

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL  
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

DOUGLAS RODRIGO DA LUZ

**CATÁLOGO DE CARTAZES DE SHOWS DE  
PUNK ROCK EM CURITIBA DOS ANOS 1990 A 2012**

TRABALHO DE DIPLOMAÇÃO

CURITIBA  
2014

DOUGLAS RODRIGO DA LUZ

**CATÁLOGO DE CARTAZES DE SHOWS DE  
PUNK ROCK EM CURITIBA DOS ANOS 1990 A 2012**

Trabalho de Diplomação, apresentado à disciplina de Trabalho de Diplomação, do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial – DADIN – da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo.

Orientador: Prof. Kando Fukushima

CURITIBA  
2014

## **TERMO DE APROVAÇÃO**

### **TRABALHO DE DIPLOMAÇÃO Nº 575**

### **CATÁLOGO DE CARTAZES DE SHOWS DE PUNK ROCK EM CURITIBA DOS ANOS 1990 A 2012**

**por**

**DOUGLAS RODRIGO DA LUZ**

Trabalho de Diplomação apresentado no dia 10 de fevereiro de 2014 como requisito parcial para a obtenção do título de TECNÓLOGO EM DESIGN GRÁFICO, do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O aluno foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora:

Profa. Msc. Ivone Terezinha de Castro  
DADIN - UTFPR

Prof. Msc. Luciano Henrique Ferreira da Silva  
DADIN - UTFPR

Prof. Msc. Kando Fukushima  
*Orientador*  
DADIN – UTFPR

Profa. Msc. Maria Lúcia Siebenrok  
*Professora Responsável pela Disciplina TD*  
DADIN – UTFPR

**“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.**

À Sueli Moresco, que me guiou pelos melhores caminhos possíveis até aqui.

À Wilson da Luz, que com seu caráter e honestidade ajudou a fazer de seus filhos cidadãos de bem.

À Antônio José dos Santos, que com o pulso firme de um pai ajudou a formar meu caráter como homem e como cidadão.

## AGRADECIMENTOS

Serei eternamente grato aos meus pais, Wilson da Luz e Sueli Moresco, que sempre redobram seus esforços para que eu recebesse educação uma educação de qualidade.

Agradeço também às minhas irmãs Patrícia Juliane da Luz e Cristiane Eliza da Luz por me darem os melhores exemplos de comportamento durante a minha formação como pessoa.

À Antônio José dos Santos, meu padrasto, que representa a minha segunda figura paterna, me ensinando princípios cívicos e morais durante a adolescência.

À minha namorada Julia Bermudez, que me deu apoio incondicional em todos os momentos e incentivou o início desta pesquisa.

À todos os colegas de turma e professores que fizeram parte desta primeira etapa da minha vida acadêmica, trocando experiências e conhecimentos práticos, que contribuíram de forma significativa para a minha formação profissional até aqui.

Ao professor Kando Fukushima, que além de ministrar aulas de excelente qualidade durante o curso, orientou esta pesquisa. Seu empenho e paciência foram primordiais para que este trabalho atingisse seu objetivo com excelência.

À todos os profissionais de design com quem tive a oportunidade de trabalhar, pela constante troca de conhecimento prático acerca dos desafios da profissão.

Aos amigos que gentilmente concederam entrevistas acerca de sua experiência pessoal do assunto, que serviram de base para a pesquisa. São elas Wallace Barreto, Guilherme Mueller e Máximo Salomão. Às pessoas que contribuíram com seu acervo pessoal de cartazes e *flyers* impressos e virtuais, ou com informações valiosas acerca do tema: Dimas Gomes, Guilherme Mueller, Máximo Salomão, Neri da Rosa e Thiago Malinoski e Wallace Barreto. Agradeço também ao meu grande amigo Eduardo Moura, que cedeu em primeira mão a imagem utilizada na capa.

Mesmo a linguagem visual mais vigorosa torna-se inútil sem a habilidade de inserí-la num contexto palpável. (LUPTON; PHILIPS, 2008).

## RESUMO

LUZ, Douglas Rodrigo da. **Catálogo de cartazes de shows de *punk rock* em Curitiba dos anos 1990 a 2012**. 2014. 121 f. Trabalho de Diplomação - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

A presente pesquisa apresenta um estudo sobre os cartazes de divulgação de shows do gênero musical *punk rock* - e suas vertentes - dentre os anos de 1990 e 2012, na cidade de Curitiba. Aborda a estética utilizada pelos artistas gráficos na concepção das artes, os tipos de impressão (*stencil*, *offset*, serigrafia, *ransom note*, entre outros) e replicação e os meios de divulgação. Outra abordagem pertinente é o método de elaboração destes materiais: os instrumentos, a metodologia e as técnicas utilizadas, as limitações, as vantagens e desvantagens de cada método, dentre outras. Este estudo também identifica características comuns aos cartazes produzidos em outras épocas e em outras cidades do Brasil e do mundo. As conclusões deste estudo resultaram em um catálogo, no qual são apresentadas peças de diversos autores, apresentando uma breve descrição de cada uma.

**Palavras-chave:** Catálogo. Cartaz. *Punk rock*. Curitiba.

## **ABSTRACT**

LUZ, Douglas Rodrigo da. **Catalog of punk rock's concerts posters in Curitiba between 1990 and 2012**. 2014. 121 p. Trabalho de Diplomação - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

This research presents a study about the punk rock genre - and its variations - concerts disclosure posters, between the years 1990 and 2012, in Curitiba City. It talks about the aesthetic used by graphic designers in the art's conception, kinds of printing (stencil, offset, serigraphy, ransom note, among others) and replication and vehicles of communication. Another relevant approach is the method of preparation of these materials: instruments, methodology and techniques, limitations, advantages and disadvantages of each method, among other approaches. This study also identifies common characteristics of posters produced in other times and in other cities of Brazil and around the world. The conclusion of this study resulted in a catalog, which presents pieces by different authors, giving a brief description of each.

**Keywords:** Catalog. Poster. Punk rock. Curitiba.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - CHUCK BERRY .....	15
FIGURA 2 - ELVIS PRESLEY .....	15
FIGURA 3 - OS BEATLES .....	16
FIGURA 4 - THE ROLLING STONES .....	17
FIGURA 5 - JIMI HENDRIX .....	18
FIGURA 6 - DAVID BOWIE E O VISUAL <i>GLAM ROCK</i> .....	19
FIGURA 7 - SEX PISTOLS .....	20
FIGURA 8 - RAMONES .....	20
FIGURA 9 - METALLICA .....	21
FIGURA 10 - NIRVANA .....	22
FIGURA 11 - NOFX .....	22
FIGURA 12 - MATÉRIA SOBRE O <i>PUNK</i> PUBLICADA EM 1977 PELA REVISTA POP .....	24
FIGURA 13 - COLETÂNEA GRITO SUBURBANO .....	26
FIGURA 14 - CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DO FESTIVAL O COMEÇO DO FIM DO MUNDO .....	26
FIGURA 15 - <i>FLYER</i> DE DIVULGAÇÃO DO SHOW DA BANDA CARNE PODRE .....	28
FIGURA 16 - PRIMEIRO FESTIVAL <i>PUNK</i> DE CURITIBA .....	29
FIGURA 17 - SHOW DE <i>PUNK ROCK</i> NO AEROANTA .....	31
FIGURA 18 - ESPAÇO CULTURAL 92 GRAUS .....	31
FIGURA 19 - BANDA A-OK SE APRESENTANDO EM CURITIBA .....	33
FIGURA 20 - ENCARTE DO EP SKANK BLOC BOLOGNA (1978) .....	35
FIGURA 21 - CÓPIAS CASEIRAS DISTRIBUÍDAS PELAS PRÓPRIAS BANDAS ...	37
FIGURA 22 - EXEMPLO DE VISUAL E COMPORTAMENTO <i>PUNK</i> NO REINO UNIDO .....	39
FIGURA 23 - BANDA THE EXPLOITED, UMA DAS PIONEIRAS DO VISUAL <i>STREET PUNK</i> .....	40
FIGURA 24 - ELVIS PRESLEY (1956) E LONDON CALLING (1979) .....	42
FIGURA 25 - SUFFER (1988) E SURFER (2001) .....	42
FIGURA 26 - CAPA DO <i>SINGLE</i> GOD SAVE THE QUEEN (1977) .....	43
FIGURA 27 - ESTÉTICA <i>PUNK</i> EM MATERIAIS GRÁFICOS PRODUZIDOS ATUALMENTE .....	44
FIGURA 28 - FALHAS CONCEITUAIS GERADAS POR COMPUTADOR .....	45
FIGURA 29 - TIPOGRAFIAS DIGITAIS COM FALHAS CONCEITUAIS .....	46
FIGURA 30 - FOTOCÓPIA DE CARTAZ EM TAMANHO REDUZIDO .....	49

FIGURA 31 - PROJETO GRÁFICO POUCO CONDIZENTE COM O CONTEXTO .....	51
FIGURA 32 - CARTAZES <i>PUNKS</i> CRIADOS POR MEIO DE EDITORAÇÃO ELETRÔNICA .....	52
FIGURA 33 - PARTES DE UM LIVRO .....	55
FIGURA 34 - EXEMPLO DE ORGANIZAÇÃO DE DADOS .....	58
FIGURA 35 - MATERIAL DE APOIO PARA ORGANIZAÇÃO .....	59
FIGURA 36 - APANHADO DE IMAGENS RELACIONADAS AO PROJETO .....	60
FIGURA 37 - ETAPAS DO TRATAMENTO DAS IMAGENS .....	61
FIGURA 38 - CAPA DO LIVRO <i>THE ART OF PUNK</i> .....	66
FIGURA 39 - FOLHA DE GUARDA DO LIVRO <i>THE ART OF PUNK</i> .....	67
FIGURA 40 - EXEMPLAR DE SEPARADOR DO LIVRO <i>THE ART OF PUNK</i> .....	67
FIGURA 41 - PÁGINAS DE CONTEÚDO DO LIVRO <i>THE ART OF PUNK</i> .....	68
FIGURA 42 - CAPA DO LIVRO A ARTE DO ROCK .....	69
FIGURA 43 - FOLHAS DE GUARDA DO LIVRO A ARTE DO ROCK .....	70
FIGURA 44 - ÍNDICES DAS DUAS AMOSTRAS .....	70
FIGURA 45 - SEPARADORES DO LIVRO A ARTE DO ROCK .....	71
FIGURA 46 - CONTEÚDO DO LIVRO A ARTE DO ROCK .....	71
FIGURA 47 - FORMATO ABERTO HORIZONTAL .....	72
FIGURA 48 - FORMATO ABERTO VERTICAL .....	73
FIGURA 49 - PROPOSTA DE GRID MODULAR DE TSCHICHOLD .....	75
FIGURA 50 - ETAPAS “A” E “B” DE DEFINIÇÃO DO GRID .....	76
FIGURA 51 - ETAPAS “C” E “D” DE DEFINIÇÃO DO GRID .....	77
FIGURA 52 - ETAPA “E” E FORMATO FINAL DO GRID .....	77
FIGURA 53 - ESTUDOS DE GRID .....	78
FIGURA 54 - ESTUDOS DE TIPOGRAFIA DECORATIVA .....	80
FIGURA 55 - EFEITO RANSOM NOTE .....	81
FIGURA 56 - FONTE ESCOLHIDA PARA OS TEXTOS DECORATIVOS - CAPTURE IT E CAPTURE IT 2 .....	81
FIGURA 57 - TESTE DE FONTES PARA OS TEXTOS INFORMATIVOS .....	82
FIGURA 58 - FONTE ESCOLHIDA PARA OS TEXTOS INFORMATIVOS - KINGTHINGS TYPEWRITER 2 .....	82
FIGURA 59 - PALETA DE CORES UTILIZADAS NO PROJETO .....	83
FIGURA 60 - EFEITOS DE COLAGEM E MEIO-TOM .....	83
FIGURA 61 - EXPERIMENTAÇÕES DE SOBREPOSIÇÃO .....	84
FIGURA 62 - ALTERNATIVAS DE IMAGENS PARA SEREM UTILIZADAS NA CAPA .....	85
FIGURA 63 - IMAGEM ESCOLHIDA PARA A CAPA .....	85
FIGURA 64 - IMAGENS UTILIZADAS NA COMPOSIÇÃO DA CAPA .....	86

FIGURA 65 - RESULTADO FINAL DA CAPA .....	87
FIGURA 66 - FOLHA DE GUARDA .....	88
FIGURA 67 - PÁGINA DE ABERTURA .....	89
FIGURA 68 - ÍNDICE .....	90
FIGURA 69 - ÍNDICE .....	91
FIGURA 70 - INTRO .....	91
FIGURA 71 - INTRO .....	92
FIGURA 72 - SEPARADOR 1990-1995 .....	93
FIGURA 73 - SEPARADOR 1995-2000 .....	93
FIGURA 74 - SEPARADOR 2001-2005 .....	94
FIGURA 75 - SEPARADOR 2006-2012 .....	94
FIGURA 76 - PÁGINAS DE CONTEÚDO .....	95
FIGURA 77 - PÁGINAS DE CONTEÚDO .....	96
FIGURA 78 - PÁGINAS DE CONTEÚDO .....	96
FIGURA 79 - PÁGINAS DE CONTEÚDO .....	97
FIGURA 80 - EXTRAS .....	98
FIGURA 81 - ENDEREÇOS .....	99
FIGURA 82 - CRÉDITOS .....	100
FIGURA 83 - CRÉDITOS .....	101
FIGURA 84 - CÁLCULO PARA IMPRESSÃO DA CAPA .....	102

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>16</b>
2.1 O ROCK E O PUNK ROCK .....	16
2.2 O MOVIMENTO PUNK NO BRASIL .....	24
2.3 O MOVIMENTO PUNK EM CURITIBA .....	28
2.4 DO IT YOURSELF (DIY) NO PUNK ROCK .....	35
2.5 A ESTÉTICA PUNK .....	39
2.5.1 Visual e comportamento .....	39
2.5.2 Design gráfico .....	41
2.5.2.1 Iconografia .....	48
2.6 VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DO MOVIMENTO PUNK .....	49
2.6.1 Fanzines .....	49
2.6.2 Cartazes .....	50
2.7 DESIGN: UMA ABORDAGEM GERAL .....	53
2.7.1 Design gráfico e design editorial .....	54
2.7.2 Catálogo .....	55
<b>3 DESENVOLVIMENTO</b> .....	<b>57</b>
3.1 METODOLOGIA .....	57
3.1.1 Documentação .....	58
3.1.1.1 Coleta das amostras .....	58
3.1.1.2 Organização .....	59
3.1.1.3 Tratamento das imagens .....	62
3.1.2 Análise .....	63
3.1.3 Expressão .....	64
3.1.4 Conceito .....	65
3.2 ANÁLISE DE SIMILARES .....	66
3.2.1 The Art of Punk .....	67
3.2.2 A Arte do Rock .....	70
3.3 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL .....	73
3.3.1 Formato .....	73
3.3.2 Grid .....	75
3.3.3 Tipografia .....	79
3.3.4 Cores .....	83
3.3.5 Layout .....	84
3.3.6 Produção Gráfica .....	101
3.3.6.1 Miolo .....	101
3.3.6.2 Capa .....	102
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>103</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>104</b>
<b>GLOSSÁRIO</b> .....	<b>107</b>
<b>APÊNDICE A - ENTREVISTA COM WALLACE BARRETO</b> .....	<b>108</b>
<b>APÊNDICE B - ENTREVISTA COM GUILHERME MULLER</b> .....	<b>115</b>
<b>APÊNDICE C - ENTREVISTA COM MÁXIMO SALOMÃO</b> .....	<b>118</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Na metade da década de 1970, a massa de jovens marginais do Reino Unido resolveu se rebelar contra os padrões a que era exposta e oprimida diariamente. A falta de perspectivas futuras e o alto padrão social, intangível para a maioria, levaram a uma ruptura radical. Desta forma, ganhavam notoriedade nas ruas da cidade através de seus códigos visuais completamente inusitados e chocantes para a conservadora sociedade inglesa. O comportamento agressivo era reflexo da opressão, do autoritarismo e da monotonia. Já o *rock*, que em seu princípio era transgressor, inovador e contestador, se tornara um produto comercial de altíssima aceitação e rentabilidade, e se distanciava cada vez mais do que os jovens queriam ouvir. As bandas de sucesso na década de 70 eram repletas de virtuosismo e apelo visual. Ou seja, um estilo que inicialmente representava a rebeldia adolescente se tornara chato e pouco representativo. Este excesso levou a uma busca pelas raízes do *rock*: músicas mais curtas e elementares, letras mais simples e com caráter de protesto. O momento de insatisfação com a música e com o contexto social culminaram com o que viria a se chamar de “punk”.

No Brasil, durante o surgimento do *punk* na Europa, a MPB e outros estilos pouco atrativos para os jovens tomavam conta das rádios. Além disso, a ditadura militar vetava manifestações artísticas e culturais em várias esferas. Devido a dificuldade em se obter informações do que acontecia em outros continentes, o *punk* só chegou ao país depois da grande explosão de popularidade na Europa e nos Estados Unidos. Logo surgiam as primeiras bandas e, conseqüentemente, os primeiros materiais independentes. Em Curitiba, o movimento não demorou a se popularizar, embora tenha encontrado resistência por parte da sociedade curitibana.

Uma das principais características deste movimento é o que se conhece por *Do It Yourself (DIY)*, ou seja, “Faça Você Mesmo”. A negação dos padrões e a falta de recursos técnicos e financeiros são propulsores deste meio de ação que acabou por influenciar de forma significativa os rumos da música, da moda e do *design* contemporâneos. A estética *punk* foi construída basicamente neste preceito, adotando uma linguagem crua, ruidosa e chocante. Através dos materiais gráficos desenvolvidos sob esta linguagem, do surgimento até os dias atuais, nota-se o amadorismo fundamental e a perpetuação do código visual estabelecido ao longo dos anos. Os cartazes de shows podem ser associados a esta estética, uma vez que nos primeiros anos do *punk* eram produzidos por amadores e com processos essencialmente manuais, o que gerou peças gráficas bem características. Com a popularização da editoração eletrônica, as peças continuaram a ser produzidas desta forma, porém com maiores recursos, como a infinita variedade de imagens disponíveis na *internet* e a possibilidade de simulação de falhas conceituais, entre outros.

Curitiba é o berço de incontáveis bandas de *punk rock*, *hardcore*, *ska*, *psychobilly* e demais estilos que derivam ou tem alguma relação com a música *punk*. Neste sentido, a pesquisa registrada neste catálogo abrange os mais variados desdobramentos que a cena underground curitibana relacionada ao *punk* desenvolveu no intervalo de tempo de 1990 a 2012. O período contém o nascimento dos Pinheads e do 92 Graus, passando pelo expressivo crescimento do *psychobilly* e do *ska* durante os anos 90, a febre do *hardcore melódico* e a realização do Psycho Carnival, além do grande volume de eventos ocorridos durante os anos 2000. Esta grande movimentação denota que a cena *underground* nunca passou por um período ocioso ou improdutivo na cidade. Em consequência desta grande agitação, foi produzido um vasto material gráfico para a divulgação destes eventos, que inclui cartazes, *flyers*, folhetos e imagens digitais.

Esta pesquisa justifica-se pelo caráter de documentação dos cartazes em forma de catálogo, além de contribuir com um tema pouco explorado do *design* gráfico contemporâneo. As poucas referências encontradas durante a pesquisa denotam a deficiência de material teórico relacionado ao *punk*. O objetivo geral da pesquisa teórica é investigar a história e a estética *punk* como um todo, a fim de entender as decisões tomadas pelos autores na elaboração das peças. Para que este objetivo fosse alcançado, foi necessária uma pesquisa que passa por toda a história do *rock* (capítulo 2.1); pelo surgimento do *punk* no Brasil e seu desenvolvimento em Curitiba (capítulos 2.2 e 2.3); analisa conceitos básicos do *Do It Yourself* aplicados ao *punk rock* (capítulo 2.4); estuda as principais características da estética *punk* (capítulo 2.5); os principais veículos de comunicação do movimento (capítulo 2.6) e, por fim, explica alguns conceitos básicos relacionados ao *design* editorial (capítulo 2.7).

Depois de ter uma base teórica consolidada, o capítulo 3 explica a metodologia utilizada no processo de criação. Depois, parte-se para a análise de similares (item 3.2) e então para a geração de alternativas e suas respectivas decisões, como o formato, o *grid*, a tipografia e as cores (capítulos 3.3.1 a 3.3.4 respectivamente). Com todos estes aspectos definidos, parte-se para as decisões finais acerca do layout e o resultado final (capítulo 3.3.5). Fez-se necessária ainda a abertura de um item chamado Produção Gráfica (3.3.6), que contém informações mais detalhadas acerca da finalização do material. Os apêndices contém as entrevistas realizadas na íntegra, a fim de levar o leitor ao acesso de todas as informações utilizadas como referência.

O resultado desta pesquisa é um catálogo que contém representações de 200 peças gráficas entre cartazes, folhetos e *flyers* de divulgação juntamente com um pequeno descritivo de cada um. Este descritivo abrange basicamente o nome do evento, a data e o local onde ocorreram. Pequenos textos explicativos e curiosidades acerca de determinados eventos e épocas foram produzidos para algumas peças. As seções estão divididas da seguinte forma: Introdução; período de 1990 a 1995;

de 1996 a 2000; de 2001 a 2005; de 2006 a 2012; material extra e, finalmente, os endereços de onde ocorreram os eventos. Algumas informações, como tamanho original e autores, não foram levantadas devido a dificuldade em se investigar estas informações. Outro detalhe que vale ser mencionado é que alguns dos cartazes foram encontrados incompletos, por vários motivos, desde a perda de informações devido a resolução até o a digitalização de forma incorreta. Vale ressaltar também que esta pesquisa explora um panorama geral dos assuntos abordados, não sendo, assim, uma pesquisa extensiva.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo será apresentado um panorama geral dos assuntos relacionados ao projeto a fim de contextualizar os temas que o envolvem, como a história do *rock* e sua importância para a música, a moda e o comportamento; o movimento *punk* no Brasil e no mundo sob os pontos de vista cultural e social e, também; aspectos gerais sobre *design* gráfico e *design* editorial.

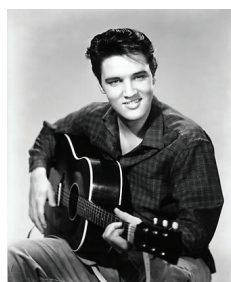
### 2.1 O ROCK E O PUNK ROCK

O estilo musical hoje mundialmente conhecido como *Rock and Roll* teve origem na década de 1950, período pós Segunda Guerra Mundial. Suas raízes provêm de vários estilos musicais predominantes nos Estados Unidos nesta época, como o R&B (abreviação para *Rhythm and Blues*), *Country Music* e *Jazz*. Além destes estilos, ainda na década de surgimento e no começo dos anos 60, inúmeros estilos influenciaram na formação da sonoridade, moda e comportamento do rock.

A insatisfação dos jovens com as opções culturais que lhes eram oferecidas pode ter sido o grande fator pelo qual o *rock* surgiu e conquistou tantos fãs no mundo todo. A procura por algo novo e fora dos padrões politicamente corretos impulsionou a indústria fonográfica norte americana, que até então só investia em artistas de grande nome. Com isso, selos e gravadoras menores começavam a se destacar investindo em artistas pouco conhecidos que hoje são considerados ícones do *rock and roll*, como Chuck Berry (Figura 1) e Elvis Presley (Figura 2).



**Figura 1 – Chuck Berry**  
Fonte: MTV (2013).



**Figura 2 – Elvis Presley**  
Fonte: THERICHEST (2013).



Kid Vinil considera que o ano de 1957 foi o que marcou o início da febre mundial do *rock*. Foi o ano em que as músicas de artistas como Jerry Lee Lewis, Buddy Holly, Fats Domino, Little Richard, Pat Boone e Elvis Presley dominaram os primeiros lugares nas rádios dos Estados Unidos e Inglaterra, consequentemente abrindo as portas para que estes artistas conquistassem milhares de fãs ao redor do mundo e conseguindo suas primeiras turnês mundiais:

“[...] As paradas de sucesso de 1957 foram dominadas pelo *rock and roll*. [...] já era um fenômeno mundial, não só em venda de discos, mas também em shows. Jerry Lee Lewis e Buddy Holly tocavam na Austrália, enquanto Bill Haley & His Comets [...] eram recebidos em Londres por milhares de fãs na Waterloo Station [...]” (VINIL, 2008, p. 23).

Ao mesmo tempo em que surgiam inúmeros outros artistas nos Estados Unidos embalados pela grande aceitação do público, a Inglaterra começava a revelar artistas e bandas dispostas a investir no novo estilo, já no começo dos anos 60:

“[...] depois de tantos anos produzindo cópias de Elvis [...], os ingleses resolveram reagir. Uma nova geração de roqueiros começou a aparecer fazendo shows em *dance halls* e clubes de *jazz*. Suas raízes musicais eram o *rock and roll* e o R&B americanos [...]” (VINIL, 2008, p. 38).

Foi nesta época, na cidade de Liverpool, que se formou uma das bandas que viria a ser considerada por muitos fãs como a melhor banda de *rock* do mundo: The Beatles (Figura 3). No começo da carreira, tocavam músicas dos até então consagrados artistas norte americanos Chuck Berry, Little Richard e Carl Perkins. No ano de 1962, após obter certo reconhecimento local, conseguiram um empresário e no ano de 1963 gravaram seu primeiro álbum de estúdio.



**Figura 3 – The Beatles**  
Fonte: DESPERDICESEUTEMPO (2013).

Um importante momento na história do *rock* foi o surgimento da Surf Music, representados com maior notoriedade pelo grupo vocal The Beach Boys. É deles o álbum *Pet Sounds* (1966), que segundo Kid Vinil, inspirou um dos álbuns de maior influência do *rock* e da música mundial batizado de *Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band* (1967), dos Beatles.

Durante o início dos anos 60, outro grande grupo se formava na cidade de Londres influenciados pelo *blues* e pelos artistas de *rock and roll* dos anos 50, The Rolling Stones (Figura 4). O encontro entre os “amigos de infância” Mick Jagger e Keith Richards aconteceu pelo “gosto em comum pelas músicas de Chuck Berry” (VINIL, 2008, p. 39).



Figura 4 – The Rolling Stones  
Fonte: LAVIAKESIA (2013).

Os anos 60 também foram marcados por estilos musicais de essência contestadora aos padrões. Estes novos conceitos agregaram novos elementos e mais virtuosismo ao *rock*. O *folk*, representado por Bob Dylan e Joan Baez, mais tarde viria a influenciar bandas norte americanas que se propunham a mesclar o *folk* com elementos do *rock*. Esta fusão ficou conhecida como *folk rock*.

Aproximadamente na metade da década de 1960, “a invasão inglesa marcou o início de uma nova era no *rock* americano, incentivando o aparecimento de bandas de garagem [...] e criando novos estilos” (VINIL, 2008, p. 61). Neste período aconteceram transformações significativas no modelo de sociedade norte americana com “a revolução sexual, a censura e o aparecimento da pílula anticoncepcional” (VINIL, 2008, p. 61). Esta sequência de acontecimentos e a sensação de liberdade pela qual os jovens passavam foi determinante no fenômeno que viria a seguir, que ficou conhecido como psicodelismo. Vinil (2008, p. 61) define este período como:

“A combinação de *rock* no volume máximo, drogas alucinógenas, liberdade sexual e vida em comunidades caracterizava o movimento *hippie* como uma revolução associada não ao *rock and roll* da década de 1950, mas a algo que ia além. [...] a geração *rock* dos anos 50 deu lugar à contracultura. Por todos os lados se viam cores, das roupas transadas ao show de luzes, passando pela arte dos pôsteres” (VINIL, 2008, p. 61).

Na onda do psicodelismo surgiram bandas que não mais se prendiam ao formato padrão das músicas, compostas com estrofes e refrões bem definidos. O grupo que merece ser destacado, tanto pela sua excentricidade quanto pela importância histórica dentro da música é o Velvet Underground & Nico, que contava com talentos como a cantora Nico, Lou Reed e John Cale. A banda começou a ganhar notoriedade depois de começar a ser empresariada pelo grande ícone da Pop Art, Andy Warhol. Além de ser uma das primeiras bandas a retratarem temas relacionados ao submundo de forma mais direta – drogas, traficantes, travestis, etc -, outro grande marco em sua história foi a capa de seu primeiro e único disco, criada por Warhol, que mostra uma banana nos moldes da Pop Art sobre um fundo branco juntamente com o nome da banda. Na mesma época, na Inglaterra, surgiam nomes como Pink Floyd, que davam início ao que ficaria conhecido como *rock progressivo*.

Foi na década de 1960 também que aconteceram os dois maiores festivais de música do mundo até então: o Monterrey Pop Festival, na Califórnia (1967), e o Festival de Woodstock, em Nova York (1969). O primeiro “ficou lendário por sediar os primeiros shows de Jimi Hendrix e The Who para o grande público na América, e o primeiro show de Janes Joplin para uma grande platéia” (VINIL, 2008, p. 76). Foi neste festival que aconteceram alguns dos fatos que marcaram algumas atitudes que posteriormente ficariam conhecidas como “atitudes *rock and roll*”. A banda The Who simplesmente destruiu seus instrumentos no palco ao final de sua apresentação. Jimi Hendrix, depois de tocar o hino dos Estados Unidos em sua guitarra adicionando sons de bombas e ruídos industriais em protesto contra a Guerra do Vietnã, ateou fogo em sua guitarra e depois a despedaçou (Figura 5). Estas atitudes ficariam marcadas para as futuras gerações de bandas e artistas que repetiriam estas formas extremas de protesto e rebeldia em seus shows nas décadas seguintes.



**Figura 5 – Jimi Hendrix incendiando sua guitarra**  
Fonte: COSMODWELLER (2013).

O início dos anos 70 foram marcados por grandes perdas para o *rock*, como a morte de Jimi Hendrix e Janis Joplin, o anúncio do fim dos Beatles e a morte de Jim Morrison. É deste momento ruim que os artistas sentiram a necessidade de dar um novo fôlego ao estilo. É nesta época que surge o *Glam Rock* – a palavra “*Glam*” é a abreviatura de “*Glamour*”. Este estilo foi marcado pelo visual excêntrico desta geração, que mais tarde viria a influenciar a estética *punk*. O excesso de *glitter*, maquiagem e androginia caracterizaram as carreiras de artistas essenciais para o *rock*, como a banda Queen e David Bowie (Figura 6).



Figura 6 – David Bowie e o visual Glam Rock  
Fonte: STYLE (2014).

A década de 70 foi talvez a década de maior diversidade. Juntamente com os estilos já citados, surgiram também o *rock* progressivo, representado por artistas e bandas como Pink Floyd, Santana e Eric Clapton; e o *heavy metal*, com Kiss, AC/DC, Led Zeppelin, Alice Cooper e Black Sabbath.

Na metade da década, um fenômeno de contracultura começava a surgir no subúrbio da Inglaterra e simultaneamente na cidade de Nova York, nos Estados Unidos. Este movimento ficou conhecido como “*punk*” no mundo todo e é fruto da insatisfação de jovens com relação aos estilos musicais predominantes da época – inclusive ao próprio *rock and roll*, que estava perdendo sua essência de contestação e rebeldia –, ao modelo opressor do governo e da sociedade e à falta de perspectivas de futuro de toda a geração de jovens. “Você é subproduto de uma sociedade violenta, que te oprime, que te tira tudo o que você tem direito. Então você não pode ser uma coisa muito bonita. O *punk* é um espelho perverso disso” (MOREIRA, 2006). O *punk* é o conjunto de meios – música, atitude, vestuário - que estes jovens encontraram para contestar e provocar a sociedade na qual estavam inseridos. Em síntese, o estilo musical *punk rock* pode ser definido como “música simples e rudimentar, com mínimos e distorcidos acordes e letras que retratavam o submundo, o lado decadente da sociedade” (DIAS, 2003).

A notoriedade mundial do *punk* se deu através da banda inglesa Sex Pistols (Figura 7): “[...] liderados pelos Sex Pistols, o movimento atacava o Estado, escandalizando a conservadora sociedade inglesa” (DIAS, 2003). Embora tenha sido uma banda cuidadosamente planejada

comercialmente, tanto para a música quanto para a moda, os Sex Pistols (Figura 7) chamaram a atenção daquela geração por fazer músicas simples, curtas e que atacavam o principal inimigo dos jovens do Reino Unido na década de 1970: o governo.



**Figura 7 – Sex Pistols**  
**Fonte: DERBYTELEGRAPH (2013).**

Outra importante banda que surgiu na mesma época foi o The Clash. Musicalmente, esta atingiu uma sonoridade que explorava não só o *rock*, mas agregava outros estilos ao punk.

