

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

NAYARA STELMACH DE MELO

**O PROCESSO DE EXECUÇÃO DO DESIGN GRÁFICO DAS CAPAS DE
DISCOS INDEPENDENTES CURITIBANOS NO CONTEXTO DOS
ANOS 2000**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA
2013

NAYARA STELMACH DE MELO

**O PROCESSO DE EXECUÇÃO DO DESIGN GRÁFICO DAS CAPAS DE
DISCOS INDEPENDENTES CURITIBANOS NO CONTEXTO DOS
ANOS 2000**

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

Professor Orientador: Daniela Ferreira da Silva.

CURITIBA
2013

TERMO DE APROVAÇÃO

TRABALHO DE DIPLOMAÇÃO Nº 558

“O PROCESSO DE EXECUÇÃO DO DESIGN GRÁFICO DAS CAPAS DE DISCOS INDEPENDENTES CURITIBANOS NO CONTEXTO DOS ANOS 2000”

por

Nayara Stelmach de Melo

Trabalho de Diplomação apresentado no dia 29 de agosto de 2013 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(s) aluno(s) foi (foram) arguido(s) pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora:

Prof(a). Msc. Ana Claudia Camila Veiga França
DADIN - UTFPR

Prof(a). Msc. Maureen Schaefer França
DADIN - UTFPR

Prof(a). Msc. Daniela Fernanda Ferreira da Silva
DADIN - UTFPR

Prof(a). Msc. Maria Lúcia Siebenrok
Professora responsável pela Disciplina TD
DADIN - UTFPR

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

*“Sucesso é a única possibilidade”
- Aleister Crowley.*

RESUMO

MELO, Nayara Stelmach. O processo de execução do Design Gráfico das capas de discos independentes curitibanos no contexto dos anos 2000. 2013. 83f. Monografia (Tecnologia em Design Gráfico) – Departamento de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2013.

Trabalho de conclusão de curso referente ao estudo do processo de execução do Design Gráfico das capas de mídias musicais das bandas Independentes curitibanas, no contexto da década dos anos 2000 à 2010. Pesquisa teórica que analisa o processo de produção e a qualidade do trabalho prestado pelo Designer, e o papel do mesmo nesse mercado, a partir de relatos das bandas e designers inseridos no referido contexto além de uma análise semiótica de capas escolhidas.

Palavras-chave: Música. Design Gráfico. Curitiba. Internet. Semiótica.

ABSTRACT

MELO, Nayara Stelmach. The process of Graphic Design execution of the musical media covers of independent bands from Curitiba in the context of the years between 2000 and 2010. 2013. 83f. Monografia (Tecnologia em Design Gráfico) – Departamento de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2013.

Course completion work about the study of the process of Graphic Design execution of the musical media covers of independent bands from Curitiba in the context of the years between 2000 and 2010. Theoretical research that analyses the process of production and the quality of the work provided by the Graphic Designer and his role in this market, according to reports from the bands and the designers in the mentioned context, beyond a semiotic analysis of selected cases.

Keywords: Music. Graphic Design. Curitiba. Internet. Semiotics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – CILINDRO FONOGRAFICO DE THOMAS EDISON, MOLDADO A OURO	16
Figura 2 – FONÓGRAFO.....	17
Figura 3 – EMILE BERLINER E SEU GRAMOFONE.....	17
Figura 4 – LP COLETÂNEA DE BANDAS CURITIBANAS DA DÉCADA DE 90.....	18
Figura 5 – EXEMPLO DE CAPA E ENCARTE DE FITA CASSETE.....	19
Figura 6 – EXEMPLO DE COMPACT DISC.....	20
Figura 7 – EMBALAGEM FORMATO DIGIPACK - ÁLBUM MORDIDA 1.....	38
Figura 8 – ENCARTE ESTILO ORIGAMI – ÁLBUM CAMAFEU.....	38
Figura 9 – IMPRESSÃO EM SERIGRAFIA – ÁLBUM BLOCO II.....	39
Figura 10 – QUADRO ANEXO AO QUESTIONÁRIO.....	43
Figura 11 – INTEGRANTES DA BANDA GENTILEZA.....	51
Figura 12 – CAPA DO ÁLBUM BANDA GENTILEZA.....	52
Figura 13 – LEGENDA DE CORES.....	53
Figura 14 – DIMENSÕES DA FRENTE DO ENCARTE EM MILÍMETROS.....	54
Figura 15 – DIMENSÕES DO VERSO DO ENCARTE EM MILÍMETROS.....	54
Figura 16 – ALLCOLORSTOGETHER - RENAN MOLIM/OPUS MÚLTIPLA 2008.....	55
Figura 17 – COMPARATIVO ENTRE A ARTE DE RENAN MOLIM E CARO REBELLO.....	55
Figura 18 – INTERAÇÃO ENTRE AS CORES UTILIZADAS NA ARTE.....	56
Figura 19 – INTEGRANTES DA BANDA MORDIDA.....	57
Figura 20 – MORDIDA 1 – BANDA MORDIDA.....	58
Figura 21 – ÁREA DE APLICAÇÃO DO VERNIZ UV.....	59
Figura 22 – DIMENSÕES COMPLETAS DO ENCARTE EM MILÍMETROS.....	60
Figura 23 – PÁGINAS DO ENCARTE.....	61
Figura 24 – DIGIPACK – BANDA MORDIDA.....	62
Figura 25 – TORRE DE RÁDIO.....	63
Figura 26 – DETALHE DA CAPA.....	64
Figura 27 – DETALHE DA CAPA.....	64
Figura 28 – INTEGRANTES DA BANDA CHARME CHULO.....	66
Figura 29 – CAPA DO CD NOVA ONDA CAIPIRA – BANDA CHARME CHULO.....	67
Figura 30 – PÁGINAS DO ENCARTE.....	69
Figura 31 – FONTE <i>COFFEE CAN</i>	72
Figura 32 – SALOON <i>BIG NOSE KATE'S</i> EM TOMBSTONE, ARIZONA.....	72
Figura 33 – DETALHE CAPA.....	73
Figura 34 – DETALHE CAPA.....	73
Figura 35 – INTEGRANTES DA BANDA FELIXBRAVO.....	73
Figura 36 – CAPA DO CD CAMAFEU – BANDA FELIXBRAVO.....	75
Figura 37 – ALINHAMENTO ESTRUTURAL APRESENTADO NA CAPA DO CD CAMAFEU.....	76
Figura 38 – DIMENSÕES DA FRENTE DO ENCARTE EM MILÍMETROS.....	77
Figura 39 – DIMENSÕES DO VERSO DO ENCARTE EM MILÍMETROS.....	78
Figura 40 – MANUAL DE MONTAGEM DA EMBALAGEM.....	78
Figura 41 – CANTORA E ATRIZ ZEZÉ MOTTA.....	79
Figura 42 – CANTORA MARIENE DE CASTRO.....	80
Figura 43 – IMAGEM DE CAPA DESMONTADA.....	80
Figura 44 – DETALHE DO WAINWRIGHT BUILDING - ST. LOUIS, MISSOURI – 1891.....	81
Figura 45 – BRUNETTE& THE BLONDE, 1897 – ALPHONSE MUCHA.....	82

Figura 46 – INTEGRANTES DA BANDA OVOS PRESLEY.....	83
Figura 47 – CAPA DO CD PSYCHOPUNK 'A' BILLYBOOGIE – BANDA OVOS PRESLEY.....	84
Figura 48 – DIMENSÕES DA FRENTE DO ENCARTE. DIMENSÕES EM MILÍMETROS.....	85
Figura 49 – DIMENSÕES DO VERSO DO ENCARTE. DIMENSÕES EM MILÍMETROS.....	85
Figura 50 – CARTAZ DO FILME “THE MUMMY”, DO ANO DE 1932.....	88
Figura 51 – CAPA DO JOGO “SHADOWS OVER FILMLAND”, 2009.....	89
Figura 52 – LOGO DA BANDA OVOS PRESLEY.....	90

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Incidência cronológica de formação das bandas analisadas.....	28
GRÁFICO 2 – Os estilos musicais predominantes.....	29
GRÁFICO 3 – Porcentagem de integrantes originários da cidade de Curitiba.....	29
GRÁFICO 4 – Opções de distribuição dos álbuns pelas bandas.....	30
GRÁFICO 5 – A escolha do profissional para desempenhar o trabalho.....	31
GRÁFICO 6 – O nível de importância das capas dos CD's para as Bandas.....	32
GRÁFICO 7 – Profissionais que desempenharam a criação da arte.....	35
GRÁFICO 8 – Maneiras de remuneração ao trabalho feito.....	37
GRÁFICO 9 – Aceitação dos entrevistados quanto á execução técnica das capas.....	44
GRÁFICO 10 – Capas que despertam curiosidade quanto a sua mensagem.....	45
GRÁFICO 11 – Aceitação das capas em relação ao padrão de beleza dos entrevistados...	46
GRÁFICO 12 – Conceituação artística de acordo com os entrevistados.....	47
GRÁFICO 13 – Desaprovação de algumas capas segundo os entrevistados.....	48
GRÁFICO 14 – Porcentagem de respostas positivas atribuídas ás bandas escolhidas para análise.....	49

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Bandas referentes ao primeiro levantamento de informações.....	27
QUADRO 2 – Bandas referentes ao segundo levantamento de informações.....	33
QUADRO 3 – Álbuns referentes ao segundo levantamento de informações.....	34
QUADRO 4 – Questionário aplicado aos profissionais da área.....	42
QUADRO 5 – Lista das bandas enumeradas.....	42
QUADRO 6 – Lista de músicas do CD “Banda Gentileza”	51
QUADRO 7 – Lista de músicas do CD “Mordida 1”	58
QUADRO 8 – Lista de músicas do CD “Nova Onda Caipira”	66
QUADRO 9 – Lista de músicas do CD “Camafeu”	74
QUADRO 10 – Lista de músicas do CD “Psichopunk’a’Billyboogie”	84

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 OBJETIVOS	13
2 EMBASAMENTOS TEÓRICOS DE ANÁLISE DA IMAGEM.....	14
3 ACERCA DA NATUREZA DAS MÍDIAS MUSICAIS	16
4 O CENÁRIO MUSICAL INDEPENDENTE CURITIBANO.....	22
5 PESQUISA	26
5.2 SOBRE AS BANDAS E INTRODUÇÃO ÀS MÍDIAS.....	27
5.3 PROCESSOS DE EXECUÇÃO	33
6 ANÁLISE SEMIÓTICA DAS CAPAS ESCOLHIDAS.....	50
6.1 BANDA GENTILEZA, BANDA GENTILEZA.	50
6.2 MORDIDA 1, BANDA MORDIDA.	57
6.3 NOVA ONDA CAPIRA, BANDA CHARME CHULO.	65
6.4 CAMAFEU, BANDA FELIXBRAVO.	73
6.5 PSICHOPUNK'A'BILLYBOOGIE, BANDA OVOS PRESLEY	83
7 O MERCADO DE DESIGN DE CAPAS DE DISCOS CURITIBANOS.....	92
8 CONCLUSÃO.....	94
APÊNDICES	101
ANEXOS.....	115

1 INTRODUÇÃO

A cena musical independente curitibana encontra-se em contínua expansão, tanto dentro quanto para fora da cidade, de modo a alçar o panorama de todo o público nacional e até internacional.

Mesmo que a composição dos músicos das bandas não seja sempre predominantemente de artistas nascidos aqui, os mesmos conseguem levar para todo lado e para todo o seu público o nome de Curitiba por meio de sua música e dos costumes da cultura local que carregam consigo.

Essa pesquisa é uma investigação acerca do processo de execução do design gráfico de capas de CDs na cena Independente Musical de Curitiba, para desse modo identificar a relevância da atuação do artista que desempenha tal função, nesse mercado e nesse produto.

A iniciativa em desenvolver tal pesquisa surgiu mediante a preocupação da autora de que, diante do amplo uso do meio mais comum de divulgação da banda, que são as capa dos seus discos, se sua criação estaria sendo executada de maneira eficaz para a transmissão da mensagem para o público, quais seriam os implicadores caso o processo esteja encontrando dificuldades, e de que maneira afetam a produção e a qualidade do material gráfico.

Assim, um estudo de análise das capas de alguns CDs foram feitas para que fosse possível analisar a qualidade do material desenvolvido na cidade e dos seus processos de produção. Admitindo ser uma pequena pesquisa mediante o número elevado de bandas no cenário de música independente da cidade, foi possível coletar informações a respeito das etapas do processo de trabalho e os implicativos que as bandas e os profissionais puderam encontrar durante a produção da arte gráfica de um álbum.

A coleta das informações que dizem respeito as bandas e seus álbuns, foram obtidas por meio de entrevistas com as mesmas, e todos os seus dados posteriormente analisados, assim como a entrevista feita com os designers escolhidos.

Já os segmentos de pesquisas referentes a história do cenário independente curitibano tiveram grande foco em matérias de jornais Paranaenses da década de 1990 a 2010, período de interesse por ser contemporâneo ao estudo, além de consulta à blogs e *sites* que serviram para levantar referências das principais bandas da cena, assim como um breve panorama histórico da cena fonográfica independente da cidade entre os anos 2000-2010.

A execução do estudo das capas se deu nas bases bibliográficas de algumas frentes de estudo de análise da imagem de autores renomados, como Martine Joly e Charles Sanders Peirce.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

O presente estudo tem como seu principal objetivo realizar uma análise do “Processo de execução do Design Gráfico das capas de discos independentes curitibanos no contexto dos anos 2000”. Trata-se de um trabalho teórico que busca por meio de pesquisas, tanto na área do Design Gráfico e da música, quanto do quadro fonográfico do século XXI, desempenhar uma análise quanto ao processo de criação do material gráfico das capas de encartes de mídias musicais, assim como enumerar os obstáculos encontrados dentro desse tipo de produção artística, exclusivamente no meio musical Curitibano.

1.1.1.1 Objetivos Específicos

- Breve análise do contexto musical curitibano nos anos de 2000 a 2010;
- Fundamentação teórica acerca dos estudos de semiótica
- Breve linha do tempo acerca das capas e formatos de mídias musicais;
- Identificação e Coleta de Bandas para contato inicial;
- Pesquisas de campo direcionadas às bandas e aos designers para levantamento de informações e aprofundamento de questões pertinentes ao processo de produção dos materiais;
- Breve levantamento de dados sobre as bandas e sobre o álbum selecionado para análise;
- Análise semiótica do design gráfico das obras escolhidas, de acordo com o modelo proposto por Martine Joly, nas bases de estudo de Charles Sanders Peirce;

2 EMBASAMENTOS TEÓRICOS DE ANÁLISE DA IMAGEM

É de fundamental importância para esse estudo o uso da Semiótica como o instrumento a ser utilizado para a análise das capas das mídias musicais curitibanas.

O nome Semiótica vem da raiz grega “*semeion*”, que quer dizer signo. Semiótica é a ciência dos signos” (SANTAELLA, 2006, p.7). “A Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido.” (SANTAELLA, 2006, p.13).

