca

Fonte: o autor (2021)



Figura 61 - Representações da marca

Fonte: o autor (2021)



Figura 62 - Grid da marca

Fonte: o autor (2021)



Figura 63 - Área de segurança

Fonte: o autor (2021)



Figura 64 - Código de cores

Fonte: o autor (2021)



Figura 65 - Cores alternativas

Fonte: o autor (2021)



Figura 66 - Redução mínima

Fonte: o autor (2021)



Figura 67 - Tipografia institucional

Fonte: o autor (2021)



Figura 68 - Aplicação em camisa preta

Fonte: O Autor (2021)



Figura 69 - Aplicação em camisa branca

Fonte: o autor (2021)



Figura 70 - Aplicação da marca em boné



Figura 71 - Aplicação da marca em postagem de facebook

Fonte: o autor (2021)



Figura 72 - Aplicação em capa de facebook

Fonte: o autor (2021)

6. Conclusão

Segundo os dados recolhidos acerca do movimento cultural do hip hop e das condições sociopolíticas da cidade de Angra dos Reis, o coletivo musical MF Rec carecia de uma imagem própria para se apoiar, divulgar e ser reconhecido, tanto em eventos físicos como shows e apresentações, no meio digital por meio de redes sociais e outras mídias de divulgação como também em trabalhos do grupo, como por exemplo capas de álbuns e singles.

Essa marca foi desenvolvida de acordo com as referências do universo do rap e dos gostos pessoais do próprio grupo, diversificado por meio de símbolos pré-estabelecidos dentro do meio musical e de experiências próprias dos artistas membros. Assim alcançando a satisfação dos clientes que escolheram a dedo as alternativas criadas e incluindo também mudanças propostas pelos mesmos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Felipe. Tipografia. **Tipografia**, [S. l.], p. 1-1. Disponível em: <https://www.infoescola.com/design-grafico/tipografia/>. Acesso em: 18 maio 2020.

BANKSY: Biografia. São Lourenço - MG. Disponível em: <https://www.guiadasartes.com.br/banksy/biografia>. Acesso em: 18 maio 2020.

BANKSY. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.banksy.co.uk/out.asp>. Acesso em: 18 maio 2020.

BASQUIAT. [S. l.], 5 jun. 2005. Disponível em: <https://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/basquiat/>. Acesso em: 18 maio 2020.

DIMONA. Conheça 5 possibilidades na hora de estampar uma camiseta: Camiseta. *In: Conheça 5 possibilidades na hora de estampar uma camiseta: Camiseta*. Rio de Janeiro, 5 fev. 2015. Disponível em: <https://blog.camisadimona.com.br/2015/02/05/conheca-5-possibilidades-na-hora-de-estampar-uma-camiseta/>. Acesso em: 21 out. 2020.

EDUCA MAIS BRASIL (Brasil). GRAFITE (ARTE URBANA): Manifestação cultural vista nas ruas. **GRAFITE (ARTE URBANA)**, [S. l.], p. 1-1. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/artes/grafite-arte-urbana>. Acesso em: 18 maio 2020.

FERREIRA, Amanda. **Conheça o lettering, a arte de desenhar letras que encanta com a delicadeza**: Ele está na parede, em canecas, quadros e no que mais a imaginação mandar. O lettering, técnica que consiste em desenhar letras e mensagens, tem conquistado adeptos mundo afora. [S. l.], 8 jul. 2018. Disponível em:

https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/revista/2018/07/08/interna_revista_correio,693328/conheca-o-lettering-a-arte-de-desenhar-letras-que-encanta-com-a-delic.shtml. Acesso em: 1 jun. 2021.

FLEMING, Alex. A IMPORTÂNCIA DO GRID NO DESIGN GRÁFICO E MAIS DE 60 REFERÊNCIAS: A importância do grid no design gráfico é algo que todo mundo sabe, mas nem sempre se usa. Aqui você vai entender um pouco mais sobre o grid, essa tão amada e fundamental técnica do design.. *In: A IMPORTÂNCIA DO GRID NO DESIGN GRÁFICO E MAIS DE 60 REFERÊNCIAS*: A importância do grid no design gráfico é algo que todo mundo sabe, mas nem sempre se usa. Aqui você vai entender um pouco mais sobre o grid, essa tão amada e fundamental técnica do design.. Brasil, 3 jul. 2018. Disponível em: <https://designcomcafe.com.br/importancia-do-grid-no-design-grafico/#:~:text=A%20import%C3%A2ncia%20do%20grid%20no%20design%20gr%C3%A1fico%20%C3%A9%20fundamental.,manter%20as%20coisas%20em%20ordem>. Acesso em: 3 nov. 2020.

FOGG, Marnie. Tudo Sobre Moda/ editora geral: Marnie Fogg. Tradução Débora Chaves, Fernanda Abreu, Ivo Korytowski - Rio de Janeiro: Sextante 2013 Tradução de: *Fashion: The Whole Story*. Copyright 2013. ISBN 978-85-7542-956-3

FRANCO, Danyllo. **O que é Kerning?**. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.des1gnon.com/2013/02/o-que-e-kerning/#:~:text=Kerning%20%C3%A9%20o%20processo%20de,a%20legibilidade%20de%20um%20texto>. Acesso em: 1 jun. 2021.

FUBU. [S. l.], 8 maio 2020. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/FUBU>. Acesso em: 18 maio 2020.