“A musicalidade, as ideologias e a atitude do grupo marcaram uma carreira repleta de discos históricos, que exploravam várias tendências do *rock* graças aos seus dois compositores e guitarristas, Joe Strummer e Mick Jones. Primeiro foi o pioneirismo de misturar *reggae* e *punk* e resgatar antigos *hits* da *reggae music*. Depois, as influências do *rockabilly*, do *jazz* e do R&B de Nova Orleans e da tendência *dub* do *reggae*” (VINIL, 2008, p. 133).

O que os prendia no gênero e os fizeram serem reconhecidos como uma banda de *punk rock* eram suas letras com alto teor político. Em 1974, em Nova York, surgia a primeira banda proto *punk* dos Estados Unidos, os Ramones (Figura 8). Ao contrário do *punk rock* inglês, as letras traziam temáticas mais leves uma sonoridade rápida, mas não tão agressiva.



**Figura 8 – Ramones**  
**Fonte: SINISTERSALADMUSIKAL (2013).**

“A música do grupo era simples, com poucos acordes e letras curtas e bem-humoradas, com influência do *rock* dos anos 50, das bandas de garagem do início dos anos 60, do pop ‘*bubble gum*’, dos Stooges e do New York Dolls” (VINIL, 2008, p. 137)

Dentre a geração de bandas pioneiras do *punk* pode-se citar ainda: Circle Jerks, Black Flag, Agent Orange, The Adolescents, Dead Kennedys, Sham 69, The Rezillos, dentre outras.

Os anos 80 ficaram marcados na história do *rock* pelo surgimento de uma variada gama de desdobramentos que os subgêneros geravam, como a *new romantic*, o *hardcore*, o *revival* do *ska* e do *rockabilly* dos anos 50, *psychobilly* e o *rock* gótico. Esta década ainda, segundo Kid Vinil, “Foi uma era de gigantes do pop e dos *One Hit Wonders* (aqueles que tem apenas um sucesso e desaparecem)”. Talvez a maior revolução no mundo da música até então foi o surgimento do *Compact Disc*, popularmente conhecido como “CD”. “As pessoas não precisavam mais levantar para trocar o lado do disco, sem contar o aprimoramento da qualidade sonora” (VINIL, 2008, p. 148). Esta nova forma de consumir música foi logo absorvida pelos consumidores, embora os CDs tivessem um custo elevado na época do seu surgimento.

As bandas de *heavy metal* ganhavam cada vez mais destaque com representantes do Reino Unido, como Iron Maiden e Judas Priest; e nos Estados Unidos com Metallica (Figura 9) e Van Halen. Alguns grupos conseguiam se aproveitar da popularidade do *rock* para transformar suas canções em produtos altamente comerciais. Estes grupos faziam shows em estádios lotados, arrastando verdadeiras multidões e, naturalmente, vendendo inúmeras cópias de seus discos. Bon Jovi e Guns N’ Roses eram os nomes de maior destaque deste novo fenômeno nos anos 80 e, posteriormente, a banda Aerosmith se enquadraria também neste estilo.



Figura 9 – Metallica  
Fonte: WILDCHILD-MOTHERFUCKER (2013).

Do final dos anos 80 até o começo dos anos 90, um novo derivado do *rock* surgia na cidade de Seattle, Estados Unidos, e ficou conhecido mundialmente como *Grunge*. Por definição, a sonoridade podia ser definida como “um híbrido do *heavy metal* e do *punk*” (VINIL, 2008, p. 192). As bandas que melhor representavam o estilo eram Nirvana (Figura 10), Pearl Jam e Soundgarden, além de Alice in Chains e Mudhoney. A curta carreira do Nirvana foi marcada pelo suicídio de seu vocalista, Kurt Cobain. À partir disso, o Pearl Jam passou a ser o principal atrativo deste gênero, ganhando contratos com grandes gravadoras e fazendo shows em estádios, como na década anterior faziam as bandas mais comerciais.



**Figura 10 – Nirvana**  
Fonte: LASTFM (2013).

O *grunge* não era o único estilo predominante nesta época. Algumas bandas como Red Hot Chilli Peppers, Faith No More e Smashing Pumpkins esboçaram uma sonoridade que misturava metal, *groove*, *funk* e *rap*. Outras simplesmente misturavam *rap* e metal, com elementos comuns dos dois estilos, que ficou conhecido como *New Metal*.

Outra alternativa ao *grunge* que dominava as rádios e os grandes concertos foi o *Punk Revival* e o *Pop Punk*. O resgate da rebeldia, da musicalidade e do vestuário do *punk rock* dos anos 70 consagrou bandas como Green Day, The Offspring, Blink 182 e NOFX (Figura 11) como ícones do estilo. Outras vertentes como o *Britpop* (pop rock britânico) e o *Indie Rock* (abreviatura para independent rock, ou em tradução livre, rock independente) também surgiram nesta década.



**Figura 11 – NOFX**  
Fonte: SUBURBIOSA (2013).

O início dos anos 2000 foram dominados pelo *Indie Rock*. No começo desta década a banda responsável por abrir caminho para todos os outros grupos alternativos foram os The Strokes, de Nova York. Neste período, as bandas inglesas de *britpop* estavam produzindo menos e com menos qualidade, como explica Kid Vinil:

“[...] o pop inglês do início dos anos 2000 começava a atravessar uma fase ruim, pois o quarto álbum do Oasis já não tinha mais a mesma força criativa dos dois primeiros. Bandas como Stereophonics, Manic Street Preachers, Pulp, Suede, Gene e Travis, que apareceram no final da década de 90 como a salvação do *rock* inglês, também começavam a cair de produtividade de seus álbuns. [...] a imprensa inglesa começou a voltar os olhos para uma nova geração americana de bandas, e a primeira a chamar a atenção foram os Strokes” (VINIL, 2008, p. 230).

Enquanto isso, em Detroit, o grande destaque da década lançava discos cada vez melhores: os White Stripes. Depois deste grande destaque das bandas norte americanas, os britânicos voltaram a revelar bandas que viriam a se tornar grandes destaques do *rock*, como Franz Ferdinand e The Libertines.

À partir da segunda metade da década, surgiu o grande fenômeno adolescente batizado como *Emocore* (abreviatura para *Emotional Hardcore*). As bandas traziam temáticas tristes, figurino sombrio e sobrecarregado de maquiagem. A sonoridade era influenciada pelo *New Metal*, pelo *Gothic Metal* e pelas bandas de *hardcore* dos anos 80.

Ao longo de sua história de mais de 50 anos, o *rock* continua se reinventando e agregando novos ritmos para formar sua identidade, que se transfigura a cada nova banda que surge ao redor do mundo. Subgêneros que nasceram há várias décadas resurgem todos os dias, influenciando as novas bandas e mantendo vivo o “espírito *rock and roll*”: Cada geração dita sua moda e seu estilo de vida, criando uma conexão entre passado, presente e futuro” (VINIL, 2008, p. 12).

## 2.2 O MOVIMENTO PUNK NO BRASIL

Segundo Gastão Moreira, diretor do documentário *Botinada: A origem do punk no Brasil*, o movimento *punk* iniciou-se simultaneamente nas cidades de São Paulo e de Brasília em meados da segunda metade da década de 70. Brasília era a cidade com maior concentração de jovens com alto poder aquisitivo na época, “filhos de diplomatas e de professores universitários” (MOREIRA, 2006). Devido à facilidade em se obter materiais vindos do exterior, acredita-se que estes foram os primeiros jovens brasileiros a conhecer o *punk rock*, que já vinha ganhando notoriedade nos Estados Unidos e na Inglaterra através dos Ramones e dos Sex Pistols, respectivamente. Entretanto, isso não significa que os jovens brasilienses foram realmente os primeiros representantes do movimento no Brasil.



Antes de conhecer o *punk rock*, alguns jovens já conheciam bandas como Kiss, Alice Cooper, Deep Purple, Black Sabbath e Led Zeppelin. O problema é que estas bandas já não representavam o que os jovens gostariam de ouvir. A insatisfação com o excesso de virtuosismo das bandas, da ascensão da MPB e da Tropicália e da popularização da *Disco Music* fez com que sentissem falta da essência do *rock*, com rebeldia, simplicidade e energia. Foi neste momento que o *punk*, em forma de música, começou a agradá-los. As primeiras bandas brasileiras consideradas *punks* pela mídia foram a Joelho de Porco e a Made in Brazil, de São Paulo, e a Banda do Lixo, de Minas Gerais. Estas tinham influências de bandas estrangeiras que ainda não eram consideradas *punks*, como The Stooges, New York Dolls e MC-5.

As informações sobre este novo fenômeno chegavam de forma bastante escassa ao Brasil, principalmente nas periferias. Acredita-se que o primeiro grande veículo de comunicação de grande circulação a noticiar o movimento foi a Revista Pop, em 1977:

“Eu acho que a primeira vez que foi citado, assim, numa grande matéria alguma coisa sobre a música *punk*, sobre o movimento *punk*, foi a matéria que a revista Pop fez junto com o Made, rendeu na época uma matéria de cinco ou seis páginas, foi bem legal.” (MOREIRA, 2006).

Também no ano de 1977, a revista lançou uma coletânea em forma de LP intitulada *A Revista Pop apresenta o Punk Rock* (Figura 12). Este é considerado o primeiro registro do gênero no Brasil, que ao lado do primeiro álbum dos Ramones do primeiro álbum dos Sex Pistols estavam entre os materiais mais procurados entre os jovens que buscavam conhecer mais sobre o novo estilo. Quem conseguia comprar os discos, convertiam as cópias para fitas K7 e estas eram distribuídas entre os amigos. “Estes discos viravam dezenas de fitinhas (*sic*), porque era o lado ‘cooperativa’ que existia” (MOREIRA, 2006).



Figura 12 – Matéria sobre o *punk* publicada em 1977 pela Revista Pop  
Fonte: VELHIDADE (2013)

Com a identidade *punk* foi realmente consolidada, as primeiras bandas que “sabiam que eram *punks*” eram Condutores de Cadáver, Restos de Nada, AI-5 e Cólera. Os *punks* se reuniam em galpões e casas de show para dançar e ouvir *punk rock*, ao som de bandas ao vivo ou de fitas K7. A propagação da cena *punk* brasileira se deu em grande parte graças a Kid Vinil, já citado nesta pesquisa, que apresentava um programa de rádio que tocava músicas do gênero em São Paulo e, simultaneamente, Marcelo Nova apresentava um programa na cidade de Salvador, capital do estado da Bahia. Em suas palavras, no documentário de Gastão Moreira, discorre sobre as dificuldades em se tocar *punk rock* nas rádios:

“[...] era inimaginável em 1978 você tocar Sex Pistols no rádio. Hoje parece corriqueiro, mas não era não. Havia uma barreira. Salvador é uma cidade provinciana, né? Havia os donos da rádio, então havia uma resistência das esposas dos donos das rádios. ‘minha mulher não quer que toque os Sex Pistols cantando My Way, ela prefere com Frank Sinatra!’” (MOREIRA, 2006).

O responsável por organizar o primeiro show reconhecidamente *punk* no Brasil foi Kid Vinil, em dezembro de 1978. O local escolhido foi o porão de uma padaria velha no Jardim Colorado, em São Paulo. Não havia energia elétrica disponível no local, então foi feita uma ligação clandestina de uma casa vizinha.

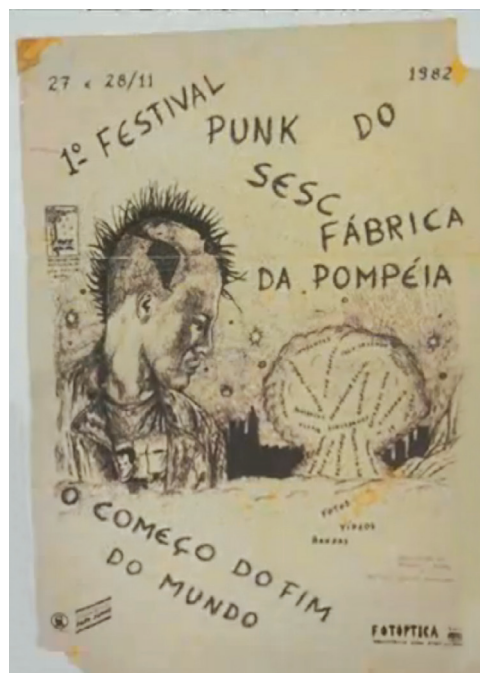
Algumas gangues começaram a se formar nas periferias de São Paulo. Alguns entrevistados no documentário de Gastão Moreira afirmam que o que impulsionou este desejo por violência por parte dos jovens foi o filme *The Warriors*, de 1979, que retrata gangues de jovens que brigavam entre si. Por falta de referência ao que era realmente uma atitude *punk*, os jovens acreditavam que aquele comportamento retratado no filme era a representação do que era ser *punk*. Além disso, a média de idade dos integrantes dos grupos girava em torno de 15 a 18 anos, ou seja, a energia adolescente era extravasada através das brigas muitas vezes sem motivo aparente.

Segundo Moreira, a primeira coletânea de bandas *punks* do Brasil chama-se Grito Suburbano (Figura 13), que foi lançado em forma de LP e conta com três bandas: Inocentes, Cólera e Olho Seco. A iniciativa e o financiamento do projeto ficou por conta das próprias bandas envolvidas. A gravação ficou precária, devido à baixa qualidade dos equipamentos da falta de habilidade dos integrantes, que entravam em estúdio pela primeira vez e mal sabiam tocar seus instrumentos. “Não era o que a gente queria, mas foi o que a gente conseguiu com o que a gente tinha na época. E o Grito Suburbano está aí como ta aí (sic) como o maior registro do início do punk em vinil na história do Brasil” diz Redson, ex-vocalista da banda Cólera em entrevista contida no documentário Botinada.



**Figura 13 - Coletânea Grito Suburbano**  
**Fonte: CORVODOMETAL (2013).**

Com o movimento acontecendo e ganhando força através da união entre os *punks* de São Paulo e do ABC paulista, surgiu a ideia de organizar shows pequenos que misturassem as bandas destes dois redutos, como forma de acabar com a antiga rivalidade entre as gangues. Como estes festivais foram bem sucedidos, logo começou-se a organizar o que viria ser o maior festival punk da década de 80, chamado O Começo do Fim do Mundo, que aconteceu nos dias 27 e 28 de novembro de 1982 (Figura 14).



**Figura 14 - Cartaz de divulgação do festival**  
**O Começo do Fim do Mundo**  
**Fonte: MOREIRA (2006).**

Ao total se apresentaram 20 bandas e houve divulgação e distribuição de material independente, como filmes, *fanzines* e discos. O público total estimado nos dois dias foi de aproximadamente três mil pessoas. Infelizmente aconteceu uma pequena confusão e a polícia foi acionada, o que levou os grandes canais de comunicação conservadores a atacarem os *punks*, passando a imagem de desordeiros. Redson, em entrevista ao documentário de Moreira (2006), relembra da cobertura do evento por parte da imprensa: “A Rede Globo aproveitou, filmou tudo, ganhou o ibope da noite com uma reportagem sensacionalista, e aí a sociedade toda, inclusive a polícia, começou a dar em cima (sic) dos *punks*”. João Gordo, vocalista da banda Ratos de Porão, complementa: “[...] eu lembro que no dia seguinte do Fantástico, todos os *punks* que trampavam (sic) foram mandados embora”.

Acredita-se que a decadência e a dispersão do movimento aconteceu no período subsequente ao festival. Com a imagem dos *punks* totalmente distorcida pela grande mídia, a sociedade e a polícia passaram a reprimir os adeptos. Sarah Yahkni, em entrevista ao documentário, descreve a imagem dos *punks* perante a sociedade:

“Os jovens eram vistos como pequenos ladrões, infratores de todas as espécies, então existia um medo - literalmente - fechava-se lojas, ou então achava-se que era um prejuízo ter uma loja ou um comércio ter uma loja perto de um ponto de encontro punk” (MOREIRA, 2006).

O movimento perdeu força mas nunca deixou de existir no Brasil. Várias bandas surgem todos os anos influenciadas pela sonoridade e pelos ideais *punks*.

### 2.3 O MOVIMENTO PUNK EM CURITIBA

O *punk* demorou um pouco mais para chegar a Curitiba do que em outras capitais. Isto se deve, segundo os entrevistados do documentário *Punks na Cidade*, de Darwin Dias, ao fato de que a cidade era ainda muito provinciana e formada por pessoas de visão estreita com relação ao que era novo. “Foi em 78 que alguns garotos que gostavam de *rock* sentiram-se encorajados a montarem sua própria banda” (DIAS, 2005). A primeira banda *punk* curitibana que se tem notícia é a Carne Podre. Sua formação foi impulsionada pela mesma insatisfação dos *punks* que surgiam ao redor do mundo: o excesso de técnica que as bandas de *rock* vinham apresentando, deixando de lado a rebeldia e a simplicidade.

Um dos primeiros shows da banda foi na Praça Afonso Botelho, mais conhecida como Praça do Atlético, com mais duas bandas. “Saiu uma matéria em seguida, acho que uma semana depois, dizendo que nós éramos pobres coitados adolescentes e que nossos pais deviam ser expulsos do país. Então virou um

estardalhaço imenso” diz Kevan Gillian, baterista da banda, em entrevista ao documentário. O público estimado foi de 1500 pessoas. O *flyer* de divulgação foi feito em um pedaço de papel higiênico, como mostra a Figura 15.



Figura 15 - Flyer de divulgação do show da banda Carne Podre  
Fonte: DIAS (2005).

Mesmo depois do fim da banda em 1979, os jovens que frequentavam seus shows continuaram a montar bandas e dar continuidade ao movimento que se iniciara alguns anos antes. Foi nesta época que a banda Beijo AA Força fez um show no Rio de Janeiro, para tocar no Circo Voador com outras bandas locais. O contato com pessoas de outro estado agregou outras experimentações na sonoridade da banda, influenciando até mesmo o visual e o comportamento mais agressivo. Foi então que veio a ideia de formar uma banda de *punk rock*, dando início ao primeiro movimento *punk* de Curitiba, de forma um pouco mais consistente.

No ano de 1980 iniciaram-se as atividades do Lino's Bar. A princípio não era um bar voltado ao *rock* e aos shows ao vivo. Esta ideia iniciou-se quando a banda Beijo AA Força começou a fazer alguns ensaios no domingo à tarde, por falta de outros locais para ensaiar. Em pouco tempo, o bar virou ponto de encontro de *punks* e de pessoas alternativas em geral. “Se um *punk* fosse a um bar aqui em Curitiba ele não entrava de jeito nenhum. Então, o início era aqui. ‘Vamos lá no Lino, porque o Lino dá liberdade...’” diz o senhor Lino, dono do bar, em entrevista ao documentário de Darwin Dias. Por falta de outros lugares para tocar e ensaiar, as bandas encontravam um lugar perfeito para reunir os amigos, tocar, beber e, além disso, atrair mais pessoas para o bar devido aos shows gratuitos.

Em meados de 1983, quando o movimento *punk* estava em seu auge também em outras cidades, notou-se uma mudança no comportamento. A influência

da rivalidade entre gangues que acontecia em São Paulo e ABC Paulista chegou a Curitiba, fazendo com que a violência neste meio aumentasse e surgisse a tradicional rivalidade dos *punks*: entre eles mesmos e contra alguns outros grupos de ideologias opostas. Foi neste ano que aconteceu o primeiro festival *punk* de Curitiba (Figura 16), no dia 13 de novembro, na Sociedade Operário. “Este show inseriu, definitivamente, o *punk* no cenário musical na cidade [...] e, a partir dele, foi divulgado para uma massa de jovens roqueiros dos mais longínquos bairros da cidade” (DIAS, 2005).

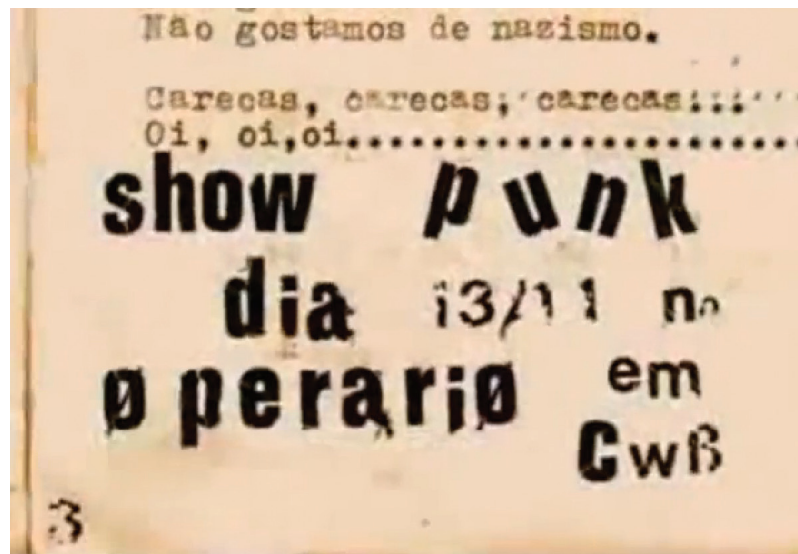


Figura 16 - Primeiro Festival Punk de Curitiba  
Fonte: DIAS (2005).

Após a notoriedade alcançada pelo festival, mais jovens identificaram-se com o movimento e logo surgiram mais bandas, destacando-se Paz Armada e Indigentes. Começam a surgir convites para que estas bandas tocassem em alguns bares de Curitiba e também de outras cidades. Estes shows acabaram marcados por brigas e desordem, em geral iniciadas pelos *punks*.

Depois de estabelecer contatos com a banda Cólera, que fizera uma apresentação em Curitiba, os Indigentes foram convidados para tocar em São Paulo. Lá tiveram contato com o lado violento das gangues *punks*, que até então era novidade.

A partir de 1987, acredita-se que houve uma nova fase do *punk*. “Aumentou o número de pessoas, divergência de ideias...” diz Marize, ex-integrante da banda Paz Armada, em entrevista ao documentário *Punks na Cidade*. Algumas pessoas migraram para outros movimentos que aconteciam paralelamente ao *punk*, como o psychobilly e o movimento *Oi!*. Existia uma certa similaridade nas músicas, ideias e agressividade destes outros movimentos, o que foi um fator preponderante para que as pessoas se deixassem de se identificar somente com o *punk rock*. Os remanescentes uniram-se e estabeleceu-se contato com pessoas de diversos bairros. Os pontos de encontro mais comuns eram a Praça Carlos Gomes e a Rua XV de Novembro, no centro da cidade.

Em meados de 1988, as bandas procuravam lugares novos para tocar e reunir mais pessoas. A sede da UPE (União Paranaense dos Estudantes), sediada no Largo da Ordem, estava desocupada e sem a manutenção devida. Surgiu a ideia de organizar um grande festival naquele espaço. Houve uma tentativa de contato com os responsáveis, mas não houve resposta. A solução foi invadir o local e organizar o festival clandestinamente.

“Foi quando os *punks* começaram a se organizar, em torno de uma ideia não só cultural - que era o lance de *fanzine* e de música - como um movimento crítico de contestação. Nós fazíamos muitos *fanzines* e mandávamos pra muitas bandas, que faziam muitos protestos na rua [...] com panfletagens, passeatas, movimentação de *fanzines*...” (DIAS, 2005).

No começo dos anos 1990, o movimento já tinha várias subdivisões e nomenclaturas diversas, como o *Punk 77* e o *Anarco Punk*. Algumas das correntes voltavam-se a face cultural e musical, e outras a ideias politizadas e libertárias. Estas diferenças acabaram por segregar grupos e diminuir a força do movimento. Porém, aos poucos o movimento tomou um novo fôlego e deu origem a novas bandas. “No começo dos anos 90, surgiu uma nova cena de bandas: os Pinheads, o No Milk Today, Slack Nipples. Tinha a cena do próprio 92, que foi no começo dos anos 90 também...” afirma Maurício Singer, vocalista da banda No Milk Today, em entrevista ao documentário *Punks na Cidade*.

A corrente do *punk* voltada a cultura musical era mais numerosa. Neste período, o *punk rock* encontrava-se num estágio mais maduro na questão musical, era mais aceito e melhor difundido no Brasil. A banda paulista Ratos de Porão, por exemplo, já havia gravado um disco na Europa e bandas estrangeiras influentes do gênero, como os Ramones, já haviam se apresentado no país no final da década de 1980. A cidade de Curitiba estava carente de bandas de *punk rock* que a representassem a nível nacional. Existiam poucos bares que davam espaço para a música autoral curitibana, como afirma JR Ferreira, fundador do Espaço Cultural 92 Graus, em entrevista ao jornalista Marcos Anubis para o site *CWB Live*, publicado em junho de 2013: “Não tinha espaço. Os grupos tinham que tocar no DCE, Teatro de Bolso, TUC e no Berlim, atual Hermes, que era um bar tradicional. Mas isso era esporádico. Não existia um local onde rolasse só grupo autoral”.

Foi neste período de transição de 1989 para 1990 que nasceu a banda Pinheads e inaugura-se uma das mais importantes casas de show deste período, o Aeroanta (Figura 17). E, em 1991, inaugura-se o Espaço Cultural 92 Graus (Figura 18), também conhecido como *Ninety Two Degrees*, ou simplesmente “92”.



**Figura 17 - Show de punk rock no Aeroanta**  
**Fonte: HISTORIAPINHEADS (2013).**



**Figura 18 - Espaço Cultural 92 Graus**  
**Fonte: DYNAMITEINFO (2013).**

Vale destacar que neste período de transição entre as décadas, os estilos musicais relacionados ao *punk* dividiam os mesmos eventos. Bandas como Os Cervejas, Os Missionários e Kráppulas, que representavam o início do estilo *psychobilly* em Curitiba, se apresentavam juntamente com os já citados Pinheads e Slack Nipples e bandas de ska, como o Boi Mamão, entre outras. Barreto (2013) afirma que “os festivais independentes eram mais abertos, independente do público tocavam bandas *punks*, bandas de metal, etc. [...] é raro ter misturas hoje.” Assim, percebe-se o os shows eram organizados tendo em vista o trabalho autoral como fator principal, e não necessariamente o gênero ou estilo musical.

Um reflexo deste grande apanhado de estilos se apresentando no mesmo evento foi a organização de festivais que valorizavam a originalidade de cada banda,



organizados pelo 92 Graus: o *National Garage* e o B.I.G. - Bandas Independentes de Garagem, ambos organizados em 1992 em suas primeiras edições. Nos anos subsequentes, estes festivais continuaram a acontecer e esta constante movimentação cultural na cidade despertou o interesse de várias bandas do Brasil. Neste ano também acontece a abertura do Hangar Bar, um dos bares que se mantém em funcionamento até a data desta pesquisa.

Segundo Dudu Munhoz, ex-baterista da banda Pinheads, foi no começo dos anos 90 que as bandas internacionais começam a se apresentar em Curitiba, como Fugazi e The Exploited. Em 1994 a cidade recebe os Ramones, na Pedreira Paulo Leminski, juntamente com as bandas Viper e Raimundos. Em 1995, a banda inglesa Toy Dolls se apresentou no Aeroanta, tendo como banda de abertura a curitibana Pinheads. Devido a este grande volume de shows locais e internacionais o *punk rock* estava começando a ser reconhecido e apreciado por pessoas que não participavam necessariamente deste meio. Para Munhoz, em 1995 o *hardcore* no Brasil estava ficando clichê e atingindo o grande público.

[...] o *hardcore* no Brasil estava ficando popular. Em Curitiba, bandas independentes eram requisitadas para tocar em festas de turmas de faculdade. Eram as festas mais disputadas do Aeroanta. A coisa estava ficando clichê. Nas quartas feiras, eram agendados eventos com bandas “alternativas” e, até mesmo, com uma espécie de banda de “*hardcore cover*”. Eram festas “do surf” com bandas, telões, filmes de esportes radicais e universitários perfumados e ávidos pelo agito da *night*” (HISTORIAPINHEADS, 2013).

Neste período, para uma banda de *punk rock* era muito complicado gravar um álbum inteiro, até mesmo para bandas com apelo um pouco mais comercial. Sendo assim, surgiam alguns selos independentes para atender aos inúmeros grupos que surgiam no Brasil desde o começo da década. Em Curitiba, pode-se citar como exemplo a *Bloody Records*, responsável por mais de 20 títulos curitibanos.

O ano de 1996 foi marcado pela dissolução da banda Pinheads, pela apresentação da banda Bad Religion no Aeroanta e pela organização do primeiro Psychobilly Fest. Neste período, estilos relacionados a cena *punk* tinham programas de rádio, como o Transylvanian Express, que era voltado ao *psychobilly* e o Skaface, voltado ao *ska*.

Em meados dos anos 2000 a cena já era bem diversificada e percebeu-se a definitiva segregação dos estilos musicais nos shows. Percebe-se, através da pesquisa dos cartazes, que a sonoridade das bandas é mais parecida. Neste período acontece em Curitiba o primeiro Psycho Carnival, evento que vem sendo realizado anualmente durante o carnaval, com bandas nacionais e internacionais. Várias bandas internacionais de *hardcore* melódico como NOFX, Lagwagon, Millencolin e The Offspring e outras vieram ao Brasil. Pode-se citar alguns destaques curitibanos no período de transição da década de 90 para 2000, como Pelebrói Não Sei?, Sugar Kane, Limbonautas, Duffs, Boobarellas, Debutantes 99 e Colligere.

Os locais onde aconteciam os shows eram mais diversificados e abriam espaço para bandas autorais, como o Café Beatnik, Camorra, Cine e Bandit, para shows de pequeno porte. Os grandes e médios shows aconteciam na Forvm, Espaço Callas (antigo Aeroanta) e Pedreira Paulo Leminski para shows de grande porte. O 92 Graus e Lino's Bar já haviam trocado de endereço algumas vezes neste período, mas continuam em atividade até a data desta pesquisa.

Uma das grandes características desta década é a popularização do *hardcore* melódico, também conhecida com o a “época de ouro” do *hardcore* curitibano. No intervalo de 2002 a 2007 aproximadamente, muitas bandas do gênero surgiram na cidade. O intercâmbio entre as bandas possibilitava que viessem bandas de outras cidades, através da força de vontade das pessoas envolvidas. Pouco se falava em dinheiro ou cachê. Quando perguntado sobre as principais diferenças entre o início desta época em relação aos dias atuais, Máximo Salomão, em entrevista concedida ao autor, faz um breve relato sobre a época.

“Acredito que de 2004 a 2007 várias bandas tiveram oportunidade de tocar nas melhores casas de show que existiam em Curitiba. Havia bastante espaço para participar dos shows e o público não discriminava a banda e nem as músicas, muito pelo contrário, todos estavam ali para se divertir, cultivar a amizade e apoiar as bandas” (SALOMÃO, 2013).

Através da pesquisa de cartazes deste período, pode-se notar que os anos em questão foram os mais ativos no *hardcore* melódico. Aconteciam vários shows por ano e bandas curitibanas ganharam destaque nacional e internacional, como A-OK (Figura 19), Colligere e Sugar Kane. A produção de CD's, camisetas e outros materiais promocionais foi vasta e havia um grande público, lotando bares e casas de shows como 92 Graus, Espaço Callas e Opera 1.



Figura 19 - Banda A-OK se apresentando em Curitiba  
Fonte: FOTOLOG (2013).

Além de estar num bom momento histórico, acredita-se que dois fatores fizeram com que este movimento fosse forte: a popularização da *internet* como grande aliada na divulgação e a facilidade em gravar as músicas, ou seja, muitas bandas gravavam suas músicas em casa e divulgavam pela *internet*. O trabalho das bandas tinha uma grande visibilidade e facilitou a comunicação entre pessoas de cidades diferentes. Estes dois fatores continuam a ser importantes para grupos independentes em todos os âmbitos, pois auxiliam na divulgação das músicas e da identidade das bandas. Atualmente, a grande maioria das bandas que participaram deste período e deste nicho se dissolveram ou fazem shows esporádicos, sem compromisso de produzir músicas novas.

Até o momento desta pesquisa, o *rock* não parou de acontecer na cidade. Esta breve pesquisa não seria capaz de abranger todos os aspectos positivos e negativos, datas exatas e números precisos. Porém, o que pode-se afirmar é que muito material é produzido, como novos álbuns, singles, dvd's, videoclipes, materiais promocionais, etc.; shows locais de estilos relacionados ao punk rock acontecem todos os finais de semana; surgem várias novas bandas todos os anos; muitas bandas estrangeiras continuam tendo Curitiba como rota obrigatória quando vem ao Brasil e, por fim; ainda existem casas de shows e bares que dão espaço para bandas autorais, como Lino's Bar, os 92 Graus e o Ambiental Bar. Embora o público seja relativamente menor do que há alguns anos, o movimento é contínuo, o que indica que não existe previsão para dissolução da chamada "cena".

