

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS - UNIS
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
SARAH EMILY MÜLLER**

**YOUNGURBAN: a criação de um documentário sobre um projeto de moda
independente**

**Varginha
2018**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS - UNIS
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
SARAH EMILY MÜLLER**

**YOUNGURBAN: a criação de um documentário sobre um projeto de moda
independente**

.

Relatório de Produto Final apresentado ao curso de Jornalismo do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação do Prof. Me. Rafael de Almeida Moreira.

**Varginha
2018**

SARAH EMILY MÜLLER


YOUNGURBAN: a criação de um documentário sobre um projeto de moda independente

Relatório de Produto Final apresentado ao curso de Jornalismo do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel sob orientação do Prof. Me. Rafael de Almeida Moreira.

Aprovado em 10/12/2018



Prof. Me. Rafael de Almeida Moreira



Prof. Esp. Marco Antônio Leite



Prof. Dr.ª Terezinha Richartz Santana

Dedico este trabalho a todos aqueles que contribuíram com paciência e apoio e a todos que acreditam na criação de projetos por meio do amor ao que fazem.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família, aos professores que se tornaram amigos e parceiros, aos que tanto ensinaram a prática profissional e aos amigos e colegas, por terem apoiado todos os processos com tanta dedicação.

RESUMO

O presente trabalho propõe a criação do documentário *YoungUrban: a criação de um projeto de moda independente*, filme que pretende contar a história do criador e fundador Caio Santos de maneira a evidenciar as características e pretensões do projeto, que realiza ensaios fotográficos, desfiles e peças audiovisuais sobre moda. De maneira subjetiva o documentário, retrata os motivos, os ambientes, a trajetória e o perfil do personagem por trás das cores, roupas e montagens que o perfil do *Young* carrega, esclarecendo o que é ser *YoungUrban* e quais os motivos para a criação de uma ideia que tem como ponto principal a liberdade e a democratização do segmento. Documentar esse processo de evolução da construção de uma marca é o ponto de partida para refletir essas e outras questões, quais sejam: quem está por trás desses projetos; onde pretendem chegar; de onde vieram; de onde surge a ideia; quais as vontades e os desafios após o ponto de partida. Diante deste contexto, o presente relatório de produto final apresentará a descrição das etapas de pré-produção, produção e pós-produção do documentário.

Palavras-chave: Documentário. Jornalismo independente. Moda.

ABSTRACT

The present work proposes the creation of the documentary YoungUrban: the creation of an independent fashion project, a film that intends to tell the story of the creator and founder Caio Santos in order to highlight the characteristics and pretensions of the project, which performs photographic essays, parades and plays on fashion. Subjectively, the documentary portrays the motifs, the environments, the trajectory and the profile of the character behind the colors, clothes and montages that Young's profile carries, clarifying what it is to be YoungUrban and what are the motives for creating a idea that has as main point the liberty and the democratization of the segment. Documenting this process of developing brand building is the starting point for reflecting these and other issues, namely: who is behind these projects; where they intend to arrive; where they came from; where the idea comes from; what the desires and challenges are after the starting point. In this context, this final product report will present a description of the pre-production, production and post-production stages of the documentary.

Keywords: *Documentary film. Independent journalism. Fashion.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Câmera DSLR Canon Rebel T5i.....	18
Figura 02 – DJI Osmo + 4K.....	19
Figura 03 – Representação do Adobe Premiere Pro.....	21
Figura 04 – Representação do Adobe Premiere Pro.....	22
Figura 05 – Representação do grafismo no Adobe Premiere Pro.....	22
Figura 06 – Representação de imagens no Adobe Premiere Pro.....	23
Figura 07 – Representação de criação de vinheta no Adobe After Effects.....	23

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 O PROJETO YOUNGURBAN	12
3 YOUNGURBAN: UM DOCUMENTÁRIO PARTICIPATIVO	14
4 PRÉ-PRODUÇÃO	16
4.1 Roteiro	16
4.2 Equipe	16
4.3 Custos	17
5 PRODUÇÃO	18
5.1 Equipamentos	18
5.2 Locações	19
5.3 Captação de áudio e vídeo	19
5.4 Decupagem	20
6 PÓS-PRODUÇÃO	21
6.1 Edição	21
6.2 Inserção de grafismo digital (caracteres)	22
6.3 Finalização, efeitos especiais e vinhetas	23
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
REFERÊNCIAS	25
ANEXOS	26

1 INTRODUÇÃO

Registrar¹ um projeto como o *YoungUrban* tem como foco principal dissertar sobre a facilidade da criação de projetos independentes no contexto das redes sociais, abordando paixões do dia-a-dia de usuários e contando com a possibilidade de colaboração de outros indivíduos que acreditam no projeto e em seu processo criativo. Retratar isso de maneira documental é colocar-se a frente da percepção da migração para esses meios e da prática como diversão e amor pelas áreas de identificação do sujeito.