A Semiótica como é conhecida hoje, adquiriu sua configuração por meio de séculos de aperfeiçoamento das suas teorias por distintos grupos de estudiosos, adquirindo ao longo do tempo várias fases de entendimento e uso. Seu primeiro período remota aos estudos de Platão e Aristóteles, no século IV AEC, evoluindo através da continuidade dos seus estudos, passando pelas mãos tanto dos cientistas e filósofos da idade média quanto pelos iluministas no século XVIII (SOUSA, 1997) até meados do século XIX onde, posteriormente à Revolução Industrial, teve a oportunidade de ganhar um novo investimento em suas teorias e disseminação das mesmas, em diferentes partes do mundo. Como explica Santaella (2006, p. 15) “três origens ou sementes lançadas quase simultaneamente no tempo, mas distintas no espaço e na paternidade: uma nos EUA, outra na União Soviética e a terceira na Europa Ocidental.”

Santaella justifica a época e regiões simultâneas do ressurgimento da Semiótica explicando que:

Esse surgimento em lugares diferentes, mas temporalmente quase sincronizados, só vem confirmar uma hipótese de que os fatos concretos — isto é, a proliferação histórica crescente das linguagens e códigos, dos meios de reprodução e difusão de informações e mensagens, proliferação esta que se iniciou a partir da Revolução Industrial — vieram gradativamente inseminando e fazendo emergir uma “consciência semiótica”. (SANTAELLA, Lúcia, 2006, p.15)

As principais ideias do campo da Semiótica abordadas nessa pesquisa se tratam das definições referentes ao estudo do signo, de produção do filósofo americano Charles Sanders Peirce (Cambridge, 10 de setembro de 1839 — Milford 19 de abril de 1914), que “Concebeu o signo de forma triádica (como muitos o fizeram desde Platão), só que constituído de um *representamen*, [...] o objeto que é o referente, a coisa material ou mental que o representamen representa e o interpretante, que é a significação do signo, melhor dizendo, o efeito do signo na mente do intérprete” (BATISTA, 2003, p.3).

Assim, de maneira a explicar de forma mais didática a qualidade do signo, que se

mostra presente em todo esse estudo e seu entendimento é instrumento vital para a melhor compreensão das análises de capas dos álbuns, faz-se então o uso de mais de uma definição, desta vez dada de maneira mais sucinta, por Martine Joly (2005, p. 58) de maneira a sanar qualquer dúvida:

Para Peirce, um signo é "algo que está no lugar de alguma coisa para alguém, em alguma relação ou alguma qualidade".
O mérito dessa definição é mostrar que um signo mantém uma relação solidária entre pelo menos três pólos [...]: a face perceptível do signo, "representamen", ou significante; o que ele representa, "objeto" ou "referente"; e o que significa, "interpretante" ou significado.

Levando em consideração que, como citado por Joly (2005, p. 35), “mesmo com uma estrutura comum, nem por isso os significados [dos signos] são idênticos”, foi necessário para Peirce, para uma melhor classificação, desmembrar o Signo (representamen) em três tipos principais, classificados com: ícone, índice e símbolo.

De forma sucinta, pode-se apresentar aqui uma breve definição para cada um deles.

O Ícone “corresponde à classe de signos cujo significante mantém uma relação de analogia com o que representa isto é, com o seu referente” (JOLY, 2005, p. 35). Assim se trata de um signo a coisa que se “pareça” de alguma forma com seu referente.

Já o Índice “corresponde à classe de signos que mantém relação causal de contiguidade física com o que representamen” (JOLY, 2005, p. 35). Ou seja, signos que por si só indicam, como no caso da fumaça que indica fogo, ou uma pegada na areia que indica a presença recente de alguém.

Por fim o símbolo “corresponde à classe dos signos que mantém uma relação de convenção [e apenas de] com seu referente”, ou seja, que foi referenciado a algo, alguém ou algum lugar, por convenções das circunstâncias.

Não se pode esquecer de que nesse estudo a imagem está envolvida completamente com seu produto, a mídia musical física que é acompanhada pela arte de divulgação das ideias da banda. Assim é necessário entender a origem das músicas gravadas para que seja melhor compreendido a causa do uso ou desuso das mídias atuais e o período de transição no qual esse estudo se encontra.

3 ACERCA DA NATUREZA DAS MÍDIAS MUSICAIS

Como o material analisado nesse estudo é parte constituinte de um produto, nesse caso uma mídia musical, é importante apresentar um pequeno histórico das mídias produzidas até então e as capas empregadas em cada uma delas, para que o entendimento da tecnologia empregada nos dias de seja maior.

Dentre os formatos de mídia sonora mais utilizados pelas bandas no século XXI, pode-se destacar como maior interesse desse estudo o LP, a Fita Cassete, o CD, e o MP3, porém apenas à título de curiosidade e contextualização histórica, destaca-se aqui também os primeiros aparelhos de gravação e reprodução de áudio na história, que se trataram, primeiramente, do Cilindro Fonográfico, inventado por Thomas Edison em 1877, tendo sido no mesmo ano revisado e aperfeiçoado, evoluindo para o conhecido Fonógrafo.

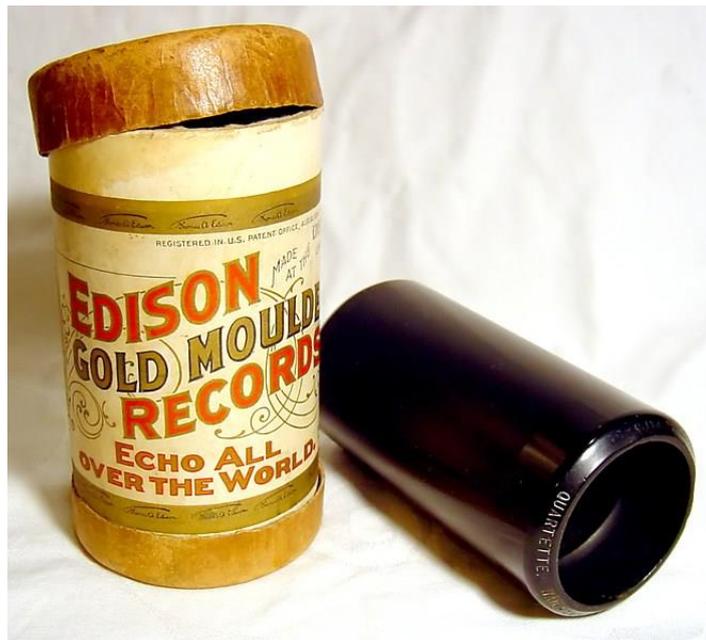


Figura 1 – Cilindro Fonográfico de Thomas Edison, moldado a ouro.
Fonte: Website Wikimedia (2013).



Figura 2 – Fonógrafo.
Fonte: Website Wikimedia (2013).

Dez anos depois em 1887, surgiu o Gramofone, criação do alemão Emile Berliner, substituindo o uso do cilindro utilizado no gramofone por planos de cera, vinil, cobre e goma laca.



Figura 3 – Emile Berliner e seu gramofone.
Fonte: Website Wikimedia (2013).

Apenas no ano de 1948 é que o disco de vinil se fez presente, popularmente chamado de LP, abreviação para “Long Play” por possuir gravação com duração de cerca de 45 minutos, tempo maior de reprodução que seu antecessor de cera. As capas dessa mídia proporcionam grandes possibilidades artísticas por conta do tamanho avantajado possuindo as medidas de altura e largura de 32x32 cm.

Esse formato poderia conter encarte interno, que normalmente vinha em folha inteira, em formato 30x60cm, com uma dobra central.



Figura 4 – LP Coletânea de Bandas curitibanas da década de 90.
Fonte: Website Mercadolivre (2013).

Já a Fita Cassete, proveniente do começo da década de 60, mais precisamente do ano de 1963, também apelidada de K7, pela sonoridade semelhante ao nome original, foi criada inicialmente para gravações de baixa qualidade, apenas para registro de voz, porém ganhou popularização por conta de promover autonomia as gravações e teve de ser aperfeiçoada, ganhando seu auge na década de 90 até ser ofuscada pelo uso intenso dos CDs.

Por serem de tamanho visivelmente menores às dos LPs (9,5x10,2cm), suas capas tiveram redução de riqueza nos detalhes contidos anteriormente nas artes, os encartes poderiam possuir várias dobras para poderem acomodar todas as informações referentes ao álbum, como mostra a imagem abaixo da capa de fita cassete da banda curitibana de *Punk Rock*, *Pinheads*, do ano de 1995.



Figura 5 – Exemplo de capa e encarte de Fita Cassete.
 Fonte: Website Demo Tapes Brasil (2013).

A tecnologia dos Compact Discs é originária de 1979, porém chegou ao mercado consumidor em 1982, tendo sua real popularização apenas em 1990, e muito utilizados até hoje. O CD deu vazão à criação da tecnologia empregada em DVDs e o Blu-ray, que apresentam qualidade de áudio e vídeo muito superiores aos seus antecessores (DAQUINO, 2012).

As capas de CD obedecem o tamanho 12x12cm, por conta do tamanho das embalagens acrílicas onde são condicionados, podendo conter o encarte no estilo livreto, grampeado ou em folha única com dobras, assim como na fita cassette.



Figura 6 – Exemplo de Compact Disc.
Fonte: Autoria própria (2013).

O ano de 1992 foi o ano da popularização do MP3, disseminados por conta da livre facilidade de cópia e reprodução, embora possua qualidade inferior ao CD. É popular até hoje pela facilidade de intercâmbio das músicas:

O formato MP3 é aberto e isso tem duas implicações. A primeira é que qualquer um pode criar programas ou aparelhos para tocar MP3. A segunda, e mais importante, é que os arquivos em MP3 podem ser copiados livre e infinitamente. Recebê-los, replicá-los e distribuí-los ao redor do mundo é tão simples quanto mandar uma mensagem por correio eletrônico. (SANTINI, LIMA, 2005, p.42)

A partir de então os meios físicos de gravação que estavam em voga foram tornando-se obsoletos conforme a procura pela compra foi diminuindo e conforme as mídias evoluíram (do LP para a Fita Cassete e então para o CD).

Assim, a mídia de armazenamento do MP3 não é mais física e sua plataforma de divulgação é a Internet, em servidores de arquivamento, onde é possível citar alguns famosos como o *Youtube*, *Grooveshark*, *Spotify* e o antigo, *MySpace*, um dos primeiros *sites* a oferecer gratuitamente o serviço de hospedagem de dados para divulgação.

Sua armazenagem e execução podem ser feitas de inúmeras maneiras à escolha do ouvinte, nos reprodutores de MP3, no próprio computador ou até gravada em mídias físicas de CD.

Com toda a facilidade de gravação, reprodução e acesso à música por meio digital e de maneira muito mais econômica, se deu vazão à música independente.

O mercado define o que é música independente não somente pelo porte da gravadora, selo ou grau de expressividade dos artistas, mas principalmente pela separação entre as chamadas *Majors* e as Independentes (também conhecidas como *indies*¹).

Essa divisão considera como *Major* toda gravadora e/ou distribuidora que tenha ligação com as grandes empresas mundiais do segmento musical [...].

Já as produtoras ou selos independentes somam mais de 400 empresas de diversos portes (em sua maioria, pequenas e micro empresas) e que possuem, em conjunto, grande participação no mercado, principalmente quando se divide este mercado em nichos, seja por critérios como estilo, região geográfica ou público-alvo. (SEBRAE/ESPM, 2013, p.9).

Dessa forma, a facilidade de produzir e disseminar música cresceu, juntamente com a evolução tecnológica, dando nos últimos avanços, maior autonomia àqueles que procuravam alternativas à centralização do poder do mercado fonográfico, e estimulando o mercado produtor e consumidor de música para uma nova era digital que segue até os dias atuais abrangendo significativa parcela do meio musical.

¹ Indies = abreviação da palavra *Independents*, identificação dada às gravadoras de pequeno porte que fazem frente às grandes gravadoras do cenário mundial da música.

4 O CENÁRIO MUSICAL INDEPENDENTE CURITIBANO

É possível considerar que um dos fatores de grande sucesso na divulgação das bandas Independentes em Curitiba no século XXI tenha sido a popularização da *Internet*, observando a facilidade da divulgação musical nesse meio, de certa forma, quase gratuita.

Por exemplo, a maioria esmagadora das bandas Independentes em questão possuem *site*, onde comercializam e/ou disponibilizam gratuitamente seus CDs para *download*. O contato da autora com as bandas foi exclusivamente via internet, salvo poucas presenças em shows; Os clipes por mais caros que tenham custado para serem produzidos, são disponibilizados gratuitamente nas páginas do *YouTube* das bandas, e a publicidade feita além dos *sites* se dá pelos *blogs*, que ajudam na aproximação com o público, assim como pela página pessoal das bandas contidas em suas contas no *Facebook*.

A internet no Brasil é proveniente de meados da década de 1990, mais especificamente no ano de 1991, e teve sua primeira implementação e em 1995, quando liberado o seu uso comercial, ou seja, estava pronta para uso doméstico.

Os integrantes das bandas Curitibanas, experimentando o mesmo quadro tecnológico, já faziam parte dos quase 13 milhões de usuários de *Internet* da época, onde os mesmos vivenciaram a evolução tanto da tecnologia *Web* quanto a disseminação de documentos como os arquivos musicais pelo meio digital.

Assim essa geração de músicos curitibanos que acompanhou a internet nascendo e se desenvolvendo, tomou controle da mesma para usos de seu interesse e conveniência. Dessa forma conseguiram se tornar independentes, não apenas na música, mas em todas as formas de expressão.

Há de se observar também os esforços das iniciativas políticas para apoio à cena Musical Curitibana, onde é importante ressaltar a criação de alguns órgãos que até hoje regem muitos eventos de cunho Cultural/Musical na cidade, são eles a “Oficina de Música de Curitiba”, fundada em 1983 pela iniciativa da Prefeitura Municipal de Curitiba e da Fundação Cultural de Curitiba, a qual está em 2013 na sua 31ª edição anual. Outra iniciativa contemporânea à esta pesquisa foi a criação do “Instituto Curitiba de Arte e Cultura” (ICAC), criado em 2004, que realiza a gestão da área musical da Fundação Cultural de Curitiba criada em 1973, e dos grupos musicais da Camerata Antiqua de Curitiba, do Conservatório de MPB, da Orquestra à Base de Sopro, da Orquestra à Base de Corda, do Vocal Brasileiro e do Coral Brasileiro. Além de tudo isso ainda conta-se com festivais musicais patrocinados por esses mesmos órgãos governamentais, como o Ruído nas Ruínas, Virada Cultural e Música nos

Parques, que são festivais municipais.

Embora a tentativa de apoio e incentivos do governo terem sido bastante favoráveis ao sucesso de muitas das bandas, é imprescindível notar que a cena musical ainda depende e muito apenas do esforço dos próprios músicos, uma vez que por falta de oportunidade e falta de auxílio pela indústria fonográfica, tiveram de se agarrar as oportunidades e a grande ajuda de divulgação que a internet oferece.