## 2.4 DO IT YOURSELF (DIY) NO PUNK ROCK

O termo *Do It Yourself*, ou *DIY*, de origem inglesa, significa "Faça Você Mesmo". O termo pressupõe o óbvio: gerar resultados pelo próprio esforço, sem depender de mão de obra qualificada. Este conceito se aplica a diversas áreas do conhecimento, no qual o indivíduo busca seus próprios meios de ação por inúmeros motivos: falta de recursos financeiros, realização pessoal, falta de apoio, etc.

No *rock* e no *punk rock*, o *DIY* é praticado por grande parte das pessoas envolvidas. A vontade de realizar algo que não aconteceria por outros meios, que não pelo próprio esforço, é a principal motivação dos movimentos independentes. Felipe (2012) afirma que o *punk* não necessita de regras de conduta e de formas aceitas como corretas de se fazer algo.

"[...] o *punk* sabotou as regras da indústria com seu amadorismo fundamental: não é mais preciso saber fazer qualquer coisa para poder fazê-la, basta agir. A vontade transformando-se em ação e prescindindo de qualquer técnica. A ideologia *DIY* [...] ressurgiu como um contra-ataque à especialização e ao virtuosismo, produzindo um tipo de produto artístico de improviso, amadorismo e brutalidade" (FELIPE, 2012, p. 102).

Pode-se investigar a origem desta forma de agir no início do *punk*, na segunda metade da década de 1970. A arte *punk* vinha inevitavelmente acompanhada da música independente, como uma consequência. Os grandes canais de comunicação inglesa já noticiavam a falta de virtuosismo e inabilidade técnica da música *punk*, como afirma Bestley; Ogg: “a imprensa relatou que no fenômeno *punk* havia muita incompetência técnica dos músicos envolvidos, e de fato os *punks* vieram para usar sua falta de sofisticação musical como um distintivo de honra. ‘Qualquer um pode fazer isso’ se tornou algo como um crença [...]” (2012, p. 108). Em 1976, Tony Moon desenhou um pequeno diagrama na primeira edição de seu *fanzine punk*, que ilustra bem a essência do *DIY* nos seus primórdios. “O esquema simples [...] mostrava três desenhos esquemáticos de acordes de guitarra com as legendas ‘Este é um acorde. Este é outro. Este é um terceiro. Agora monte uma banda’” (BESTLEY; OGG, 2012, p. 108). Esta consciência de poder na ponta dos dedos foi libertadora para o *DIY*, mas enquanto a habilidade - ou pelo menos a ousadia - para subir num palco na frente de uma multidão era uma coisa, a habilidade para fazer suas próprias produções caseiras era muito diferente.

Bandas como Buzzcocks e Desperate Bycycles são reconhecidas como pioneiras e mais influentes nesta forma de produzir. Suas primeiras gravações falavam justamente sobre gravações caseiras, tendo esta como refrão de uma de suas músicas: “Isso foi fácil, isso foi barato, vá e faça isso!”. Com a repercussão destas gravações, muitas outras bandas, como o grupo Scritti Politti, foram incentivadas a fazerem o mesmo. Em seu EP de estréia lançado dois meses depois, intitulado *Skank Bloc Bologna* (Figura 20), a banda repassou este incentivo através do encarte, que incluía uma lista detalhada de custos da gravação e impressão, juntamente com endereços e contatos dos serviços envolvidos na produção. Era um modelo e um incentivo para que outros seguissem e criassem suas próprias gravações, ou seja, não era necessário ter contrato com selos e grandes gravadoras para produzir discos e materiais promocionais.

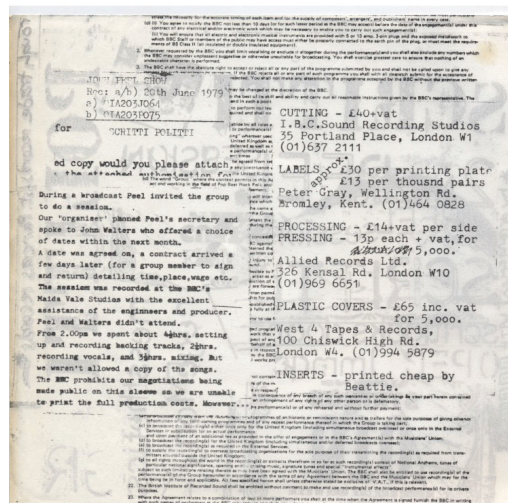


Figura 20 - Encarte do EP *Skank Bloc Bologna* (1978)  
Fonte: CDANDLP (2013).

Por incrível que possa parecer nos dias atuais, “[...] em 1977 as fotocópias custavam substancialmente mais do que a impressão *offset*. Membros de bandas procuravam empregos em copiadoras para poder rodar encartes e *flyers* depois do expediente” (BESTLEY; OGG, 2012, p. 108). A produção de material independente ficou tão barata que chegou a notar-se uma “competição entre bandas para ver quem conseguia produzir suas gravações mais barato que todos os outros” (BESTLEY; OGG, 2012, p. 108).

Uma característica muito peculiar deste período é que a maioria das bandas que conseguiam produzir seus próprios materiais não tinham qualquer pretensão de comercializar o que foi produzido e alcançar novos patamares, como afirma Bestley; Ogg (2012, p.108): “Para muitos, alcançar o status de ‘banda gravada’ era suficiente para si”.

Entretanto, centenas de bandas aproveitaram o momento e abraçaram o ideal cada vez mais tangível de controlar seus próprios meios de produção. Cidades satélites, como Londres, eram as ideais para tentar levar seu produto adiante através de pequenos selos e programas de rádio. Uma infraestrutura alternativa havia se desenvolvido. “As comportas se abriram para a revolução *DIY punk*, e um mercado foi criado para apoiar um eclético e diversificado de novos sons e estilos experimentais” (BESTLEY; OGG, 2012, p. 108).

Assim como a transição da década de 1970 para 1980 apresentou uma imensa gama de material independente em relação à música, o *design* gráfico consequentemente acompanhou esta diversidade.

“Assim como uma geração de adolescentes desastrados com instrumentos de segunda mão foram incentivados a gravar a si mesmos [...], havia também um novo reino de possibilidades para a criação de artes. Antes da Era *DIY*, a possibilidade de criar um encarte era um Santo Graal para qualquer designer gráfico ou artista” (BESTLEY; OGG, 2012, p. 108).

O *DIY* mostrou para as pessoas o poder que tinham nas mãos e não utilizavam. A grande sacada é que “você não precisa ser um músico para montar uma banda, você não precisa ser artista para fazer um encarte para o seu disco” (BESTLEY; OGG, 2012, p. 108). Porém, nem sempre o talento para fazer música era o mesmo para a criação de artes para os EPs. Era comum que não se tivesse ideia da qualidade sonora de cada material apenas levando a arte em consideração. Havia músicas ruins em bons encartes e músicas boas e encartes ruins.

A abrangência do *DIY* não fica restrita apenas a música ou às artes. A nova forma de agir ainda hoje é aplicada a organização de shows e a grande maioria das atividades envolvidas relacionadas ao *punk rock*. Para Muller (2013), existem três agentes essenciais para que o *DIY* aconteça, que são as bandas, a produtoras (ou coletivos) e o público. Diferentemente do que acontece na indústria fonográfica *mainstream*, no qual

cada um destes agentes preocupam-se apenas com o seu papel, no meio independente a interação entre os três é o coração do sistema. Muller (2013) acredita que “[...] o *DIY* é a organização de eventos em parceria entre essas partes sem o financiamento de grandes patrocínios, o que caracteriza o *underground* ou independente”.

A popularização dos microcomputadores e da *internet* fortalece ainda mais a autonomia das bandas nos dias atuais. Todos os serviços condizentes a produção musical - gravação, prensagem, criação de artes, divulgação, gravação de videoclipes, etc - podem ser executados pelos próprios integrantes das bandas. Questionado sobre a importância do *DIY* para que uma banda independente se mantenha em atividade, Salomão (2013) afirma que falta um pouco de força de vontade nas bandas atuais. “as bandas mais antigas saíam nas ruas para colar cartazes e divulgar *flyers*, isso é uma atitude do “Faça Você Mesmo” que falta um pouco nas bandas atuais”. Em sua banda, Face Out, em atividade desde 2004, destaca que

“[...] nós estamos procurando fazer tudo sem depender de ninguém, estamos gravando em casa, mesmo sem muita experiência, mas aprendendo com os erros. Estamos fazendo também a impressão dos CDs, gravação, impressão e montagem dos envelopes para conseguir distribuir o nosso material. Além disso, fazemos a divulgação pela *internet*. É quase que uma mini-empresa” (SALOMÃO, 2013).

O caráter de ajuda mútua e cooperação se faz presente nos dias atuais. Como exemplo, pode-se citar algumas atitudes que partem diretamente das bandas para que seus projetos se realizem. No ano de 2013, a banda de *hardcore* carioca Plastic Fire lançou um projeto de arrecadação de fundos para a gravação e prensagem de seu novo álbum via *internet*. Foram disponibilizados vários *kits* promocionais do grupo, cada um com uma faixa de preço, que ia de R\$ 10,00 a R\$ 500,00. As pessoas interessadas no projeto contribuíram com o valor desejado em troca destes *kits* e, ao final de 30 dias de campanha, o objetivo final foi alcançado. Outra forma muito comum em que o *DIY* se manifesta no meio independente nos dias atuais são os CDs gravados pelas próprias bandas para divulgação de suas músicas (Figura 21). Nota-se que as mesmas práticas adotadas no final da década de 1970 se reciclam e continuam sendo as principais diretrizes do *DIY*.



**Figura 21 - Cópias caseiras distribuídas pelas próprias bandas.**  
Fonte: ACERVO DO AUTOR (2013).

## 2.5 A ESTÉTICA *PUNK*

Os meios utilizados pelo *punk* para demonstrar sua contestação de forma incisiva e provocar a ruptura com o que é socialmente aceito foram diversos, tanto em seu início quanto ao longo de sua existência. Influenciou de forma significativa a moda e a música contemporâneas, que utilizaram referências diretas do *punk* para a criação de novas vertentes.

### 2.5.1 Visual e comportamento

Responsável pelas primeiras representações da estética punk, a moda em seu início foi vista como algo repugnante. Segundo Rocha (2005) “Tudo no visual *punk* antagonizava os padrões vigentes, numa inversão total de valores”. A sociedade inglesa da metade da década de 1970 de encontrava num estado de inércia, no qual se valorizava o individualismo. A maneira encontrada pelos jovens para garantir a devida visibilidade teve que ser “radical e, de certa forma, escandalosa” (ROCHA, 2005). Como naturalmente não existia espaço nos grandes meios de comunicação para difundir suas ideias, os grupos utilizavam a rua como grande vitrine para sua ideologia.

“Por meio das roupas espalhafatosas e do comportamento desagradável, garantiam a visibilidade, promovendo a divulgação de sua ideologia niilista, e, ao mesmo tempo, serviam de espelho para uma sociedade em crise, que não dava voz à sua juventude” (ROCHA, 2005).

Os primeiros grupos *punks* utilizavam referências inusitadas para compor seu visual, utilizando o que se tinha à mão. Segundo Rocha (2005), “recolhiam e transformavam o que havia de mais prosaico em adorno bizarro”, evidenciando o conceito do *Do it Yourself* desde o surgimento do *punk*. Ao mesmo tempo que o código da vestimenta unia semelhantes, provocava ruptura social, pois separava de forma definitiva os *punks* dos cidadãos comuns. Afirma ainda que “essa postura separatista e o visual agressivo dão à vestimenta um caráter combativo e travam [...] um diálogo ideológico. O grupo de *punk* não queria apenas se expressar, queria também incomodar e abalar as estruturas vigentes”.

Jovens de diferentes países e níveis socioeconômicos logo se identificaram com este modo de se vestir e se comportar. Em geral, minorias que não se sentiam representadas pelo que o *mainstream* oferecia. Os padrões de beleza eram alterados conforme suas próprias regras. Assim, tudo o que parecia grotesco à sociedade em geral passou a ser o principal meio de expressão de inconformismo (Figura 22). Rocha resume que “o mau comportamento se tornou referência e o ultraje, a regra”.



**Figura 22 - Exemplo de visual e comportamento punk no Reino Unido.**

**Fonte: PDD (2013).**

O casal responsável por fazer com que este estilo se popularizasse por todo o mundo foi a estilista Vivienne Westwood e o produtor musical Malcolm McLaren. Vivienne criava roupas inspiradas no vestuário destes jovens rebeldes ingleses, que produziam suas próprias roupas e adotavam um visual excêntrico. Dentre os elementos presentes em suas criações estavam frases politizadas, estampas de pele animal, imagens pornográficas, roupas de couro e adornos que remetiam a roupas de guerra. Malcolm produzia bandas que *Glam Rock*, estilo predominante no país no começo da década de 1970. Os artigos produzidos por Vivienne eram vendidos em sua loja, chamada *Sex*, juntamente com artigos de *sex shop*. Para promover a loja e o estilo excêntrico das roupas projetadas pela esposa, Malcolm cria a banda Sex Pistols no ano de 1976. Através desta pesquisa, pode-se notar que o nascimento deste grupo influenciou de forma significativa não somente a moda, como a música e a arte *punk*.

Ao longo dos primeiros anos de existência, o visual sofreu várias mudanças. Em oposição ao sucesso comercial alcançado com sua popularização, surge a vertente *Street Punk*, uma derivação que se denominava menos comercial e mais purista, utilizando visual menos colorido, mais agressivo, voltado a sobriedade e ao preto e branco. Influenciados pela cultura *Skinhead*, o *Street Punk* - que alguns anos depois de seu surgimento começou a ser chamado de *Oi!* - agregou alguns elementos como rebites, calças jeans rasgadas, suspensórios e coturnos ao seu visual, além de jaquetas de couro e *patches* de bandas ou com mensagens politizadas pintadas nas roupas. Outro símbolo que representa o *punk* é o corte de cabelo no estilo moicano.



A banda The Exploited (Figura 20), tida com a principal representante do *Street Punk*, foi uma das responsáveis pelo visual mais difundido do *punk* e adotado ao longo das décadas, sendo o que possui mais elementos que são utilizados até os dias atuais.



Figura 23 - Banda The Exploited, uma das pioneiras do visual Street Punk  
Fonte: PRESSKIT (2013).

### 2.5.2 Design gráfico

A arte punk *utiliza* o método de apropriação como principal matéria-prima para criar algo novo e, de certa forma, marginal, por não se utilizar de uma linguagem comercial - pelo menos em sua fase inicial. O complexo vocabulário visual e subcultural foi absorvido pela grande massa e influencia a música, a moda, o *design* e a mídia até os dias atuais. Embora tenha se criado um código visual original, a arte *punk* apropriou-se de práticas e manufaturações culturais há muito tempo estabilizadas, como

“[...] a retórica Situacionista de Malcolm McLaren e Jamie Reid, as evidentes referências ao *design* modernista de Malcolm Garret e Richard Boon, as homenagens de Adam Ant a Eduardo Palozzi, ou a reinterpretação de Winstom Smith do potencial subversivo da colagem” (BESTLEY; OGG, 2012, p. 7).

No comportamento ou na música, o *punk* sempre esteve voltado à expressão individual. No entanto, esta deve vir acompanhada de um conjunto de códigos decifráveis por pessoas para as quais se destina a mensagem. No *design* gráfico não é diferente, pois há uma obrigatoriedade de se utilizar códigos comuns para que haja identificação com quem se pretende atingir. Segundo Bestley; Ogg (2012, p.7), “a necessidade de ser reconhecido como parte de uma subcultura é contrabalanceada

pelo desejo de se posicionar como indivíduo e mostrar suas próprias vontades. A linguagem gráfica do *punk* precisava ser identificável para públicos em potencial”. A missão dos artistas e *designers* que traduzem o *punk* é transmitir uma imagem original para bandas e álbuns sem retirá-las do contexto. Neste exemplo fica clara a relação entre a individualidade e a necessidade de ser reconhecido por certos nichos.

As artes visuais e a música *punk* sempre soaram como agressivas e contemporâneas. As paródias e pastiches são estratégias de *design* utilizadas na sátira política a centenas de anos e remetem a movimentos artísticos consolidados, como a Internacional Situacionista, além do Realismo, Construtivismo, Dadaísmo e Surrelismo. Embora os primeiros trabalhos artísticos do movimento fizessem referência histórica aos movimentos citados, os novos trabalhos de *design* apenas fazem referência ao que já foi digerido pelos primeiros artistas. “[...] muitos *designers* posteriores ao *punk* não fizeram tal alusão histórica – o olhar era simples, sujo e agressivo, e isso significava “punk” (BESTLEY; OGG, 2012, p. 8).

No final da década de 1970, o Do It Yourself foi responsável por dar ao material gráfico do *punk* - pôsteres, fanzines, cartazes, capas de discos - uma imagem não-comercial, ou direcionadas a um nicho muito específico. As estratégias de *design* envolvidas neste meio muitas vezes eram permeadas pelos orçamentos limitados - processos de produção alternativos, adaptação de materiais disponíveis e técnicas de impressão artesanais - o que agregava um valor criativo e até sofisticado aos materiais, além dar identidade ao material e fazer com que fosse reconhecido como tal. Pode-se notar que esta característica se manteve na produção de material *punk* no Brasil, por exemplo, como afirma Barreto (2013):

“[...] da galera *punk* mesmo, alternativa, era tudo preto e branco, porque se pensava na economia da coisa. E o charme daquela época era o preto e branco, era o contexto... Quando se via um cartaz preto e branco já se sabia que era show *punk*. Essa estética era simples e eficaz” (BARRETO, 2013).

As características de apropriação, contestação, paródia e pastiche presentes na arte *punk* naturalmente originam um certo humor às suas peças gráficas. Através da modificação de signos visuais consolidados e posterior denotação de novo sentido, as artes adquirem características que buscam satirizar positivamente ou negativamente algo ou alguém, um contexto político ou simplesmente se utilizar deste recurso para gerar imagens engraçadas, sem cunho crítico. Há também a finalidade de chamar atenção para si através de um signo gráfico já reconhecido. A título de exemplo, a capa do disco *London Calling* (1979), da banda *punk* inglesa The Clash, faz clara referência à capa do disco de Elvis Presley, assim intitulado, lançado em 1956 (Figura 24). A disposição, o formato e as cores das letras foram mantidas, apenas trocando “Elvis Presley” por “London Calling”. Uma foto acromática também faz parte da composição,

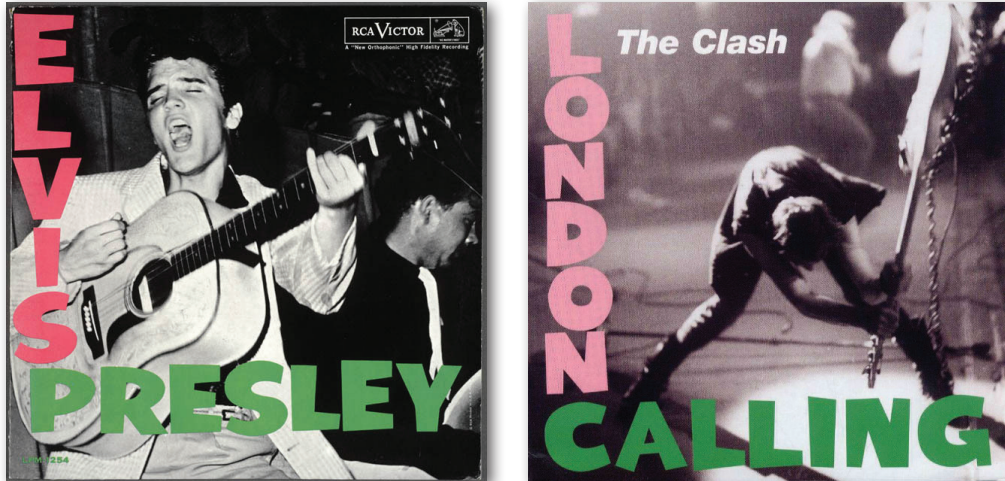


Figura 24 - Elvis Presley (1956) e London Calling (1979)  
Fonte: 60X50 (2013).

na qual o baixista quebra seu instrumento durante um show. Esta capa tornou-se mais conhecida do que a própria capa de Elvis, e a fotografia tornou-se ícone da rebeldia do *punk*.

Outro exemplo de apropriação e pastiche que vale ser citado é a homenagem da banda NOFX à banda norte-americana Bad Religion, da qual são fãs declarados. Em 1988, Bad Religion lançou um álbum intitulado *Suffer* e, em 2001, NOFX lançou um EP intitulado *Surfer*. A arte da capa dos discos têm evidente semelhança (Figura 25). O nome do segundo faz um trocadilho com o primeiro, além de manter a tipografia e a paleta de cores muito parecidas. O humor fica evidente ao mudar a temática da imagem principal, já que as palavras *Suffer* e *Surfer* - “sofrimento” e “surfista”, em inglês - não possuem qualquer relação, a não ser pela grafia e fonética semelhantes.

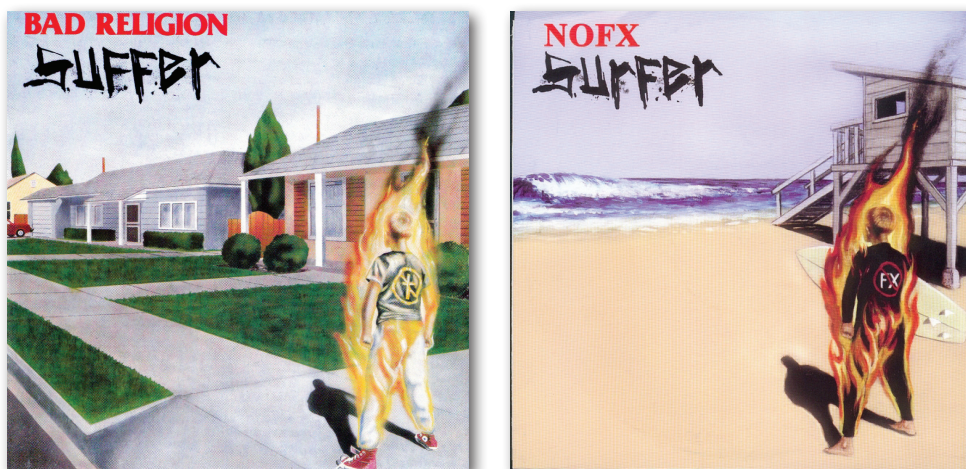


Figura 25 - Suffer (1988) e Surfer (2001)  
Fonte: AMIRIGHT (2013).

Os grafismos predominantes na estética *punk* até então, como as letras recortadas para formar novas palavras ou sentenças, tipografia rudimentar e agressiva, tratamento de imagens em meio-tom, ângulos dinâmicos e linhas espessas, atualmente são observadas como “uma influência formativa na cultura visual pós-moderna, ecleticamente imersa no que veio antes para criar uma nova bricolagem de elementos díspares” (BESTLEY; OGG, 2012, p. 8). Segundo Felipe (2012), “o meio que mais traduz a crueza e a urgência desta subcultura é a colagem”. A arte *punk* deixa de lado a beleza da propaganda publicitária para trazer imagens que chocam. Através da desconstrução do belo e posterior reconstrução através de recorte e colagem, o *punk* confere novos significados ao modo de expor suas ideias.

“[...] o corte [...] é o primeiro gesto que separa, não sem violência, a parte do todo. Somente após este movimento incisivo é que os signos visuais ou linguísticos, geralmente extraídos da cultura de massa, serão recombinaos, ganhando novos significados” (FELIPE, 2012, p. 102).

Felipe (2012) considera plausível que o *punk* tenha se utilizado da técnica de recorte e colagem para se expressar:

“[...] não requer técnicas sofisticadas de execução, nem meios dispendiosos, além de uma tesoura e uma fonte de imagens em papel - abundantes nas revistas, jornais e livros, no excedente imagético de nossa cultura massificada. Ao buscar neste tipo de imagem a sua fonte, a colagem *punk* tenta desmontar desde dentro um padrão de representação burguês e conformista, contrapondo formas visuais acessíveis e alienantes [...]” (FELIPE, 2012, p. 103).

Jamie Reid utilizava esta técnica para criar peças icônicas que ficariam marcadas como precursoras da arte *punk*. Suas obras tiveram notoriedade suficiente para influenciar toda a estética desde o final dos anos 70 até os dias atuais. Sua clara alusão às características visuais e conceituais da Internacional Situacionista e do Propagit caracterizaram os trabalhos que o fizeram ser reconhecido como um dos responsáveis pela implementação do que se reconhece como arte *punk*. Os exemplos que melhor ilustram sua importância são as artes para a banda Sex Pistols (Figura 26).



Figura 26 - Capa do single *God Save the Queen* (1977)  
Fonte: PUNKFLYER (2013).

“Reid coloca a estética de apropriação no centro de suas estratégias plásticas e políticas. Sua fotografia [...] também faz parte da agenda subversiva da colagem. Jamie Reid tira uma foto, corta, cola e fotografa de novo para criar outra realidade, inserindo esse espírito dadaísta da apropriação nas mínimas rupturas” (LAVIGNE, 2010, p. 28).

Ao longo dos anos, desde o seu surgimento, o *punk* mantém uma estética bem definida no *design* gráfico. Naturalmente, houveram mudanças significativas nos métodos manuais, no uso de tipografias e meios de criação e produção de material *punk*. Porém, a essência do código visual já citado se mantém e se adapta às novas condições. A proposta de destruição e posterior reconstrução e, principalmente, apropriação, se mantiveram ao longo da história do punk e permanecem como uma das principais influências dos trabalhos gráficos produzidos nos dias atuais, como pode-se notar na Figura 27.



Figura 27 - Estética punk em materiais gráficos produzidos atualmente.

Fonte: PESQUISA E COMPOSIÇÃO DO AUTOR (2013).

Segundo Cândido, o processo essencialmente manual dos elementos que compunham as peças de design gráfico, que geravam falhas grosseiras, justificam-se através dos preceitos do design contemporâneo:

“A experimentação ganha campo, novas apresentações do design nascem, através da desconstrução, apropriação e fusão de imagens das mais diversas épocas. Ruídos e erros repudiados anteriormente num projeto de design, são incorporados de maneira conceitual e o hibridismo [...] é colocado em prática, transformando toda essa mistura, em uma nova poética” (CÂNDIDO, 2008, p. 2).

Esta nova “poética” sobreviveu à chegada do computador como ferramenta do *design* gráfico. Cândido (2008) adota o termo “falha conceitual” para explicar o uso proposital destes recursos, mesmo depois de se obter um controle quase absoluto sobre os processos de impressão a fim de minimizar estas falhas, como mostra a Figura 28.

“Falhas, erros técnicos, que eram ocasionalmente ocorridos pré-era computador, inaceitáveis para a aprovação de um perfeito trabalho de *design*, que foram sanados em grande parte pós-era computador, ressurgem como “estrelas” em uma criação contemporânea, recebendo o título de “falhas conceituais”. [...] Para boa parte dos olhares contemporâneos, o surrado e “mal feito” é *cool*. Ou seja, o computador simula um resultado gráfico, que teoricamente não seria produzido por ele” (CÂNDIDO, 2008, p. 2).



Figura 28 - Falhas conceituais geradas por computador  
Fonte: PESQUISA E COMPOSIÇÃO DO AUTOR (2013).

Pode-se notar que os computadores são capazes de reproduzir com perfeição as “falhas conceituais” supostamente acidentais dos projetos gráficos relacionados ao *punk*. Mesmo que o computador seja capaz de produzir imagens com alinhamentos perfeitos, cores uniformes, tipografia digital convencional e outras possibilidades, os autores preferem manter o ruído, os tipos não-convencionais e irregulares, imagens propositalmente modificadas a fim de denotar novo significado e as texturas que remetem a deterioração.

Um dos elementos essenciais para o reconhecimento da arte *punk* é a tipografia. A tipografia pós-moderna, para Lopes (2005, p. 2), “[...]é experimental, imperfeita, desordenada, mutante e eclética porque é capaz de reunir diversas tendências e estilos, todas possuindo uma característica em comum”, ou, para Farias (2003, p. 29), é “[...] a rejeição em maior ou menor grau ao paradigma racionalista, estabelecido a partir da Bauhaus”. Ao final da década de 1960, houve a ruptura com a racionalidade imposta em grande parte pela Bauhaus, eclodindo assim inúmeras outras famílias tipográficas que valorizavam a desordem e a desconstrução. Movimentos artísticos como o psicodelismo e *punk* impulsionaram esta nova forma de utilizar a tipografia como um elemento que merecesse maior destaque, conferindo a ela importância e personalidade dentro do projeto gráfico.

A partir da década de 1980, “computadores pessoais e impressoras de baixa resolução puseram ferramentas da tipografia nas mãos de um público mais amplo” (LUPTON, 2006, p. 27). Várias famílias tipográficas foram projetadas exclusivamente para exibição em telas de televisores, *videogames*, eletrônicos portáteis e telefones celulares, as chamadas “*bitmaps*”, que respeitam uma grade modular quadrada para dar forma às letras. Na década de 1990, com a tecnologia um pouco mais desenvolvida, os tipos não precisavam mais ser projetados prevendo a malha quadrada, dando origem às fontes vetoriais. Estas podiam prever curvas mais complexas e em ângulos irregulares. Porém, esta busca pela perfeição na projeção de tipos fez com que muitos designers sentissem falta de algo que fugisse ao padrão limpo e perfeitamente racional imposta pela limitação das telas. Para Lupton (2006, p. 29), “Procurava-se lançar a letra no mundo rude e cáustico dos processos físicos. Ela, que por séculos havia buscado a perfeição em tecnologias cada vez mais exatas, foi arranhada, dobrada, manchada e poluída”. Atualmente, os computadores são capazes de reproduzir, com perfeição, inúmeros métodos essencialmente manuais e suas falhas conceituais, como o *stencil*, a caligrafia, a pintura e a colagem (Figura 29).



Figura 29 - Tipografias digitais com falhas conceituais  
Fonte: PESQUISA E COMPOSIÇÃO DO AUTOR (2013).

Com a ampla utilização dos tipos digitais irregulares e propositalmente falhados, foi possível sustentar a desvalorização da racionalidade, organização, perfeição e clareza, já impostas durante o surgimento do *punk*. Assim, mesmo com a passagem do processo de produção dos materiais gráficos da manufatura para o meio digital, tais características visuais puderam ser mantidas, não só na tipografia como em todos os materiais gráficos - capas de *CD*, pôsters, adesivos, cartazes, etc - que se opte por utilizar esta linguagem. Tratando-se do intervalo de tempo considerado nesta pesquisa, pode-se observar a continuidade - dadas as suas modificações e adaptações ao novos meios de produção ao longo do tempo - desta forma de elaborar signos visuais condizentes com a estética *punk*.

### 2.5.2.1 Iconografia

É importante expor alguns ícones da arte *punk* para que se tenha uma leitura mais completa dos materiais gráficos e seus significados. Nem todos os elementos se repetem, necessariamente, em todos os materiais. Como já citado, este conjunto não pode ser visto como original, uma vez que a apropriação de elementos de outras culturas são absorvidos pelo *punk* e ganham novos significados. Ressalta-se também a relevância dos signos visuais relacionados à moda, estilo e comportamento do movimento *punk*, porém, esta pesquisa limita-se a abordar a iconografia relacionada ao *design* gráfico, ou seja, os elementos visuais comuns aos cartazes, capas de *CDs*, pôsteres e demais materiais gráficos. Dentre o que vale ressaltar como signos importantes:

- Letras e imagens confeccionadas em *stencil*;
- Tratamento exagerado de fotografias, deixando evidente o meio tom e o erro de registro de forma proposital;
- Utilização de fotografias e ilustrações em preto e branco;
- Composição caótica, que não segue necessariamente os preceitos de racionalidade do design moderno;
- Utilização de humor e paródias através de imagens modificadas de celebridades e políticos;
- Erotismo explícito;
- Recortes de jornal e referências diretas a elementos da cultura pop;
- Utilização de imagens que denotam algum tipo de protesto;
- Ilustrações manuais com traços e rabiscos propositalmente mal acabados;
- Retratos da fauna urbana de uma forma geral e do proletariado, que remetem à pobreza e à degradação social;
- Imagens que remetem ao que é considerado chocante para a sociedade, como por exemplo ratos, caveiras, pessoas em estados psicológicos negativos como agonia e depressão.