O documentário aconteceu de maneira envoltória. A importância da inserção no projeto, capturando expressões e sentimentos de quem se colocava frente às câmeras foi fundamental para a sua concretização. Sendo assim, o documentário não pretende mostrar a marca como protagonista, mas a união das pessoas em favor de seus *hobbies*, projetos, trabalhos e afins. Cada pessoa que participa do documentário e do projeto busca, por meio dele, exteriorizar uma parte de si e contribuir para que o seu trabalho esteja integrado, mas também objetiva usufruir da rede colaborativa e do nome que assina os editoriais de maneira completa.

O filme busca mostrar que no *YoungUrban* não há grandes burocracias, processos seletivos exigentes, admitindo a beleza a partir de vários olhares, e que aqueles que ali chegam pela primeira vez, sem experiência, sem contato profissional, podem e devem contribuir com aquilo que amam fazer, dando a abertura para a criação de portfólios, de experiência em áreas diferentes e oportunidades de realizar pequenos e grandes sonhos que envolvam o meio.

Gravar esses processos permitiu a abertura de novos conceitos sobre a moda, sobretudo a moda regional, porque nos leva a conhecer novas pessoas, profissões e produções. A moda, de maneira geral, é retratada de maneira comercial, tendo as roupas como ponto principal e ponto chave do que a permeia. Nesse caso, o documentário desafia o entorno: quem está envolvido em setores que capturam essa expressão; quem está por trás das roupas; o porquê das participações; o porquê de se disponibilizar em horários não-comerciais e em locais comuns para produzir algo sem retorno financeiro direto; ouvir aqueles que se colocam a disposição em maquiagem, em fotografia, em modelagem, e o que acrescenta a eles; qual seria o lucro nisso tudo; aonde querem chegar etc.

Todos esses pontos são fundamentais para captar a essência do projeto e para a análise a que o documentário se propõe. Traz, portanto, o sentimento dessas pessoas envolvidas pelo

¹ Para assistir o documentário acesse: <https://www.youtube.com/watch?v=ObBsETvQa2I>

pertencimento ao projeto e pela defesa de uma causa que poucos conhecem, que é a moda como eles vêm.

Os trabalhos geralmente criam limitações editoriais, artísticas e profissionais, que são sanadas, muitas vezes, com projetos independentes como o proposto aqui e, portanto, eles se tornam fundamentais para que sanem as lacunas que os meios tradicionais apresentam de forma imediata, como uma produção já pensada, montada e efetivada.

2 O PROJETO YOUNGURBAN

YoungUrban (“jovem urbano”) assina um projeto de moda independente criado nas redes sociais (*Instagram*) para abordar o assunto de modo inovador na região sul-mineira. Caio Santos é apaixonado por moda e comunicação desde sua infância, e uniu uma rede colaborativa de amigos de diversas áreas e talentos, que tem alguns pontos em comum. Dentre eles, destaca-se o amor pelo que fazem.

A proposta foge aos projetos de moda tradicionais envolvendo costura, publicações impressas e venda de produtos físicos, e abrange o posicionamento de influência, abordagem e dia-a-dia da moda na vida daqueles que acompanham o trabalho. A rede de amigos que produz conteúdos para o *YoungUrban* se diversifica entre profissionais do *visual merchandising*, produtores, fotógrafos, maquiadores, modelos, designers, *videomakers*, entre outros, além de pessoas comuns que têm o desejo de se expressar de alguma forma, e tenham interesses comuns com os da plataforma. A criação é o ponto de partida para trabalhos únicos e divergentes em equipe e forma.

O projeto assina o *slogan* “uma nova maneira de produzir”, por conciliar arte e moda, pensando de maneira sustentável, projetando ideias que façam da moda algo acessível, transformando pessoas comuns em modelos de destaque, ainda que fora dos padrões.