Anteriormente às grandes facilidades que as bandas encontraram utilizando-se do meio digital, as principais ferramentas de marketing, musicalmente falando, eram a disseminação por mídias de grande massa, como o rádio, jornais e televisão, assim como o próprio boca-a-boca e a divulgação feita pela própria banda nos shows em bares noturnos, essa menos efetiva, por abranger um público menor e mais concentrado.

Em entrevista com Geraldo Jair Ferreira Júnior, mais conhecido com J.R, dono do bar “Espaço cultural 92 Graus”, criado em meados de 1990 (que ainda é o maior referencial para música autoral em Curitiba), comenta de que além dos importantes espaços musicais, a divulgação musical anterior à época de internet contava com alguns importantes nomes na cidade:

Em nossa década mais frutífera, a música de Curitiba fez parte das grades e páginas de vários veículos de comunicação. Na TV Educativa, o diretor Cyro Ridal, levava ao ar o Ciclojam. No programa, gravado no Teatro PaioI, bandas como o Infernal, Dry Clamour, Pelebroi Não Sei e Wandula eram entrevistadas e tocavam, ao vivo suas músicas (ANUBIS, 2013).

O citado programa “Ciclojam” voltou ao ar em 2010, pela Lumem TV ainda com o mesmo diretor e a mesma temática de música Paranaense.

Como comentado anteriormente sobre o mercado fonográfico, a cidade já contou com a iniciativa de alguns músicos em relação à fundação dos selos musicais curitibanos, com destaques a “Barulho Records” fundada em 1996, iniciativa do empresário Julio Linhares, um projeto inicial de apenas comercializar fitas cassete de bandas curitibanas independentes e que se tornou “uma gravadora curitibana que ficou conhecida em toda a cena *underground* brasileira” (CHIOCHETTA, Ângela. Barulho sem estrondo. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 07 jun. 2002. Caderno G, p. 6.).

A Barulho Records em parceria com o Espaço Cultural 92 Graus já promoveu várias edições do “Festival da Barulho”, promovendo a cena do *Punk Rock* e *Hardcore* curitibanos.

Já a Gravadora “Villa Biguá”, fundada em Curitiba no ano 2000, foi um projeto, uma “casa projetada inicialmente para servir como uma espécie de “vila dos artistas”, que

promoveria produtos e eventos em música, artes visuais, cinema e vídeo” (SABBAG, Ricardo. Santo de casa milagreiro. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 25 jul. 2003. Caderno Música, p. 3.), projeto idealizado por Guilherme Prosdócimo, com a intenção de promover preferencialmente a cena musical Paranaense.

Além de selos e gravadoras, há quem se aventure na administração da agenda dos grupos musicais, tornando mais fácil para a banda o trabalho de organização dos shows e de participação em eventos, onde o projeto “Basement Music”, da autoria de Rafael Martins, Dado Guimarães e J.C. Branco, lançado em outubro de 2000, com a intenção de promover as bandas que estão por fora dos esquemas das grandes gravadoras, dando-lhes qualidade em apoio logístico, infraestrutura, gravação, distribuição e divulgação do Cd.

Não se pode esquecer também da “Bloody Records”, comandada por JR Ferreira desde o início dos anos 90, que entre contratempos financeiros fechou em 1993, retornando em 1999, gravadora que com certeza teve papel essencial no cenário musical *underground* curitibano na década de 90.

Já a divulgação das bandas por meio de seus shows, anteriormente à onda de disseminação digital das mesmas, foi essencial para que o público tenha contato com as bandas, para que o fã possa conhecer sua atitude no palco e sua ideologia, que por muitas vezes é mais facilmente inteligível no ambiente dos shows. Porém diante da falta de opções, esse pode não ter sido o meio de divulgação mais agradável para o próprio músico, onde diante da variedades de casas noturnas e ambientes destinados a apresentações musicais, o relacionamento entre estabelecimento e banda possa ser um problema.

Marina Ribatski, vocalista da Bonde do Rolê, originária de 2005 (banda Curitibana que adquiriu fama no país todo e hoje faz apenas turnês internacionais), deu seu depoimento a respeito do assunto:

O Bonde é o nosso trabalho. A gente paga aluguel com o nosso trabalho, como qualquer pessoa e não aceitamos tocar de graça para dono de bar fazer dinheiro nas nossas costas. Essa mentalidade curitibana de que o dono do bar te faz um favor e não que a banda presta um serviço ao bar é o principal culpado por as bandas daí ficarem para sempre confinadas em Curitiba. (GIRARDI, Juliana. Bonde de casa não faz milagre. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 11 mar. 2007. Caderno G, p. 4.)

A mesma artista, quando questionada a respeito de uma possível nova turnê da banda no Brasil, infere novamente no mesmo assunto:

Turnê no Brasil? Só se for para tirar dinheiro do nosso bolso, caso contrário não dá. Amo Curitiba, é a minha cidade, para mim a melhor do mundo. Mas Curitiba renegou a gente. (GIRARDI, Juliana. Bonde de casa não faz milagre. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 11 mar. 2007. Caderno G, p. 4.)

No ano de 2009 o laboratório Pop (www.laboratoriopop.com.br), reuniu 12 críticos e jornalistas apresentando-lhes 732 músicas lançadas no ano de 2009 para que fossem listadas as 100 melhores músicas brasileiras do ano. O total de quatro bandas curitibanas foram listadas entre as 100 melhores, onde a banda Sabonetes ficou em 14º lugar com a música “Marcapágina”, Copacabana Club com “Just do It” (23º), Terminal Guadalupe com “O Congo” (51º), e Poléxia com “Você já teve mais cabelo” (80º). (OLIVEIRA, Luis Claudio. As músicas do Paraná entre as cem melhores de 2009. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 31 mar. 2010. Caderno G, p. 3.)

Assim mesmo em meio à turbulências e dificuldades, a cena apresenta ótimos resultados pelo país, levantando um grande leque de opções de bandas curitibanas para esse estudo.

5 PESQUISA

Para levantamento das informações iniciais pertinentes ao projeto, foram realizados questionários em bases metodológicas abaixo descritas.

5.1 TIPO DE PESQUISA

As bandas entrevistadas foram selecionadas a partir de consulta a *blogs* e *sites* referentes à cena musical Curitibana, e mediante o número elevado de bandas na cidade, não foi possível abranger a cena musical como um todo, assim as mesmas foram escolhidas por meio de amostragem, método esse que “não abrange a totalidade dos componentes do universo, surgindo a necessidade de investigar apenas uma parte dessa população” (LAKATOS, 2001 p. 106), sendo assim, foi selecionado o total de 56 bandas, sem fazer distinção de estilo ou gênero musical.

Foi escolhida para a execução das pesquisas a abordagem através de questionários virtuais, enviados aos integrantes por meio de um contato que se mostrou muito eficiente, as páginas de relacionamento virtual que as bandas possuem no *Facebook*.

As perguntas contidas foram de caráter especulativo em relação à formação das bandas, e ao objetivo geral, que se trata do processo de criação das respectivas capas de seus discos por meio de relatos pessoais das bandas e do designer.

É necessário ressaltar que essa pesquisa como um todo mostra em sua maioria o processo de execução do design a partir do ponto de vista do cliente, uma vez que as informações relatadas por ele possuem maiores chances de trazer relatos fiéis em relação a qualidade final e insatisfações durante o processo, uma vez que esse tipo de informação poderia ser ocultada pelo profissional para manter uma imagem boa do próprio projeto.

Ressalta-se de que a ferramenta utilizada, denominada “questionário” é um artifício “constituído de uma série de perguntas que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do pesquisador” (LAKATOS, 2001 p. 107), portanto o número elevado de respostas recebidas se deveu à facilidade e comodidade em que os pesquisados se encontraram diante da ferramenta.

5.2 SOBRE AS BANDAS E INTRODUÇÃO ÀS MÍDIAS

Dentre as 56 bandas selecionadas, 28 delas responderam o questionário², totalizando 50% de respostas.

O objetivo do primeiro questionário virtual foi obter o máximo de informações iniciais das bandas para que fosse possível, após seleção e análise dos resultados, seguir um caminho específico na pesquisa referente ao processo de execução do Design das capas de álbuns, direcionado assim pelo resultado obtido a partir do seu levantamento.

Essa técnica de pesquisa escolhida se chama “Pesquisa de Campo”, em que explicada por Gil (2002, p. 129), “não há como definir a priori as etapas a serem seguidas em todas as pesquisas dessa natureza. Isso porque a especificidade de cada estudo de campo acaba por ditar seus próprios procedimentos”.

O questionário foi formado por 13 perguntas, onde oito delas possuía opções de múltipla escolha e as cinco restantes deveriam ser respondidas de maneira discursiva. Veja abaixo a análise levantada com base em cada uma das respostas.

1. Qual o nome atual da sua Banda?

1	Sabonetes	11	Lívia e os Piá de Prédio	21	ParanoiKa
2	Copacabana Club	12	Molungo	22	Felixbravo
3	Banda Gentileza	13	Terminal Guadalupe.	23	Cacofônicos
4	Ovos Presley	14	Trio Quintina	24	Mordida
5	SickSickSinners	15	Majordomus	25	Supercolor
6	Locomotiva Duben	16	Blindagem	26	Charme Chulo
7	A banda mais bonita da cidade	17	Pão de Hamburger	27	Colorphonic
8	Anacrônica	18	Punkake	28	Lou Dog
9	Black Maria	19	Confraria da Costa		
10	Dissonantes	20	Nuvens		

Quadro 1 – Bandas referentes ao primeiro levantamento de informações.
Fonte: Autoria própria (2013).

Quando questionadas em relação ao tipo de gravadora que as mesmas pudessem eventualmente ter contrato, todas as bandas afirmaram-se como sendo independentes, condição já abordada anteriormente nesse estudo.

Embora nenhuma delas possuía contrato com as *Majors* anteriormente citadas, três delas declararam conter vínculos de patrocínio com algum selo, como seguem nos

² Ver apêndice A - Primeiro levantamento de Informações.

depoimentos:

SickSickSinners: “São selos independentes que lançam o nosso material, *Zombies Union* no Brasil e Europa e *Loveless Beat Records Eua.*”

Blindagem: “Somos independentes, mas também temos um material que é distribuído pela Warner.”

Charme Chulo: “Temos uma parceria com o selo Volume 1 de São Paulo.”

De acordo com as 28 respostas, a cronologia de formação das bandas que responderam o questionário data da mais antiga, de 23 de agosto de 1974 (data de início da Banda Blindagem) até janeiro de 2010 com a formação da Confraria da Costa.

Dentre elas observou-se maior tendência de formação das mesmas em uma das décadas entre o período citado acima, mais especificamente nos anos de 2005 e 2009, observe no gráfico abaixo:

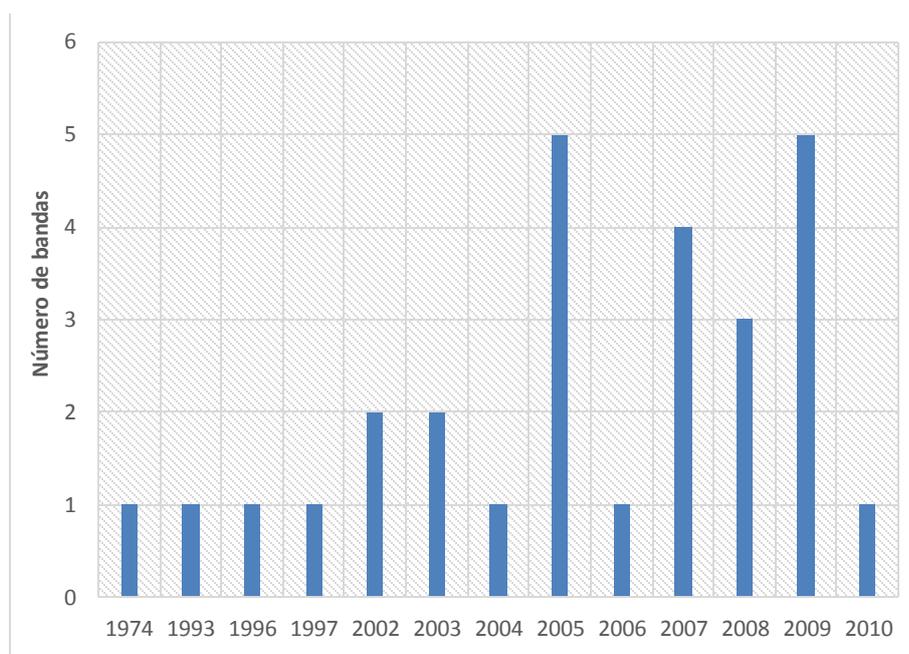


Gráfico 1 – Incidência cronológica de formação das bandas analisadas.
Fonte: Autoria própria (2013).

Por esse motivo foi escolhida como década delimitadora do estudo os anos entre 2000 a 2010, pois apresentou maior atividade entre a formação das bandas em questão.

Visando conhecer bem os segmentos musicais estudados, foi buscado saber em qual estilo as bandas se identificam melhor.

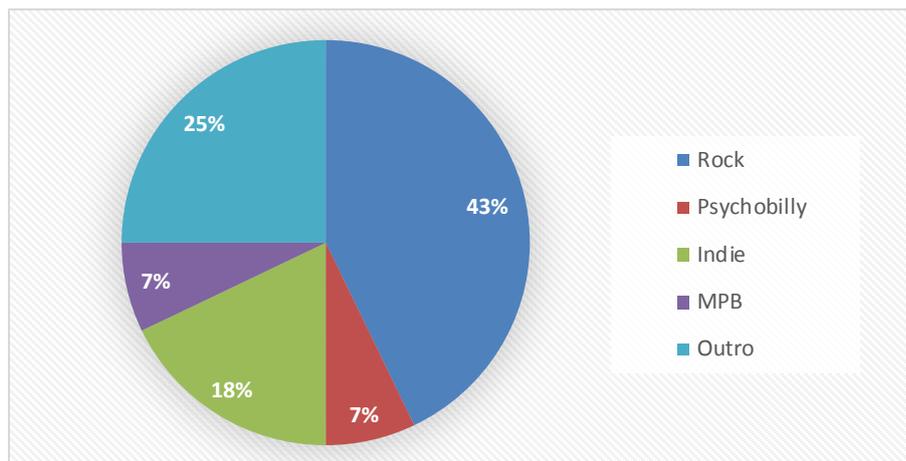


Gráfico 2 – Os estilos musicais predominantes.
Fonte: Autoria própria (2013).

As bandas que se declararam de estilo musical não pertencente a listagem oferecida por meio de múltipla resposta no questionário, definiram como música “Pop”, “Rock Caipira”, “Experimental”, “Surf Music”, “Mistura de um pouco de tudo isso” (referindo-se a todas as alternativas apresentadas no questionário) e simplesmente “Música Brasileira”.