## 2.6 VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DO MOVIMENTO PUNK

Os meios de comunicação alternativos e independentes são bastante utilizados por grupos - em geral pequenos se comparados com a grande massa - que possuem interesses em comum. São destinados a pequenos nichos e são produzidos diretamente pelas pessoas envolvidas e para as pessoas que pertencem a estes nichos. Diferentemente do apelo de grandes mídias de massa, nas quais o conteúdo gerado representa grande parcela da população, o material independente circula em proporções muito menores, como afirma Rodrigo, ex-integrante da banda Beijo AA Força, em entrevista ao documentário *Punks na Cidade*: “é a imprensa nanica, tudo o que é alternativo [...] vem da filosofia do *punk rock*, que é o ‘não’ ao *broadcast*. Quebrar o que é grande rede, que é a micro rede. A *internet* é uma coisa essencialmente ‘*punk*”.

Entende-se como meio de comunicação todas as formas de expressão e divulgação de ideias, a exemplo dos *fanzines*, moda, cartazes, músicas, artes e comportamento. Restringindo-se as artes visuais, pode-se citar como bons exemplos de veículos independentes de comunicação, no meio *punk*, os *fanzines*, cartazes e *flyers*. Embora se reconheça a importância dos *fanzines* para a divulgação dos eventos e pela sua inegável contribuição para o que se conhece como estética *punk*, este tema será abordado de forma mais breve por não ser o foco desta pesquisa

### 2.6.1 Fanzines

A palavra *fanzine* tem sua origem na junção das palavras de origem inglesa *fanatic* e *magazine* (ANDRAUS, 2006). Segundo Andraus:

“O *fanzine* é uma forma de editoração alternativa, não vinculada aos aspectos ditos oficiais pela sociedade, em que se pese um sistema de ordem geralmente afeito a trocas e permutas mediante valores monetários, como o é no sistema capitalista excludente” (ANDRAUS, 2006, p. 3)

Este veículo foi amplamente utilizado pelos *punks* durante o início do movimento, no final dos anos 70 e começo dos anos 80, como afirma Wallace Barreto, ao ser perguntado sobre o principal meio de comunicação com pessoas de outras localidades:

“Tudo por carta. Tudo por *fanzines*. [...] Esta era a rede social daquele tempo, o *fanzine*. E vários deles divulgavam o mesmo evento. [...] os caras vinham com a banda tocar e traziam alguns *fanzines* pra cá, já levava algumas amostras pra lá... Mandava-se por correio antes, mandava vários, tipo uns dez praquela cidade, e o pessoal daquela cidade já tinha conhecido mais uns dez ‘cabeça’ [...] e assim é que circulava a divulgação” (BARRETO, 2013).

Embora os fanzines ainda sejam produzidos, nos dias atuais a utilização da *internet* tem cumprido a função de comunicar de forma muito mais ágil e abrangente.

## 2.6.2 Cartazes

No meio *punk*, a falta de recursos financeiros das pessoas envolvidas nos eventos fazia com que houvesse pouco ou nenhum profissionalismo na elaboração dos cartazes. Barreto (2013) afirma que as artes, antes do acesso à editoração eletrônica, eram elaboradas “por qualquer um que soubesse desenhar minimamente”. O orçamento era um fator diretamente determinante no *layout* dos cartazes, uma vez que com investimento era possível se utilizar máquinas de escrever, pagar um desenhista profissional, imprimir cópias coloridas, etc.

“[...] o carinho que tinha mão boa pra desenhar fazia uma caricatura, ou então utilizava recortes de jornal, recortava as letras... Quase ninguém tinha máquina de escrever [...] e quem tinha uma letra boa acabava fazendo as artes. Eram os camaradas mesmo” (BARRETO, 2013).

As técnicas de reprodução dos cartazes também eram precárias antes da era dos computadores. Segundo Barreto (2013), um dos motivos pelos quais utilizava-se apenas uma cor de impressão era a economia para se replicar as peças depois que a matriz era confeccionada. Outra justificativa é que o método mais comum de reprodução era a fotocópia, que por si só utiliza apenas a cor preta.

A técnica de reprodução por fotocópia ainda é muito utilizada na divulgação de *flyers*. O baixo custo para se replicar uma matriz faz com que a circulação seja ampla. Acredita-se que muitos dos cartazes antigos que sobreviveram ao tempo são apenas fotocópias, o que lhes confere uma aparência muito característica, com falhas de impressão, perda de definição e distorção das imagens. O uso da cor preta sobre o fundo branco é a principal característica deste tipo de impressão, não havendo outras cores. Além disso, o papel mais utilizado na impressão de fotocópias é o sulfite, o que confere ao material um aspecto ainda mais simples e rudimentar (Figura 30).

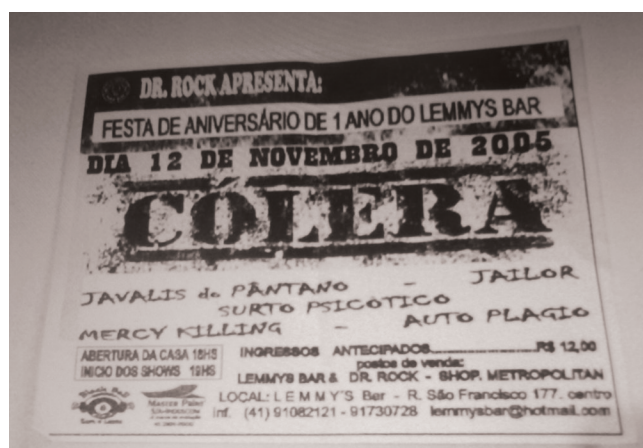


Figura 30 - Fotocópia de cartaz em tamanho reduzido  
Fonte: ACERVO DO AUTOR (2013).

Os meios de veiculação dos cartazes antes do início da utilização dos computadores eram diversos. Barreto (2013) afirma que o veículo mais utilizado para se divulgar os eventos era através de carta social, pois custava apenas um centavo para qualquer cidade do Brasil. Os *fanzines* continham a arte de divulgação dos eventos e estes eram enviados via correio.

Para divulgação local, era impressa uma matriz, geralmente em tamanho A4 (21x29,7 cm) e esta era replicada para fixação em diversos locais públicos da cidade, como postes e paredes. Barreto (2013) afirma que não havia necessidade de grandes tiragens, pois o público era muito restrito e muitos se conheciam, o que fazia com que a informação se espalhasse no “boca a boca”.

[...] não eram muitos cartazes, não tinha necessidade. Hoje em dia pra qualquer evento pequeno são rodados 4 mil, 5 mil *flyers* e cartazes. Naquela época eram reproduzidos na faixa de 100, 50 cartazes. Era caro. Isso também acontecia com os *fanzines*, uma tiragem alta beirava as 500 unidades, e atualmente qualquer pequena publicação é feita com tiragem de 2000 unidades no mínimo” (BARRETO, 2013).

Esta prática mostra-se eficaz até os dias atuais, como afirma Muller (2013) em entrevista ao autor: “O ‘lambe-lambe’ e a distribuição de *flyers* em portas de escolas e shows não podem ser ignorados jamais!”. Outro local comum e talvez mais eficiente para fixação de cartazes eram nas paredes dos bares e casas de show onde aconteciam os eventos. Barreto (2013) confirma esta informação: “[...] era só colocar o cartaz no mural do bar no começo da semana que durante esta semana as pessoas que iam lá já ficavam sabendo o que teria no final de semana. Alguma coisa tinha, e sempre gratuitamente”. Esta prática é utilizada até os dias atuais e mostra-se muito eficiente.

Embora a *internet* tenha facilitado a divulgação de eventos e eliminado quase que por completo a troca de cartas como meio de comunicação e divulgação e tenha diminuído a necessidade de veiculação de cartazes nas ruas, Muller ressalta que

“Talvez a *internet*, e mais especificamente o *Facebook*, tenha banalizado a divulgação de eventos, já que recebe-se dezenas de convites diariamente e muita gente acaba não dando atenção para o que talvez poderia interessar” (MULLER, 2013).

Barreto (2013) tem uma visão parecida em relação à divulgação via *internet*: “o computador e a *internet* ajudaram a agilizar. E o engraçado é que ao mesmo tempo que é uma ferramenta pra ajudar, é uma ferramenta que deixa as pessoas com menos tempo!”, ou seja, a divulgação por este meio faz com que a divulgação seja eficiente, mas não eficaz. Outra característica que vale ser ressaltada é que grande parte dos cartazes produzidos eletronicamente não são impressos, e sim divulgados eletronicamente através de sites e redes sociais de bandas e canais de comunicação relacionados ao *punk rock*.

Com a popularização dos *softwares* de editoração eletrônica e da *internet*, a prática de confecção de cartazes por pessoas que não possuem formação específica se tornou ainda mais comum, ou seja, o que sempre aconteceu no meio *punk* de repente passa a abranger um número maior de pessoas. Através da infinita gama de imagens disponíveis na *internet* e da variedade de fontes digitais que remetem à estética *punk*, pessoas com um conhecimento mínimo em softwares gráficos são capazes de criar cartazes. Mais uma vez, o orçamento limitado acaba por definir quais as pessoas serão responsáveis por criar as peças gráficas. Se por um lado o *layout* confeccionado por um leigo pode não ser esteticamente agradável, por outro lado um profissional que não tenha qualquer repertório com relação ao *punk* pode não conseguir utilizar uma linguagem condizente com o que se espera de um cartaz, não cumprindo assim o objetivo de atingir o público que se pretende. A Figura 31 ilustra esta situação. Trata-se de um show de *punk rock/hardcore*, porém a solução encontrada pelo autor é pouco condizente com a estética reconhecida como *punk*. O uso de fontes não serifadas, ângulos bem definidos, ausência de ruído e texturas e o uso de cores uniformes minimizam seu efeito, uma vez que esta composição foge à linguagem adotada pela grande maioria do material gráfico do *punk*.



Figura 31 - Projeto gráfico pouco condizente com o contexto  
Fonte: FACEBOOK (2013).

Barreto (2013) reafirma a importância da utilização das convenções gráficas do *punk* na elaboração dos cartazes para que estes fossem devidamente reconhecidos como tal:

“Fazia-se o cartaz pensando num certo tipo de alerta social, não só contestação, mas mostrar seu próprio ponto de vista da sociedade. Procurava-se mostrar uma reflexão. O lance de ser preto e branco também demonstrava o que era nu e cru, simples e objetivo sem deixar de ter expressividade, de mostrar a que veio. O mundo não é só colorido, também existem coisas marginais. Hoje se você faz um cartaz preto e branco o pessoal não gosta” (BARRETO, 2013).

Por fim, através da coleta dos diversos cartazes para catalogação pode-se notar que os cartazes produzidos eletronicamente, nos dias atuais, se assemelham aos produzidos manualmente no início do movimento punk, como mostra a Figura 32.



Figura 32 - Cartazes punks criados por meio de editoração eletrônica  
Fonte: PESQUISA E COMPOSIÇÃO DO AUTOR (2013).

## 2.7 DESIGN: UMA ABORDAGEM GERAL

Para Denis (2000, p. 16), a tentativa de definição do termo gera limitações e, geralmente, acaba não abrangendo todas os seus significados. Uma das formas de se obter um pouco mais de objetividade é delimitar o objeto de estudo para tentar explicá-lo. Uma das formas utilizadas no meio profissional para tal é basear-se na definição do termo. A origem mais remota vem do latim, *designare*, que abrange dois substantivos: designar e desenhar. Em inglês, *design* “[...] se refere tanto a ideia de plano, desígnio, intenção, quanto à de configuração, arranjo, estrutura” (DENIS, 2000, p. 16). A palavra na língua inglesa não refere-se exclusivamente a ação humana de organização, e pode se referir a configuração do universo ou de uma molécula, como exemplifica o autor. Quando começou a ser utilizado no Brasil, o termo manteve significados parecidos com o da língua inglesa, mas refere-se exclusivamente ao exercício humano de organização.

O que há em comum entre as várias definições é que a maioria “[...] concorda que o *design* opera a junção destes dois níveis, atribuindo forma material a conceitos intelectuais” (DENIS, 2000, p. 16). Segundo Strunck (2010, p. 18), o papel do designer “[...] relaciona-se à concepção, à criação de conceitos que, formalizados, possam fazer a informação circular com maior eficácia possível, e isto sem abrir mão do prazer estético que é próprio dos seres humanos”. No ponto de vista de Haslam (2006, p. 23), “O *design* é uma mistura de decisões racionais e conscientes que podem ser analisadas e decisões subconscientes que não podem ser deliberadas tão prontamente, uma vez que derivam da experiência e da criatividade do *designer*”.

Assim como as artes gráficas e as artes plásticas, o *design* projeta “determinados artefatos móveis”, como afirma Denis (2000, p. 17). Seguindo-se uma abordagem tradicional do *design*, a diferença entre designers e artistas plásticos e visuais estão relacionadas ao fato de que o *designer* não produz aquilo que projeta, tornando-se assim parte do processo de produção. Denis (2000, p. 17) acredita que este fator é um dos mais importantes para o origem do *design*:

“[...] a passagem de um tipo de fabricação em que o mesmo indivíduo concebe e executa o artefato, para um outro, em que existe uma separação nítida entre projetar e fabricar, constitui um dos marcos fundamentais para a caracterização do design”.

Porém, através da pesquisa realizada pelo autor, nota-se que em alguns casos o trabalho pode sim ser executado inteiramente por quem o projeta, desde a sua concepção até a finalização, como é o caso do processo de produção dos cartazes de shows de *punk rock*. Neste caso, não é preciso sequer ter conhecimento teórico sobre *design* para que se possa projetar um cartaz, dadas as circunstâncias e a finalidade do projeto.

### 2.7.1 *Design* gráfico e *design* editorial

Para Haslam (2006, p. 23), o processo pelo qual se percorre na maioria dos trabalhos de *design* gráfico e, conseqüentemente o *design* editorial, abrange quatro fases: documentação, análise, conceito e expressão. Estes pilares não funcionam isoladamente e podem fazer parte do processo em proporções não necessariamente iguais. Entende-se por documentação a simples razão de existir do *design* gráfico, que tem como matéria-prima a informação. Este material bruto, que cabe ao *designer* gráfico lapidar, podem se apresentar na forma de elementos textuais, imagens, ilustrações, fotografias, etc.

“Todo *design* gráfico envolve o trabalho de documentação. [...] A documentação está na raiz da escrita e da imagem. [...] Sem ela não há *design* gráfico: livros, revistas, jornais, pôsteres, sinais de rua, embalagens, websites; não haveria linguagem visual preservada, mas somente meros gestos” (HASLAM, 2006, p. 23)

A fase de análise consiste em se ter uma visão geral do conteúdo a ser organizado, a fim de condicionar o receptor a entender o conteúdo da forma mais objetiva e clara possível. “A análise nasce do racionalismo: é a busca por um padrão discernível dentro de uma massa de informações”, como afirma Haslam (2006, p. 25).

A expressão é a forma encontrada pelo designer para solucionar o problema de comunicação do nível de análise, ou seja, a forma como vai aplicar seu conhecimento

prático, teórico e sensitivo para comunicar de forma eficiente. Nem sempre a forma de expressão utilizada pelo *designer* condiz com a do autor de um projeto, fazendo com que indiretamente o *designer* torne-se também autor. E, por fim, Haslam (2006, p. 27) acredita que o pensamento conceitual é o alicerce da comunicação. Este pensamento atua juntamente com a massa de informações e expressa-se através de trocadilhos, paradoxos, clichês e metáforas. Estes argumentos devem estar explícitos de forma objetiva, adotando a prerrogativa de que o receptor da informação possui repertório intelectual compatível com o projeto e, assim, possa captar o conceito apresentado.

O *designer* editorial dispõe de ferramentas para desenvolver seus projetos, como o conhecimento de teoria do *design*; quanto ferramentas para materializar seus projetos depois de desenvolvidos. Antes de iniciar um projeto, é necessário que o *designer* tenha conhecimento teórico sobre diagramação, como *grid*, alinhamentos, tipografia e cores, entre outros. Ao mesmo tempo, precisa pensar na fase de produção gráfica (impressão) de seu projeto, como a escolha e o aproveitamento de papel, tipos de acabamento, métodos de impressão e tiragem. Todo este conhecimento deve ser aplicado simultaneamente, pensando sempre em todas as fases do projeto e, assim, reduzindo ao máximo as possibilidades de erro.

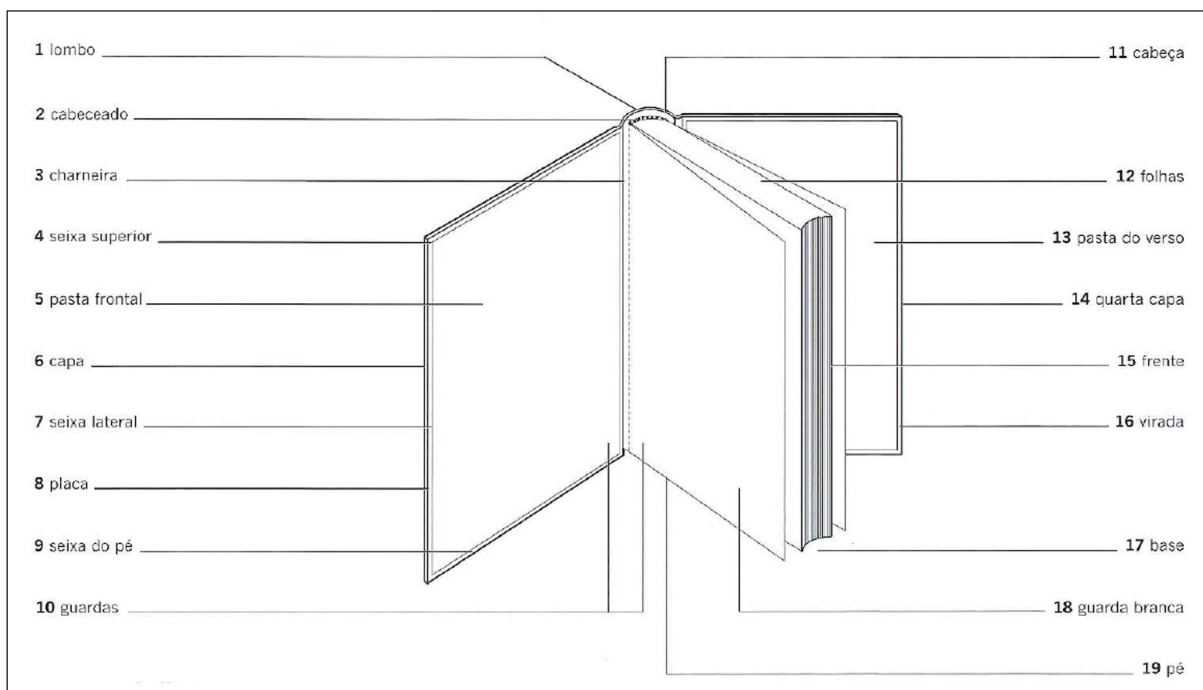
### 2.7.2 Catálogo

Segundo Rios (1999, p. 158), trata-se de um substantivo masculino e define-se como "Lista, relação ou descrição sumária e metódica, geralmente em ordem alfabética, de documentos, coisas, pessoas, etc". Muito utilizado no segmento de comunicação, implica no desenvolvimento de um projeto editorial que contém amostras - fotografias, ilustrações, produtos e serviços - do que se pretende documentar, registrar, vender, ilustrar ou expor.

Catálogos que contém imagens necessitam de breves legendas sobre cada uma, a fim de conduzir o leitor a fazer uma leitura correta. Na venda de produtos, por exemplo, é comum encontrar informações como preço, código e nome de cada um deles. Já em catálogos de fotografia, observa-se legendas descritivas referentes a data e local em que cada imagem foi concebida, além de informações técnicas. Livros de arte, exposições, ilustrações e *portfólios* também podem ser consideradas como um catálogo, pois a quantidade de informações é vasta e obriga o designer a criar um projeto editorial que comporte todas elas.

Por se tratar de um material que comporta muitas páginas, assemelha-se as características dos livros. Haslam (2006, p. 9) define o livro como "um suporte portátil que consiste de uma série de páginas impressas e encadernadas que preserva, anuncia, expõe e transmite conhecimento ao público, ao longo do tempo e do espaço".

As partes que compõe um livro podem ser facilmente identificadas através da Figura 33. Nem todas estão presentes em todos os projetos editoriais como a folha de guarda, a charneira e a placa rígida, que só são utilizados em projetos que utilizam capa dura, por exemplo.



**Figura 33 - Partes de um livro.**

Fonte: HASLAM (2006, p. 20).

Como em todo projeto editorial, as imagens não são dispostas de forma isolada. Os elementos são dispostos acompanhados de alguns complementos que compõem o layout da página, como os fundos, as texturas, a paginação e as imagens que ilustram e reforçam a identidade do material. Estes são essenciais para que se obtenha uma identificação direta com o público que se pretende atingir.



### 3 DESENVOLVIMENTO

Esta pesquisa tem como objetivo elaborar um catálogo que contenha vários cartazes, *flyers* e convites de shows de *punk rock* que ocorreram na cidade de Curitiba dentre os anos de 1990 a 2012. Seu título é auto explicativo: *Catálogo de cartazes de shows de punk rock de Curitiba de 1990 a 2012*. Este suporte foi escolhido devido a capacidade de acomodar um grande volume de informações.

#### 3.1 METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa e desenvolvimento utilizada nesta pesquisa baseia-se no modelo de Haslam (2006), que defende que a abordagem do *design* gráfico pode ser compreendida em quatro etapas:

- Documentação: na qual se encontra a necessidade de preservação de informações, que se dá através do levantamento de todo o conteúdo a ser abordado como textos, imagens, fotografias, ilustrações, diagramas, tabelas, etc. Segundo Haslam (2006, p. 23), “sem ela [*documentação*] não há *design* gráfico [...]; não haveria linguagem visual preservada, mas somente meros gestos”. Considera também que é fundamental para o mundo moderno, pois “preserva ideias e permite que sobrevivam a memória e ao discurso humanos” (HASLAM, 2006, p. 23).
- Análise: Consiste na avaliação de todo o conteúdo proposto a fim de organizar racionalmente a estrutura do trabalho, como a hierarquia das informações, o que é conteúdo principal e o que é secundário, quais os dados merecem maior destaque, etc. Para Haslam (2006, p. 25), “a abordagem analítica busca encontrar a estrutura de um conteúdo, dado ou documentação. [...] tal abordagem impõe uma estrutura aos dados, de forma que se tornem mais inteligíveis”.
- Expressão: Esta fase norteia-se pela expressão pessoal do autor ou do *designer* dentro do projeto gráfico. Haslam (2006, p. 26) afirma que esta etapa “[...] contempla o conteúdo como um ponto de origem, a partir do qual se deve fazer uma interpretação”, ou seja, a partir do conteúdo proposto, definir uma linguagem que permeie todo o processo de criação, levando em conta o público alvo e o contexto de *design* no qual o conteúdo está inserido.
- Conceito: Algumas soluções não baseiam-se exclusivamente em decisões racionais. O *design* permite atribuir significações abstratas que podem ser compreendidas

por leitores que estejam inseridos num determinado contexto, e são capazes de compreender todas as decisões tomadas pelo *designer*. Esta percepção apoia-se na abstração de conceitos complexos e parte para a simplificação a fim de se chegar num resultado gráfico ao mesmo tempo inteligível e emocional.

### 3.1.1 Documentação

#### 3.1.1.1 Coleta das amostras

Para se criar uma espécie de linha do tempo de 1990 a 2012, foram coletadas 200 amostras de todos os anos em questão. O objetivo inicial era reunir pelo menos um cartaz de cada mês, totalizando 264 cartazes, porém, houve grande dificuldade na obtenção de amostras mais antigas, mais precisamente de 1990 a 1997. Acredita-se que este empecilho se deva ao difícil acesso a editoração eletrônica, *scanners* e à *internet* por parte das pessoas envolvidas, dificultando assim a disponibilização do material digitalizado. O número de amostras encontradas durante a pesquisa é muito superior ao que se pretendia inicialmente, porém, prezou-se pela regra de escolher apenas uma de cada mês em cada ano. Assim, muitas foram descartadas.

Ao total, 200 amostras foram coletadas. Destas, 157 foram encontradas em formato digital, disponibilizados em *sites*, *blogs* e redes sociais de bandas, bares, produtoras e casas de shows. A localização se deu através da busca por palavras-chave relacionadas ao tema, como nomes das bandas em atividade no período de veiculação dos cartazes, nomes de casas de show e arquivos pessoais de artistas e bandas. Outra importante forma de obtenção, responsável por 26 amostras entre físicas e digitais, foi a colaboração de pessoas envolvidas com a organização de eventos e integrantes de bandas. Wallace Barreto, produtor cultural e guitarrista da banda Ovos Presley, cedeu gentilmente cinco amostras; Neri da Rosa, que contribuiu com sete e; Thiago Malinoski e Guilherme Muller, ambos produtores de shows, contribuíram com oito e nove amostras respectivamente. Estas pessoas tiveram fundamental importância na pesquisa, pois disponibilizaram peças não encontradas através de pesquisa na *internet*. Além destas, Máximo Salomão, Dimas Gomes e JR Ferreira se dispuseram a contribuir caso precisasse. E, por fim, 17 amostras foram resgatadas do arquivo pessoal do autor.

É natural que muitas tenham perdido algumas características originais desde o momento em que foram criadas até o momento de catalogação. No caso de alguns cartazes físicos, pode-se observar manchas de mofo, dobras, rasgos, sujeira, desgaste na impressão, além de perda de saturação. Ao se transferir estes cartazes para o meio digital através de escaneamento ou fotografia, também é possível que mais algumas características sejam modificadas, tais como definição das imagens,

iluminação, matiz, saturação e enquadramento. Alguns erros projetuais comuns também contribuem para que as informações se percam ao longo das transições do meio físico para o digital, como o uso de imagens, fontes, logotipos em tamanho muito reduzido em relação ao tamanho do cartaz, imagens de baixa qualidade e fontes com pouca legibilidade. Já no caso de cartazes digitais, os problemas se assemelham, com a diferença de terem maior quantidade de informações originais preservadas.

### 3.1.1.2 Organização

Cada amostra recebeu em seu título o ano e o mês no qual o show aconteceu, para que a linearidade de tempo fosse assegurada. Por exemplo, um show que aconteceu no ano de 2006, no mês de maio, recebeu a nomenclatura “2006 - 05”. Na maioria dos casos houve uma certa dificuldade em determinar o ano exato em que o evento aconteceu devido a falta desta informação na própria amostra. Alguns métodos foram utilizados para que se obtivesse a informação:

- Quando existia a informação do dia da semana junto ao dia do mês, era possível determinar quais os anos possíveis em que determinadas dias da semana batiam com determinados dias. Em alguns casos, quando era possível uma data coincidir com dois ou mais anos, analisava-se as bandas que tocaram no evento e seu período de atividade, o que tornava alguma das alternativas válida.
- Em alguns casos em que não foi possível determinar a data exata ou o local do evento, a amostra foi descartada. As amostras com legibilidade considerada ruim também foram descartadas.

Uma importante ferramenta utilizada durante toda a pesquisa foi o uso de tabelas que cruzavam informações. Desta forma, a informação era obtida rapidamente quando existia dúvidas quanto a validade de cada amostra, além de fornecer a informação necessária de forma rápida e sucinta. A Figura 34 ilustra uma parte da planilha utilizada, apenas a título de exemplo.

	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO
2012	6º Punk Rock Fest 20 e 21.01.2012 Front Bar	Baile Punk 10.02.2012 Hangar Bar	CPM 22 03.12.2012 Espaço Cult	RVIVR 07.04.2012 Blood Rock Bar	Less Than Jake + Belvedere 25.05.2012 Espaço Cult
2011	V Punk Rock Fest 22.01.2011 Auditório do Largo	HC CWB II 19.02.2011 Hangar Bar	Anti-Flag 25.03.2011 Music Hall	VII Verdurada CWB 10.04.2011 CEU	Drop Dead Origins 07 e 08.05.2011 Drop Dead Skate Park

**Figura 34 - Exemplo de organização de dados**  
Fonte: O AUTOR (2013).

Outra forma de organização adotada pelo autor foi a impressão de miniaturas das amostras (Figura 35), a fim de agilizar a ordenação de cada elemento de forma crescente. Este material de apoio palpável permitiu que se trabalhasse no documento digital sempre em tela, facilitando a percepção cognitiva.



**Figura 35 - Material de apoio para organização**  
Fonte: O AUTOR (2013).

Além das amostras, foram coletadas também diversas imagens relacionadas ao repertório visual proposto pelo catálogo:

- Imagens relacionadas ao *punk rock* em geral: público assistindo e participando de shows, fotos promocionais, etc;
- Bandas curitubanas: logotipos, *setlists*, fotografias, peças gráficas, material de *merchandising*, etc;
- Cartões postais e características da cidade de Curitiba;
- Bares e casas de show: fachadas, placas, palcos, características marcantes, seus respectivos donos, etc;
- Figuras públicas como prefeitos e governadores que tiveram sua gestão no intervalo de tempo desta pesquisa.

A fonte das imagens são provenientes, em sua maioria, de pesquisas na internet e outras foram coletadas do acervo pessoal do autor. Depois da coleta, foi feita a separação das imagens mais representativas para devido tratamento, para que pudessem ser impressas numa boa resolução. A forma de utilização de todo este material foi definida numa fase posterior, a de análise. O principal objetivo de utilizar este recurso é enriquecer e complementar o conteúdo do catálogo servindo como imagens ilustrativas e de apoio. A Figura 36 mostra um apanhado de algumas das imagens coletadas durante a pesquisa.



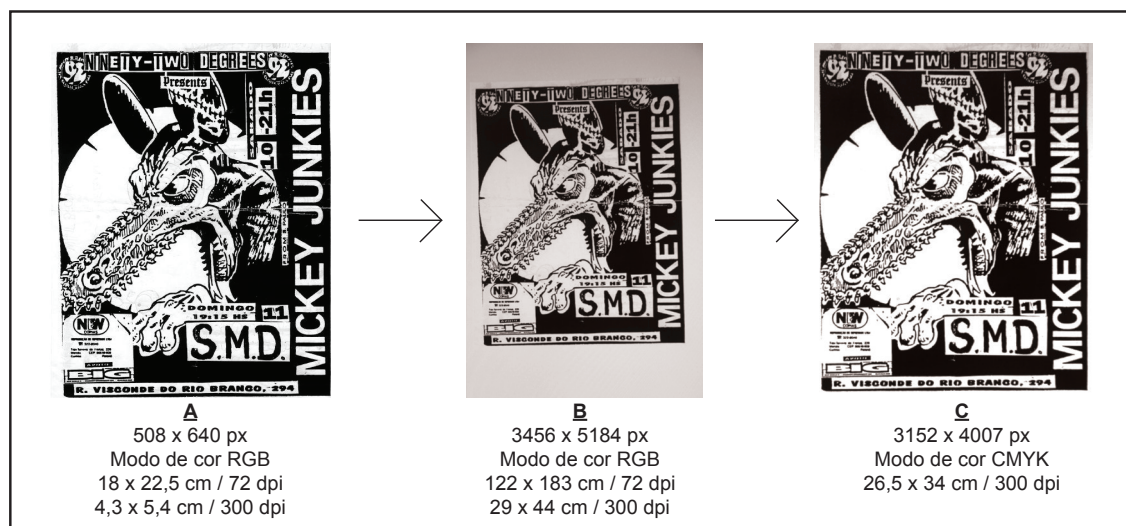
Figura 36 - Apanhado de imagens relacionadas ao projeto  
Fonte: COMPOSIÇÃO DO AUTOR (2013).

Todas as informações em forma de texto foram extraídas da pesquisa teórica. Durante o desenvolvimento, muitos fatos históricos e outros curiosos foram sendo selecionados para serem utilizados de alguma forma no catálogo. As informações foram obtidas através das entrevistas e da pesquisa teórica, além da busca de informações em diversos sistemas de busca na *internet*. Estes textos são curtos e servem apenas como apoio ao conteúdo principal, não tendo assim a necessidade de serem extensos ou muito detalhados. Outras informações coletadas durante o processo de documentação foram as fontes das imagens e também os endereços dos lugares onde aconteceram os eventos.

### 3.1.1.3 Tratamento das imagens

Todas as amostras, sem exceção, foram obtidas em baixa resolução para impressão. A grande maioria apresentava resolução suficiente apenas para ser exibida na tela do computador, sem que se perdesse muitos detalhes. A solução encontrada para que as imagens pudessem ser impressas no catálogo, com uma melhora significativa de qualidade, foi relativamente simples: fotografou-se a tela do computador com a configuração da câmera em alta definição. A câmera utilizada para a captação foi o modelo T2i, da fabricante Canon, com ajuste de abertura de tempo de exposição 1/25. Após fotografar todos os cartazes coletados digitalmente, partiu-se para a etapa de tratamento das imagens através do software Adobe Photoshop.