Hoje, a moda apresenta um processo mercadológico altamente padronizado, e as pessoas investem em *looks* pré-montados em vitrines e manequins, que seguem estereótipos projetados pela grande mídia, e os perfis de grandes seguidores se baseiam no comum, e não questionam os signos e expressões que as roupas passam. Não há, portanto, grandes pensamentos, criações e improvisos ao se vestir. Pelo contrário, antes de tudo, há medo e pré-julgamento em ser diferente ou expressar de forma livre outras maneiras de se vestir.

Baseando-se na plataforma e rede social *Instagram*, em cerca de 6 meses o projeto angariou mais de mil e quinhentos seguidores de maneira orgânica, e cada um dos seus ensaios são únicos e destoantes dos outros, envolvendo participantes diferentes, assim como marcas, cenários, profissionais e objetivos distintos, tornando assim a criação orgânica e ilimitada.

As referências de Caio são grandes marcas como *Channel* e *Vogue*, que servem de inspiração para a base criativa. Ele é quem fica responsável pela criação dos *looks*, cenários, marcas, participantes, logística e produção.

O público alvo do *YoungUrban* são “jovens de alma”, como Caio costuma dizer, envolvendo toda e qualquer pessoa que se considere jovem, criativo e sinta a necessidade de se expressar por meio do projeto, pretendendo quebrar regras quando o assunto é se vestir e

projetar personalidades e ideias. O chamado “jovem urbano”, tradução literal do nome do projeto, é justamente aquele que deseja expressar o seu jovem interior, independentemente da idade ou da fase da vida.

A marca é representada por uma banana, e tem como objetivo esclarecer que a moda pode ser algo simples como a fruta, orgânica e natural, dando vida a objetos como esse e atribuindo funções do cotidiano, por meio de fotos e ensaios. A logomarca surgiu dessa concepção de que a banana é um objeto democrático, de fácil acesso, que não envolve classes sociais, gêneros, faixa etária ou qualquer tipo de limitação, por ser comum na casa de todos, e ter sua própria casca como embalagem. Além disso, é uma fruta fácil para se comer em qualquer local e tem boas vitaminas. A metáfora agrega uma visão que se assemelha objetivo do projeto, que procura facilitar o contato com o público e tornar-se uma identidade visual sólida.

Embora o *YoungUrban* tenha surgido na “brincadeira”, apenas pela vontade de criar algo diferente para postagem, após alguns ensaios o projeto já contava com parcerias com grandes marcas como a “Melissa” e criava, portanto, um conjunto de divulgações entre desfiles, fotos, vídeos e conceitos com as peças da marca da coleção “*Family 2019*”.

3 *YOUNGURBAN*: UM DOCUMENTÁRIO PARTICIPATIVO

O documentário *YoungUrban* baseia-se no conceito do modo participativo segundo os tipos de Bill Nichols, inserindo o espectador dentro do ambiente e do cotidiano do processo de criação – objeto de estudo –, e como o mesmo se executa, se utiliza dessa maneira como uma forma narrativa para contar quem é o personagem e que fatos o levaram a então realização do *YoungUrban* – desfecho do documentário.

Dentro deste eixo comum, podemos afirmar que o documentário é uma narrativa basicamente composta por imagens-câmera, acompanhada muitas vezes de imagens de animação, carregadas de ruídos, música e fala (mas, no início de sua história, mudas), para as quais olhamos (nós espectadores) em busca de asserções sobre o mundo que nos é exterior, seja esse mundo coisa ou pessoas. Em poucas palavras, documentário é uma narrativa com imagens-câmera que estabelece asserções sobre o mundo, na medida em que haja um espectador que receba essa narrativa como narrativa sobre asserção sobre o mundo. (RAMOS, 2008, p. 22)

A importância de retratar esse processo de maneira documental está na possibilidade de utilizar o mesmo como instrumento para aproximar e contextualizar as pessoas que se identificam com a causa, com o tema, evidenciando oportunidades próximas e auxiliando na criação de novas percepções sobre o assunto, pois segundo Nichols (2005, p.27), “do documentário, não tiramos apenas prazer, mas uma direção também”.

A gravação desse processo se torna parcial perante o êxito mesmo que subjetivo, em confronto com a imparcialidade defendida pelo jornalismo, que entra em conflito na elaboração de documentários, já que os espectadores o associam a algo verossímil, uma vez que o mesmo é elaborado com vistas a retratar a realidade e a verdade presente no objeto.