E como o tema dessa pesquisa abrange as bandas musicais especificamente da cidade de Curitiba, foi interessante saber a porcentagem de integrantes que são naturalmente Curitibanos. Constatou-se que apenas 11% das bandas são formadas totalmente por músicos que nasceram e foram criados na cidade, enquanto 82% das bandas possuem membros originários tanto de outras cidades do Paraná quanto de algumas regiões do Brasil, porém em sua maioria foram criados desde a infância na cidade de Curitiba.

Houve o caso de duas bandas que não possuem integrantes nascidos na cidade, totalizando 7% das respostas.

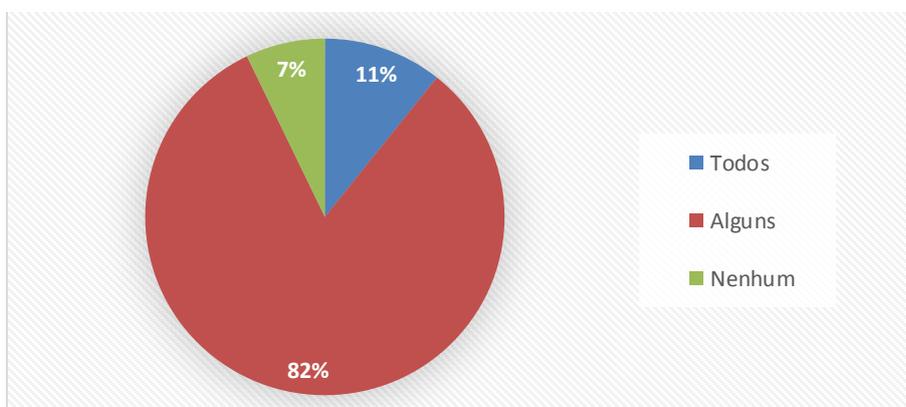


Gráfico 3 – Porcentagem de integrantes originários da cidade de Curitiba.
Fonte: Autoria própria (2013).

Após o levantamento de perguntas iniciais para fins informativos, foi necessário analisar quantitativamente o material produzido e que será o alvo principal durante toda a extensão da pesquisa, fazendo-se assim, perguntas incisivas quanto aos álbuns musicais e suas respectivas capas.

Descobriu-se que a maioria das bandas possuem EPs³ e nem todas possuem CD⁴, porém um fato curioso é que algumas possuem LPs⁵ e outras DVDs mesmo sem terem lançados CDs antes da produção dos mesmos. Diante dessa diversidade foi necessário saber de que forma é feita a comercialização das mídias, afinal esses produtos além de auxiliar em na divulgação da banda, servem como retorno financeiro ao investimento de produção e incentivo aos integrantes.

Quanto à forma de comercialização do produto, dentre as opções de resposta: CDs vendidos em lojas, CDs vendidos no site, Gratuitos via *download* no site, Vendidos via *download* no site, Vinil, ou Outro, a maioria das bandas entrevistadas assinalou, entre outros serviços fornecidos, possuir a opção de CDs “Gratuitos via download no site” (17 respostas), em contraste de apenas uma delas não disponibilizar *download*, porém oferecendo a opção de escutar o álbum na íntegra pelo site. Foi possível nessa pergunta escolher mais de uma das repostas, onde os entrevistados tiveram a liberdade de assinalar todas as opções que cada uma das bandas oferece ao seu consumidor.

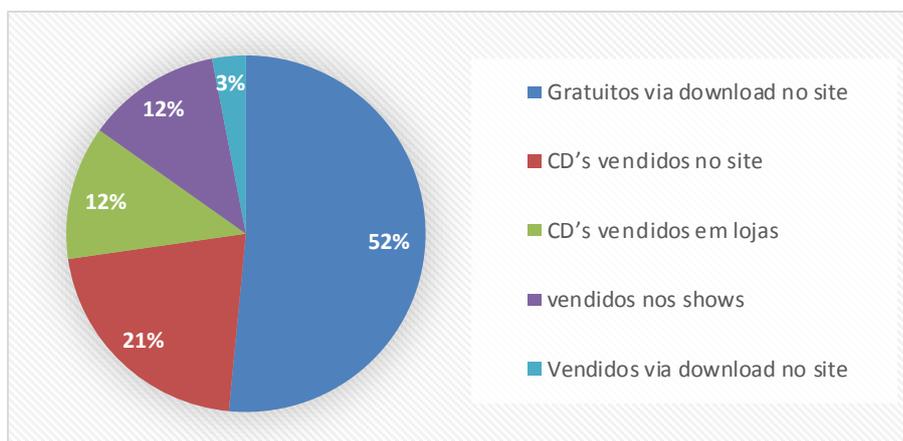


Gráfico 4 – Opções de distribuição dos álbuns pelas bandas (foi possível assinalar mais de uma opção).

Fonte: Aatoria própria (2013).

³ EP = Abreviação de "*extended-play*", normalmente contém o máximo de 3 ou 4 músicas lançadas por um artista. Utilizado comumente para lançar músicas que por algum motivo não foram incluídas no álbum.

⁴ CD = Abreviação para "*compact disc*", possui duração de cerca de 80 minutos.

⁵ LP = Abreviação para "*Long Play*", possui duração de cerca de 45 minutos.

Esse material gráfico, mediante o questionário, acusa o índice de 78% de respostas onde declaram que as mesmas são criadas por profissionais de design, onde metade desses profissionais são amigos da banda, e outra metade são profissionais contratados exclusivamente para esse fim.

Já 15% das respostas afirmaram quanto alguma criação ter sido feita pelos membros da banda, algumas delas possuem designers como integrantes.

Os outros 7% não declararam escolher por um tipo de profissional em específico.

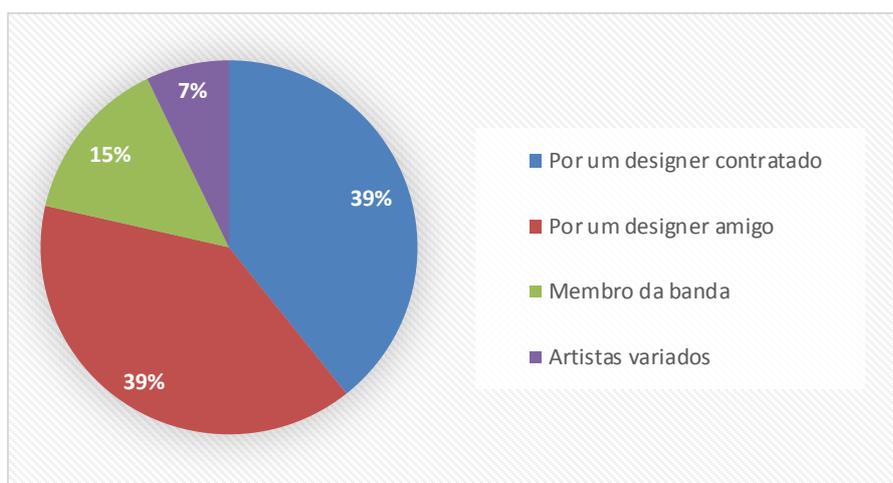


Gráfico 5 – A escolha do profissional para desempenhar o trabalho.
Fonte: Autoria própria (2013).

Quando questionadas a respeito das dificuldades encontradas no processo de concepção do álbum, as respostas foram muito incisivas quanto à dificuldade de definir junto com o profissional contratado o conceito que a banda quer passar ao público através da arte de capa do álbum, chegando até a existir um relato por parte de uma das bandas de que:

...o diálogo com o designer foi bem complicado, vários prazos não foram cumpridos e não houve um acompanhamento da finalização do processo, fato que nos fez descartar um lote de CDs porque a impressão veio com uma cor errada. Mas aí é um fato isolado do profissional em questão, que era muito competente para criar, mas lhe faltava o compromisso profissional. (CACOFÔNICOS, 2013).

Esse relato pôde com certeza ter sido gerado pela contratação de algum artista amador ou iniciante na profissão, porém essa foi a única reclamação por parte dos entrevistados, até porque o restante em sua maioria apontou outros fatores problemáticos, como a dificuldade de consenso entre os integrantes no momento da aprovação, uma banda citou a dificuldade financeira de conseguir um bom profissional e outra delas apresentou o caso em que tiveram problemas com a gráfica no momento da impressão.

Algumas das bandas afirmaram não terem passado por dificuldade alguma no processo criativo com o designer.

Ao perguntar-lhes a importância da criação de capas para a banda, ficou comprovado por meio dessa pergunta e afirmado por todas as respostas anteriores, de que as bandas gostam sim de criar capas para seus álbuns, e que fazem com muito cuidado, e valorizam o profissional do Design quando dão prioridade ao seu trabalho ao invés de optarem por profissionais menos qualificados que oferecem custos mais acessíveis e atraentes.

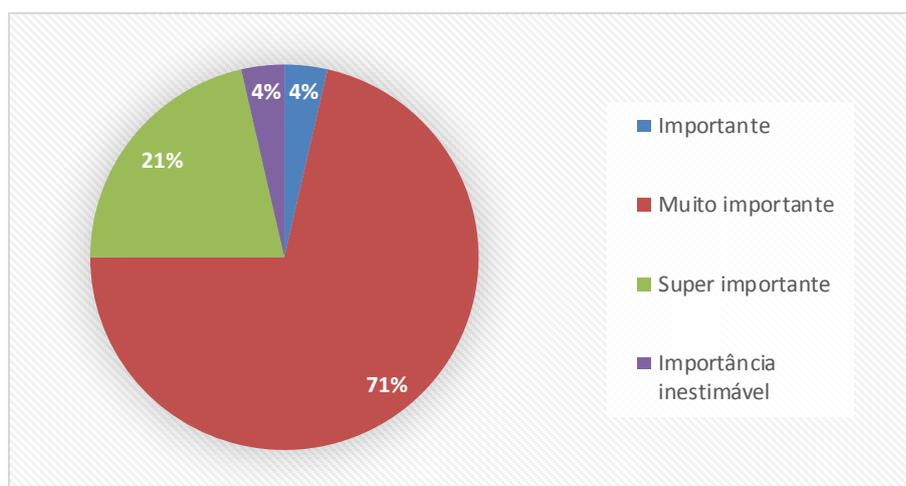


Gráfico 6 – O nível de importância das capas dos CD's para as Bandas.
Fonte: Autoria própria (2013).

Ao término dessa breve e prévia pesquisa de campo, era de se esperar que os resultados fossem levantar outras dúvidas, além das questões iniciais abordadas pela autora, assim no seu término foi questionado quanto à possibilidade de algum membro das bandas responder um segundo questionário, com questões incisivas a respeito dos processos utilizados pelas bandas em suas capas, e detalhes de questões técnicas como tipos de impressão e processos criativos, fatos levantados pela banda diante da primeira parte do levantamento das informações.

Apenas uma banda respondeu que não haveria a possibilidade de posterior entrevista, porém muitas das que responderam que sim encaminharam inclusive *e-mail* para contato, facilitando muito o trabalho com a próxima pesquisa, que será muito mais completa e direcionada as conclusões que foram tiradas nessa etapa e aprofundamento de questões mais técnicas.

5.3 PROCESSOS DE EXECUÇÃO

Como citado anteriormente, uma continuidade mais bem elaborada seria necessária para aprofundamento dos temas pertinentes a esse estudo⁶.

Nesse segundo contato com as bandas, novas perguntas foram enviadas por meio eletrônico, porém nesse momento todas as respostas deveriam ser realizadas de forma discursiva, permitindo aos entrevistados colocações pessoais maiores do que no questionário anterior, assim foi concedida maior liberdade para opiniões e em alguns casos, desabafos.

O objetivo desse segundo questionário foi levantar seletivamente as questões referentes à problemática do processo de produção de um álbum musical em Curitiba.

Da mesma forma do questionário anterior, foram enviadas 18 perguntas a serem respondidas no prazo de duas semanas. Foram 28 bandas solicitadas, as quais haviam afirmado disponibilidade para uma pesquisa mais aprofundada no término do último questionário.

Dessa vez foi solicitado que fizessem uma descrição por meio da experiência de concepção de um álbum específico da banda, à escolha dos integrantes, para que assim possam retratar um processo real.

Das 28 bandas, 13 delas responderam. Observe abaixo as conclusões gerais a respeito dos relatos.

Qual é o nome da sua banda?

1	Mordida	6	Ovos Presley	11	Felixbravo
2	Terminal Guadalupe	7	Sabonetes	12	Banda Gentileza
3	Supercolor	8	Cacofônicos	13	ParanoiKa
4	Blindagem	9	Charme Chulo		
5	Livia e os Piá de Prédio	10	Colorphonic		

Quadro 2 – Bandas referentes ao segundo levantamento de informações.

Fonte: Autoria própria (2013).

⁶ Ver apêndice B – Segundo levantamento de Informações.

Qual o álbum escolhido?

1	Mordida I(2011)	8	Tête-à-tête(2012)
2	A Marcha dos Invisíveis (2007)	9	Nova Onda Caipira(2009)
3	Da Casca ao Caroco (em produção)	10	(Sic) (2013)
4	BLINDAGEM (1982)	11	Camafeu (2010)
5	Lívia e os Piá de Prédio (2008)	12	Banda Gentileza(2009)
6	PsychoPunk´a´BillyBoogie(2012)	13	ParanoiKa (2011)
7	Sabonetes (2010)		

Quadro 3 – Álbuns referentes ao segundo levantamento de informações.
Fonte: Autoria própria (2013).

É importante ressaltar aqui que embora a maioria das bandas ofereça download gratuito dos álbuns nos seus sites, todas as mídias foram impressas, onde a quantidade de impressão por lotes variou de 100 a 2.500 cópias, divididas tanto para venda nos shows quanto para distribuição para os meios de comunicação no âmbito musical.

Ao questionar como os integrantes decidiram quem faria a arte do álbum escolhido, observa-se um equilíbrio entre as opções apresentadas, onde primeiramente duas das 13 bandas declararam terem criado a própria capa para esse projeto em específico por possuírem um integrante na banda que pudesse desenvolver a mesma, nesse caso um designer e um artista plástico.

A escolha se deu tanto pela facilidade de execução do trabalho quanto por fins econômicos, tendo em vista de que as mesmas não possuem patrocínio da gravadora para custeamento do serviço, embora por vezes possam contar com auxílio do selo ao qual estão vinculadas, assim como já comentado no primeiro levantamento de informações.

Três bandas escolheram o profissional por parcerias anteriores com o mesmo, demonstrando fidelidade ao trabalho bem feito, e quatro bandas fizeram a seleção entre o grupo de amigos, demonstrando que a inserção no círculo social musical é imprescindível para sucesso na área por meio de contatos, ação comumente nomeada como *networking*.

Apenas uma delas recebeu auxílio de agência de criação, três das respostas foram descartadas por não serem objetivas e não declararem resposta consistente.