Fizeram-se necessárias correções de perspectiva, ajustes de cor, foco, enquadramento e contraste. Optou-se por não corrigir algumas das imperfeições através do *software* para que os aspectos de passagem do tempo e de trabalho manual fossem mantidos. A Figura 37 ilustra os passos do tratamento de cada amostra. A imagem (A) trata-se da amostra exatamente como foi colhida, a imagem (B) mostra a fotografia da tela sem tratamento e, por fim, a (C) ilustra a imagem finalizada e pronta para impressão.



**Figura 37 - Etapas do tratamento das imagens**  
**Fonte: O AUTOR (2013).**

Algumas características comuns a todas as amostras, como a conversão para o modo de cor CMYK e o aumento da resolução para 300 dpi, foram feitas através de ações automáticas do Adobe Photoshop. Outras, que eram particulares a cada amostra, como a correção de perspectiva e os ajustes de contraste, foram revistas particularmente.

### 3.1.2 Análise

Após coletar todo o material necessário para compor o catálogo e prepará-lo para ser diagramado, a fase de análise teve como objetivo definir de que forma cada informação seria inserida no material, como seria a separação dos capítulos, a melhor disposição dos elementos e a melhor forma de expor as amostras. Os elementos básicos na composição são:

- Sumário: bloco de texto que contém a indicação de páginas em que começa cada capítulo.
- Introdução: Texto introdutório de abertura do catálogo, no qual se instiga o leitor a compreender a importância de catalogação deste tipo de material.
- Amostras de cartazes, *flyers* e folhetos: Consistem em imagens de ângulos retos, de diversas proporções. A maioria, 153 amostras, apresenta orientação vertical, ou seja, possui largura menor que a altura; 45 delas apresentam orientação horizontal e apenas duas apresentam proporção quadrada.
- Textos de apoio: foram propositalmente produzidos com pouco conteúdo, a fim de não desviar a atenção das amostras, servindo apenas como complemento de mancha gráfica e quebra de ritmo de leitura.
- Imagens secundárias: pequenas imagens complementares que compõe manchas gráficas também para provocar uma quebra de ritmo ao longo de cada capítulo, além de servir como ilustração do tema de alguns cartazes.
- Legendas das amostras: para uma correta leitura de cada peça, fez-se necessária a elaboração de uma legenda básica e enumerada
- Extras: seção dedicada a peças raras e que não abrangem o intervalo de tempo da pesquisa. Porém, mostram-se interessantes de serem expostas devido a raridade e ao valor histórico que carregam.

- Endereços: locais onde acontecem ou aconteciam os shows no intervalo de tempo que abrange esta pesquisa.
- Crédito das imagens: seção na qual estão todas as fontes das imagens utilizadas no material.
- Paginação: Impressos com muitas páginas necessitam de um sistema de numeração crescente, a fim de facilitar a localização de um conteúdo em específico.

Através do panorama geral obtido pela análise do conteúdo, pode-se tirar algumas conclusões preliminares que nortearam a geração de alternativas. Um formato de página pequeno, por exemplo, não seria eficaz para acomodar tamanha quantidade de amostras numa proporção que viabilizasse a leitura de cada uma. Outra observação importante nesta fase foi a escolha das informações que deveriam constar na legenda de cada amostra. A princípio, a ideia de investigar o autor de cada amostra parecia viável, porém esta pesquisa se mostrou extremamente complexa e podendo até ser considerada impossível, uma vez que quase nenhum leva a assinatura do autor. Outro empecilho é a inexistência de fontes para que esta informação pudesse ser esclarecida para todas as amostras.

Outra ideia inicial que logo foi abandonada foi a inclusão do nome de todas as bandas na legenda. Esta informação mostrou-se desnecessária, pois além do grande número de informações em alguns casos, os nomes dos grupos por vezes são os elementos mais evidentes das amostras. Tendo em vista estas conclusões, optou-se por montar a legenda composta apenas pelo título principal do cartaz, a(s) data(s) e, o(s) local(is) onde o evento aconteceu.

Nesta fase também definiu-se quais seriam as amostras que conteriam os textos complementares. Esta decisão foi baseada em algumas diretrizes: a importância do evento como um todo; um fato ou curiosidade relacionado ao evento em si ou a alguma banda importante; a importância de alguns locais de show, e, por fim; fatos e momentos importantes dentro da cena underground, como o surgimento e popularização de um novo estilo. A forma de organização descrita na fase de documentação mostrou primordial para gerir tamanha quantidade de informação.

### 3.1.3 Expressão

As formas de expressão utilizadas na geração de alternativas seguem as diretrizes da estética *punk*, abordada de forma mais detalhada durante a pesquisa teórica. A análise de similares foi feita nesta fase do desenvolvimento e serviu



como uma importante ferramenta de referência, pois norteou decisões preliminares e apontaram para as alternativas que melhor se relacionavam com a proposta do catálogo.

Se por um lado foram tomadas decisões racionais durante o processo, seguindo os preceitos do *design*, outras foram baseadas na intuição e no repertório do autor. Estas escolhas conscientes e subconscientes se apoiam na afirmação de Haslam (2006, p. 23): “o subconsciente tem influência sobre o *layout* de uma página e com frequência o *designer* posiciona os elementos com base em sua experiência ou instinto, no lugar de fazê-lo como resultado de uma decisão técnica”. Portanto, buscou-se o equilíbrio entre a técnica e a intuição durante todo o processo a fim de se obter um resultado estético satisfatório.

As formas de expressão utilizadas serão abordadas de forma mais detalhada nos próximos capítulos.

#### 3.1.4 Conceito

Através da análise de diversas peças gráficas produzidas ao longo da história do *punk*, observou-se que existem algumas convenções gráficas que denotam a essência do *punk* e são explicadas pelo amadorismo e pela falta de recursos financeiros, descritos de forma mais detalhada durante os capítulos 2.5 e 2.6. Pode-se citar algumas delas:

- Falhas: é comum encontrar no material gráfico *punk* falhas geradas por processos manuais ou de baixa qualidade, como a simplificação excessiva de formas e perda de detalhes geradas pelo processo de fotocópia, o erro de registro em impressões com mais de uma cor, o efeito de meio-tom exagerado, causado pela ampliação excessiva de imagens, entre outros.
- Tipografia rudimentar: As falhas citadas conferem características únicas aos tipos utilizados no material *punk*. Em geral, pode-se observar a ausência de fontes serifadas ou com aspectos formais. As características que das fontes associadas ao *punk* possuem características bem definidas. Pode-se citar o uso de famílias tipográficas pesadas (*heavy*); composições geradas a partir do recorte e apropriação de outros materiais (*ransom notes*); letras com aparência de máquinas de escrever; letras com a aparência do processo de serigrafia e suas eventuais falhas; letras geradas pelo processo de *stencil*; entre outros.

- Humor: um aspecto que se nota em vários materiais gráficos relacionados ao *punk rock*, como capas de CD's, cartazes, camisetas, etc. O uso da metáfora, apropriação, fotomontagem, colagem, paródia e pastiche conferem a alguns materiais um humor que pode ser político, negro ou simplesmente divertido, sem maiores pretensões.
- Elementaridade: o uso de poucas ou nenhuma cor, imagens de fácil assimilação e a falta de refinamento são características comuns dentro o material gráfico *punk*.

Tendo em vista todo o repertório visual da pesquisa, buscou-se utilizar todas estas características de forma conceitual, aplicando conhecimentos técnicos pertinentes a editoração eletrônica, para que se pudesse atingir um resultado condizente com a proposta do catálogo. Falhas, tipografia rudimentar, humor e elementaridade são algumas das características adotadas conceitualmente para a geração de alternativas.

Nesta etapa, também utilizou-se a pesquisa de similares da etapa anterior como base das decisões, ou seja, esta metodologia funciona não apenas de forma linear, como também de forma conjunta entre as etapas.

### 3.2 ANÁLISE DE SIMILARES

Serão analisadas duas peças gráficas semelhantes a proposta do projeto:

- Amostra 1 - Livro *The Art of Punk*, de Russ Bestley e Alex Ogg (2012), que cataloga o material gráfico relacionado ao *punk rock* mundial desde o seu pincípio até os dias atuais, com textos completos sobre a história do *punk* e materiais gráficos marcantes.
- Amostra 2 - Livro *A Arte do Rock*, de Paul Grushkin (2011), que expõe um material mais abrangente do que o primeiro, envolvendo o conteúdo completo de turnês, discos, merchandising, cartazes, anúncios publicitários e outros materiais de oito artistas e grupos de *rock*.

Acredita-se que estas duas peças contenham todos os elementos comuns ao objetivo do catálogo e que podem servir de referência para soluções de *design*.

### 3.2.1 *The Art of Punk*

O livro *The Art of Punk - The Illustrated History of Punk Rock Design* tem como proposta abordar a arte desenvolvida pelo *punk* ao longo de todos os anos de sua existência, com amostras de capas de discos, CDs, pôsteres e fotografias, juntamente com textos e imagens secundárias, que servem apenas para compor o projeto gráfico. Pode-se notar que a linguagem visual adotada pelo autor remete diretamente ao conteúdo proposto. Este tipo de catalogação de arte tem como principal objetivo documentar e registrar a história através de imagens. O formato é vertical e mede 25,5 x 28,5 cm, possui 225 páginas coloridas e tem capa dura.

- Capa (Figura 38): Na ilustração da capa nota-se a evidente utilização do humor. A fotografia de Napoleão Bonaparte, ícone da Revolução Francesa, apresenta *bottons* com frases que remetem ao *punk* e aparece rasgada na altura da cabeça, dando lugar a imagem de uma mosca morta. Não se sabe ao certo a intenção da mensagem do autor do projeto ao decidir por esta ilustração. No entanto, sabe-se que o recurso de fotomanipulação, paródia e subversão a figuras públicas são artifícios muito utilizados por artistas e designers para o material gráfico *punk*. Já a textura avermelhada do fundo contém falhas conceituais que remetem a deterioração e ao acabamento propositalmente ruidoso. A tipografia do título principal utiliza-se do efeito *ransom note*, consagrado por Jamie Reid nos anos de 1970. O título secundário, *The illustrated history of punk rock design*, e também o nome dos autores, utiliza uma fonte condensada e com corpo bastante pesado. As cores predominantes são o vermelho, o verde-limão e o preto. Embora apresente todas as falhas conceituais citadas, inaceitáveis para projetos editoriais mais formais, a capa é bem resolvida e ilustra perfeitamente o título da publicação.

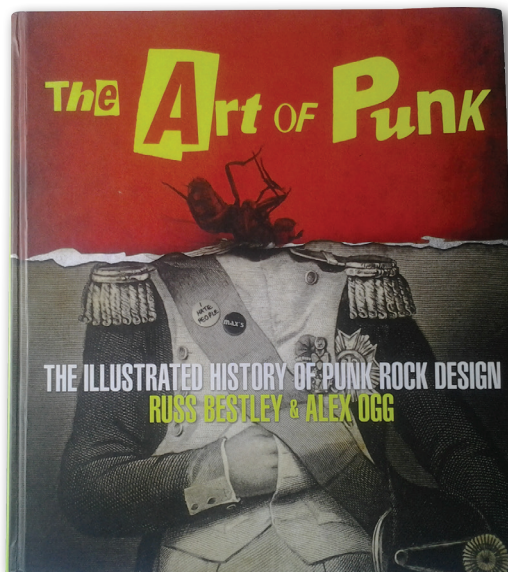


Figura 38 - Capa do livro *The Art of Punk*  
Fonte: O AUTOR (2013).

- Folhas de guarda (Figura 39): As folhas de guarda apresentam falhas conceituais que simulam o efeito de meio-tom. Utilizam apenas duas cores, vibrantes, e apresentam uma compilação de imagens referentes ao conteúdo do catálogo.



Figura 39 - Folha de guarda do livro *The Art of Punk*  
Fonte: O AUTOR (2013).

- Separadores (Figura 40): São as páginas de abertura de cada capítulo. O autor da obra utilizou a mesma estética proposta nas folhas de guarda, porém utilizando elementos condizentes com o capítulo e uma cor adicional, no caso o rosa, que acaba se sobressaindo das outras cores. A tipografia utilizada remete a simulação do *stencil*.

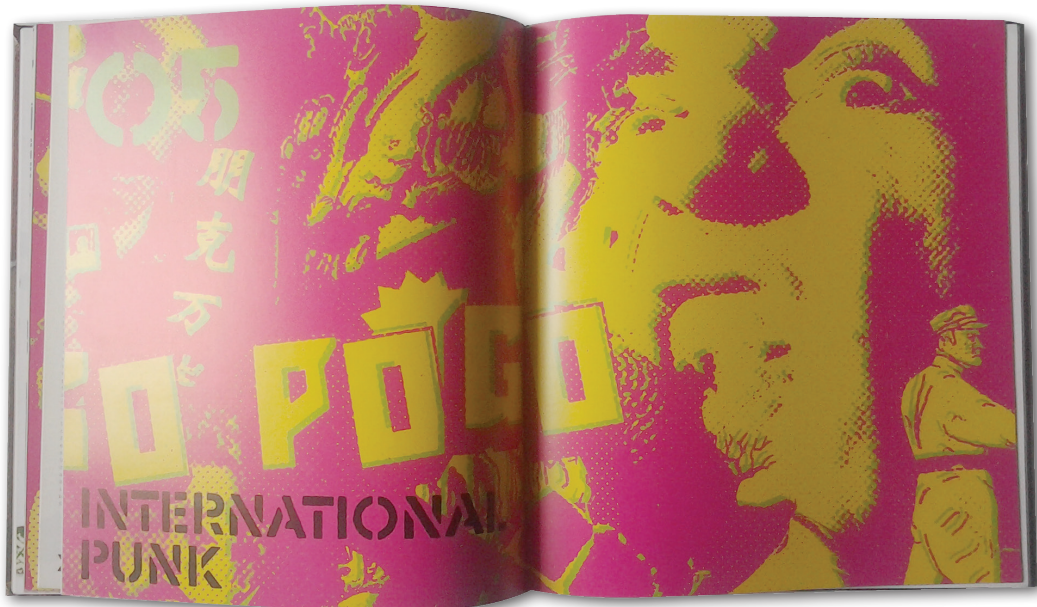


Figura 40 - Exemplo de separador do livro *The Art of Punk*  
Fonte: O AUTOR (2013).

- Páginas de conteúdo (Figura 41): As páginas que contêm a grande massa de informações possuem um *grid* de 3 colunas para acomodar o conteúdo, que são imagens, textos, títulos, paginação e legendas das imagens. A tipografia utilizada no texto simula o efeito de máquinas de escrever, instrumento muito utilizado no material gráfico *punk* na década de 1970. Já nos títulos, o autor optou por utilizar uma fonte que simula o efeito do *stencil*. Nota-se a utilização de imagens complementares que quebram o ritmo da composição, e respeito de forma racional o grid proposto. O autor optou por não utilizar cores nos textos. Uma textura abstrata de fundo foi utilizada em todas as páginas, com respingos de tinta e linhas irregulares.

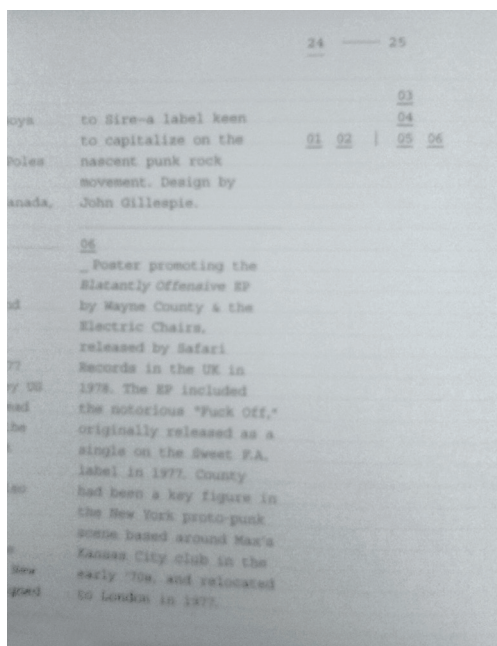


Figura 41 - Páginas de conteúdo do livro *The Art of Punk*  
Fonte: O AUTOR (2013).

### 3.2.2 A Arte do Rock

O livro *A Arte do Rock - Imagens que marcaram a Era Clássica do Rock* tem como proposta abordar o material gráfico desenvolvido para oito grandes artistas e grupos de *rock*: The Rolling Stones, Pink Floyd, The Who, Led Zeppelin, David Bowie, Alice Cooper, Elton John e Queen. São capas de discos, crachás de backstage, CDs, pôsteres e fotografias, além de textos e imagens complementares que ajudam a contar a história dos artistas através deste material. O formato é vertical e mede 28,5 x 31,5 cm, possui 256 páginas coloridas e tem capa dura.

- Capa (Figura 42): A ilustração da capa mostra uma forma sintetizada de rosto humano, provavelmente cantando, com os olhos fechados. Os cabelos da personagem são evidentemente grandes, que remetem aos cabelos compridos que alguns dos grandes *rock stars* abordados na publicação utilizam. Os “fios de cabelo” são os nomes das bandas presentes na publicação, em fontes distorcidas que lembram o movimento psicodélico, numa cor castanha. O fundo preto pode fazer menção a própria cor, que é mundialmente reconhecida como a cor do *rock*. A tipografia do título principal é a mesma utilizada em todos os títulos do projeto e, pelo menos num primeiro momento, não faz menção alguma a estética adotada pelo *rock* ao longo dos anos. A cor vermelha parece ter sido escolhida aleatoriamente. O título secundário, e também o nome dos autores, utilizam a mesma fonte em tom castanho. As cores predominantes são preto, o branco e o dourado. Pode-se considerar que é uma boa capa, pois contém uma linguagem pertinente ao seu público-alvo.

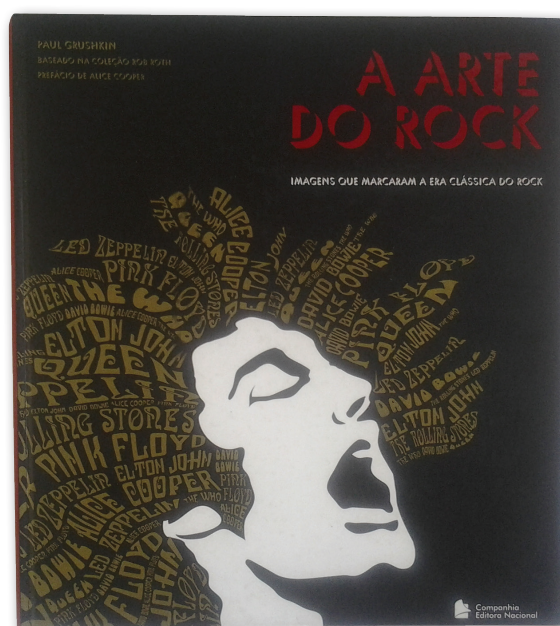


Figura 42 - Capa do livro *A Arte do Rock*  
 Fonte: O AUTOR (2013).

- Folhas de guarda (Figura 43): As folhas de guarda apresentam diversas fotografias sobrepostas de crachás, que dão acesso ao backstage de grandes shows. Utilizou-se uma compilação de várias amostras, a fim de contemplar todos os artistas presentes na publicação. Uma hipótese é que esta escolha tenha sido feita para denotar a exclusividade do conteúdo, uma vez que todas as peças pertencem ao acervo pessoal do co-autor Rob Roth e se trata de um material raro.



**Figura 43 - Folhas de guarda do livro A Arte do Rock**  
Fonte: O AUTOR (2013).

- Índice (Figura 44): O índice, ou sumário de uma publicação, por vezes não recebe a devida atenção. Porém, em bons projetos gráficos, assume a mesma importância de todo o restante dos materiais. Os projetos gráficos das duas amostras analisadas destacam apenas o conteúdo principal, facilitando a cognição do usuário.

PREFÁCIO DE ALICE COOPER 4	CONTENTS
UMA VIDA COM A MÚSICA 5	06 INTRODUCTION
INTRODUÇÃO 6	01 10 PROTO-PUNK
<b>1 THE ROLLING STONES 8</b>	02 34 PUNK EXPLOSION
<b>2 PINK FLOYD 60</b>	03 76 NEW WAVE & POST-PUNK
<b>3 THE WHO 96</b>	04 106 DIY PUNK
<b>4 LED ZEPPELIN 114</b>	05 124 INTERNATIONAL PUNK
<b>5 DAVID BOWIE 134</b>	06 160 ANARCHO PUNK, OII & HARDCORE
<b>6 ALICE COOPER 166</b>	07 198 PUNK'S NOT DEAD
<b>7 ELTON JOHN 194</b>	220 INDEX
<b>8 QUEEN 226</b>	223 PICTURE CREDITS
POSFÁCIO DE ELTON JOHN 254	224 ABOUT THE AUTHORS / ACKNOWLEDGMENTS
ÍNDICE 255	

**Figura 44 - Índices das duas amostras**  
Fonte: O AUTOR (2013).

- Separadores (Figura 45): O autor da obra utilizou cores predominantes diferentes para cada grupo/artista, além de utilizar imagens marcantes de cada um deles para ilustrar as aberturas de página. O uso de duas páginas na abertura de capítulo confere ao material um aspecto profissional e ajuda o leitor a situar-se com mais facilidade durante a leitura. A tipografia é a mesma já citada, porém com um número identificador em tamanho maior.



**Figura 45 - Separadores do livro A Arte do Rock**  
Fonte: O AUTOR (2013).

- Páginas de conteúdo (Figura 46): As páginas de conteúdo possuem um *grid* de quatro colunas para acomodar as informações, que são imagens, textos, títulos, paginação e legendas das imagens. A tipografia utilizada no texto é convencional, sem serifa, e não faz menção específica a nenhum elemento que compõe a estética do *rock*. Nota-se a utilização de imagens complementares que fogem ao *grid*, um exemplo da intuição do *designer* dentro da metodologia do *design*. O autor optou por não utilizar cores nos textos e utilizar o fundo de todas as páginas branco. Assim como em *The Art of Punk*, há grandes áreas de respiro para que o olhar não se canse tão facilmente.



**Figura 46 - Conteúdo do livro A Arte do Rock**  
Fonte: O AUTOR (2013).

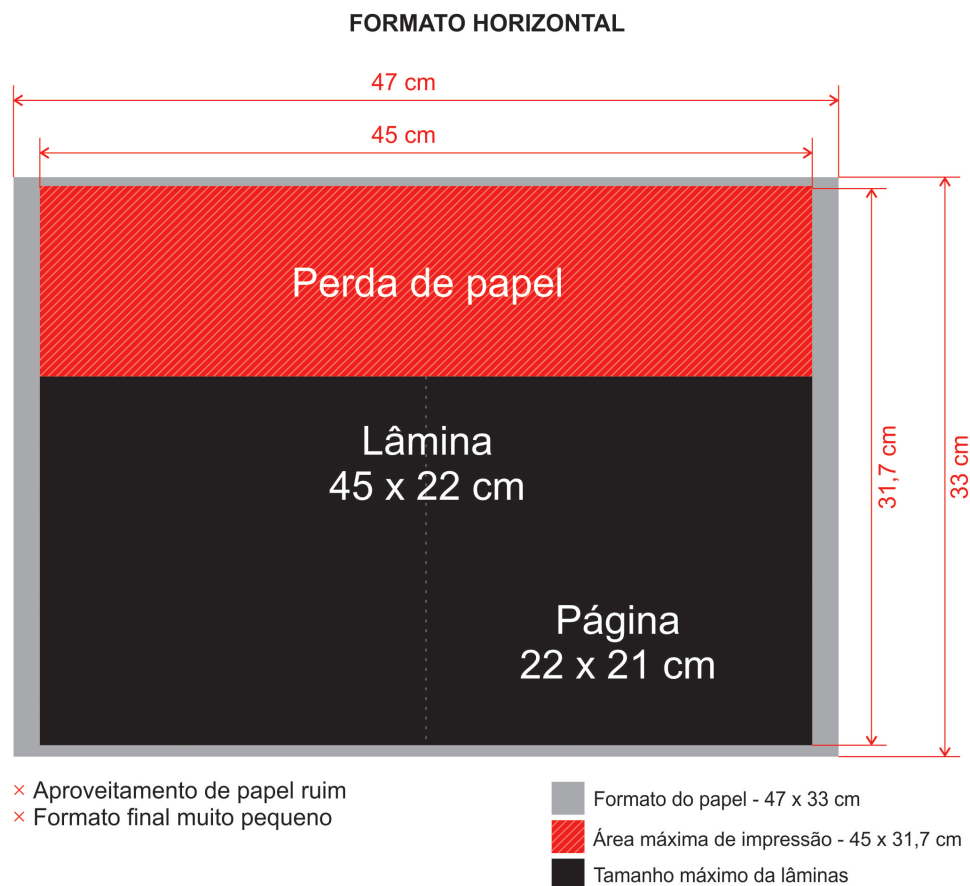


### 3.3 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

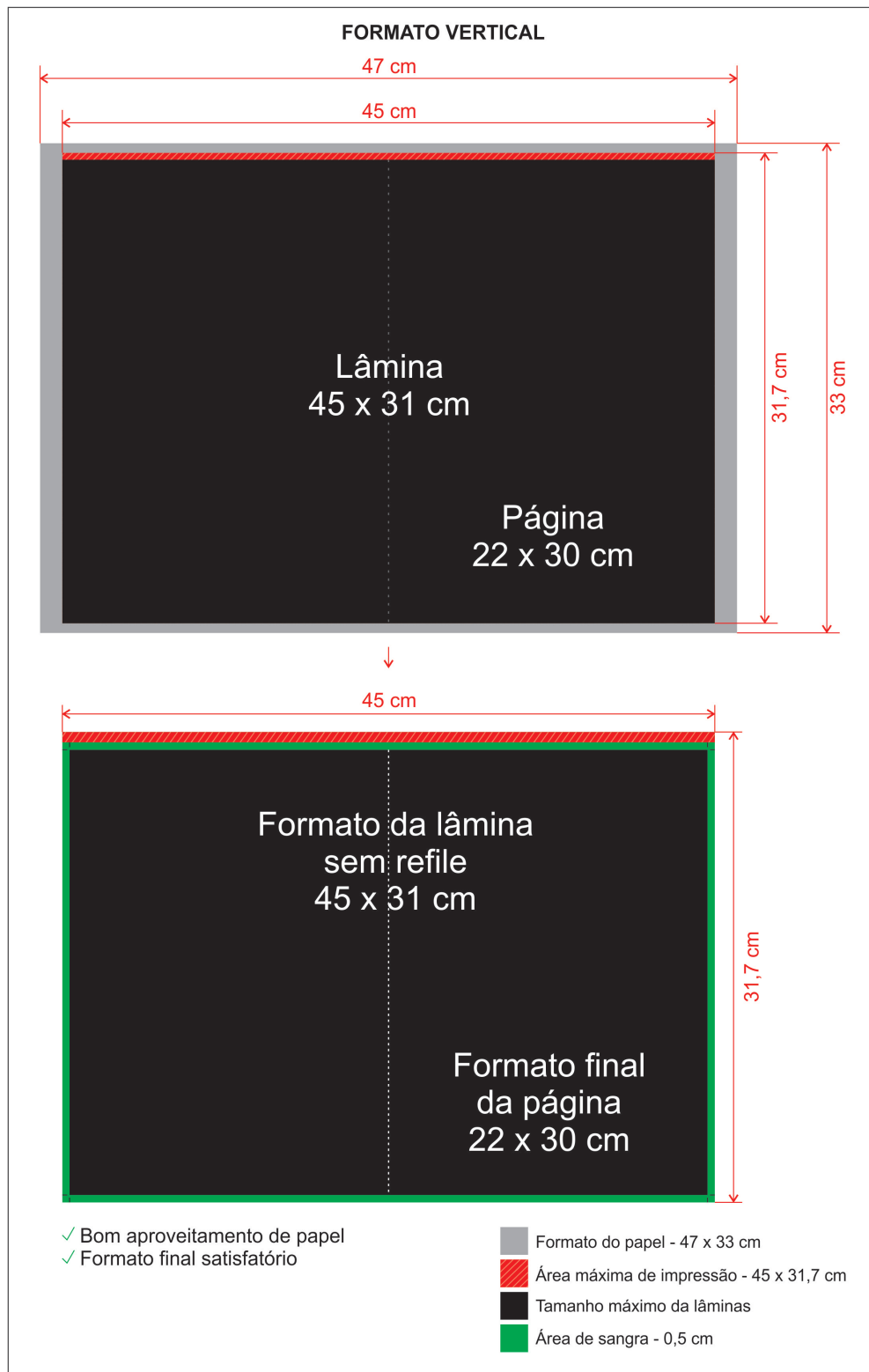
#### 3.3.1 Formato

Através da análise dos similares, notou-se que ambos tinham duas características em comum: possuíam orientação vertical e formato grande. Acredita-se que este formato foi adotado devido a sua capacidade em acomodar as imagens em tamanhos que facilitassem a leitura. Para tentar diferenciá-lo do comum, decidiu-se por tentar um formato de proporção horizontal. Porém, com o desconto das margens superiores, inferiores e laterais, o espaço útil para as manchas gráficas seriam ficariam muito reduzidos, prejudicando a leitura das amostras, que em sua maioria possuem orientação vertical. Além disso, devido ao tamanho útil reduzido da mancha gráfica, o catálogo ficaria com um grande número de páginas.

O fator determinante para a escolha entre o formato vertical e o horizontal foi a limitação técnica da impressão digital especificada pelo fornecedor. A área máxima de impressão é 31,7 x 45 cm. Ou seja, esta é a medida máxima do formato aberto, no qual se considera a soma da largura de duas páginas. As Figuras 47 e 48 ilustram o processo de definição.



**Figura 47 - Formato aberto horizontal**  
**Fonte: O AUTOR (2013).**



**Figura 48 - Formato aberto vertical**  
**Fonte: O AUTOR (2013).**

Após analisar estas duas alternativas, o formato vertical com tamanho 22 x 30 cm se mostrou o mais vantajoso em todos os aspectos.

### 3.3.2 Grid

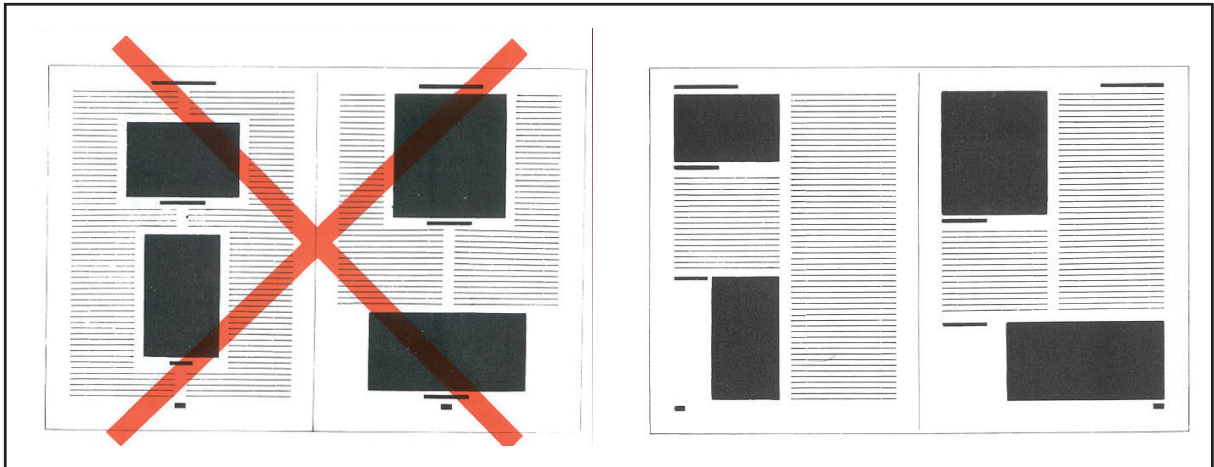
Segundo LUPTON; PHILLIPS (2008, p. 174), “O *grid* é uma rede de linhas. Em geral, estas linhas cortam um plano horizontal e verticalmente com incrementos ritmados, mas um *grid* pode também ser anguloso, irregular ou ainda circular”. A definição do *grid* para o processo de design é fundamental, pois cria uma organização subliminar que unifica e organiza o projeto. No caso de publicações extensas, como é o caso dos catálogos, esta técnica é fundamental para conferir unidade ao material. Em materiais editoriais com circulação periódica, como revistas e jornais, o padrão estabelecido é aplicado a todas as edições. Isto reforça a identidade visual do material e torna-se tão importante quanto o padrão de cores e tipografia.