A verdade, entretanto, é subjetiva, e cada indivíduo apresenta a defesa de um determinado ponto de vista. Entre os cineastas e produtores de conteúdo não é diferente. Segundo Bill Nichols (2012), cada documentário tem seu tipo de voz, e cada voz é como uma marca digital de determinada forma de ver o mundo histórico. O autor enfatiza seis tipos de vozes do gênero audiovisual documentário, sendo elas: a poética, a expositiva, a observativa, a participativa, a reflexiva e a performática.

Ao expor uma nova perspectiva sobre a moda, o documentário traz, de forma subjetiva, uma expansão do repertório individual de Caio Santos e dos profissionais que com ele atuaram, além dos pontos de vista e repertório individual do cineasta, elucidando formas de observação do meio: a moda como algo orgânico, inovação, signos e vivências, montados em looks e projeções, entre outros.

O modelo participativo utilizado em *YoungUrban* prevê a interação do cineasta em cena, para dar a sensação de como é estar naquele ambiente e, assim, esse tipo de documentário evidencia que a câmera interfere na realidade dos fatos, e se mostra presente naquele momento.

Há uma recusa da voz de “Deus” em *off*, utilizada pelo método expositivo, em que se privilegia a interação de pessoas no momento e local dos fatos, reduzindo a importância de convencimento do espectador. Nessas interações, há a história narrada pelo próprio personagem, declarando a trajetória e os porquês do projeto *YoungUrban*.

Modo participativo: enfatiza a interação de cineasta e tema. A filmagem acontece em entrevistas ou outras formas de envolvimento ainda mais direto. Frequentemente, une-se a imagem de arquivo para examinar questões históricas. Exemplos: *Crônica de um verão* (1960), *Solovetsky vlast* (1988), *Shoah* (1985), *Le chagrin et la pitié* (1970), *Kurt e Courtney* (1998). (NICHOLS, 2012, p. 62-63)

O documentário participativo surgiu na década de 1960 e, cujo próprio nome diz, tem como característica principal com a coparticipação do cineasta. O mesmo participa do documentário de maneira que obtenha experiência de estar em determinado acontecimento, levando o espectador a manter uma percepção da experiência do próprio. Esse tipo de documentário tem um risco a ser destacado: segundo Nichols (2012), tem de se tomar cuidado para que a participação não estrapele os limites e seja invasiva demais.

4 PRÉ-PRODUÇÃO

A pré-produção partiu do conhecimento do projeto e de seu criador, e da reflexão sobre o potencial analítico e informacional que o mesmo tem, além da participação ativa dentro do mesmo, para maior conhecimento e entendimento das bases que o lançaram.

Após observações, participações e conversas, foi montado um roteiro para registrar os processos de criação do mesmo e a escolha dos cenários. A montagem fez parte da construção da identidade que o documentário deveria passar.

A presença e o acompanhamento da trajetória fizeram com que o roteiro surgisse de forma natural, focado principalmente no primeiro dia do projeto, no qual toda a teoria e vontade foram colocadas em prática, dando sequência aos próximos ensaios que viriam.

4.1 Roteiro

O roteiro buscou evidenciar desde o perfil do criador do projeto até o desfecho da realização do *YoungUrban* na prática, envolvendo outros profissionais e diferentes pautas abordadas por meio de fotografias e desfiles, iniciando-se em seu primeiro ensaio, no início de 2017, até iniciar parcerias com grandes marcas nacionais em divulgações comerciais.

De maneira dinâmica e objetiva, a montagem da estrutura do documentário visou passar um plano geral desse processo criativo para os espectadores, para que os mesmos entendessem substancialmente as motivações do *Young*, e como ele saiu da ideia e sonho do personagem para a prática, demonstrando de forma simples os pilares necessários para executar algo da mesma espécie nas plataformas digitais e ações comerciais. Os pontos chave foram o dia que culminou a criação do projeto, de onde veio o nome *YOUNGURBAN*, envolvendo os participantes e tocando na essência do grupo.

4.2 Equipe

A presente autora foi responsável por estar no local, capturar as imagens, estar integrada no projeto, editar e finalizar o documentário. Nesse processo, a inserção se tornou cada vez mais constante, e os meios de captação se alteraram de acordo com as demandas e dias do projeto.

4.3 Custos

Assim como o propósito do projeto, não houve custos significativos para a produção. As mesmas foram realizadas com equipamentos próprios, parcerias para locações, figurinos, equipe e sem grandes deslocamentos e/ou outros gastos relevantes para análise.