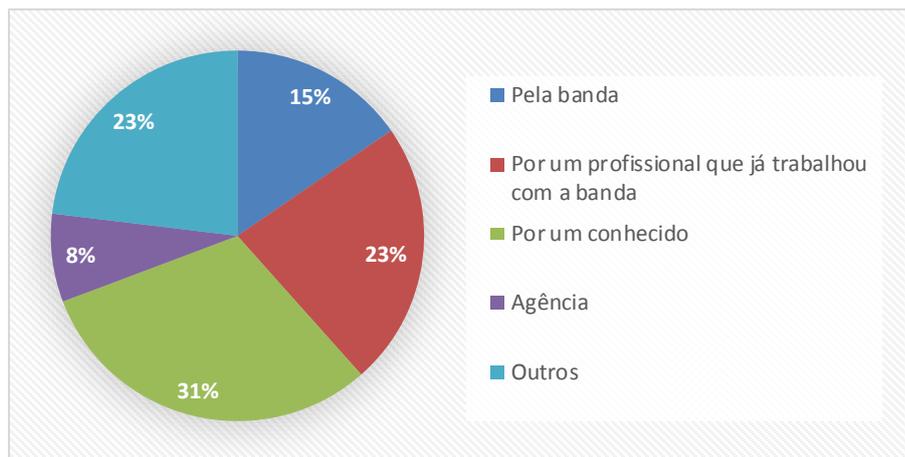


Gráfico 7 – Profissionais que desempenharam a criação da arte.
Fonte: Autoria própria (2013).

No processo de criação em conjunto com o profissional contratado, percebe-se nesse caso uma preocupação de proximidade com o andamento do trabalho por parte dos integrantes, onde apenas uma das bandas optou por deixar todo o trabalho nas mãos do Designer.

Todas as outras bandas passaram pelo trabalho do *Briefing* e deram ideias do que esperavam do álbum, em um dos casos a agência até propôs a criação de um Logo tipo para a banda, que teve sua criação também acompanhada pelos membros.

A maioria das respostas relatou um processo de trabalho em que o designer em seu primeiro processo produtivo se concentra em conhecer as músicas da banda e logo após assistir um show para captar melhor a atmosfera musical em questão. Após esse primeiro contato com a banda e sua produção, é feito *briefing* e coleta de material que poderá ou deverá ser usado na criação, logo após os esboços são apresentados e mediante aprovação de alguma das opções ela é refinada até tomar forma de arte-final.

Percebe-se aqui que as bandas desempenham papel imprescindível na criação das capas, pois na maioria das vezes já chegam com a ideia pronta do que idealizam para o projeto a ser desenvolvido, deixando apenas a execução para o profissional.

É necessário ressaltar que para a maioria das bandas o processo é todo coletivo, entre os integrantes e posteriormente entre integrantes e designer, tanto na concepção das ideias iniciais quanto no refinamento da arte, embora algumas tenham declarado deixar a arte toda nas mãos do profissional.

No caso onde algum membro desempenhou a criação da arte, os relatos apontam uma grande facilidade para a execução do projeto, não precisando de formalização de *Briefing*, pois as ideias já estão claras.

Para as bandas que possuem os profissionais dentro de sua composição, o conceito do álbum já vai se tornando intrínseco conforme as músicas são gravadas, acelerando o processo de criação e aprovação pelos demais músicos e reduzindo os custos de mão de obra do profissional.

Quanto as despesas geradas pelo custo de produção do material, seis bandas tiveram acesso a esses custos, indicando que os valores dos profissionais variaram de forma radical em cada um dos casos. Os preços mais altos foram entre R\$3, 000 e R\$2, 500 em contraste com os valores mais baixos de R\$400,00 e R\$800,00 declarados pelas bandas.

Isso demonstrou, nesse caso, uma falta de padronização de valores da hora/ trabalho na cidade de Curitiba, valores esses que poderiam ser nivelados, e cabe aqui avaliar os referenciais de custos para esse caso.

Analisando a tabela de “Estimativas de Honorários de Projetos” da Associação de Designers Gráficos do Brasil (ver ANEXO A) um encarte de álbum musical se encaixaria no setor editorial como “Catálogo de até 16 páginas”, por possuir diagramação de texto, imagens, tratamento de imagens, capa, contracapa e acabamento, custo de criação do qual varia, de acordo com a referida tabela, entre R\$3, 000 e R\$6, 000 – o que justifica os valores mais altos aplicados nos projetos em questão, e advertindo quanto ao trabalho exploratório ao qual os profissionais se sujeitaram, cada um de acordo com seus propósitos variados e pessoais.

Outras três bandas (Lívia e os Piá de Prédio, Mordida e Colorphonic) produziram o próprio material, reduzindo o custo para zero. Apenas a Banda Blindagem possuía ajuda de gravadora que custeou os encargos da agência contratada, dois foram os trabalhos gratuitos realizados por profissional externo aos membros da banda e houve um caso de pagamento dividido parte em dinheiro e parte em parcerias e permutas.

Ainda na questão de valores, a maioria das bandas financiaram sozinhas os custos dos encartes, nesse caso nove delas. Generalizando entre os processos de criação e impressão, a maioria paga do próprio bolso para depois repor com o que recebem posteriormente em shows, sempre contando com a sorte quanto ao reembolso do investimento.

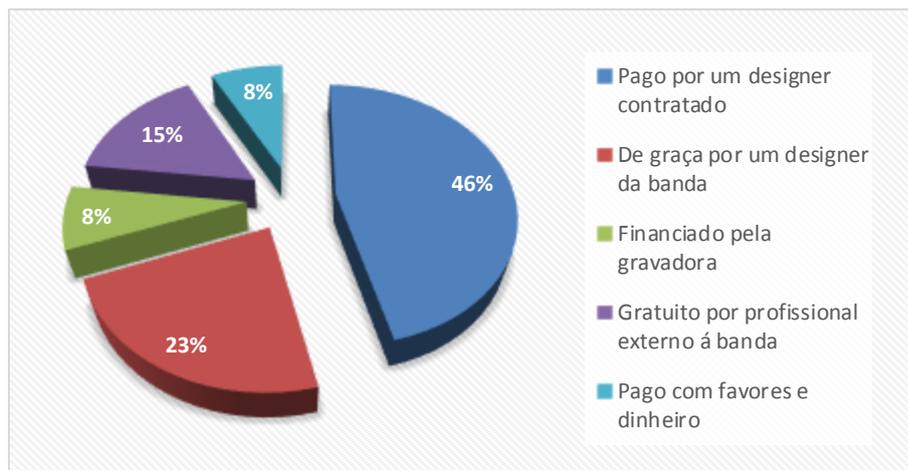


Gráfico 8 – Maneiras de remuneração ao trabalho feito.
Fonte: Autoria própria (2013).

Naturalmente as bandas que não precisam desembolsar a quantia são as que possuem patrocínio de selos ou as que são contempladas pelas iniciativas do governo. Podemos citar um ótimo exemplo, da Fundação Cultural de Curitiba(FCC), fundada em 1973, que realiza projetos de incentivo a música com muita frequência, como por exemplo o projeto intitulado “Inter.LigaCWB”, projeto que faz parte de um festival que inclui literatura, fotografia, artes plásticas e design, onde lançou em 2012 discos de 12 bandas curitubanas de maneira gratuita para as mesmas.

Diferentemente das produções independentes improvisadas em que só o CD é gravado e distribuído, observamos aqui que todos os projetos foram planejados nos seus mínimos detalhes, com impressão na bolacha, capa, e inclusive nos diferentes formatos apresentados. Tem-se a variedade do CD tradicional, com livreto, bolacha, contracapa e imagem de fundo de CD, houve também a opção adotada pela banda Mordia, do Digipack⁷ (que possui alta variedade de capas à escolha das bandas).

⁷ Tipo de embalagem ou pacote para CD ou DVD. Consiste de um ou mais bandejas plásticas contidas em um cartão de várias formas (tipicamente com um formato de livro).



Figura 7 – Embalagem formato Digipack - Álbum Mordida 1.
Fonte: Autoria própria (2013).

Um bom exemplo de formato de embalagem diferente é o abaixo apresentado pela banda “Felix Bravo” em que a embalagem do CD é composta de um origami originalmente em formato A3 (297 × 420mm).



Figura 8 – Encarte estilo origami – Álbum Camafeu.
Fonte: Autoria própria (2013).

Além de embalagens diferenciadas há os casos das impressões alternativas, como a serigrafia do envelope do CD da banda Livia e os Piá de Prédio.



Figura 9 – Impressão em serigrafia – Álbum Bloco II.
Fonte: Autoria própria (2013).

A maioria das bandas que optou por formatos diferenciados também optou por valores mais altos, como no caso da banda Mordida "Queríamos um trabalho diferenciado, por isso optamos pelo Digipack. Dentro da categoria Digipack não tínhamos muitas opções razoáveis no sentido de custo x benefício, uma vez que o Digipack já representou praticamente o dobro da embalagem mais comum" (MORDIDA, 2013), e da banda Livia e os Piá de Prédio, "O CD foi colocado em um envelope de papel reciclado (o que aumentou os custos, mas fazia parte do conceito). As impressões nos envelopes e mídias foram feitas no Rio Grande do Sul. Custo um pouco alto, já que eram poucas cópias (apenas 300)" (LÍVIA E OS PIÁ DE PRÉDIO, 2013).

Já quanto ao álbum "Camaféu" da banda FelixBravo, houve surpresa quanto aos "Custos caros. Uma embalagem de origami saiu mais cara do que se fizessemos de plástico"(FELIXBRAVO, 2013).

O CD com embalagem de acrílico foi a maior porcentagem de escolhas, levando em conta as bandas que possuem selo/patrocínio e não podem optar pelo tipo de formato e suporte em que a arte será impressa.

Perguntou-se de maneira descontraída quais momentos da criação e execução do projeto foram mais fáceis para a banda.

Muitas das citações indicam a sessão de fotos como a parte mais divertida, e não apenas o momento de pose dos integrantes, mas também todo o processo de produção das

fotos, como é possível observar nas citações a seguir: "As seções de fotografia (demos muitas risadas no meio da rua com os semáforos fechados na iminência de abrirem!)" (CACOFÔNICOS, 2013), "Fazer o ensaio para fotos é divertido" (PARANOIKA, 2013).

Dessa mesma forma, as dificuldades técnicas também foram algo enfrentado com bom humor, como citado pela banda Mordida, "Acho que as dificuldades técnicas - falta de conhecimento e especialização trouxeram as situações mais penosas, porém renderam momentos bacanas, de improviso e realização" (MORDIDA, 2013).

Muitas bandas citaram como melhor parte do processo a realização de receber o disco pronto e poder apreciá-lo para poder posteriormente apresentá-lo nos shows

Na verdade todas elas afirmaram divertir-se durante o processo todo, embora a banda Ovos Presley tenha relatado que "Durante o processo foi puro estresse, diversão mesmo só quando o disco chegou da fábrica" (OVOS PRESLEY, 2013).

Já quando questionadas a respeito de qual foi a pior parte do processo, as opiniões foram muito variadas, desde problemas com a parte inicial do projeto, onde três bandas acusaram dificuldade com falta de ideias e dificuldade na escolha das fontes a serem utilizadas, assim como problemas técnicos com a gráfica em que cores foram impressas com muita discrepância da original.

Problemas com os profissionais que desenvolveram a arte também foram amplamente citados, como por exemplo, prazos não cumpridos pelo responsável da execução, assim como interferências desarmoniosas com a agência de criação, como no caso da banda Blindagem: "Eu penso que a pior parte ficou a retirada de um ótimo texto de apresentação feito por PAULO LEMINSKI apresentando a Blindagem para o Brasil. Essa decisão partiu de uma chefe do setor de criação da gravadora, que decidiu por colocar um texto dela... horrível por sinal" (BLINDAGEM, 2013).

Duas das bandas relataram a pior parte como sendo a parte do pagamento pelo trabalho impresso. A maioria teve de pagar por conta própria, e por fim houve uma das bandas que citou não haver pior parte no trabalho realizado.

Quanto aos problemas técnicos que foram apresentados pelas bandas, foram citados terem ocorrido problemas com cores. Ocorreu esse tipo de problema na impressão de seis álbuns das treze bandas consultadas, em sua maioria mostraram cores lavadas (mais claras do que deveriam), tons alterados, porém os problemas foram resolvidos ou alguns eram pequenos demais e foram relevados.

Com um equilíbrio satisfatório, sete das bandas restantes não passaram por problemas de impressão nos álbuns aqui citados, assim é possível ter um breve panorama de que de

acordo com essa pesquisa de campo por amostragem, em quase metade das gráficas utilizadas ocorreram problemas recorrentes e que por serem erros tão primários já deveriam ter sido superados há tempos pelos profissionais de gráficas que atuam em Curitiba e região.

Por fim, a aceitação pelo trabalho final foi muito grande, apenas duas bandas ficaram parcialmente insatisfeitas com os serviços prestados, além da citação da Banda Gentileza, em que por mais que todo o esforço de criação tenha sido aprovado com êxito, houve frustração por conta do serviço de impressão, onde o integrante cita que "Fora o problema com a impressão da bolacha, o encarte veio dobrado errado, apesar das instruções explícitas que mandamos. Isso nos desanimou bastante. Obviamente não comprometeu quase em nada no produto que entregamos para os fãs, mas é chato ver que aquilo que você planejou e explicou não saiu do jeito que você solicitou" (BANDA GENTILEZA, 2013).

Quanto ao período de realização de cada projeto, houve caso em que levou o tempo máximo de um ano para toda criação e execução do trabalho em contraste com o tempo mínimo apresentado, de cerca de um mês.

Por fim, a satisfação das bandas foi quase unânime, com exceção dos membros da banda "Paranoika", que declararam divergência entre os integrantes em relação ao conceito para a capa, então nesse caso a solução do designer foi a conciliação das ideias, assim a capa em si não foi 100% de agrado, embora o restante do material de contracapa, bolacha e livreto tenha sido bem aceito por todos.

5.4 SELEÇÃO QUALITATIVA

Mediante as anteriores conclusões a respeito do processo de execução das capas terem sido finalizadas, parte-se agora para o processo de escolha de algumas das capas remanescentes que virão a receber a análise semiótica, uma vez que a quantidade de treze capas é demasiada numerosa para o tempo de execução desse projeto.

A seleção se deu por meio de uma pesquisa realizada no meio acadêmico do Design Gráfico, respondida pelo total de dez alunos/profissionais da área, que elegeram, de acordo com seus conhecimentos artísticos e de design, dentre as treze bandas que responderam a segunda parte dos questionários eletrônicos, algumas das capas como sendo as de melhor execução por quesitos técnicos, dando início a análise das capas dos álbuns sob o ponto de vista semiótico, para fins de confirmação dos métodos e processos de criação descritos pelas bandas e designers.

A pesquisa⁸ foi aplicada durante os dias 16 e 17 de julho de 2013, por meio de questionário eletrônico, do mesmo modo ao qual foi aplicado anteriormente às bandas, tendo a participação de 100% dos profissionais que foram convidados a colaborar com o estudo, um total de dez designers.