Apesar de parecer um fator limitador e racional para o designer, o uso correto do *grid* sugere que não é necessário segui-lo religiosamente. As delimitações apontam para um ponto de partida, no qual cada página assume soluções diversas, valorizando espaços em branco que assumem papéis tão importantes quando o próprio conteúdo. Decisões arbitrárias dificilmente alcançariam um bom resultado gráfico, com o equilíbrio necessário entre figuras, textos, diagramas e outros elementos.

As margens assumem papel primordial na construção do *grid*. Estas, por vezes, podem ser definidas por limitações técnicas de produção, fazendo com que os métodos de construção de grids não sejam regras imutáveis. É comum que se façam modificações e adaptações ao resultado obtido, a fim de suprir as limitações, os princípios racionais do *design* e o gosto do *designer*.

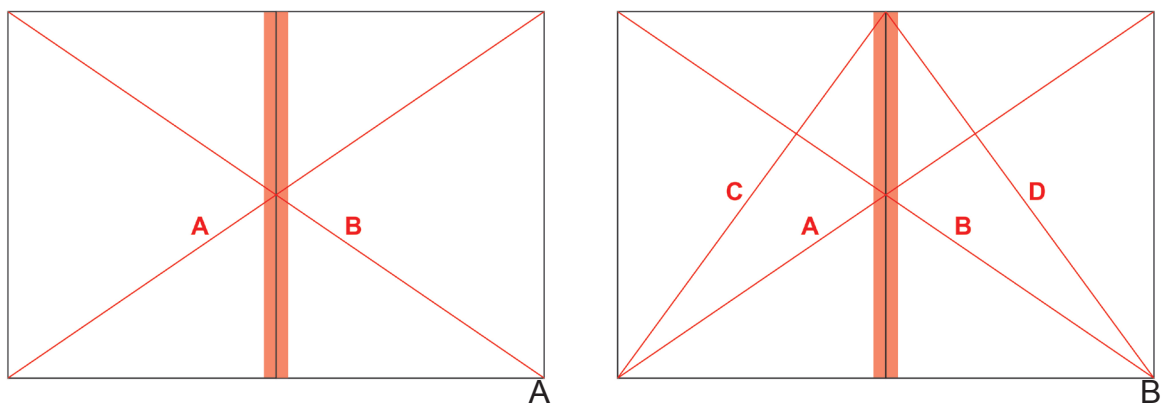
O estudo do *grid* do catálogo baseou-se no seu conteúdo. Devido a variedade de proporções que apresentam as amostras, a geração de um *grid* que comportasse todos racionalmente mostrou-se impossível. O ponto de partida para a geração de alternativas foi a escolha por um modelo que apresentasse várias subdivisões, aumentando as possibilidades de diagramação. Uma limitação técnica imposta pelo produtor gráfico foi a de descarte de 1 cm na parte interna das páginas para a encadernação. Este cuidado evitaria que o conteúdo ficasse ilegível ou até mesmo apresentasse um aspecto diferente para o planejamento inicial da página.

Analisando os diversos métodos de construção de *grid*, o que mais pareceu se adequar a proposta do projeto foi o *grid* modular, que consiste na divisão do espaço útil em módulos iguais, separados por colunas. Este método foi proposto por Jan Tschichold em seu livro *The New Typography* (1928), no qual LUPTON (2006, p. 123) explica que “O diagrama de Tschichold [...] defende a distribuição das imagens de acordo com o conteúdo, ao invés de forçar o texto a envolver blocos ancorados ao centro da página”. A Figura 49 ilustra esta forma de organização.



**Figura 49 - Proposta de grid modular de Tschichold**  
**Fonte: CLASSES (2014).**

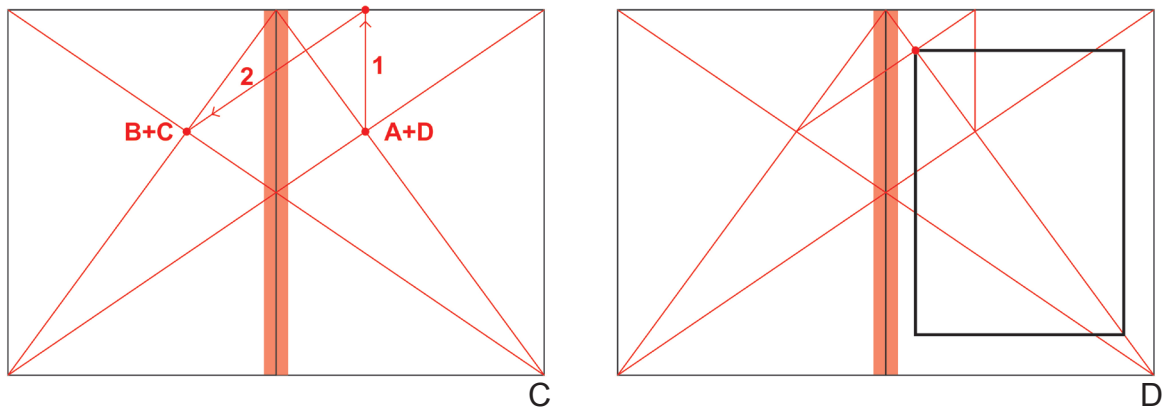
Foram necessárias duas etapas para se definir o *grid* e adequá-lo as necessidades do material: a delimitação das margens e, posteriormente, a definição dos espaços modulares. O primeiro passo (Figura 50) baseou-se numa adaptação do método de Tschichold, descrito através dos passos que seguem:



**Figura 50 - Etapas “a” e “b” de definição do grid**  
**Fonte: O AUTOR (2014).**

a) Primeiramente, com as páginas espelhadas, traça-se duas diagonais (retas A e B). A tarja vermelha é a área de segurança, a qual não deve conter informações. Optou-se por prever esta limitação desde o início para evitar que a aparência do impresso ficasse muito diferente do projeto.

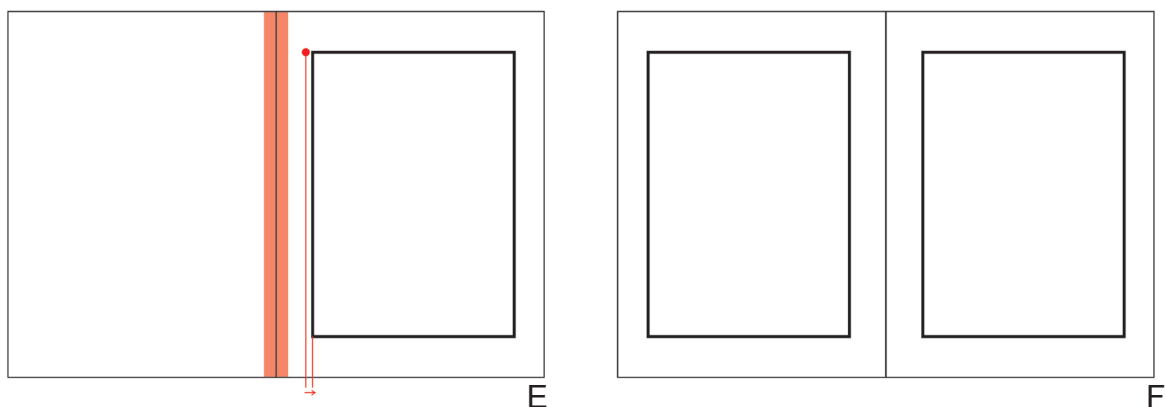
b) Depois, traça-se linhas diagonais que atravessam apenas as páginas individualmente (retas C e D).



**Figura 51 - Etapas “c” e “d” de definição do grid**  
**Fonte: O AUTOR (2014).**

c) A partir do ponto de intersecção das retas A e D, traça-se uma linha perpendicular ao topo da página (linha 1). Deste ponto, traça-se outra linha até a intersecção das retas B e C (linha 2). O que se pretende descobrir com este procedimento é o ponto inicial da margem superior. Este ponto é exatamente o resultado da intersecção da linha 2 com a reta D.

d) Através do encontro deste ponto, pode-se definir todas as margens. Decidiu-se igualar as margens superior e inferior.

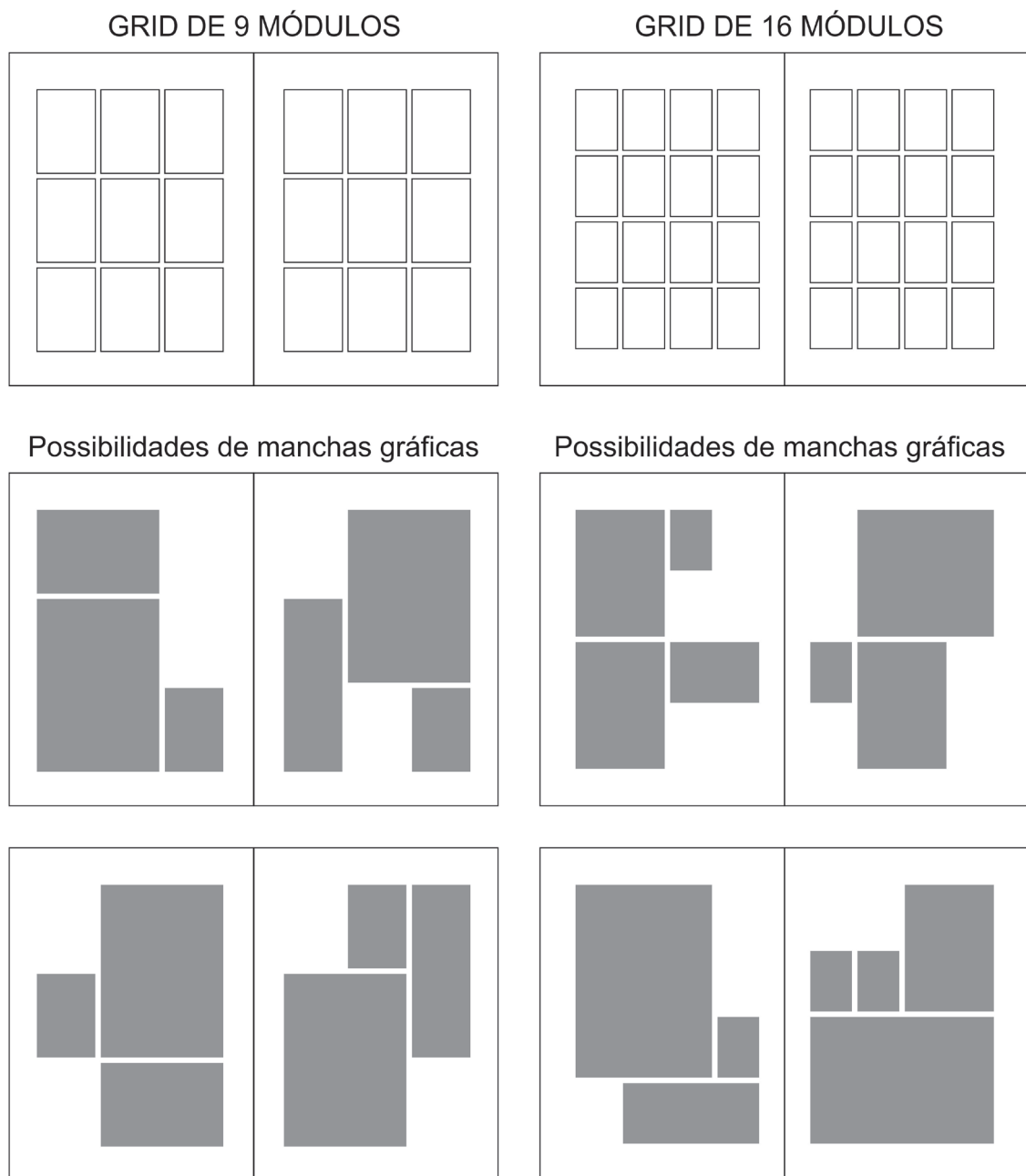


**Figura 52 - Etapa “e” e formato final do grid**  
**Fonte: O AUTOR (2014).**

e) O passo e mostra um leve avanço da margem interna a fim de não deixar a mancha gráfica tão próxima a área de segurança.

f) Margens definidas.

Com as margens definidas, foi usado o método de modularidade para estabelecer os espaços de manchas gráficas. Foram geradas duas alternativas: 9 módulos iguais (3 divisões horizontais e 3 verticais) e 16 módulos iguais, sendo 4 colunas iguais para dividir a mancha no sentido horizontal e 4 para dividir no sentido vertical. Os módulos foram separados pelo espaçamento de 0,5 cm, podendo ser expandíveis proporcionalmente quando necessário (Figura 53).



**Figura 53 - Estudos de grid**  
**Fonte: O AUTOR (2014).**

Analisando as duas opções, decidiu-se pela divisão em 16 módulos, pois esta apresenta maiores possibilidades de composição dos elementos nas páginas, uma vez que as amostras apresentam proporções diversas.

### 3.3.3 Tipografia

A escolha das fontes que compõe o projeto gráfico do catálogo passaram por uma fase de testes antes de serem escolhidas definitivamente. A pesquisa teórica relacionada ao *punk* gerou um repertório visual muito vasto e permitiu que várias fontes fossem testadas em diferentes situações. O primeiro passo foi listar todo o conteúdo textual:

- Título principal
- Sumário
- Paginação
- Títulos de capítulo
- Introdução
- Legendas das amostras
- Textos complementares das legendas
- Lista de endereços
- Créditos das imagens

Após o levantamento destas informações, foi feita a separação de elementos seguindo a sua função. Os que teriam finalidade decorativa, ou seja, as sentenças curtas, e os informativos, que teriam um volume maior de informações ou que se repetiriam em muitas páginas:

Elementos textuais decorativos:

- Título principal
- Sumário
- Títulos de capítulo

Elementos textuais informativos:

- Paginação
- Introdução
- Legendas das amostras
- Textos complementares das legendas
- Lista de endereços
- Créditos das imagens

Após esta etapa, pode-se concluir que seriam necessárias pelo menos duas fontes para compor o projeto gráfico, uma vez que cada uma teria de cumprir objetivos específicos. As que seriam utilizadas para efeito de ilustração poderiam ser

menos legíveis, possuir corpo de aparência pesada e não precisariam ter um mapa de caracteres completo. Já as fontes utilizadas nos textos informativos deveriam apresentar conforto visual, boa legibilidade, peso regular e principalmente um mapa de caracteres completo, que inclui todos os acentos, numerais, caixa alta e baixa, caracteres especiais, etc.

Partiu-se então para a pesquisa de fontes. Pesquisou-se apenas as que possuíam um apelo estético voltado ao *punk*, como já detalhadas no capítulo 2.5. A variedade de fontes gratuitas com esta temática, disponíveis na *internet*, facilitaram a pesquisa e foi possível abrir um bom leque de alternativas. Primeiramente foram testadas as fontes de função decorativa (Figura 54), nas quais se encontram a simulação de efeitos como *stencil*, serigrafia, ransom note e tipografia. Foram aplicadas diretamente sobre um fundo, a fim de se ter uma percepção mais correta quando aplicadas na prática.

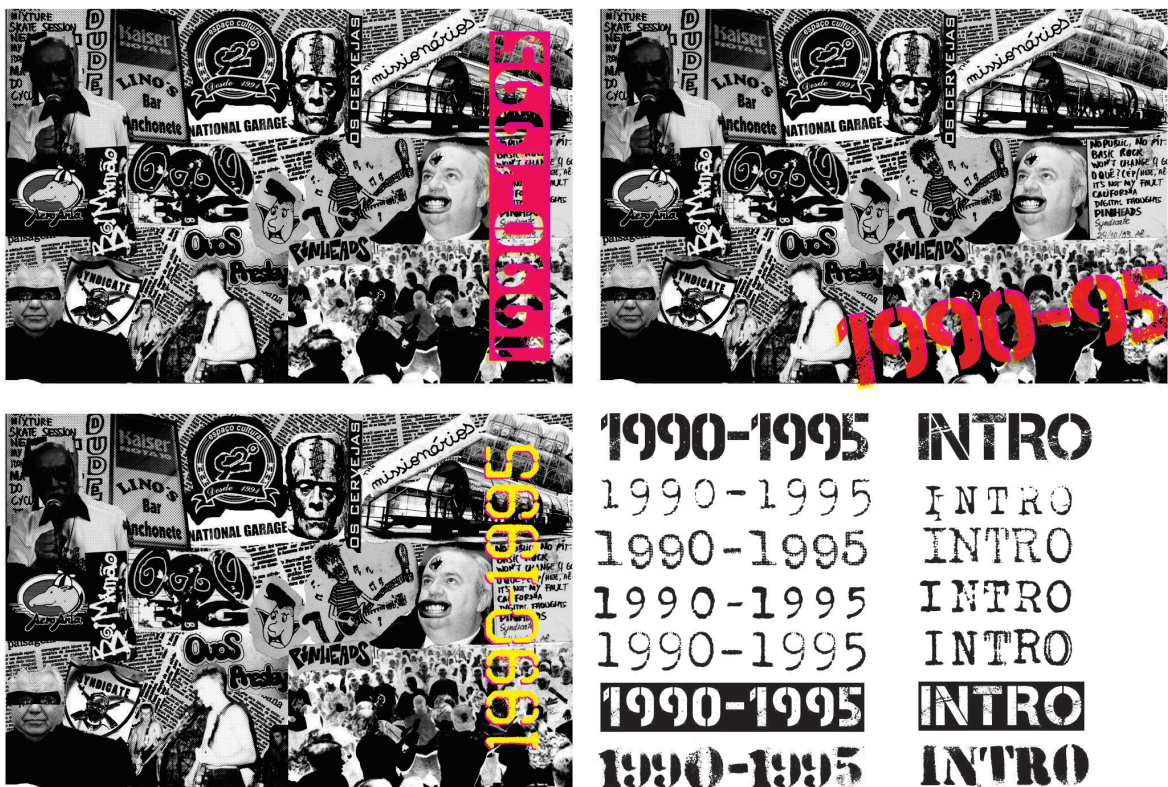


Figura 54 - Estudos de tipografia decorativa  
Fonte: O AUTOR (2014).

Durante este teste de fontes, surgiu a ideia de criar os títulos com o efeito ransom note, recortando-se as letras de revistas para formar sentenças. Desta forma, o efeito ficaria verdadeiro, conferindo maior originalidade ao projeto (Figura 55).





Figura 55 - Efeito Ransom Note  
Fonte: O AUTOR (2014).

O efeito Ransom Note, embora seja muito utilizado na estética *punk*, não surtiu o efeito desejado, sendo uma alternativa descartada. Analisando as alternativas restantes, a que desempenhou melhor a função de representar a categoria de textos decorativos foi a *Capture It* e sua variação negativa, a *Capture It 2* (Figura 56) do autor Koczman Bàlint. Estas fontes são encontradas facilmente na *internet*, em diversos *sites* que disponibilizam fontes gratuitas para *download*. Neste caso foi baixada através do site <[www.dafont.net](http://www.dafont.net)>. A fonte foi utilizada em vários tamanhos.



Figura 56 - Fonte escolhida para os textos decorativos - Capture It e Capture It 2  
Fonte: O AUTOR (2014).

A etapa de definição da fonte dos elementos textuais informativos seguiu os mesmos passos. Dentre os estilos de fonte que compõe o repertório visual *punk*, o que apresenta melhor legibilidade é o efeito de máquina de escrever. Foram escolhidas quatro fontes para o teste: *1942 report*, *Harting*, *Carbon Type* e *Kingthings Typewriter 2*, todas disponibilizadas gratuitamente para *download* em <[www.dafont.net](http://www.dafont.net)>. Todas foram testadas sob o mesmo parâmetro: fonte com corpo de 9 pontos e altura de linha de 120% (Figura 57).

### 1942 report 9 pt - 120%

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam sed vulputate dui, lobortis consequat nibh. Praesent in risus imperdiet, suscipit neque et, euismod massa. Quisque ultricies eu dui nec fringilla. Nulla eleifend urna sed nulla bibendum, vel tincidunt orci volutpat.

### Harting 9 pt - 120%

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam sed vulputate dui, lobortis consequat nibh. Praesent in risus imperdiet, suscipit neque et, euismod massa. Quisque ultricies eu dui nec fringilla. Nulla eleifend urna sed nulla bibendum, vel tincidunt orci volutpat.

### Carbon Type 9 pt - 120%

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam sed vulputate dui, lobortis consequat nibh. Praesent in risus imperdiet, suscipit neque et, euismod massa. Quisque ultricies eu dui nec fringilla. Nulla eleifend urna sed nulla bibendum, vel tincidunt orci volutpat.

### Kingthings Typewriter 2 9 pt - 120%

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam sed vulputate dui, lobortis consequat nibh. Praesent in risus imperdiet, suscipit neque et, euismod massa. Quisque ultricies eu dui nec fringilla. Nulla eleifend urna sed nulla bibendum, vel tincidunt orci volutpat.

Figura 57 - Teste de fontes para os textos informativos  
Fonte: O AUTOR (2014).

Dentre estas, a que apresentou os melhores aspectos em questão de legibilidade, mapa de caracteres, peso e harmonia foi a *Kingthings Typewriter 2* (Figura 58), de autor desconhecido. A fonte foi utilizada nos tamanhos 9 e 10 pontos ao longo do projeto.

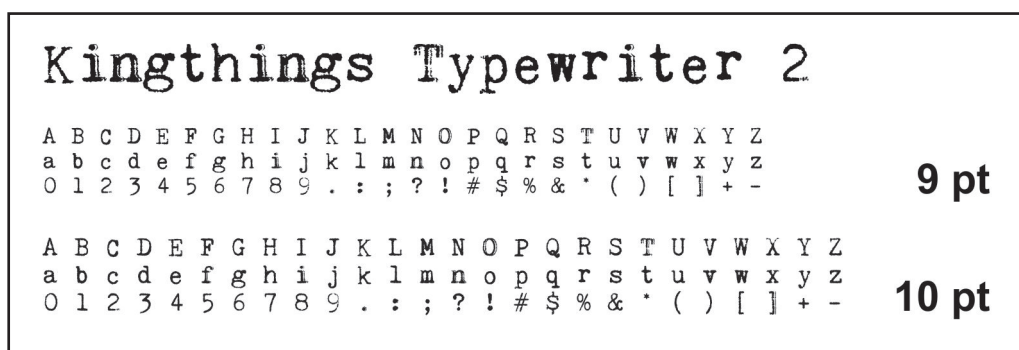
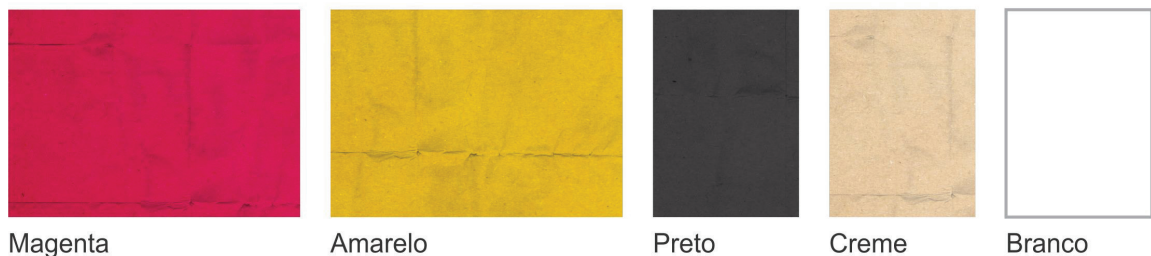


Figura 58 - Fonte escolhida para os textos informativos -  
Kingthings Typewriter 2  
Fonte: O AUTOR (2014).

### 3.3.4 Cores

A paleta de cores utilizadas no projeto segue a tendência proposta pela estética *punk* no *design* gráfico. Houve a intenção de utilizar tanto a linguagem que segue a monocromia, proposta pelos recortes de jornais e pelos processos de fotocópia, quanto a linguagem que explora as cores vivas, contrastantes e primárias nos materiais gráficos *punks*. O contraste entre estas duas propostas cria um equilíbrio na composição e condiz com as amostras de cartazes coletados na pesquisa: existe um equilíbrio entre as amostras que apresentam cores e as que não apresentam. A textura de fundo remete ao papel, substrato utilizado para imprimir os cartazes.

Basicamente, a paleta de cores se define em:



Magenta

Amarelo

Preto

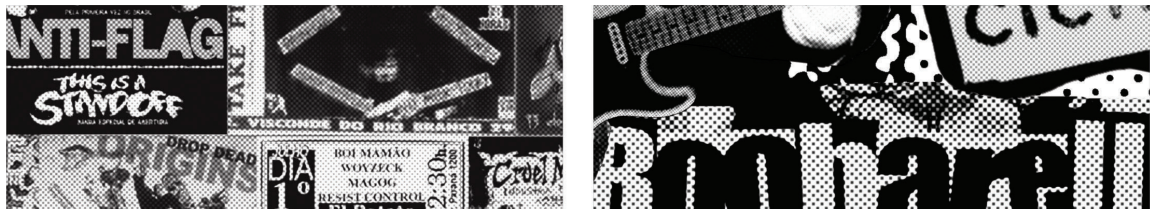
Creme

Branco

**Figura 59 - Paleta de cores utilizadas no projeto**

Fonte: O AUTOR (2014).

As partes acromáticas utilizam-se de efeitos de colagem e meio tom:



Efeitos de meio-tom, recorte e colagem

**Figura 60 - Efeitos de colagem e meio-tom**

Fonte: O AUTOR (2014).

As cores utilizadas nos títulos variou de acordo com as decisões tomadas na definição dos fundos, buscando sempre o melhor contraste dentro da paleta adotada. A predominância de cores primárias confere ao material um aspecto de elementaridade e rusticidade, características predominantes da estética *punk*. O amarelo e o magenta foram as duas cores predominantes também na capa do álbum *Nevermind the Bollocks*, dos Sex Pistols, e que acabaram por nortear muitos dos trabalhos gráficos subsequentes das bandas *punks* ao redor do mundo.

### 3.3.5 Layout

Depois de todo o estudo teórico acerca da identidade punk e da definição de todos os parâmetros físicos e projetuais pré-estabelecidos, foi feita uma listagem de códigos visuais possíveis para o material: ruído, textura envelhecida, falhas conceituais, erros propositais, desordem, deterioração e fotomontagem. Foram feitas algumas experimentações utilizando o efeito de sobreposição e multiplicação de cores (Figura 61).



Figura 61 - Experimentações de sobreposição  
Fonte: O AUTOR (2014).

- Capa

Devido ao grande número de cartazes presentes no material, optou-se por não utilizar elementos que fizessem menção direta a esta peça gráfica. O caminho seguido foi baseado em uma figuração menos óbvia, fazendo referências indiretas ao conteúdo principal do catálogo, como algo relacionado a cidade de Curitiba, ou ao repertório visual *punk* em si. Foram escolhidas algumas imagens e estas foram analisadas sob o ponto de vista de sua capacidade de representar o projeto gráfico como um todo (Figura 62).

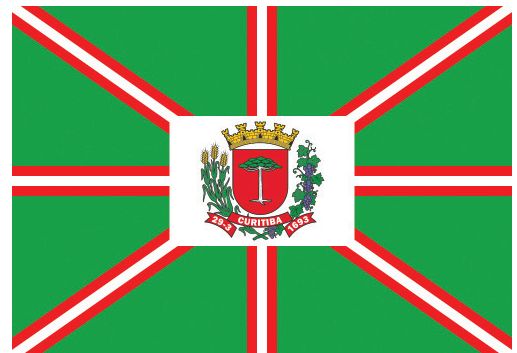
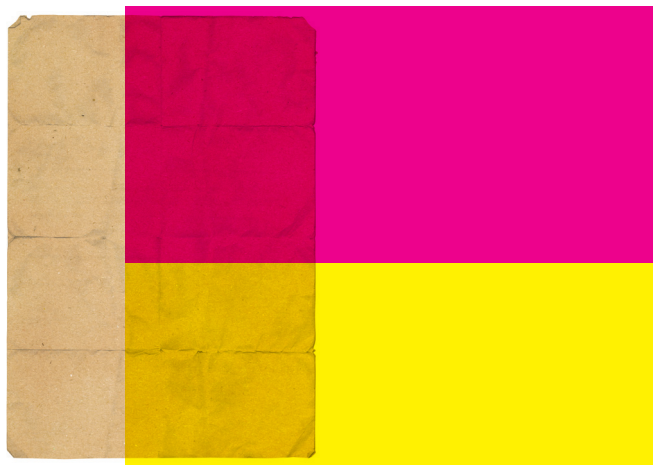
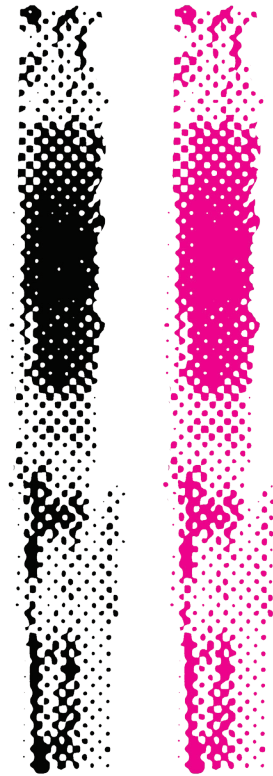


**Figura 62 - Alternativas de imagens para serem utilizadas na capa**  
 Fonte: O AUTOR (2014).

Dentre as imagens analisadas, decidiu-se pela que representava um momento intenso de show e apresentava um ângulo interessante, com várias possibilidades de enquadramento para a composição (Figura 63):



**Figura 63 - Imagem escolhida para a capa**  
 Fonte: MOURA (2014).



 **CATÁLOGO  
DE CARTAZES  
DE SHOWS  
DE PUNK ROCK  
DE CURITIBA  
DE 1990-2012**



Fotografia +  
Efeito de meio tom +  
Textura de papel envelhecido +  
sobreposição de cores +  
Falhas conceituais

Figura 64 - Imagens utilizadas na composição da capa  
Fonte: O AUTOR (2014).

Resultado final:

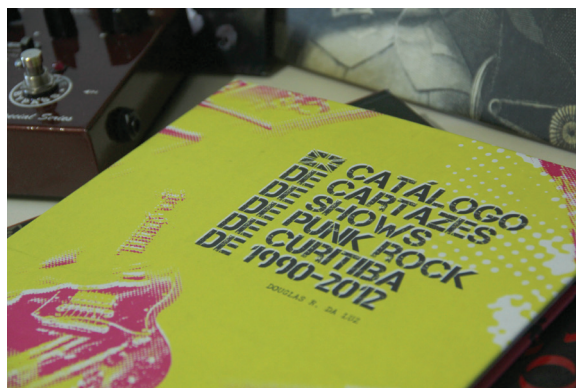
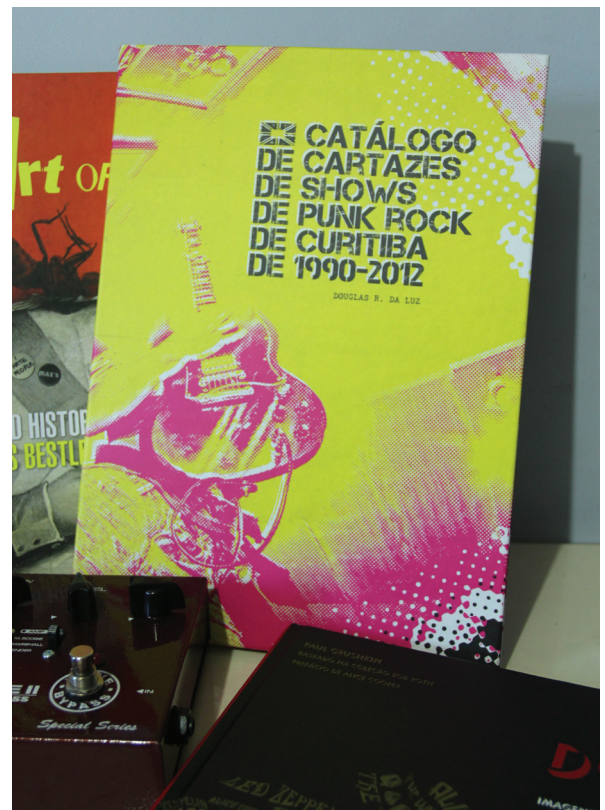


Figura 65 - Resultado final da capa  
Fonte: O AUTOR (2014).

- Folhas de guarda

Para as folhas de guarda, que reforçam o acabamento dos materiais que possuem capa-dura, foi feita uma compilação de vários cartazes coletados para a pesquisa. Depois, adicionou-se o efeito de meio tom e reticulagem nas cores preto e branco, a fim de não seguir uma linguagem tão colorida em todas as páginas. A cor amarela predominante acaba por se tornar cansativa quando utilizada sem cores que a neutralizem, por isso a opção de não utilizar cor nestas folhas. O mesmo *layout* foi utilizado no início (capa) e no fim (4ª capa) do catálogo.