5 PRODUÇÃO

A produção do documentário foi realizada entre janeiro de 2018 e novembro de 2018, registrando, portanto, um processo de crescimento e amadurecimento do *YoungUrban*, além do registro da diversidade de conteúdos produzidos pelo projeto e a variedade de profissionais e ideais envolvidos. As gravações envolveram, em seus primeiros meses, captações dos materiais que eram produzidos para as redes sociais (*Instagram*), e se findaram em registrar o dia-a-dia de Caio Santos, o fundador, trazendo proximidade e entendimento da consonância entre a parte profissional e pessoal do mesmo.

A produção não teve grandes equipamentos e/ou locações, e foi feita no estilo Glauber Rocha: “uma câmera na mão e uma ideia na cabeça”. A produção esteve presente em todos os locais que o *YoungUrban* realizou seus ensaios e desfiles e principalmente ativa junto à vida de Caio e ao mundo e pessoas ao seu redor.

5.1 Equipamentos

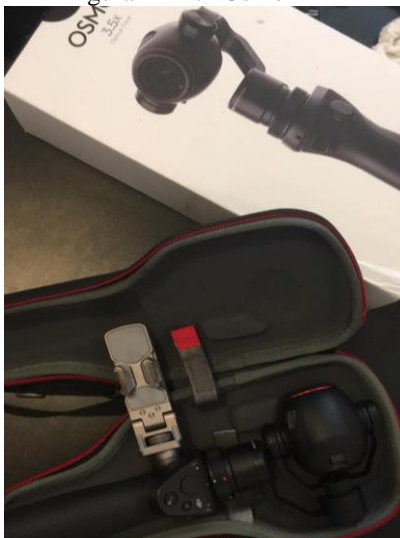
Foram utilizadas duas câmeras diferentes para a gravação dos vídeos, sendo uma DSLR Canon Rebel T5i e a outra uma DJI Osmo + 4K. A primeira foi usada em tripé, para as captações base do documentário, e foi utilizada para a maioria dos *takes*. A Osmo foi utilizada para imagens de movimento, já que possui estabilizador de imagem integrado e é feita e utilizada para imagens de ação. As gravações de áudio foram realizadas com o uso de microfones integrados das câmeras utilizadas e, na gravação de entrevistas, com microfone lapela Sony, que oferece melhor qualidade ao material.

Figura 1 – Câmera DSLR Canon Rebel T5i



Autor: A autora

Figura 2 - DJI Osmo + 4K



Autor: A autora

5.2 Locações

- Residência de Caio Santos – local onde o personagem principal reside. República Misturadão, localizada no bairro de Fátima na cidade de Varginha/MG. Possui 3 quartos, sala, cozinha, um banheiro e quintal. É o local onde foram gravadas cenas do cotidiano do Caio, entrevistas e primeiro ensaio do projeto *YoungUrban*.
- Alvarenga Maison – salão de beleza localizado no centro da cidade de Varginha. Foi cena do segundo ensaio do projeto, envolvendo partes de produção e fotografia.
- Todeschini Varginha – primeira parceria com uma marca da cidade. A loja foi cenário do maior ensaio produzido pelo *YoungUrban*, com vários modelos, artistas e fotógrafos. Toda a loja foi utilizada para cenários, envolvendo cozinha, salas, banheiros, quartos e afins (todos locais cenográficos para a venda dos móveis da marca).
- Shopping Via Café Garden – local onde o criador do projeto trabalha e foi produzido o desfile de maior destaque do *YoungUrban*, em parceria com as lojas Melissa e Youcom. O projeto fez o lançamento de uma das marcas pelo corredor do shopping da cidade.
- Área rural Varginha – cena para o ensaio “Reflexos de Eras”.
- Hotel Fênix Varginha – ensaio em parceria com Thibé Fotógrafo, para a contribuição de seu projeto. Última locação de gravação para o documentário.

5.3 Captação de áudio e vídeo

Toda a captação de áudio e vídeo foi realizada apenas pela produtora desse documentário, captando a princípio com uma Canon T5i e finalmente com uma Osmo 4k plus, com todo o processo de áudio ambiente dos equipamentos supracitados.

De maneira íntegra, o entrosamento contribui para o resultado e facilidade de acesso com a câmera sem restrições durante os ensaios, desfiles, entre outros. Poucas vezes foram utilizados tripés ou monopés, trazendo uma dinâmica para as filmagens e uma sensação de proximidade com os espectadores. *Takes* curtos e variando entre quadros abertos, meio plano e detalhes, dando uma geral em todo o processo do projeto, dinamizando e envolvendo quem assiste às imagens captadas.