Cinco perguntas foram feitas aos entrevistados, as quais seguem abaixo:

1.	Qual disco possui, na sua opinião, a melhor execução técnica? Considere: Ilustração/Fotografia/Diagramação/Alinhamento/Acordes cromáticos.
2.	Qual dessas capas lhe desperta a curiosidade sobre a mensagem que a arte tenta transmitir?
3.	Qual delas é mais bonita na sua opinião?
4.	Qual desses álbuns você compraria apenas pela arte de capa?
5.	Cite uma das capas da qual você não gostou.

Quadro 4 – Questionário aplicado aos profissionais da área.
Fonte: Autoria própria (2013).

Os treze discos em questão foram enumerados em ordem crescente, para melhor identificação, juntamente a suas respectivas imagens, para que o profissional pudesse avaliar a arte de forma fácil e então marcar o número correspondente ao da capa escolhida no campo de respostas.

1.	Paranoika	8.	Ovos Presley
2.	Terminal Guadalupe	9.	Cacofônicos
3.	Banda Gentileza	10.	Blindagem
4.	Colorphonic	11.	Supercolor
5.	Charme Chulo	12.	Sabonetes
6.	Felix Bravo	13.	Mordida
7.	Lívia e os piá de prédio		

Quadro 5 – Lista das bandas enumeradas.
Fonte: Autoria própria (2013).

⁸ Ver apêndice C – Questionário direcionado aos profissionais do Design.



1 - Banda Paranoika



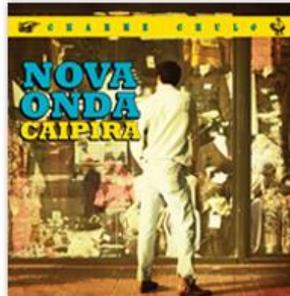
2 - Terminal Guadalupe



3 - Banda Gentileza



4 - Colorphonic



5 - Charme Chulo



6 - FelixBravo



7 - Livia e os piá de prédio



8 - OvosPresley



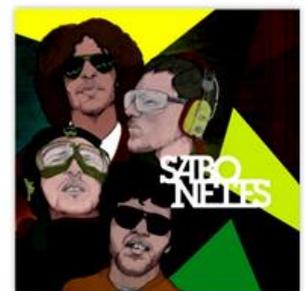
9 - Cacofônicos



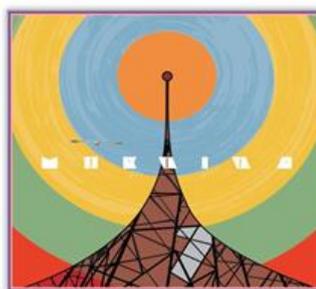
10 - Blindagem



11 - Supercolor



12 - Sabonetes



13 - Mordida

Figura 10 – Quadro anexo ao questionário.
Fonte: Autoria própria (2013).

5.4.1 SELEÇÃO DE CAPAS PARA ANÁLISE SEMIÓTICA

É possível analisar por meio dos gráficos a seguir que demonstram todas as respostas obtidas nesse novo questionário, a razão pela qual as cinco capas foram escolhidas.

A primeira pergunta demonstrou a maior aceitação do público pelas capas das bandas Mordida, Charme Chulo e Felix Bravo, cada uma delas com dois votos positivos em relação à sua execução técnica, totalizando 60% dos votos, acompanhadas das bandas Ovos Presley, Cacofônicos, Supercolor e Sabonetes, que receberam um voto cada uma.



Gráfico 9 – Aceitação dos entrevistados quanto à execução técnica das capas.
Fonte: Autoria própria (2013).

Novamente na segunda pergunta, a banda FelixBravo se faz destaque na questão de interesse do entrevistado quanto ao significado da mensagem da arte, recebendo 4 votos, juntamente com os três votos direcionados á capa da banda Charme Chulo, ambas citadas também na pergunta anterior. As bandas escolhidas com menos votos foram a Cacofônicos, Mordida e Colorphonic, que receberam um voto cada uma.

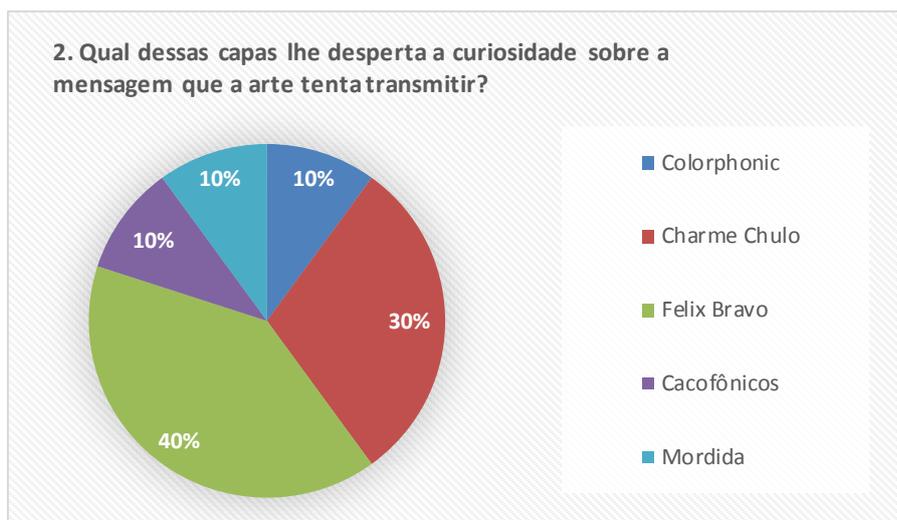


Gráfico 10 – Capas que despertam curiosidade quanto a sua mensagem.
Fonte: Autoria própria (2013).

Quando questionado quanto ao padrão de beleza pessoal de cada entrevistado, seus gostos foram concentrados a maioria nas capas das bandas FelixBravo, com quatro votos, capa até então com um grande nível de aceitação em todas as respostas, dividindo, nessa pergunta a preferência com a Banda gentileza que recebeu dois votos. As bandas Terminal Guadalupe, Colorphonic, Supercolor e Mordida receberam um voto de aprovação cada uma.

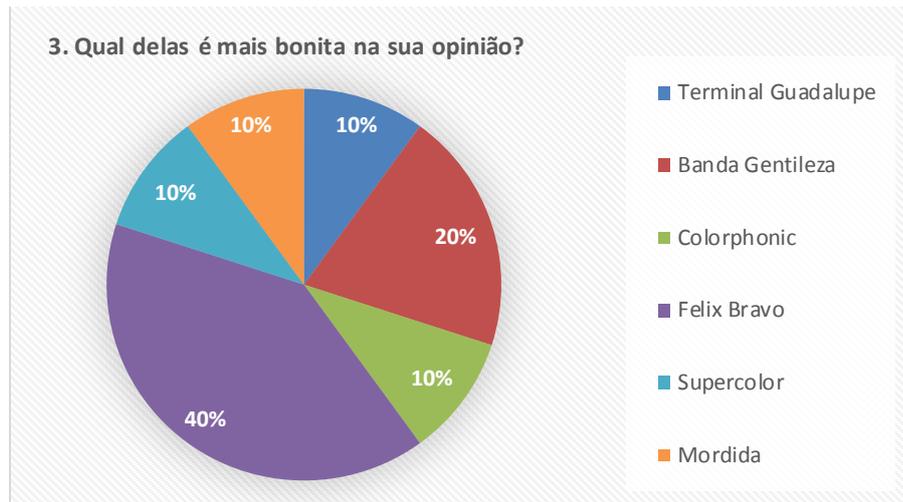


Gráfico 11 – Aceitação das capas em relação ao padrão de beleza dos entrevistados.
Fonte: Autoria própria (2013).

Essa penúltima pergunta possui enorme relevância, justamente por avaliar a arte de capa como uma obra artística, que desprovida da função comercial é avaliada aqui apenas como sua função estética e conceitual, onde mais uma vez a maioria das escolhas (três votos) escolheu como mais adequada a arte da banda FelixBravo, em seguida com dois votos a Charme Chulo, e com um voto cada uma a Banda Gentileza, Ovos Presley, Cacofônicos, Blindagem e Mordida.

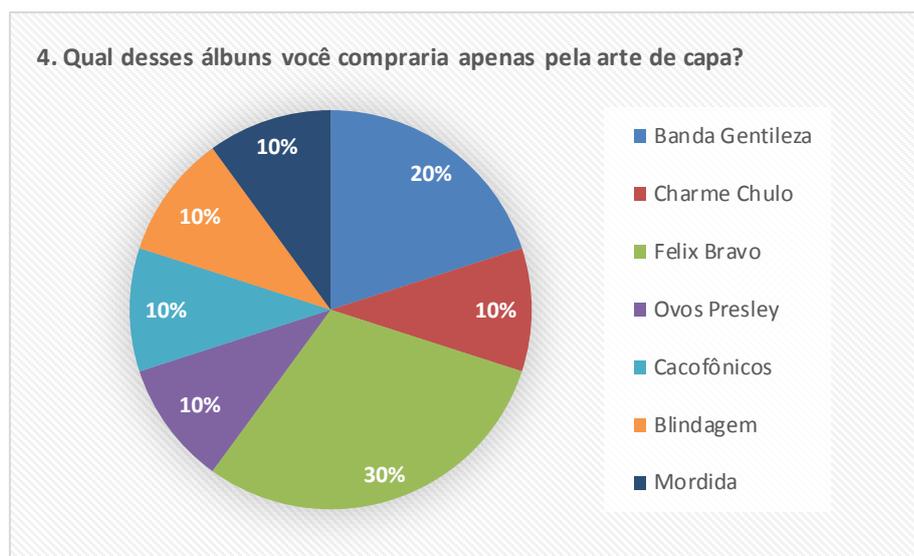


Gráfico 12 – Conceituação artística de acordo com os entrevistados.
Fonte: Autoria própria (2013).

Essa última pergunta foi decisiva nessa etapa dessa pesquisa, pois ajudou a decidir, em conjunto com os dados anteriores desse mesmo questionário, quais capas seriam removidas da próxima etapa do estudo, a análise semiótica das capas escolhidas.

As bandas Paranoika e Terminal Guadalupe foram automaticamente excluídas da próxima parte por apresentarem os maiores níveis de rejeição, com dois votos cada uma quando questionado qual capa não foi de agrado do participante do questionário, totalizando 40% do total de respostas, assim como a banda Livia e os piá de prédio e Sabonetes, que sequer foram citadas nas respostas das questões anteriores. As bandas Colorphonic, Supercolor e Blindagem também receberam baixa aceitação pelos designers que responderam ao questionário, recebendo respectivamente apenas dois, dois e um voto de aprovação no total das respostas, além da desaprovação na última pergunta apresentada no gráfico abaixo, pergunta crucial para sua exclusão no prosseguimento desse estudo.



Gráfico 13 – Desaprovação de algumas capas segundo os entrevistados.
Fonte: Autoria própria (2013).

As bandas Felix Bravo, Charme Chulo, Banda Gentileza, Ovos Presley e Mordida receberam respectivamente treze, seis, quatro, dois e cinco votos de aprovação na soma de todas as respostas das questões anteriores e não receberam reprovação nessa quinta pergunta, sendo por conta desses fatores que essas cinco capas foram escolhidas para a posterior análise semiótica.

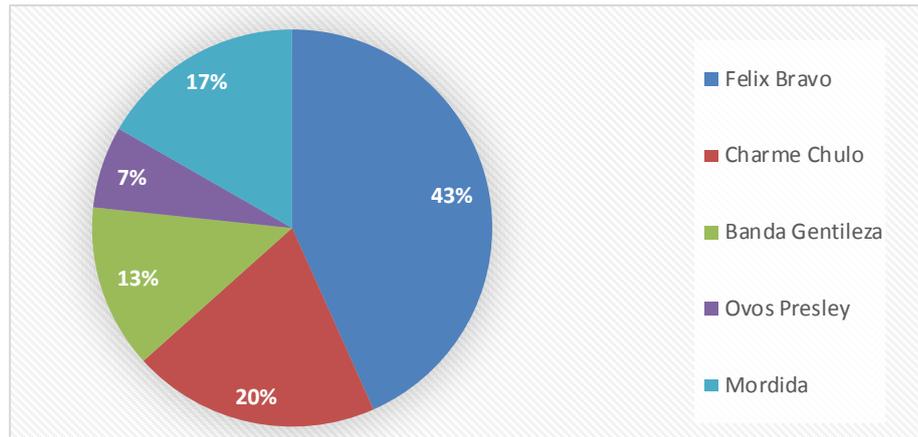


Gráfico 14 – Porcentagem de respostas positivas atribuídas às bandas escolhidas para análise.
Fonte: Autoria própria (2013).

Além da grande importância desse terceiro questionário direcionado a opinião de designers atuantes, os questionários anteriores foram também culminantes nesse estudo, uma vez que puderam contextualizar de que maneira as capas foram produzidas, além de possibilitar a observação dos influenciadores geográficos, monetários e culturais do trabalho final.

6 ANÁLISE SEMIÓTICA DAS CAPAS ESCOLHIDAS

Além de todas as informações agregadas até então, serão utilizadas três das perguntas remanescentes do segundo questionário, que não foram utilizadas nas análises anteriores, pois foi levado em consideração de que seus dados seriam de maior relevância para essa próxima etapa de conclusões.

As perguntas respondidas pelas bandas, e que foram arquivadas para uso nessa nova parte do estudo possuíam a curiosidade explorar “Quais as influências artísticas utilizadas? Há algum estilo predominante?” e “Qual a técnica utilizada?”, referindo-se respectivamente, á influências empregadas na arte e a técnica artística utilizada para confecção da mesma.

Para análise das informações contidas nessas respostas será separado um tópico em cada uma das cinco bandas escolhidas, com o título “Descrição do álbum segundo os integrantes”.

Martine Joly (2005) afirma que “uma boa análise se define, em primeiro lugar, por seus objetivos”, de que deve primeiramente “servir a um projeto, e é este que vai dar sua orientação, assim como permitirá elaborar sua metodologia”.

Assim nesse estudo, a análise aplicada às capas das mídias musicais seguirá uma das funções descrita pela mesma, a da “*busca* ou a *verificação* das causas do bom ou do mau funcionamento de uma mensagem visual” (JOLY, 2005, p. 48).

6.1 BANDA GENTILEZA, BANDA GENTILEZA.

6.1.1 Sobre a banda:

Oficializada no ano de 2005, porém fundada em 2003, um quinteto de multi-instrumentistas, onde cada integrante domina pelo menos dois instrumentos musicais: Arthur Lipori (Trompete, Guitarra, Baixo e Kazuo), Tuna Castilho (bateria e percussão), Diego Perin (baixo e concertina), Heitor Humberto (vozes, guitarra, violino e cavaquinho) e Jota Borgonhoni (saxofone e teclado).

Os músicos costumam dividir palco com muitas bandas curitibanas ao longo de seus shows, fazendo parcerias com nomes importantes da cena como Rodrigo Lemos (Lemoskine), Will Robson (Supercolor) e Cacá V. (vocalista da Copacabana Club), Móveis coloniais de acaju, A banda mais bonita da cidade, entre outros.