G1 SUL DO RIO (RJ). Angra dos Reis ocupa terceiro lugar no ranking de cidades com maior número de tiroteios do estado do Rio: Segundo informações do aplicativo "Onde Tem Tiroteio", município registrou 43 disparos no mês de maio.. **Angra dos Reis ocupa terceiro lugar no ranking de cidades com maior número de tiroteios**

do estado do Rio, Angra dos Reis, p. 1-1, 1 jun. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/sul-do-rio-costa-verde/noticia/2019/06/01/angra-dos-reis-ocupa-terceiro-lugar-no-ranking-de-cidades-com-maior-numero-de-tiroteios-do-estado-do-rio.ghtml>. Acesso em: 18 maio 2020.

GALDO, Rafael. Angra dos Reis é a 10^a do país em proporção de domicílios em favelas: Mais de 30% das casas do município estão em aglomerados subnormais. **Angra dos Reis é a 10^a do país em proporção de domicílios em favelas**, Angra dos Reis, p. 1-1, 21 dez. 2011. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/angra-dos-reis-a-10-do-pais-em-proporcao-de-domicilios-em-favelas-3494674>. Acesso em: 18 maio 2020.

GALEANO, Eduardo H., 1971 - As veias abertas da América Latina / Eduardo Galeano; tradução de Sergio Faraco.

– Porto Alegre, RS: L&PM, 2012. Tradução de: *Las venas abiertas de América Latina* ISBN 978.85.254.0755-9

HIP Hop Evolution. Direção: Darby Wheeler. Produção: Banger Films. Intérprete: Shad Kabango. Netflix: Netflix, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80141782>. Acesso em: 1 jun. 2021.

JUNIOR, Dalmir. **Anatomia tipográfica**. [S. l.], 27 fev. 2011. Disponível em: <https://designersbrasil.com.br/anatomia-tipografica/>. Acesso em: 1 jun. 2021.

LABORATÓRIO FANTASMA (SP). **QUEM SOMOS**: O que é o Laboratório Fantasma?. [S. l.],. Disponível em: <https://www.laboratoriofantasma.com/quem-somos>. Acesso em: 18 maio 2020.

LAROZZA, Felipe. "Xarpi", um registro histórico das pixações cariocas: O singular estilo carioca de pixo do final dos anos 70 até os anos 90 finalmente documentado.. **Fotos**, [S. l.], p. 1-1, 3 abr. 2017. Disponível em: https://www.vice.com/pt_br/article/aep9w8/xarpi-um-registro-historico-das-pixacoes-cariocas. Acesso em: 18 maio 2020.

LAUX, Cameron. Quem decide o que é tendência na moda 'streetwear'?. **Quem decide o que é tendência na moda 'streetwear'?**, [S. l.], p. 1-1, 23 mar. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/vert-cul-47297361>. Acesso em: 18 maio 2020.

MAIA, Simony. **Derek estréia como modelo da nova coleção "PIET x Rider EEU R-Next."**. [S. l.], 24 jan. 2020. Disponível em: <https://thehypestuff.com/estilo/derek-estreia-como-modelo-da-nova-colecao-piet-x-rider-eeu-r-next/>. Acesso em: 1 jun. 2021.

MEDICI, Cássio. Afinal, o que é streetwear?: Investigamos a fundo as origens do movimento, a utilização da palavra e a definição sobre o que é streetwear.. **Afinal, o que é streetwear?**, [S. l.], p. 1-1, 25 jul. 2018. Disponível em: <https://streetwearbr.com/2018/07/afinal-o-que-e-streetwear.html>. Acesso em: 18 maio 2020.

OLIVEIRA, Geise. Representatividade importa sim: moda como ferramenta de autoafirmação. **Congresso internacional sobre multiculturas memória e sensibilidade: Cenário da experiência cultural contemporânea**, Bahia, p. 1-12, 21 nov. 2018. Disponível em: <https://www3.ufrb.edu.br/eventos/4congressoculturas/wp-content/uploads/sites/19/2019/03/OLIVEIRA-Geise..pdf>. Acesso em: 18 maio 2020.

ONE Basquiat. [S. l.], 11 mar. 2018. Disponível em: https://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/one_basquiat. Acesso em: 18 maio 2020.

ROCHA, João Carlos. COR LUZ, COR PIGMENTO E OS SISTEMAS RGB E CMY. **COR LUZ, COR PIGMENTO E OS SISTEMAS RGB E CMY**, [S. l.], p. 1-19, 25 ago. 2010. Disponível em: <http://www.belasartes.br/revistabelasartes/downloads/artigos/3/cor-luz-cor-pigmento-e-os-sistemas-rgb-e-cmy.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2021.

SOARES, Rejane *et al.* **DIAGNÓSTICO DE SEGURANÇA PÚBLICA E SOCIAL DO MUNICÍPIO DE ANGRA DOS REIS: PROJETO DE EXTENSÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE**. Orientador: Prof. Dr. Fabiano Dias

Monteiro. 2018. 68 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado) - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE, Angra dos Reis, 2018. Disponível em: <http://iear.uff.br/wp-content/uploads/sites/232/2019/09/DIAGN%C3%93STICO-DE-SEGURAN%C3%87A-P%C3%9ABLICA-E-SOCIAL-DE-ANGRA-DOS-REIS-21-05-1.pdf>. Acesso em: 18 maio 2020.

TERRA (SP). Criada por escritor, grife vira símbolo da periferia de SP: Ferréz conta como fez da marca de roupas 1 da Sul uma fonte de renda e de orgulho para a população do bairro do Capão Redondo. **Criada por escritor, grife vira símbolo da periferia de SP**, [S. l.], p. 1-1, 22 maio 2014. Disponível em: <https://www.terra.com.br/economia/vida-de-empresario/criada-por-escritor-grife-vira-simbolo-da-periferia-de-sp,e1ae850e13026410VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>. Acesso em: 18 maio 2020.

TIPOGRAFIA. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/tipografia/>. Acesso em: 18 maio 2020.