5.4 Decupagem

O processo de decupagem iniciou-se com a separação por ensaios, organizando a timeline de maneira objetiva, desde o processo da criação, com início no quintal da casa do Caio. Essa ordem cronológica de decupagem favoreceu na percepção de crescimento e profissionalização do *YoungUrban*, facilitando a mostra dessa dimensão e as mudanças ao longo do período de gravação. Portanto, a decupagem foi separada em ensaios, e apenas a gravação da entrevista base com o criador do projeto ficou avulsa, pois é intercalada pelas cenas do dia a dia e dos ensaios.

6 PÓS-PRODUÇÃO

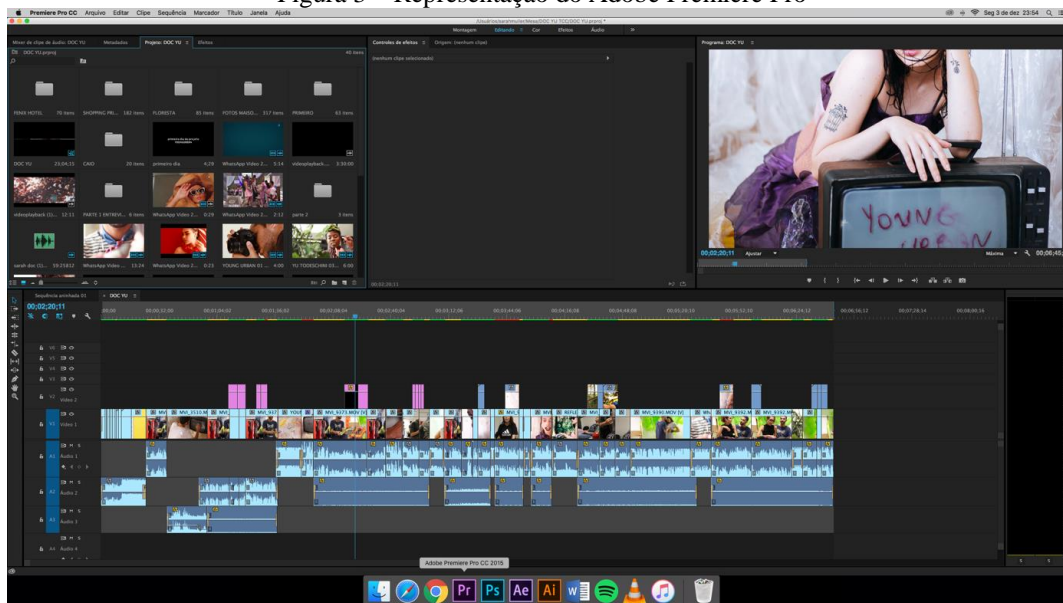
A pós-produção resultou no tratamento das imagens, nas suas colorações e enquadramentos. Também foi trabalhado tratamento do áudio, monitorando o mesmo para uma altura constante e confortável ao receptor (taxa de -6 decibéis de acordo com o software Adobe Premiere Pro). Além disso, questões como caracteres de identificação de sonoras, trilhas musicais para background e transições também foram inseridas.

6.1 Edição

A edição do *YoungUrban* foi realizada inteiramente no Premiere Pro, software do pacote Adobe, que permite agilidade e prestabilidade no serviço de edição. A edição se iniciou de maneira com que a base fosse a entrevista com o criador do projeto e, na sua voz, fosse apresentada toda a ideia e necessidade de criação do *YoungUrban*, em que foi criada apenas uma timeline onde, após os cortes dessa base (entrevista), seriam inseridas imagens de corte, trilhas e transições com imagens dos ensaios e outros registros do projeto.

Algumas transições foram realizadas no programa Adobe After Effects (também do pacote Adobe), possibilitando inserir maiores recursos para animação, modernidade e dinamicidade. Houve preocupação em manter o áudio em dois canais, com áudio limpo, tratado e nivelado. Houve também o tratamento de cores para padronizar a estética visual do documentário, sem perder a fidelidade ao que foi capturado.