Figura 11 – Integrantes da banda Gentileza.
Foto: Rosano Mauro, 2013.

6.1.2 Ficha técnica do Disco

A Banda Gentileza já possuía duas gravações de EPs anteriores ao primeiro álbum, o lançado o primeiro EP em 2005 e o segundo em 2007. O disco oficial foi lançado em 2009 ao qual pertence, inclusive, a terceira faixa “Afinal de Contas” como integrante da trilha sonora da novela “Malhação”, da Rede Globo no segundo semestre de 2013.

O álbum possui o total de 45 minutos de áudio, gravado no Nico's Studio (Curitiba - PR) sob produção musical do carioca Plínio Profeta (que possui em seu vasto currículo artistas como Tiê, Lucas Santtana e Pedro Luís e a Parede). O projeto gráfico foi de responsabilidade da artista Caro Rebello e fotografias de Diego CWB.

Gravado entre os meses de junho e julho, contou com participações especiais de Eduardo Mercuri, Plínio Profeta, Wonder Ramos e Jota Borgonhoni, tendo sido lançado no mês de novembro de 2009, com shows em Curitiba e São Paulo.

1	Coracion	7	Preguiça
2	O indecifrável mistério de Jorge Tadeu	8	33 B
3	Afinal de contas	9	Sempre quase
4	Piá de prédio	10	Sintonia
5	O estopim	11	Maior com sétima
6	Teu capricho, meu despacho	12	Pseudo Eu

Quadro 6 – Lista de músicas do CD “Banda Gentileza”.
Fonte: Banda Gentileza, 2013.



Figura 12 – Capa do álbum Banda Gentileza.
Fonte: Carolinne Rebello (2013).

6.1.3 Descrição artística do álbum segundo os integrantes.

Na primeira campanha do Barack Obama, várias pessoas do mundo inteiro fizeram cartazes. Um deles, feito pelo Renan Molin, nos chamou a atenção. Misturava manchas de cores que criavam novas cores. Entendemos que aquilo expressava algo parecido com o que queríamos dizer e o utilizamos como referência depois de trocar uma ideia com o autor da arte. (BANDA GENTILEZA, 2013).

6.1.4 Mensagem plástica

Essa capa é muito sucinta, se tratando apenas de massas de cores transparentes sobrepostas, impressas em papel liso branco.

Possuem um limite vertical à esquerda da massa de cores, onde é feita a dobra do encarte. É possível identificar o total de cinco cores utilizadas no processo de sobreposição, temos laranja, azul, magenta, amarelo e vermelho, que quando sobrepostas formam as outras cores presentes na arte.

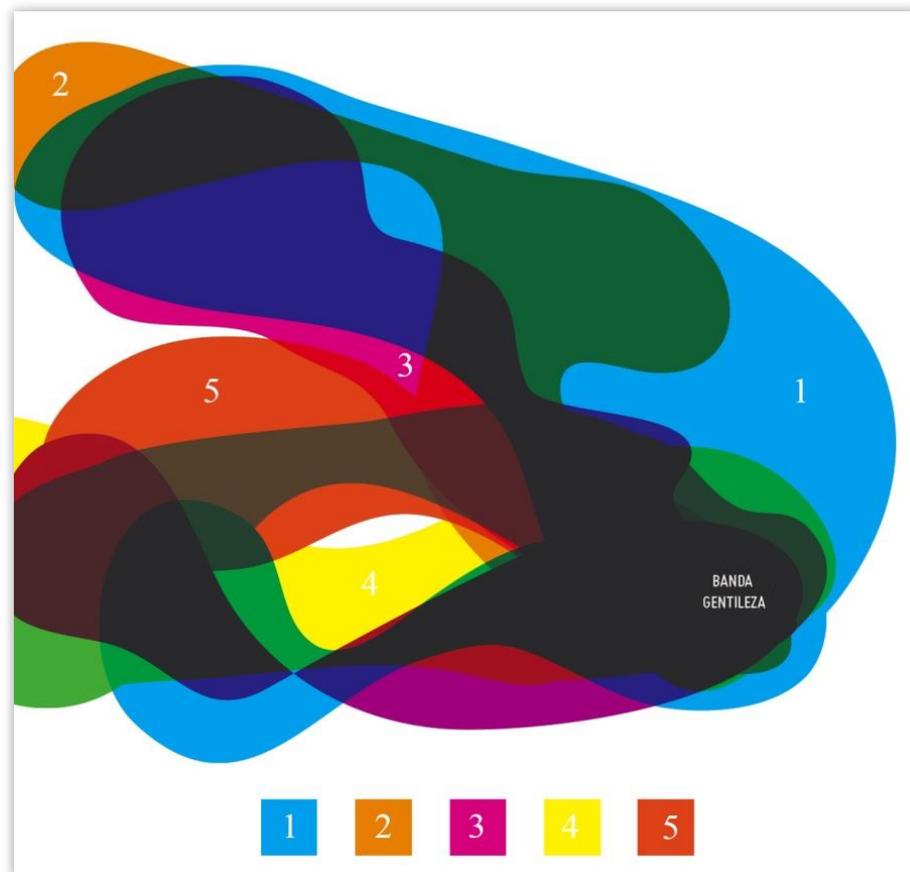


Figura 13 – Legenda de cores.
Fonte: Autoria própria (2013).

As cores luz, que de acordo com Pedrosa (2008, pg.28) “são as que provêm de uma fonte luminosa direta são formadas por três cores primárias, o vermelho, verde e azul violetado, comumente conhecidos como RGB (do inglês: red, green, blue); Já a cor-pigmento transparente possui como suas três cores básicas o ciano, magenta e amarelo (cores amplamente encontradas em cartuchos de impressoras, abreviadas pela sigla CMYK, em inglês cian, magenta, yellow e K para black).

O álbum foi lançado em formato padrão de CD, possuindo encarte tamanho 120x480mm, impresso frente e verso e com três dobras.

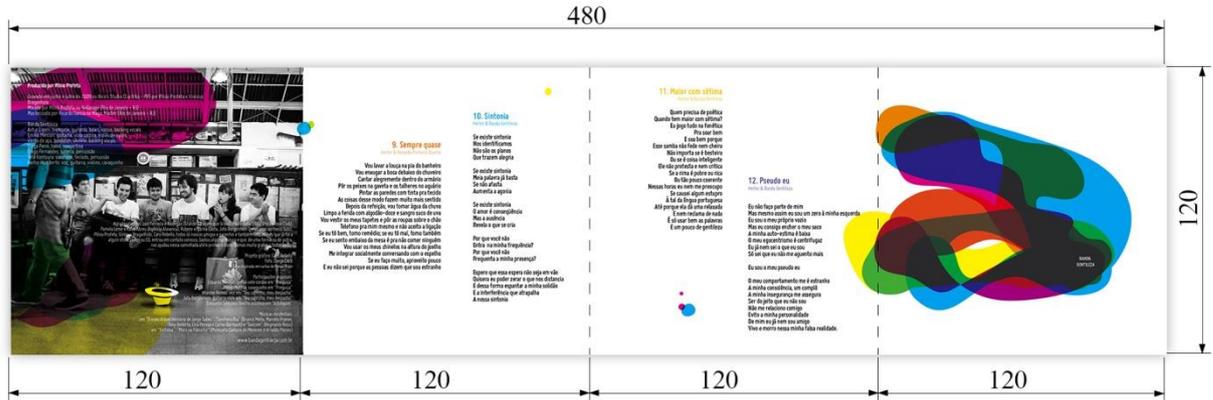


Figura 14 – Dimensões da frente do encarte em milímetros
 Fonte: Autoria própria (2013).

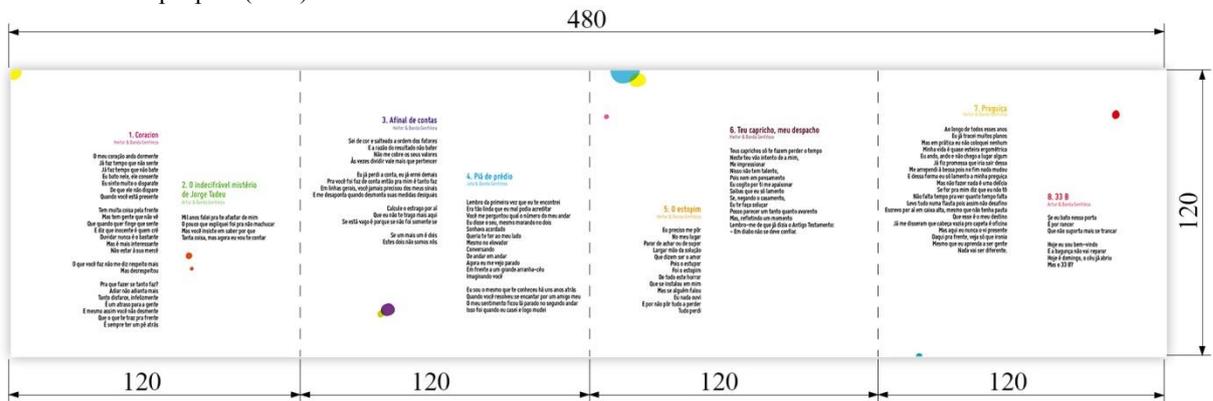


Figura 15 – Dimensões do verso do encarte em milímetros.
 Fonte: Autoria própria (2013).

6.1.5 Mensagem Icônica

De acordo com o relato fornecido pelo integrante da Banda Gentileza ao questionário, a inspiração de capa foi dada por uma obra de conhecimento da banda, executada pelo artista gráfico curitibano Renan Molin. O projeto se trata de um pôster referente à campanha presidencial do presidente eleito Barack Obama, arte que inclusive foi selecionada para compor a exposição “Can and Did (Podemos e fizemos)” na galeria Danziger, em Nova Iorque. A exposição reuniu artes gráficas e fotografias da campanha de Obama, a qual fez parte essa arte produzida no ano de 2008.

Esse projeto se intitula “AllColorsTogether (Todas as cores juntas)”, e foi uma parceria entre o artista e a Opus Múltipla, agência de publicidade curitibana pertencente ao “Grupo OM Comunicação Integrada”.



Figura 16 – AllColorsTogether - Renan Molim/Opus Múltipla 2008.
Fonte: Website Cargocollective (2013).

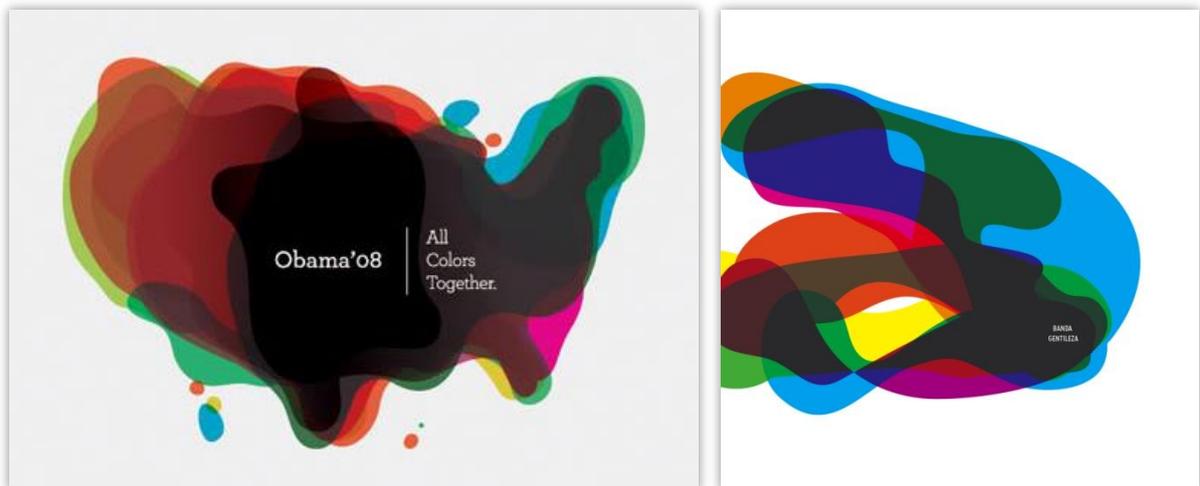


Figura 17 – Comparativo entre a arte de Renan Molim (à esq.) e Carolinne Rebello (à dir.).
Fonte: Autoria própria (2013).

Retomando a composição cromática da capa e a sobreposição de cores, é importante observar a natureza das cores nessa imagem.

No caso dessa arte, temos a mesma sendo criada em cor-luz (no computador) e impressa em cores-pigmento transparentes.

Os processos de interação das cores são os mesmos, porém de forma diferente em cada processo.

Observe abaixo as cores utilizadas nessa arte, interagindo entre si de forma a formarem as outras cores presentes e de forma a produzir o preto quando se dá a interseção de todas cores.

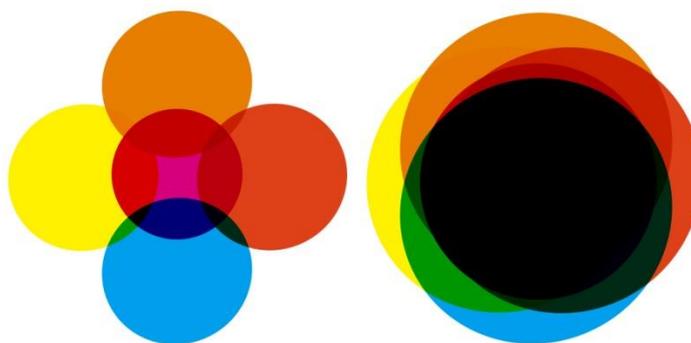


Figura 18 – Interação entre as cores utilizadas na arte.
Fonte: Autoria própria (2013).

Dessa forma é possível entender com mais facilidade a proposta apresentada por essa capa, onde de acordo com os integrantes,

Queríamos alguma coisa que transmitisse uma ideia de multiplicidade. O disco conta com músicas de diferentes gêneros e influências. Pensamos em expressar isso visualmente. Também pensamos em algo que fosse facilmente reconhecível logo de cara, sem muitos detalhes, já que hoje em dia a capa é mais vista como *thumbnail* do que em um formato maior (BANDA GENTILEZA, 2013).

Assim todas as manchas de cores, uma grande variedade de cores vivas, se encontram em um ponto em comum ao lado direito da composição, de forma de que quando misturadas formam uma mancha preta, e assim executam a ideia de simplicidade e multiplicidade por conta do estilo variado musical da banda, um misto de todos os estilos musicais brasileiros, a pluralidade da música do país.

6.1.6 Mensagem Linguística

O elemento linguístico se apresenta de forma discreta sobre a mancha preta formada pela interseção das cores da imagem, em cor branca, assim como na arte de inspiração, porém com fonte sem serifa e todas maiúsculas.