Figura 66 - Folha de guarda  
Fonte: O AUTOR (2014).



- Página de abertura

A página de abertura reforça o título do catálogo e contém o nome do autor numa posição de destaque. A solução gráfica encontrada para minimizar o efeito da repetição da preposição “de” foi criar uma mancha vertical e deixar em destaque somente as palavras chave: catálogo, cartazes, shows, punk rock Curitiba, 1990-2012. A repetição reduzida a um elemento gráfico, já que não precisa estar evidente para que a sentença seja inteligível.

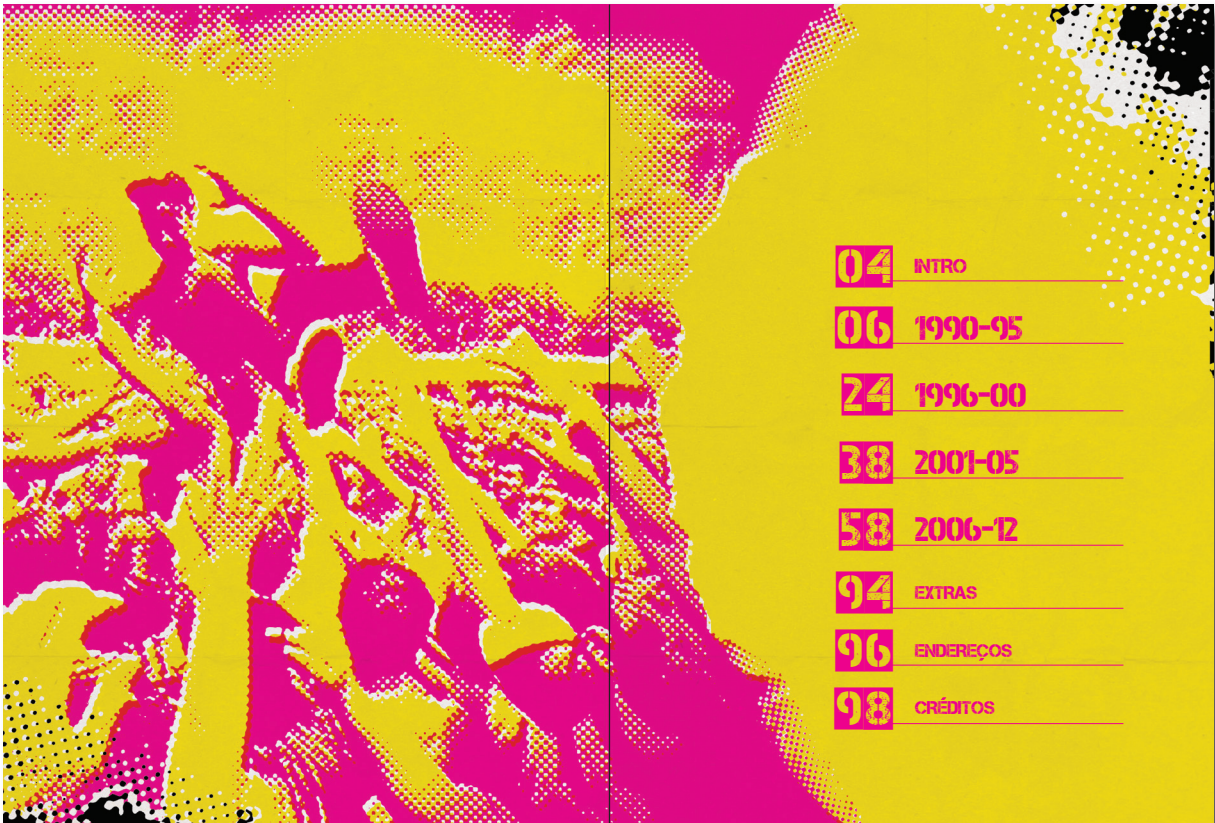


Figura 67 - Página de abertura  
Fonte: O AUTOR (2014).

- Índice

A fotografia utilizada para ilustrar esta passagem mostra o *mosh*, ou *stage dive*. Consiste no ato de ser suspenso por outras pessoas durante um show. É muito comum em shows de *rock*, mas principalmente em shows *punks* e *hardcore*. Geralmente ocorre durante a execução de músicas rápidas. Mais uma vez, assim como na capa, optou-se por utilizar algo que não remetesse diretamente aos cartazes, e sim a cenas comuns de serem vistas em shows.

A forma de organização do texto foi inspirada na análise de similares, na qual a forma de organização das amostras primava pelo conteúdo principal, dando mais destaque a estes itens do que os demais. As cores predominantes foram novamente o amarelo e o magenta, com falhas conceituais e respingos de preto. Esta foi a única seção que utilizou a fonte Capture It 2 (negativa), a fim de diferenciar graficamente a paginação e o conteúdo das seções principais, que também são numerais. Foram utilizados tamanhos grandes propositalmente, a fim de ocupar melhor o espaço e ditar o ritmo que as próximas páginas seguiriam.



<b>04</b>	INTRO
<b>06</b>	1990-95
<b>24</b>	1996-00
<b>38</b>	2001-05
<b>58</b>	2006-12
<b>94</b>	EXTRAS
<b>96</b>	ENDEREÇOS
<b>98</b>	CRÉDITOS

Figura 68 - Índice  
Fonte: O AUTOR (2014).



Figura 69 - Índice  
Fonte: O AUTOR (2014).

- Intro

A decisão de utilizar a palavra “intro” ao invés de “introdução” foi meramente uma questão estilística. A introdução é composta por três parágrafos, além do nome do autor e de uma frase capitular para dar início ao assunto. A frase “por trás de cada cartaz existe uma história” utiliza uma fonte diferenciada, que atrai o olhar e convida o leitor a prosseguir com a leitura. O primeiro parágrafo traz uma visão mais romântica sobre o cartaz, o segundo exalta sua importância histórica e o terceiro situa o leitor sobre o conteúdo exato do catálogo. Foi utilizado um artifício incomum na mancha de texto, que são os três travessões para demarcar os parágrafos. Além de facilitar a leitura do início de cada parágrafo, traz uma solução gráfica diferente e inerente ao processo de digitação das máquinas de escrever.

O título principal da seção ultrapassa os limites da página propositalmente, pois simula o efeito de *stencil*. Este método de impressão possui uma matriz de tamanho fixo, por isso tem de se adaptar ao tamanho do papel a ser impresso, causando a sensação de tensão e de transposição de limites, inerentes a estética *punk*. Traz ainda um leve erro de registro proposital, com sobreposição de cores desencaixadas. A translucidez também é um efeito proposital e denota a baixa opacidade da tinta utilizada na suposta impressão do stencil.

A ilustração é a mesma utilizada na folha de guarda, porém com o efeito de esmaecimento progressivo ao chegar perto do texto e predominância amarela e a cor preta como contrastante.



Figura 70 - Intro  
Fonte: O AUTOR (2014).



**Figura 71 - Íntro**  
**Fonte: O AUTOR (2014).**

- Separadores

Ao todo são 4 separadores que servem como aberturas de capítulo. A divisão se dá da seguinte forma: 1990-1995, 1996-2000, 2001-2005 e 2006-2012. Por questão estilística optou-se por omitir os dois primeiros dígitos do segundo elemento. Cada intervalo de tempo possui elementos pertinentes a sua época: as bandas e os bares, os acontecimentos importantes, os estilos predominantes, os governantes municipais e estaduais em gestão, etc. Nesta parte optou-se por utilizar o recurso do humor, que se deu pelo uso dos recortes a fim de dar novo significado a algumas imagens. É provável que um leitor que esteja situado na cena curitibana se identifique com as imagens e entenda o significado de cada imagem utilizada. O efeito utilizado é o mesmo que nas folhas de guarda e possuem a mesma função, a de não permitir que o material tenha uma cor predominante que canse a vista durante a leitura, propondo um descanso para o olhar. A tipografia segue a ideia de transposição de limites da página citados no sub capítulo 3.3.5.5. Cada seção traz uma cor predominante diferente.



Figura 72 - Separador 1990-1995  
Fonte: O AUTOR (2014).



Figura 73 - Separador 1995-2000  
Fonte: O AUTOR (2014).



Figura 74 - Separador 2001-2005  
Fonte: O AUTOR (2014).



Figura 75 - Separador 2006-2012  
Fonte: O AUTOR (2014).

- Páginas de conteúdo

As páginas de conteúdo seguem a proposta de grid modular definido no início do processo. Ao testar algumas alternativas de diagramação, concluiu-se que cada página deveria ter no máximo três e no mínimo duas amostras para que o layout ficasse harmônico e permitisse a leitura confortável de todas as amostras. Deste modo foi possível preservar grandes áreas de respiro, conferindo leveza ao denso conteúdo do catálogo. As legendas foram posicionadas sempre segundo o *grid*, embora em alguns casos foram necessários alguns pequenos ajustes para que as páginas ficassem harmônicas. As imagens secundárias e ilustrativas foram inseridas com cuidado para que não tivessem mais destaque que as amostras.

Nestas páginas optou-se por utilizar um fundo neutro, a todas as páginas, já que algumas apresentavam uma paleta de cores vibrantes e isto poderia deixar a página poluída. Embora o fundo de papel envelhecido seja padrão, os efeitos reticulados de cada página são exclusivos e inseridos conforme a disposição dos elementos na página.

E, por fim, a paginação escolhida foi inserida apenas nas páginas da direita e apresentam também uma escolha baseada na percepção do autor, na qual os números são precedidos da letra p (abreviatura de “página”) e possuem travessões.



Figura 76 - Páginas de conteúdo  
Fonte: O AUTOR (2014).



Figura 77 - Páginas de conteúdo  
 Fonte: O AUTOR (2014).

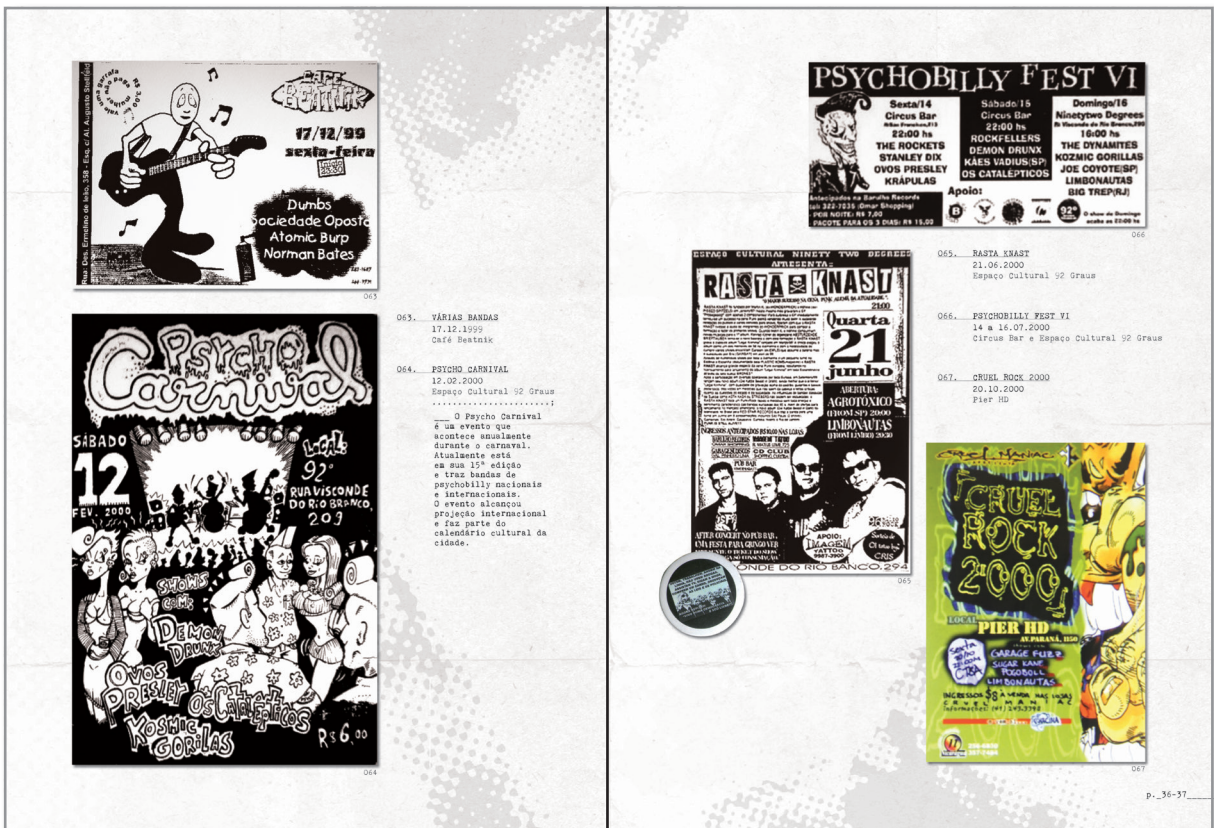


Figura 78 - Páginas de conteúdo  
 Fonte: O AUTOR (2014).



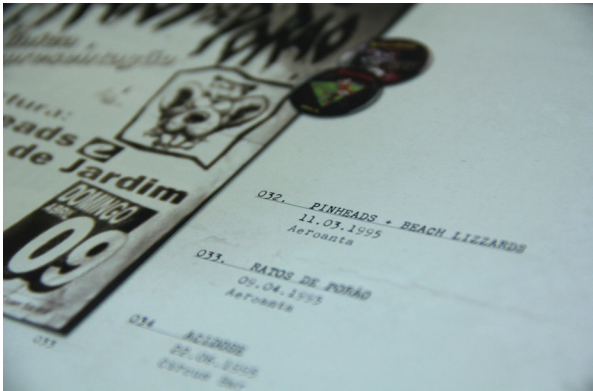


Figura 79 - Páginas de conteúdo  
Fonte: O AUTOR (2014).

- Extras

Nesta seção foram inseridos dois cartazes que não faziam parte do intervalo de tempo investigado na pesquisa, mas que possuem valor histórico por serem alguns dos primeiros materiais *punks* da cidade. Para esta seção foi utilizado o mesmo padrão das páginas iniciais, com predominância amarela, com detalhes em magenta, branco e preto.



Figura 80 - Extras  
 Fonte: O AUTOR (2014).

- Endereços

Durante o intervalo de 22 anos abordados na pesquisa foi importante observar que muitos locais onde acontecem os shows mudam de nome com muita frequência, mas continuam sendo os mesmo espaços onde já aconteceram muitos shows, como por exemplo o Aeroanta que depois de alguns anos virou Espaço Callas. Por outro lado, alguns mudam de endereço mas não mudam de nome, tornando-se verdadeiras referências para o *underground* da cidade, como o Espaço Cultural 92 Graus e o Lino's Bar, que já mudaram de endereço mas continuam seguindo suas atividades. É um registro interessante que só foi possível fazer devido ao caráter de documento assumido pelos cartazes mais antigos.



Figura 81 - Endereços  
Fonte: O AUTOR (2014).

• Créditos

Por ser uma seção que não tem necessariamente relação com o conteúdo do catálogo, optou-se por neutralizar as páginas com uma cor escura ao fundo e uma cor de texto neutra, conferindo a página um pouco menos de importância do que as outras. Porém, o cuidado em preservar a identidade visual de catálogo foi observado.



Figura 82 - Créditos  
Fonte: O AUTOR (2014).



**Figura 83 - Créditos**  
**Fonte: O AUTOR (2014).**

### 3.3.6 Produção gráfica

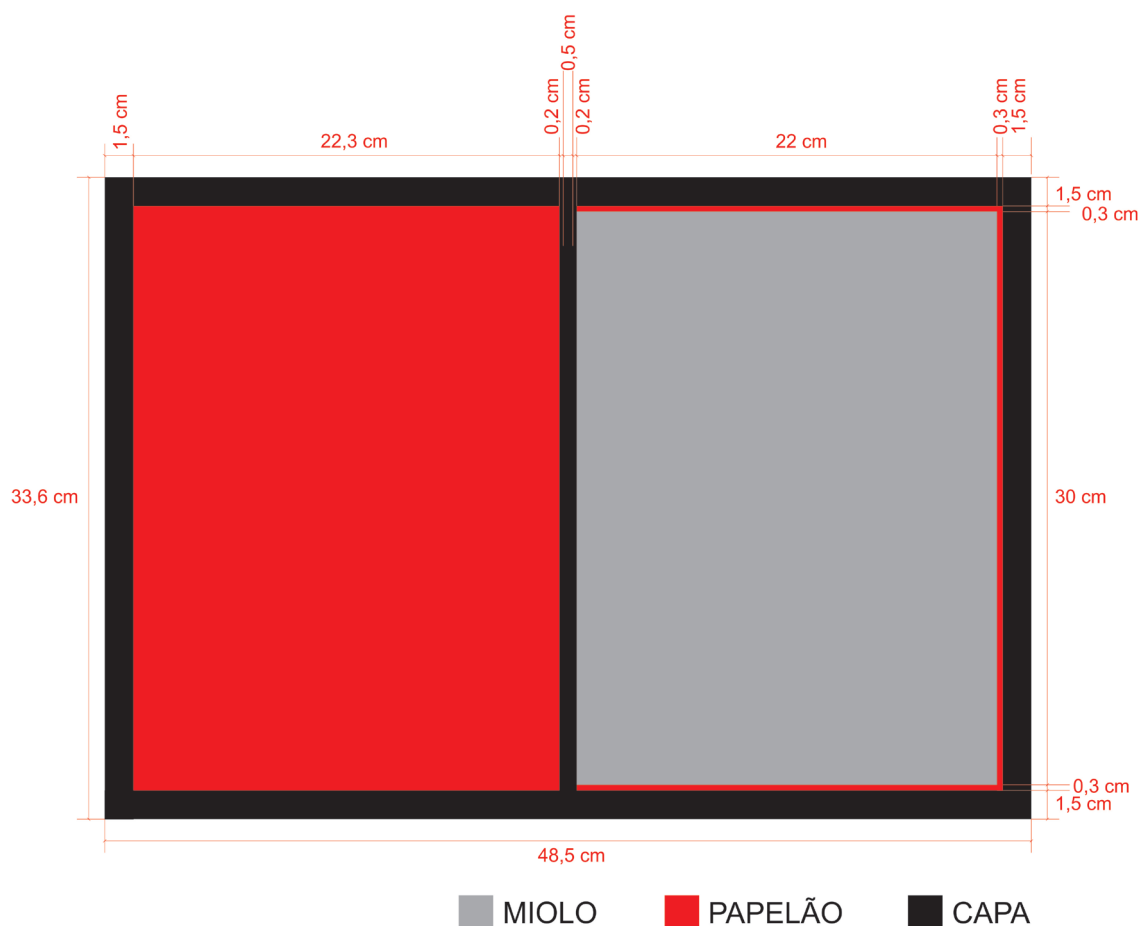
Os aspectos de produção gráfica referentes ao formato da página, o aproveitamento de papel e a justificativa da escolha fizeram-se necessárias logo no capítulo 3.3.1. Porém, mais alguns pontos precisam ser esclarecidos com relação a produção gráfica do material.

#### 3.3.6.1 Miolo

O papel utilizado no miolo foi o couchê fosco 115 g/m<sup>2</sup> devido ao seu aspecto refinado e acabamento que não permite o reflexo de luz, além de ter boas propriedades com relação ao processo de secagem da tinta. Por ter capa dura, fez-se necessário o cálculo da espessura do miolo. As gráficas utilizam fórmulas diferentes para cada tipo de papel no cálculo da lombada. Porém, um método mais simples e igualmente eficiente utilizado neste caso foi a comparação com outro material semelhante, um livro com páginas compostas de papel couche de mesma gramatura. O resultado obtido foi de 5 mm para as 100 páginas do miolo. Existe ainda a espessura referente a folha de guarda, porém estas não adicionam valor significativo ao cálculo.

### 3.3.6.2 Capa

Depois de feito o cálculo da espessura do miolo, pode-se calcular o tamanho da capa. A Figura 55 ilustra o cálculo já levando em consideração o formato máximo do fornecedor, citado no capítulo 3.3.1.



**Figura 84 - Cálculo para impressão da capa**  
 Fonte: O AUTOR (2014).

A capa é colorida, ou seja, 4x0 cores. O papel utilizado para impressão e posterior revestimento foi o couchê fosco 90 g/m<sup>2</sup>, que apresenta maior maleabilidade para moldar-se ao papelão. Além da impressão colorida, foi feita uma laminação fosca para ajudar a proteger o material.

Depois de revestido, o material com capa dura necessita de uma folha de acabamento, acoplada na parte interna do papelão a fim de esconder as dobras do revestimento externo. A esta folha dá-se o nome de Folha de Guarda. Segundo orientações do fornecedor, esta folha deve ser mais porosa, como o papel offset, para que tenha maior aderência ao papelão. O papel escolhido foi o offset 150 g/m<sup>2</sup>, impresso em apenas 1x0 cor.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisar um assunto com pouquíssimos registros formais, como o *punk*, foi o grande desafio desta pesquisa. A origem marginal deste importante acontecimento pode ser um dos motivos pelos quais ainda se produz pouco material de referência. A solução encontrada foi o empréstimo de materiais independentes com amigos, entrevistas exclusivas com pessoas relacionadas ao tema e a busca de artigos em fontes pouco confiáveis como *sites* e *blogs*. Coube ao autor filtrar o material e utilizá-lo da maneira mais sensata possível. O acervo pessoal de materiais independentes do autor também teve grande valia para o desenvolvimento teórico da pesquisa.

Durante a fase inicial do projeto, a tarefa de coletar e catalogar imagens do intervalo de tempo em questão - 22 anos - não parecia assustar tanto. Porém, este trabalho mostrou-se árduo e exigiu paciência e disciplina. A necessidade de conciliar a monografia com o projeto editorial demandou incontáveis horas de trabalho e muita organização. A partir do momento em que foram estabelecidos alguns tópicos que norteariam o projeto, a pesquisa tornou-se algo prazeroso a medida que o conhecimento foi sendo assimilado, já que o *punk rock* e o *design* gráfico são dois assuntos de muito interesse. Acredita-se que esta pesquisa foi uma oportunidade perfeita para relacionar estas duas paixões e abriu a possibilidade de, quem sabe, fazer uma segunda edição reunindo amostras dos próximos anos.

O aprendizado foi além do esperado. Através desta pesquisa pode-se perceber também a autonomia que as pessoas se esquecem que tem. O *punk* mostrou que jovens sem grande talento musical podem montar uma banda e escrever uma letra, pode gravar suas músicas em casa, criar suas artes e divulgar seu trabalho sem depender de outras pessoas. Em uma sociedade que preza pelo consumo excessivo, o legado do *punk* encoraja as pessoas a produzirem ao seu modo, sem depender de mão de obra especializada, tecnologias ou investimentos. O rompimento com o conceito de seguir as tendências resgatou um pouco da autonomia que as pessoas vem perdendo - devido às facilidades que o dinheiro pode proporcionar ou por preguiça de fazer algo. Os reflexos desta ação direta permanecem vivos na música, na moda, no comportamento, no design e na arte urbana, apenas para citar alguns exemplos. O *DIY* tornou-se o grande estilo de vida alternativo no qual as pessoas buscam produzir tudo que lhes é possível.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**60x50.** Disponível em <[www.60x50.com/2008/05](http://www.60x50.com/2008/05)>. Acesso em 20 dez. 2013.

**AMIRIGHT.** Disponível em <[www.amiright.com/album-covers/bad-religion-suffer-parodies](http://www.amiright.com/album-covers/bad-religion-suffer-parodies)>. Acesso em 20 dez. 2013.

ANDRAUS, G. **O fanzine como imprensa alternativa de resgate cultural: o caso QI, Quadrinhos independentes.** In: 4º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2006, São Luís. Trabalhos apresentados no 4º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2006. v. 4.

BARRETO, Wallace. **Entrevista concedida ao autor.** Registro em áudio (26 min). 23 fev. 2013.

BESTLEY, Russ; OGG, Alex. **The Art of Punk: The Illustrated history of punk rock design.** 1 ed. Minneapolis: Voyageur Press, 2012. 224 p.

CÂNDIDO, Mário. **Design, Arte e Tecnologia: O Design Contemporâneo Presente nas Estampas de Camisetas da Galeria do Rock – 2008.** Disponível em: <<http://www.portal.anhembibr.com.br/sbds/pdf/11.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2013.

**CDANDLP.** Disponível em <[www.cdandlp.com/item/2/0-1108-0-1-0](http://www.cdandlp.com/item/2/0-1108-0-1-0)>. Acesso em 29 set. 2013.

**CLASSES.** Disponível em <[www.classes.design.ucla.edu/Spring06/25/Grid](http://www.classes.design.ucla.edu/Spring06/25/Grid)>. Acesso em 24 jan. 2014.

**CORVODOMETAL.** Disponível em <[www.corvodometal.blogspot.com.br/2013/03/olho-seco-discografia.html](http://www.corvodometal.blogspot.com.br/2013/03/olho-seco-discografia.html)> - Acesso em 16 jul. 2013.

**COSMODWELLER.** Disponível em <[www.cosmodweller.wordpress.com](http://www.cosmodweller.wordpress.com)>. Acesso em 29 jun. 2013.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design.** São Paulo: Edgard. Blücher, 2000.

**DERBYTELEGRAPH.** Disponível em <[www.derbytelegraph.co.uk](http://www.derbytelegraph.co.uk)>. Acesso em 02 jul. 2013.

**DESPERDICESEUTEMPO.** Disponível em <[www.desperdiceseutempo.blogspot.com.br](http://www.desperdiceseutempo.blogspot.com.br)>. Acesso em 18 jun. 2013.

DIAS, Darwin. **Punks na Cidade. Abandonados pela História Oficial,** 2003. 1 vídeo disco (duração desconhecida).

**DYNAMITEINFO.** Disponível em <[www.dynamiteinfo.com.br](http://www.dynamiteinfo.com.br)>. Acesso em 18 set. 2013.



**FACEBOOK.** Disponível em <[www.facebook.com/banda.till.joey](http://www.facebook.com/banda.till.joey)>. Acesso em 13 nov. 2013.

FARIAS, Priscila. **Tipografia Digital: O Impacto das Novas Tecnologias.** 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001. 112 p.

FELIPE, Leonardo. **Punk: criação destrutiva em corte.** Revista Valise, Porto Alegre, v. 2, n. 4, ano 2, dez. 2012. Disponível em: <[www.seer.ufrgs.br/index.php/RevistaValise/article/view/26311/23567](http://www.seer.ufrgs.br/index.php/RevistaValise/article/view/26311/23567)>. Acesso em 30 jun. 2013.

**FOTOLOG.** Disponível em <[www.fotolog.com.br/aokrock/10312352](http://www.fotolog.com.br/aokrock/10312352)>. Acesso em 22 set. 2013.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II. Como criar e produzir livros.** São Paulo: Rosari, 2006.

**HISTORIAPINHEADS.** Disponível em <[www.historiapinheads.wordpress.com/2009](http://www.historiapinheads.wordpress.com/2009)>. Acesso em 18 set. 2013.

**LASTFM.** Disponível em <[www.lastfm.com](http://www.lastfm.com)>. Acesso em 03 jul. 2013.

**LAVIAKESIA.** Disponível em <[www.laviakesia.blogspot.com.br](http://www.laviakesia.blogspot.com.br)>. Acesso em 18 jun. 2013.

LAVIGNE, Emma. **I am a Cliché: ecos da estética punk.** 2011.

LOPES, Mércia Barros Pereira. **As fontes no rock: uma análise dos elementos tipográficos em capas de discos.** In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: Guia para designers, escritores, editores e estudantes.** 2 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2006. 181 p.

LUPTON, E. PHILLIPS, J.C. **Novos Fundamentos do Design.** São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MOREIRA, Gastão. **Botinada: A Origem do Punk no Brasil.** St2 Music, 2006. 1 vídeo disco (110 min).

MOURA, Eduardo. **Fotografia cedida ao autor.** 19 jan. 2014.

**MTV.** Disponível em <[www.mtv.com/artists/chuck-berry](http://www.mtv.com/artists/chuck-berry)>. Acesso em 16 jun. 2013.

MULLER, Guilherme. **Entrevista concedida ao autor via e-mail.** 5 dez. 2013.

**PDD.** Disponível em <[www.pdd.co.uk/blog/2011/05](http://www.pdd.co.uk/blog/2011/05)>. Acesso em 16 out. 2013.

**PRESSKIT.** Disponível em <[www.presskit.season-of-mist.com/PressKits/The%20Casualties](http://www.presskit.season-of-mist.com/PressKits/The%20Casualties)>. Acesso em 16 out. 2013.

**PUNKFLYER.** Disponível em <[www.punkflyer.com](http://www.punkflyer.com)>. Acesso em 21 out. 2013.

RIOS, Demival Ribeiro. **Mini dicionário escolar da língua portuguesa.** 1 ed. São Paulo: DCL, 1999. 560 p.

ROCHA, Mariana. **Punk na moda.** Revista Cult, ed. 96. Disponível em: <[www.revistacult.uol.com.br/home/2010/03/punk-na-moda/](http://www.revistacult.uol.com.br/home/2010/03/punk-na-moda/)>. Acesso em 23 nov. 2013.

SALOMÃO, Máximo. **Entrevista concedida ao autor via e-mail.** 20 dez. 2013.

**SINISTERSALADMUSIKAL.** Disponível em <[www.sinistersaladmusikal.wordpress.com](http://www.sinistersaladmusikal.wordpress.com)>. Acesso em 02 jul. 2013.

STRUNCK, Gilberto. **Viver de design.** 6 ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2010. 173 p.

**STYLE.** Disponível em <[www.style.mtv.com/2012/06/06/ziggy-stardust-taylor-mom-sen-lady-gaga-style](http://www.style.mtv.com/2012/06/06/ziggy-stardust-taylor-mom-sen-lady-gaga-style)>. Acesso em 22 fev. 2014.

**SUBURBIOSA.** Disponível em <[www.suburbiosa.blogspot.com.br](http://www.suburbiosa.blogspot.com.br)>. Acesso em 04 jul. 2013.

**THERICHEST.** Disponível em <[www.therichest.com](http://www.therichest.com)>. Acesso em 16 jun. 2013.

**VELHIDADE.** Disponível em <[www.velhidade.blogspot.com.br](http://www.velhidade.blogspot.com.br)>. Acesso em 07 jul. 2013.

VINIL, Kid. **Almanaque do Rock: Histórias e curiosidades do ritmo que revolucionou a música.** 1 ed. São Paulo: Ediouro, 2008. 248 p.

**WILDCHILD-MOTHERFUCKER.** Disponível em <[www.wildchild-motherfucker.blogspot.com.br](http://www.wildchild-motherfucker.blogspot.com.br)>. Acesso em 03 jul. 2013.

## GLOSSÁRIO

**Cena:** Abreviatura de “Cenário”, é o termo adotado para designar a atividade das pessoas que geram a movimentação cultural de determinados nichos, como o teatro, a dança, a música, entre outros, organizando eventos, produzindo material, envolvendo o público e as pessoas interessadas. No caso do *punk rock*, a “cena” é composta por produtores de shows, bandas e público.

**Hardcore:** Vertente mais rápida e agressiva da música *punk*, surgido no início dos anos 80. Ao longo dos anos gerou ainda mais vertentes, voltadas tanto para a música melódica quanto para o mais sujo e ininteligível.

**MPB:** Abreviatura para Música Popular Brasileira, denominação dada ao estilo musical que atinge um grande público, possui ritmos suaves e tocados com instrumentos reconhecidamente populares como o violão, além de canções simples e cantadas em língua portuguesa.

**Pop Art:** Movimento artístico surgido na década de 1950 que pretendia demonstrar em suas obras a massificação da cultura popular capitalista. Acredita-se que tenha sido o marco inicial da pós-modernidade da arte ocidental.

**Psychobilly:** é um gênero musical que deriva da mistura entre *punk rock* e *rockabilly* norte-americano dos anos 50. O gênero também é caracterizado pelas referências à filmes de terror e aborda assuntos como a violência, a sexualidade, e a morte de forma cômica.

**Ransom Note:** Nome dado ao efeito que se obtém ao recortar letras individualmente de páginas de revistas, jornais e anúncios para se formar novas palavras, frases, etc.

**Ska:** Gênero musical que teve a sua origem na Jamaica no final da década de 1950, combinando elementos caribenhos, como o mento e o calipso, e estadunidenses como o jazz e blues.

**Stencil:** Método de impressão no qual se utiliza uma matriz permeográfica para imprimir letras e imagens utilizando tinta *spray*. Apresenta aspecto de acabamento rudimentar e possui baixo custo.