Figura 3 – Representação do Adobe Premiere Pro



Autor: A autora

Figura 4 – Representação do Adobe Premiere Pro

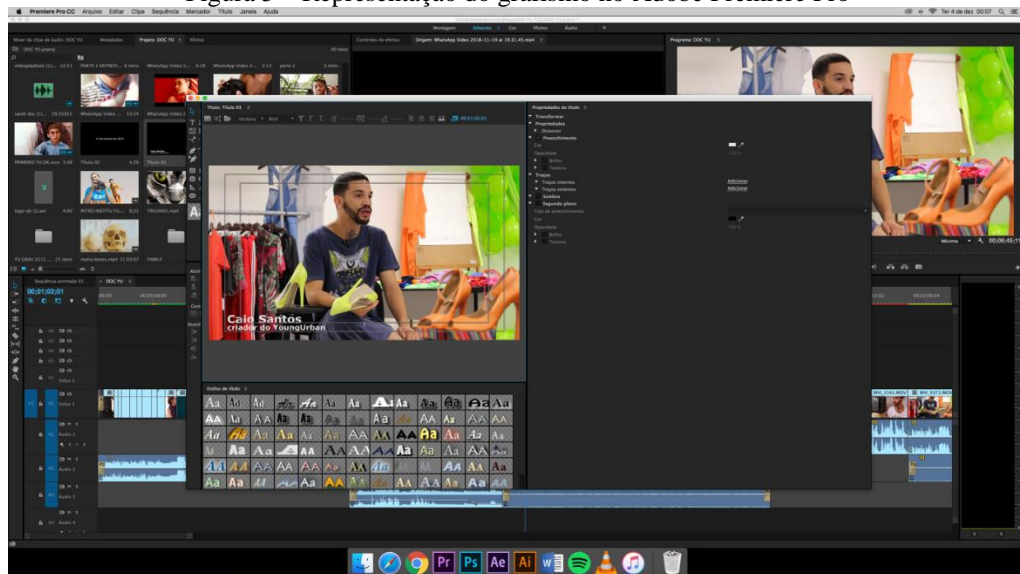


Autor: A autora

6.2 Inserção de grafismo digital (caracteres)

O grafismo foi criado totalmente dentro do programa Adobe Premiere pelo recurso de títulos do mesmo, acrescentado efeitos já disponíveis no software. Como o documentário contém a maioria de suas mensagens expressas por imagens, trilhas e clipes, os grafismos foram poucos se comparados a documentários mais teóricos. Neste caso, ele foi utilizado apenas para creditar os personagens inseridos.

Figura 5 – Representação do grafismo no Adobe Premiere Pro



Autor: A autora

6.3 Finalização, efeitos especiais e vinhetas

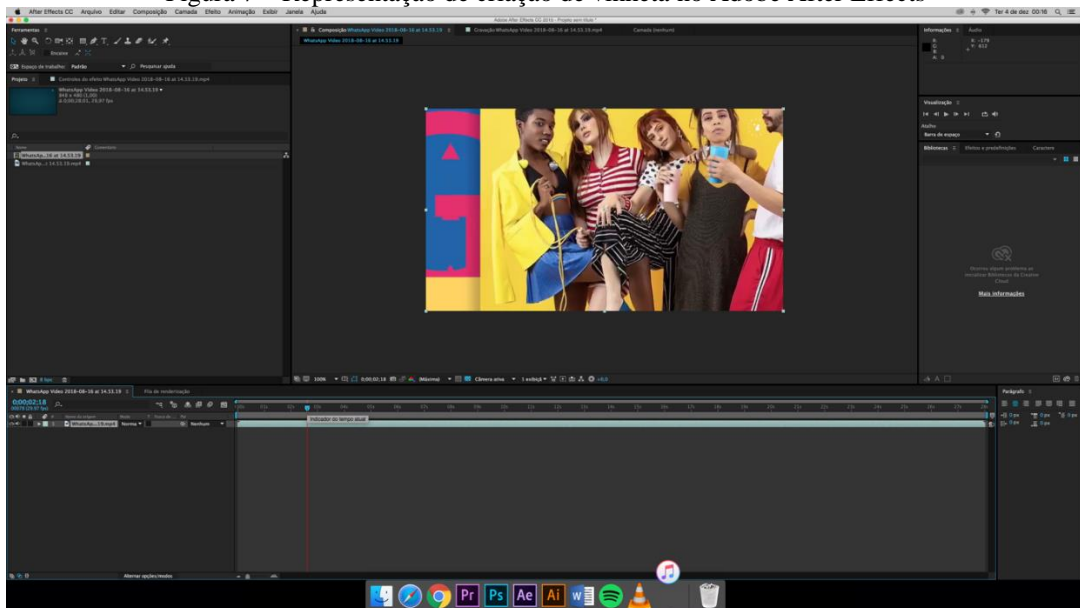
A finalização do documentário foi realizada na inserção de efeitos da própria plataforma do editor Adobe Premiere, com efeitos de colorização de imagens para padronizar a leitura visual, inserção de vinheta produzida em Adobe After Effects com animação de fotografias produzidas pelo projeto, além de efeitos de transição de vídeo e áudio, para que ficasse confortável a troca de ideias, momentos e captações para o espectador.