**Underground:** O termo *underground* pode ser designado a algo que não seja direcionado a um grande público, e sim a nichos mais restritos de pessoas que possuem interesses em comum. Exemplo: uma banda *underground* produz músicas direcionadas a um público específico e em geral pouco numeroso se comparado a grande massa; um bar *underground* pode ser assim considerado quando atrai um público restrito e de perfil pouco convencional.

## APÊNDICE A - ENTREVISTA COM WALLACE BARRETO

Wallace Barreto é produtor cultural em Curitiba desde o início da década de 1990, guitarrista da banda Ovos Presley desde 1993 e membro do Fórum Permanente de Música. Desenvolveu alguns cartazes de divulgação de shows desde que começou a organizar eventos. Esta entrevista foi concedida ao autor em forma presencial no dia 15 de fevereiro de 2013 e registrada em formato de vídeo com duração aproximada de 27 minutos. A transcrição precisou de pequenos ajustes para que a dinâmica da fala se adequasse a linguagem escrita.

**Douglas Luz:** Você tem ideia de que ano, ou em que época começou o movimento de bandas de punk rock aqui em Curitiba?

**Wallace Barreto:** Pra mim, com certeza foi na década de 80 mesmo, com a Beijo AA Força. Você já viu o documentário Punks na Cidade?

**DL:** Não.

**WB:** Então, foi uma das primeiras bandas a ter este intercâmbio, de vir bandas de outros estados. Tanto que fizemos o primeiro festival punk que teve aqui em Curitiba, que teve a Beijo AA Força e mais algumas bandas de São Paulo. Posso te emprestar este DVD, mas ele está emprestado. Ele conta certinho como começou esse movimento em Curitiba e quando veio a primeira banda de fora, mas foi na década de 80. Eu não participava, em 85 eu não morava aqui. Em 88 já acontecia o Punkaraná, o Encontro Brasileiro Punk, tudo na UPE, que é a antiga União Paranaense dos Estudantes, e antigamente ali também funcionava o Bar do Cardoso. Na UPE, que estão tentando reativar, no Tanguá, foi onde eu comecei a freqüentar em 88 e nesta época já vinham bandas de outros estados, como Mato Grosso...

**DL:** Então nesta época já vinham bandas pra Curitiba através da comunicação com as bandas daqui?

**WB:** Tudo por carta. Tudo por fanzines. Um mês antes a galera fazia os fanzines... Um mês antes de fazer, fechava com a banda. Aí passava um mês divulgando o evento. Esta era a rede social daquele tempo, o fanzine. E vários deles divulgavam o mesmo evento.

**DL:** Mas eles circulavam somente entre as bandas, certo? Não era uma coisa que se vendia ao grande público, ou seja, era uma coisa que autores faziam circular apenas no universo das bandas...

**WB:** Isso, os caras vinham com a banda tocar e traziam alguns fanzines pra cá, já levava algumas amostras pra lá... Mandava-se por correio antes, mandava vários, tipo uns dez praquela cidade, e o pessoal daquela cidade já tinha conhecido mais uns dez “cabeça”. Aí destes dez “cabeça” já tinham uma certa formação de opinião, e assim é que circulava a divulgação. Era impressionante, pois você não sabia se os caras vinham mesmo, pois fechávamos os shows por carta! E aí? Não tinha celular também! “tal dia e tal hora vamos estar na rodoviária”!

**DL:** Aí tinha que confiar...

**WB:** Exatamente, e hoje em dia você pode ver a diferença, as bandas antigamente tinham mais palavra, entende? Hoje em dia você liga, confirma, manda e-mail, troca mensagem e a pessoa acaba furando.

**DL:** No dia, né?

**WB:** No dia! A gente fechava o evento durante o ano, tipo “no ano que vem nós estaremos tal dia, tal hora em tal lugar, e vamos participar deste festival”. E naquele tempo nem se fala, todos se ajudavam com os custos, rachava o “rango”... aí depois que começou esta movimentação é que começou a se falar em cachê, mas a “punkarada” não falava em cachê. Ficavam uns nas casas dos outros, dividia o rango, etc. Minha mãe até fez o rango pros Kães Vadius na primeira vez que vieram pra cá, e várias bandas vieram neste esquema. O DZK veio assim e toca até hoje. Este intercâmbio de bandas, pelo menos o que eu participo, é desde 88. E depois não parei mais.

**DL:** Até hoje né? Tanto com bandas, estúdio, com trabalho... E você lembra quais as bandas que tenham começado nos anos 90 a participar deste circuito em Curitiba?

**WB:** Dos anos 90 tem os Anões de Jardim, o Resist Control, Pinheads, Adjustments... As de fora eu não me lembro de muitas, mas a década de 90 era muito divertida e a cena era bem diversificada, não era só uma “praia”... lembrei do Boi Mamão.

**DL:** Então em shows de punk rock não tinham só bandas punks, necessariamente?

**WB:** Não necessariamente. Tinha os shows de punk rock mesmo, a banda Difecto, um grupo mais fechado, mais radical... Tinha o Extrema Agonia, que voltou às atividades e atualmente estou tocando guitarra, tinha o Bosta Acumulada, os Kanalhas... Eram como se fosse a galera da Rua XV de hoje em dia, mais radicais, mas os festivais independentes eram mais abertos, independente do público tocavam bandas punks, bandas de metal, etc.

**DL:** Hoje em dia é difícil misturar os estilos, né?

**WB:** Sim, é raro ter misturas hoje. Tanto que eu estou pensando em fazer o festival do Estúdio e misturar os estilos: metal, black metal, “punkeira” e psychobilly!

**DL:** E você tinha falado na primeira pergunta que a forma de divulgação mesmo eram os fanzines. Tinha alguma outra forma, além dos fanzines, de divulgação de flyers, etc?

**WB:** Os flyers, quando você mandava os fanzines pras outras cidades, no próprio material ia uma espécie de cartão, que pode ser considerado um flyer. E este cartão circulava também em outros fanzines, então vários materiais partilhavam as mesmas informações. Tinha também os cartazes A3, A4, preto e branco... A divulgação também acontecia através destes cartazes e na panfletagem “mano a mano”. Também mandava-se os flyers através de carta social, que custava um centavo. Naquele tempo eu pegava umas cem cartas e escrevia “carta social”, aí podia-se postar por apenas um centavo... gastava um real para enviar cem cartas, para o Brasil inteiro. É o famoso spam de hoje em dia, como se fosse convidar uma pessoa via facebook através de um evento. Tinha um caderno de endereço e as cartas eram todas endereçadas à mão, e assim aconteceu em muitos festivais, inclusive com o Psychobilly Fest foi assim, por cinco anos seguidos, ou seja, antes do advento da internet.

**DL:** Em que ano aconteceu o primeiro Psychobilly Fest?

**WB:** Em 96! Aconteceu desta maneira até o ano 2000 mais ou menos.

**DL:** Mas nesta época vocês já tinham acesso à internet ou a coisa acontecia desta forma porque ninguém tinha acesso?

**WB:** Eu não lembro de internet em 96. Acho que nem tinha. E antes disso então, piorou! O Ovos nasceu em 93, e era tudo por carta. Comprávamos as fitas demo e mandávamos pro Brasil inteiro. O problema é que a fita tinha um peso, aí não dava pra fazer o malabarismo de enviar como carta social. Pra enviar tinha que pagar R\$ 2,50 pra poder mandar. Agora você manda o link do youtube! E quando o pessoal começou a ter acesso à internet, só existia discada. Você escolhia o site que queria ver, deixava carregando, ia tomar café, e era só aquele que você ia ver naquele dia. Se tentasse clicar em alguma coisa já travava tudo e o processo teria que recomeçar... Internet ADSL nem existia!

**DL:** Pois é, na minha época de adolescente a internet era uma coisa rara, isso em 2005... Imagine em 1999. E quais eram as maiores dificuldades - além de ter que escrever cartas à mão, enviar por correio – para divulgar os shows?

**WB:** A maior dificuldade é que ninguém trabalhava... mas a divulgação acontecia no “boca a boca”, pois o pessoal era mais unido. Metade tinha subempregos, eram office-boys, e a outra metade não trabalhava. Então o contato era mais direto, do tipo “falou pra um, falou pra quinze”, era muito mais fácil. Tudo à base do fio do bigode e dos cartazes. A divulgação acontecia em lojas de CD, fixava-se o cartaz nestas lojas e no Lino’s. Bastava colocar os cartazes nestes lugares e pronto, todo mundo sabia. Não tinham muitas opções também, né?

**DL:** Sim, o punk rock na cidade acontecia somente em determinada data e determinado horário, não haviam muitas opções...

**WB:** Exatamente, e a referência era o “Linão”. Quem vinha de fora bastava ir no Lino’s e lá estava o cartaz de divulgação do evento que aconteceria no final de semana. Tinha show no 92, na UPE, no DCE da PUC, no RU... Antigamente aconteciam shows nestes lugares. O Lino’s era como se fosse um mural, né? Na primeira metade dos anos 90 era um dos principais meios de divulgação dos eventos. E o lance de divulgar em jornal, nem pensar! Não existia espaço pra este tipo de divulgação, hoje em dia se vê e muito pouco, coisas que catam por aí. Não que se interessem de realmente fazer uma divulgação interessante sobre os shows. Mas esta cena nunca precisou deste tipo de divulgação, pois tudo sempre aconteceu de uma forma totalmente independente. E hoje muita gente que participou daquele tempo são pais de família, tem um bar, tem um selo ou algo do tipo, então alguns ainda gostam de estar no meio independente.

**DL:** Entendo, e é difícil isso acontecer nos dias de hoje, pois os conceitos mudam tão rápido que hoje os adolescentes estão curtindo rock e amanhã estão curtindo baladas sertanejas. É difícil alguém que continue envolvido com o meio independente. Eu quero falar um pouco do design gráfico em si. Quem eram as pessoas que faziam estes cartazes de divulgação? Eram necessariamente artistas gráficos que trabalhavam com isso profissionalmente ou era algum integrante de banda que sabia desenhar mais ou menos...

**WB:** Não, era o carinho que tinha mão boa pra desenhar, fazia uma caricatura, ou então utilizava recortes de jornal, recortava as letras... Quase ninguém tinha máquina de escrever e isso que era interessante. Os fanzines eram todos feitos nas máquinas de escrever, e quem tinha uma letra boa acabava fazendo as artes. Eram os camaradas mesmo.

**DL:** Gente de banda, etc?

**WB:** Isso, quem produzia o show já fazia o cartaz. E fazia o spam por carta.

**DL:** Tudo em preto e branco mesmo, o mais barato possível?

**WB:** Depende, naquele tempo não tínhamos muito contato com copiadoras, mas quando tinha show de bandas de renome o cartaz era colorido. Mas da galera punk mesmo, alternativa, era tudo preto e branco, porque se pensava na economia da coisa. E o charme daquela época era o preto e branco, era o contexto... Quando se via um cartaz preto e branco já se sabia que era show punk. Essa estética era simples e eficaz.

**DL:** E você tem noção do que o pessoal utilizava como influência pra fazer estes cartazes? Por exemplo, o CD dos Sex Pistols que tinha uma característica marcante, desde a tipografia até a diagramação, etc?

**WB:** Os vinis! Muita coisa era baseada nos vinis mesmo, dos recortes de outros cartazes... Fazia-se o cartaz pensando num certo tipo de alerta social, não só contestação, mas mostrar seu próprio ponto de vista da sociedade. Procurava-se mostrar uma reflexão. O lance de ser preto e branco também demonstrava o que era nu e cru, simples e objetivo sem deixar de ter expressividade, de mostrar a que veio. O mundo não é só colorido, também existem coisas marginais. Hoje se você faz um cartaz preto e branco o pessoal não gosta.

**DL:** Depois que os cartazes eram elaborados, quem é que produzia? Tinham pessoas que trabalhavam em gráficas e copiadoras que pudessem reproduzir estas artes a um preço baixo?

**WB:** Sim, tinha pessoas inseridas neste meio e às vezes faziam as cópias com um descontinho. Mas de modo geral o xerox sempre foi barato, então quanto a isso não houve grandes dificuldades. Fazia-se uma matriz e tirava xerox, porque era o meio mais barato.

**DL:** Os cartazes grandes também eram reproduzidos por xerox?

**WB:** Sim, mas pra facilitar as cópias, os cartazes eram feitos num papel sulfite, tamanho A4, na gramatura mais sem vergonha possível. E funcionava tranquilo. Naquele tempo ter algum camarada que trabalhasse nas casas de xerox. Mas nem todo mundo trabalhava, e se alguém trabalhava isso já era uma exceção. E quando não tinha ninguém trabalhando nestes lugares, ainda tinha os amigos office-boys, que trabalhavam em escritórios que tinham xerox. Era um jogo de influências! De qualquer modo não eram muitos cartazes, não tinha necessidade. Hoje em dia pra



qualquer evento pequeno são rodados 4 mil, 5 mil flyers e cartazes. Naquela época eram reproduzidos na faixa de 100, 50 cartazes. Era caro. Isso também acontecia com os fanzines, uma tiragem alta beirava as 500 unidades, e atualmente qualquer pequena publicação é feita com tiragem de 2000 unidades no mínimo.

**DL:** As baixas tiragens nem compensam mais pra este tipo de divulgação.

**WB:** Não mesmo, a mercadologia mudou, está muito mais exponencial.

**DL:** Na sua opinião, com a vinda do computador o que melhorou e o que piorou na questão de divulgação de cartazes? Como você comentou, 50 cartazes eram suficientes para lotar um show. Hoje o alcance é muito maior e se vê cada vez menos pessoas comparecendo.

**WB:** Pois é, você convida quantas pessoas for que no dia não vai nem metade. Mas assim, eu encaro isso como uma questão de geração mesmo, porque hoje tem muitas opções de entretenimento. E muita gente fica em casa mesmo, atrás do computador. O pessoal das antigas gerações ainda se encontram nos butecos, e nem precisa ter show pro pessoal se reencontrar. Nos bares que o pessoal frequenta você sempre encontra um ou outro. De qualquer forma, o computador e a internet ajudaram a agilizar. E o engraçado é que ao mesmo tempo que é uma ferramenta pra ajudar, é uma ferramenta que deixa as pessoas com menos tempo! Ajuda, mas atrapalha! Tudo é pra ontem, tudo está atrasado...

**DL:** E você mesmo chegou a elaborar cartazes no computador?

**WB:** Sim, fiz vários cartazes. Cheguei a fazer uns cursos de editoração eletrônica. O termo “design” surgiu um pouco depois que tudo já acontecia há algum tempo. Às vezes ainda faço um ou outro quando dá tempo. Mexo um pouco com corel draw e um pouco com photoshop, aí dá pra se virar. Inclusive tem alguns em exposição no Trinca História, lá no Lado B. Fica em frente ao Chinasky. Eu fiz vários cartazes pros shows do Lino’s também.

**DL:** Você é dono do Lino’s?

**WB:** Não, eu só agendo as bandas ali desde 93. Quando eu comecei com o Ovos precisávamos divulgar os cartazes. A maioria das bandas dos anos 90 de Curitiba começaram a tocar no Lino’s. Era questão curricular, era o batismo! E um tempo depois as bandas também tocavam no 92. A história foi que o Lino me viu correndo sempre, colando cartazes

e me falou: “ô! Locão! Queria que você cuidasse das bandas pra mim no domingo aí, e toca-lhe o pau!”. Desde então não parei mais. Amanhã, por exemplo, tem show. A agenda deu uma parada porque a vizinhança começou a reclamar bastante, senão todo mês tinha. Mas no antigo Lino’s não tinha essa história. E era só colocar o cartaz no mural do bar no começo da semana que durante esta semana as pessoas que iam lá já ficavam sabendo o que teria no final de semana. Alguma coisa tinha, e sempre gratuitamente. Se chegasse lá em qualquer domingo ia encontrar alguma coisa, o bar ia estar aberto...

**DL:** E ia bastante gente nestes shows na década de 90, no Lino’s e no 92 graus?

**WB:** Enchia, ficava gente pra fora. O Lino’s enchia sempre, sempre. O pessoal que estava no bar no domingo já sabia o que ia acontecer no próximo domingo. Às vezes não dava nem tempo de fazer o cartaz. Tinha o Mário, que era desenhista, e é interessante citá-lo. O apelido dele era Marião, e ele fazia os cartazes à mão. Desenhava muito bem, pensava no conceito da festa... O curioso é que sempre se inventava uns nomes pitorescos pras festas, como “Festa da Borracharia”, “NatalLino’s”, “Hellchurras”, quando o pessoal assava umas linguichinhas na frente do bar. Quando tinha estas festas a decoração era temática, por exemplo na Festa da Borracharia tinha várias fotos de mulheres peladas nas paredes e era a diversão do final de semana!

**DL:** Você lembra mais nomes de artistas da época?

**WB:** Não eram artistas na verdade, eram mais desenhistas do que artistas...

**DL:** Na verdade estou me referindo a “artistas” de um modo geral, ou “pessoas que faziam cartazes”...

**WB:** Ah sim, tem o Paulo Matos, que elabora cartazes até hoje... Foi ele quem fez o primeiro cartaz do Psychobilly Fest, fez uns desenhos pro Ovos Presley... O Mário, que infelizmente já é falecido, o Pica-Pau, também falecido, o Fardado, que agora é cozinheiro e também fez vários cartazes pro 92 Graus, em meados de 1992... Tinha o Wladimir, que cursou Artes Gráficas e atualmente organiza o Psycho Carnival. Me lembro que ele fez muitos e muitos cartazes. É meu parceirão desde a década de 80. Mas da galera que fazia cartazes na década de 90 e fazem até hoje só consigo me lembrar do Paulo Matos. Tinha também o Márcio Rezende, que atualmente mora na Bahia, fez vários cartazes.

**DL:** E as capas de disco também era estes caras que faziam?

**WB:** Sim, o Paulo Matos até hoje faz artes gráficas pro Ovos Plesley. Lembrei do Anderson, que toca na Natureza Morta. É um grande artista.

**DL:** Bom, é isso aí. Acho que conseguimos conversar sobre um pouco de tudo e com certeza a sua vivência vai me ajudar bastante na pesquisa. Você conhece alguma referência que possa ser consultada sobre a música curitibana e o punk rock em geral?

**WB:** Legal! Eu tenho um livro, mas que está emprestado, que acho que vai te ajudar. Ele se chama *A Desconstrução da Música do Paraná*. Conta a história desde o fandango até o metal. O autor é o Manoel Neto. Foi parceiro meu no Fórum de Música do Paraná, mas agora ele não está mais participando. Estamos tentando fazer acontecer também a Cooperativa de Música, reativá-la e tal... Além deste livro tem também o documentário *Punks na Cidade*, do Darwin Dias. Este documentário completo está disponível no youtube.

## **APÊNDICE B - ENTREVISTA COM GUILHERME MULLER**

Guilherme Muller organiza pequenos eventos relacionados ao punk rock e ao hardcore em Curitiba desde 2009 e toca guitarra na banda No Reply desde 2008. Esta entrevista foi concedida ao autor via e-mail no dia 17 de dezembro de 2013.

**Douglas Luz:** Desde que ano você está envolvido com produção de eventos relacionados ao punk rock e hardcore na cidade?

**Guilherme Muller:** O primeiro show que organizei foi em 2009 no 92 Graus, junto com três amigos, para comemorar nosso aniversário e as nossas bandas poderem tocar sem a polêmica cota de ingressos.

**DL:** Na sua concepção, o que é *DIY*? Qual a importância deste conceito no meio independente?

**GM:** Os termos “Do It Yourself” e “Independente” estão intimamente relacionados pra quem tem banda e produz eventos. Falando especificamente de eventos, no punk rock existem três grandes interessados: as produtoras (ou coletivos), as bandas e o público (e em alguns casos acrescenta-se o bar, que no nosso caso é o tradicional 92 Graus, espaço onde acontecem 98% dos nossos eventos). Na minha visão, o *DIY* é a organização de eventos em parceria entre essas partes sem o financiamento de grandes patrocínios, o que caracteriza o underground ou independente.

**DL:** Como funciona o *DIY* na organização de eventos independentes relacionados ao punk rock? Quais os papéis cabem a cada agente (produtor, dono do local, artistas e público) para que um show aconteça?

**GM:** Para muitos, a banda existe como um artista e a sua única tarefa seria tocar e ganhar o seu cachê, mas dentro da nossa realidade eu vejo a banda não só como um artista, mas como um importante parceiro do produtor na realização do evento. Eu sempre parto do princípio que o produtor de um show de punk rock não é um cara que visa lucro, mas sim um crescimento de todos os integrantes da chamada “cena”, então a banda inevitavelmente tem de estar envolvida em tudo que lhe for possível, como por exemplo na divulgação, empréstimo de equipamentos, etc. No que diz respeito ao dono do local onde vai acontecer o show, cabe a ele manter um local agradável e com o básico do som disponível para as bandas, com um valor de aluguel justo e viável para que o evento aconteça sem precisar de grandes investimentos prévios. Sempre falo com base no que vivo e presencio, então tenho exemplos de casas que pouco se importam com o *DIY*, cobrando preços absurdos, e casas que dão totais condições para que o *DIY* aconteça, fazendo parcerias com as bandas e produtoras. Sobre o público, acredito que tenham o importante papel de ajudar na divulgação, espalhando para amigos e aparecendo nos shows, fechando com sucesso o ciclo de produção do evento.

**DL:** Quais as maiores dificuldades encontradas para organizar um show de punk rock em Curitiba nos dias atuais?

**GM:** Curitiba tem muitas bandas de muita qualidade, mas, ao meu ver, o maior problema está justamente nas bandas. Não no som, mas na falta de iniciativa em ajudar os eventos a terem sucesso. O que mais vejo são integrantes bandas que não se dão ao trabalho nem de avisar os amigos que irão tocar.

**DL:** Os shows relacionados ao punk rock em sua maioria foram idealizados pelas pessoas diretamente envolvidas com o evento, como as próprias bandas, produtores locais e público, no já citado sistema do *DIY*. Isso sempre funcionou, embora nem sempre haja uma estrutura adequada, como equipamentos de qualidade e conforto para os espectadores. Você sente falta de profissionalismo no meio independente?

**GM:** Dentro da realidade brasileira, os espaços undergrounds não são tão ruins quanto falam por aí. Falando como integrante de banda que tem tocado em locais variados nos últimos dois anos, o que vejo sempre é um esforço do pessoal para ter equipamentos que supram a necessidade do local onde o evento está sendo organizado.

**DL:** Quais os meios utilizados para divulgar os eventos relacionados ao punk rock e ao hardcore nos dias atuais? Na sua visão, quais os métodos mais eficientes para divulgar um show de pequeno porte?

**GM:** Talvez a internet, e mais especificamente o Facebook tenha banalizado a divulgação de eventos, já que recebe-se dezenas de convites diariamente e muita gente acaba não dando atenção para o que talvez poderia interessar. Mas, independente disso, ainda é um grande aliado, principalmente para chegar às pessoas que talvez o velho “lambe-lambe”, que ainda é muito válido na divulgação, não conseguisse atingir. O “lambe-lambe” e a distribuição de flyers em portas de escolas e shows não podem ser ignorados jamais! Eventos no Facebook e um cartaz (bonito) para ser espalhado na web e na cidade são os meios que utilizamos atualmente para a divulgação.

**DL:** Quais os atrativos para que uma pessoa se interesse em estar presente em eventos independentes? Cite alguns fatores que você considera relevante para que o público se sinta atraído a comparecer aos eventos.

**GM:** Ultimamente, o que tem atraído o pessoal para shows de bandas locais são alguns apelos, como por exemplo lançamento de um CD, comemoração de uma data especial para a banda, e alguns temas, como por exemplo um churrasco ou double drink. Ou então, para quem tem cacife, trazer alguma banda consagrada no cenário nacional.

**DL:** Na sua visão, qual a importância de um cartaz bem feito para o sucesso do evento e comparecimento do público?

**GM:** O cartaz é a apresentação, é o cartão de visitas do evento, então um cartaz bem feito e que contenha todas as informações do show chama atenção e com certeza faz o público sentir mais confiança no evento.

**DL:** Na sua opinião, quais as características do punk permanecem presentes nos estilos musicais subsequentes, como o hardcore?

**GM:** Com a popularização do hardcore no Brasil na primeira metade dos anos 2000, os discursos revolucionários e agressivos que deram cara ao início do movimento punk, acabaram sendo deixados de lado pela maioria das bandas que despontaram nessa época e deram lugar a temas engraçados ou relacionamentos. Obviamente que as bandas continuaram falando de protesto e revolução durante todo esse período, e de um tempo pra cá vejo que esses discursos estão retornando com mais força. Talvez essa popularização também tenha algum efeito na diminuição do espírito *DIY* entre as bandas, já que surgiram milhares de produtores e os shows eram abundantes, mesmo que no polêmico esquema “Pay to Play”. No que diz respeito a parte instrumental, muito coisa ainda permanece do punk, como as guitarras simples com 4 notas, riffs oitavados e muitas vezes sem a devida técnica aplicada, embora exista algumas correntes com um som mais trabalhado e que levam alguns elementos de outros estilos do rock.

**DL:** Em meados de 2006, começou a acontecer no Brasil um sistema diferente de organização de shows relacionados a cena independente, conhecido como “Pay to Play”. Em Curitiba, este esquema vigorou por alguns anos e hoje perdeu força novamente. Como funcionava? Porque, na sua opinião, ele foi tão amado e tão odiado ao mesmo tempo?

**GM:** Eu conheci duas formas de P2P: na primeira, a banda simplesmente pagava um valor X adiantado para o produtor e garantia sua vaga no evento e quanto maior fosse o número X, mais próximo da banda principal era o horário. Na segunda, um pouco menos descarada, a banda tinha que vender um número X de ingressos para tocar no evento, e quanto maior fosse o número X, mais próximo da banda principal era o horário. No fim das contas, acabava quase que na mesma, porque se a banda não vendesse todos os ingressos, teria que desembolsar o que faltasse do mesmo jeito. O Pay to play era muito cômodo para bandas de adolescentes ricos, já que a única coisa que era levada em conta era a grana, e mais cômodo ainda para o produtor, que já entrava no evento com boa parte das contas pagas. Qualidade das músicas e atitudes jamais foram levadas em consideração. Aí que tá o motivo da discórdia: Quem pagava tava dentro (e amava), por pior que fosse o som e muitas bandas excelentes ficavam de fora (e odiavam).

## **APÊNDICE C - ENTREVISTA COM MÁXIMO SALOMÃO**

Máximo Salomão é baterista da banda Face Out, que conseguiu certo reconhecimento como banda de hardcore melódico na cidade. A banda se iniciou em 2004 e até a data desta pesquisa encontra-se em atividade. Esta entrevista foi concedida ao autor via e-mail no dia 18 de dezembro de 2013.

**Douglas Luz:** Primeiramente, desde que ano ou época aproximadamente você acompanha a cena independente do hardcore em Curitiba?

**Máximo Salomão:** Eu comecei a acompanhar a cena no final de 2002, quando fui no meu primeiro show de hardcore no 92 graus. Lembro que rolou Switch Stance e Sugar Kane. Tinha até uma cortina antes de começar o show, parecia que “agregava valor” as bandas...

**DL:** Quais as mudanças mais significativas você notou ao longo deste período em relação ao público, aos bares e casas de show, aos produtores, as bandas, etc? Fale um pouco sobre as características de cada época que você vivenciou.

**MS:** Acredito que de 2004 a 2007 várias bandas tiveram oportunidade de tocar nas melhores casas de show que existiam em Curitiba. Havia bastante espaço para tocar e o público não discriminava a banda e nem as músicas, muito pelo contrário, todos estavam ali para se divertir, cultivar a amizade e apoiar as bandas. Os produtores lucraram bastante nessa época, mas uma porcentagem do lucro de alguns shows era destinado às bandas, normalmente de dez a cinquenta por cento. De 2007 até hoje eu vejo poucas bandas terem espaço, pois o produtor (que já tem a sua banda) promove um evento grande para se beneficiar e acaba esquecendo que existem outras bandas. O único momento que lembram destas é para fazer eventos pequenos e assim arrecadar dinheiro para promover um show grande, com bandas que vem de fora e a única banda local que participa é a do produtor. O público diminuiu muito, eu acredito que seja pela banalização e falta de entendimento do estilo, a molecada mais nova entendeu tudo errado colocando a estética na frente do som, o que começou a dar origem aos “emos” e quem era de fora não tinha mais interesse em conhecer novas bandas, pois todas as bandas eram rotuladas como “emo”. Como o público diminuiu de uma maneira bem significativa, restou as bandas locais se unirem, fazer um evento e tocar para os amigos.

**DL:** Curitiba por vezes recebe o título de “Cidade do Rock”, por revelar bandas que alcançaram certo sucesso nacional e internacional, como o A-OK, Colligere, Self Defense, Pelebrói Não Sei? e No Milk Today. Na sua opinião, quais os fatores que levaram a esta fama mesmo antes da popularização da internet como meio de divulgação? O que estas bandas faziam para ter este alcance, e que hoje já não surte mais efeito, por mais que hajam excelentes bandas na ativa?

**MS:** Essas bandas que são de uma época anterior a internet, faziam a correria da divulgação na rua, por correio, cara a cara com as pessoas. Eu lembro que estava saindo do colégio e vi os integrantes do Sugar Kane na saída entregando flyers, colocando cartazes na rua e conversando com a galera, uma maneira muito mais íntima do que hoje em dia. Você notava nas ruas que a “cena” estava acontecendo, ficava parado na frente de um poste olhando os shows que iam rolar no final de semana. Acho que se esta atitude fosse retomada, ela seria uma possível solução para voltar a trazer novas pessoas para assistir os shows.

**DL:** Na sua opinião, quais foram os bares e casas de show mais importantes para o punk rock/hardcore da cidade nestes últimos anos? Porque?

**MS:** Hangar Bar, 92 Graus e o Ambiental Bar. Essas, de alguma maneira, sempre acabam apoiando as bandas que tocam hardcore e rock, pois abrem o seu espaço há anos para as bandas chamarem os amigos e mostrarem suas músicas. Para locação,

são as mais em conta em relação ao custo x benefício, fazendo com que os produtores se interessem em organizar eventos nestes espaços.

**DL:** Na sua opinião, qual a importância do *Do It Yourself* para a cena independente? E, mais especificamente, qual a importância do *Do It Yourself* para que uma banda se mantenha em atividade mesmo sem retorno financeiro significativo para o trabalho que desenvolve?

**MS:** Como na maioria dos shows as bandas acabam tocando de graça, ou quando recebem é um valor muito pequeno, a única solução é fazer você mesmo. Como citei, as bandas mais antigas, saiam nas ruas para colar cartazes e divulgar flyers, isso é uma atitude do *DIY* que falta um pouco nas bandas atuais. Com a minha banda, Face Out, nós estamos procurando fazer tudo sem depender de ninguém, estamos gravando em casa, mesmo sem muita experiência, mas aprendendo com os erros. Estamos fazendo também a impressão dos CDs, gravação, impressão e montagem dos envelopes para conseguir distribuir o nosso material. Além disso, fazemos a divulgação pela internet. É quase que uma mini-empresa.

**DL:** A cidade geralmente é rota obrigatória para bandas estrangeiras quando estão em turnê pelo Brasil. É difícil que uma banda consagrada nunca tenha tocado aqui. Na sua opinião, quais os fatores fazem com que bandas e produtores incluam Curitiba como parte do roteiro?

**MS:** Em Curitiba nós temos um público grande que curte rock e hardcore (principalmente para as bandas estrangeiras) fazendo com que um show por aqui seja totalmente viável e lucrativo.

**DL:** O Pay to Play, ou seja, o ato de pagar para tocar, foi um sistema muito utilizado por produtores em meados de 2006. Como funcionava este esquema? Quais as vantagens e desvantagens, e porque deu certo por tanto tempo, mesmo que as bandas soubessem que eram as maiores prejudicadas?

**MS:** Funcionava de uma maneira bem simples e apelativa. O produtor dava para a banda uma determinada quantia de ingressos, normalmente de 30 a 50. Em troca, a banda depositava o valor total dos ingressos na conta do produtor. Se você vendesse os ingressos conseguia recuperar o valor depositado, caso contrário, acabava saindo no prejuízo. Antes desse método ser aperfeiçoado, ele funcionava da seguinte maneira: o produtor dava os ingressos para as bandas para que fossem vendidos até o dia do show. No dia, a banda teria que devolver em dinheiro todos os ingressos.



Caso contrário, teria que pagar e, se você não quisesse, arrumavam uma maneira de confiscar o seu equipamento. Quem saia no lucro eram os produtores. As bandas saiam totalmente em desvantagem, pois não conseguiam mostrar as suas músicas nem por 20 minutos.