Figura 6 – Representação de imagens no Adobe Premiere Pro



Autor: A autora

Figura 7 – Representação de criação de vinheta no Adobe After Effects



Autor: A autora

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A crescente das redes sociais e das expressões artísticas por esse meio tornam essas plataformas objetos de estudo e de interesse da população, que cada vez mais consome esse tipo de conteúdo e se vê “presa” por horas e horas rodando as timelines, sendo “influenciados” por perfis e criações exibidas nas redes. Divulgar e mostrar as bases e processos do projeto *YoungUrban* faz com que o papel jornalístico se torne multifuncional e urgente, pois a produção de conteúdo, editorias e setores sempre pautados na mídia se expandem exponencialmente e, com isso, o acompanhamento de suas transições se torna cada vez mais necessário para análise e observação.

Capturar a crescente de um projeto independente demonstra a capacidade e a facilidade de um sonho se tornar real na internet. Caio Santos, apaixonado por moda desde criança, foge a regra de se envolver na costura e na busca de grandes mídias e cria seu próprio meio de expressão.

A moda se faz presente no mundo audiovisual e propõe àqueles que a seguem, a possibilidade de ser diferente, de inovar em meio a figurinos de brechós e frutas, de criar cenários em seu próprio quintal ou até mesmo de produzir desfiles de grandes marcas em centros comerciais.

É de suma importância analisar essa fluidez que, há poucos meses, separava amigos brincando em um quintal de uma responsabilidade frente a marcas que passaram a acreditar no projeto. Esse novo produto mercadológico nos faz ver a moda além dos pedaços de pano, e é um enorme aliada de redes como o *Instagram*, que hoje domina o mercado e o modo de consumo da internet.

Nesse movimento que acontece cada vez mais rápido, registros documentais se tornam peças-chaves para objeto de estudo, que auxiliarão, no futuro, na referência dessas transições analógico-digitais na direção de um ser humano cada vez mais conectado, que tem nas redes sociais uma extensão de si e de suas ideias/sonhos.

REFERÊNCIAS

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... o que é mesmo documentário?** São Paulo: SENAC, 2008.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao Documentário.** Trad. Mônica Saddy Martins. Campinas, SP: Papirus, 2005.

ANEXOS

**FOTOGRAFIA DO PRIMEIRO DIA DO PROJETO YOUNGURBAN –
EXEMPLIFICANDO A MAQUIAGEM NO DOCUMENTÁRIO – MODELO VINICIUS
ALVES.**



Autor: Guilherme Brasil

**FOTOGRAFIA DO PRIMEIRO DIA DO PROJETO YOUNGURBAN –
EXEMPLIFICANDO A MAQUIAGEM NO DOCUMENTÁRIO – MODELO MARÇAL
PARUCCI.**



Autor: Guilherme Brasil

**FOTOGRAFIA DO PRIMEIRO DIA DO PROJETO YOUNGURBAN –
EXEMPLIFICANDO A MAQUIAGEM NO DOCUMENTÁRIO – MODELO
POLLIANA LUCIANO.**



Autor: Guilherme Brasil

**FOTOGRAFIA DO PRIMEIRO DIA DO PROJETO YOUNGURBAN –
EXEMPLIFICANDO A MAQUIAGEM NO DOCUMENTÁRIO – MODELO MARIA
EDUARDA GALLO RIBEIRO.**



Autor: Guilherme Brasil

**FOTOGRAFIA DO PRIMEIRO DIA DO PROJETO YOUNGURBAN –
EXEMPLIFICANDO ENSAIOS REALIZADOS E FOTOGRAFIAS POSTADAS.**



Autor: Guilherme Brasil

**FOTOGRAFIA DO PRIMEIRO DIA DO PROJETO YOUNGURBAN –
EXEMPLIFICANDO ENSAIOS REALIZADOS E FOTOGRAFIAS POSTADAS.**



Autor: Guilherme Brasil