Essa fonte é condizente ao estilo simples e discreto da banda, inserido na mancha preta de cor, como que indicando que o espaço de junção de cores que avançam num ponto em comum é a imagem que traduz visualmente o conceito da banda.

6.2 MORDIDA 1, BANDA MORDIDA.

6.2.1 Sobre a banda:

A Mordida nasceu no ano de 2003, e é hoje integrada por Paulo Nadal (voz e guitarra), Zé Ivan (baixo e backing), Luiz Bodachne (guitarra) e Ivan Rodrigues (bateria). Apenas Paulo é nascido fora de Curitiba, em Porto Alegre, porém cresceu na capital Paranaense assim como o restante dos integrantes.

O nome excêntrico da banda se deu por inspiração à lenda do deus grego Caleosfeu, que transformava árvores em guerreiros com apenas uma mordida.

Sua discografia é bastante intensa, comprovando o sucesso musical da banda entre seus fãs, contando o total de seis EPs lançados entre 2004 e 2008 (Singles -Senhor F 2004, A Grande Garagem que Grava 2005, Festa Jovem 2007, Tokyo 2007, Trama Singles 2008, Eu Amo Vc 2008), e o lançamento do único álbum “Mordida 1” do ano de 2011 com uma lacuna de três anos desde o último EP.



Figura 19 – Integrantes da banda Mordida.
Foto: Marcelo Stammer, 2013.

6.2.2 Ficha técnica do Disco

A equipe de produção do álbum foi realmente muito grande, onde a colaboração para essa obra pôde contar com a masterização de Rogério Sabatella, a mixagem foi um coletivo entre Rogério Sabatella e Paulo de Nadal, com produção executiva de Erika Takano.

A arte de capa foi produzida pelo próprio Nadal, com a finalização por conta de

Rodrigo Sielski e as fotos produzidas por Lauro Borges.

Gravado nos estúdios: Clínica, Nico's, Graviola e no Mordida Home Studio nos anos de 2009 e 2010, lançado em 3 de Agosto de 2011 (BENGA, 2011).

1	Free Connection	7	Proibidão
2	Borboletas da Estação	8	Previsível
3	Cosmopolita	9	Velho Oeste Querido
4	União Estável	10	Aline
5	Workaholic	11	Boa Noite Cinderela
6	Dia Comum		

Quadro 7 – Lista de músicas do CD “Mordida 1”.
Fonte: Banda Mordida 2013.

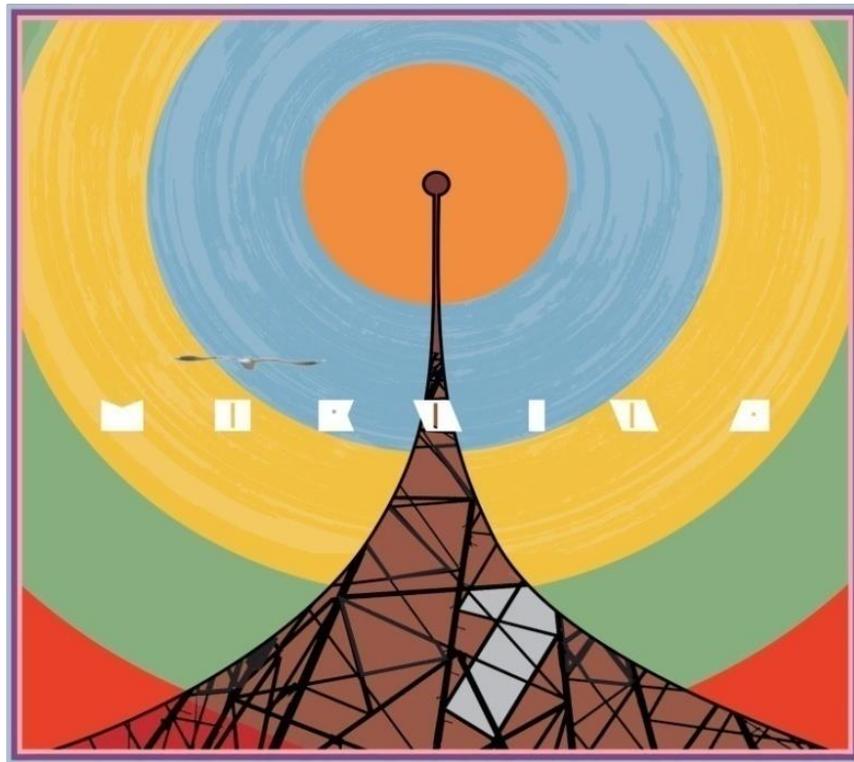


Figura 20 – Mordida 1 – Banda Mordida.
Fonte: Paulo de Nadal (2013).

6.2.3 Descrição artística do álbum segundo os integrantes.

Segundo os integrantes da banda, embora o artista tenha aceitado a sugestão dos membros de utilizar-se de técnica digital para produção desse material, foi relatado que o mesmo não pôde se desvincular de sua aptidão para técnicas manuais, sendo possível perceber simulações dessas técnicas artísticas, por exemplo, de colagem, pintura em pincel e interação com recorte de fotografia.

6.2.4 Mensagem plástica

A impressão dessa arte recebe tratamento especial de *Verniz Uv* sobre todo o preenchimento da área do texto tanto quanto da área da moldura.



Figura 21 – Área de aplicação do verniz Uv.
Fonte: Autorial própria (2013).

O encarte do álbum foi produzido em formato *Digipack*, tamanho 240 x 434mm com oito dobras e três pontos de cola.

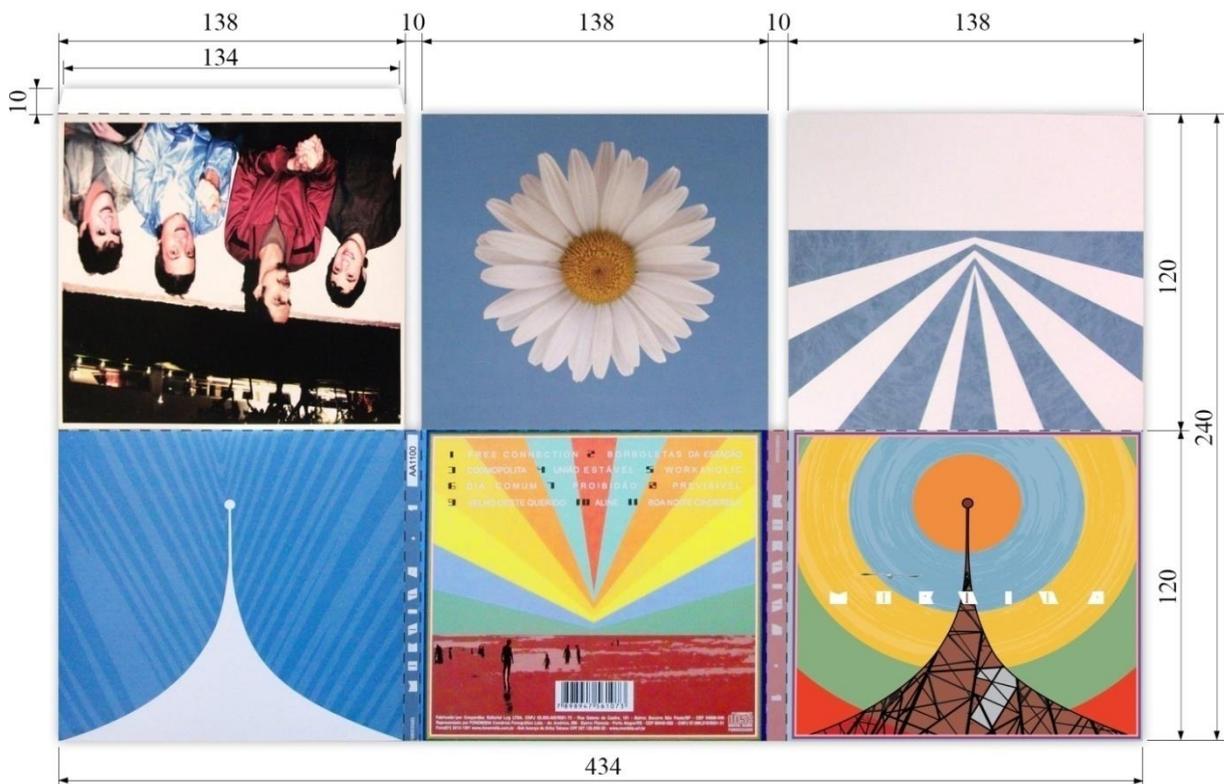


Figura 22 – Dimensões completas do encarte em milímetros.
Fonte: Autorial própria (2013).

A embalagem deste *Digipack* é uma impressão contínua com todos os elementos de dentro e fora da capa, onde ao receber a dobra no meio, horizontalmente se transforma na capa com impressão no lado de dentro e de fora. A capa é colada e posteriormente recebe uma bandeja de plástico transparente que alojará o CD. A bandeja é colada na parte central interna da arte. Uma das impressões dobradas para dentro, contém uma “orelha”, uma parte de papel sem impressão que também receberá uma dobra para que a arte se transforme em um bolso que abrigará o livreto anexo.

Além da capa, possui um livreto de quatro folhas, contendo signos linguísticos das letras das músicas e vários elementos icônicos, como fotos e ilustrações, recebe dobra central em todas as páginas e dois grampos, todo colorido e anexo a um bolso na capa, na aba lateral direita.

Segue abaixo a arte do álbum com as dimensões da primeira página, e logo em seguida o restante da arte que segue o mesmo formato.

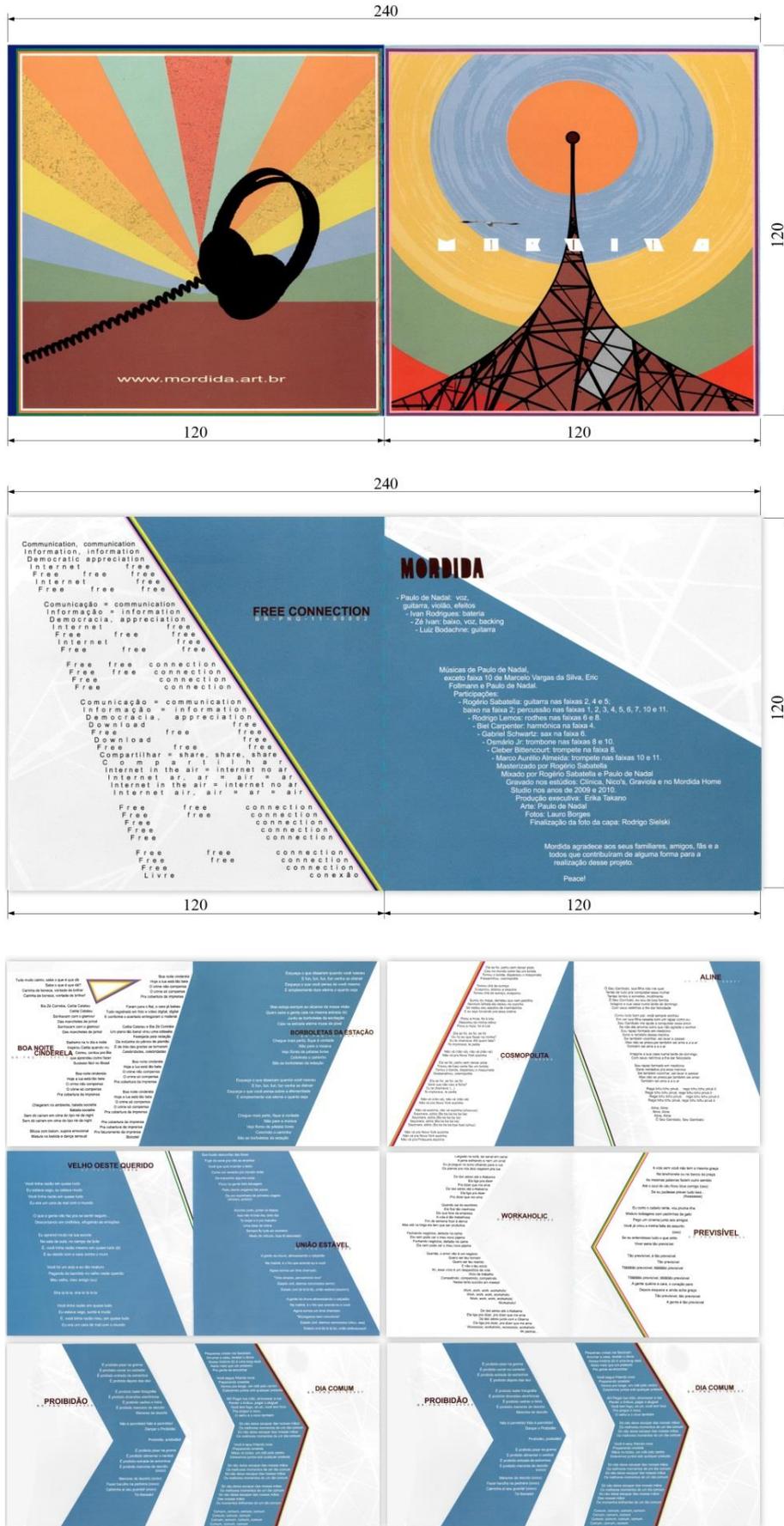


Figura 23 – Páginas do encarte.
Fonte: Autoria própria (2013).



Figura 24 – Mordida 1 – Banda Mordida.
Fonte: Autoria própria (2013).

6.2.5 Mensagem Icônica

Percebe-se um elemento central no segundo plano da imagem, logo após o primeiro plano textual, que tem sua base situada na parte inferior interna da moldura, onde preenche toda sua extensão horizontal e se estende em direção vertical e afunilada, culminando de forma estreita num topo circular, podendo ser entendido de imediato e muito facilmente como o signo icônico de uma torre de dispersão de ondas de rádio.

Essa ideia se reforça por se tratar de um elemento que consta na capa de um álbum musical, ou seja, essencial na divulgação do trabalho de qualquer banda.

Sua estrutura é formada por várias figuras que remetem à geometria e arquitetura das torres de rádio, que tem por característica principal um corpo formado por uma estrutura metálica de base larga, vazada (para prevenir a ação dos ventos por conta de sua altura), de maneira a sustentar o difusor de ondas sonoras de modo que sua transmissão seja a mais abrangente possível.



Figura 25 – Torre de rádio.
Fonte: Website Wikimedia (2013).

As cores que formam a estrutura da antena são compostas de cinza e marrom, usadas em tons mais escuros para contrastar às circunferências do plano posterior, compostas por cores vibrantes, tanto frias quanto quentes, circulares, cada um de uma cor, sobrepostas e concêntricas tanto entre elas, quanto no topo do elemento principal citado anteriormente. A cor preta foi reservada a compor a estrutura da forma.

Seguindo essa mesma linha de pensamento, é possível perceber que atrás do elemento de representação da torre, os cinco círculos concêntricos apresentados evidentemente se tratam de uma representação das ondas sonoras, assim classificadas por estarem representadas cada uma delas com uma cor, para poderem mais facilmente diferenciar-se entre si, apesar de esse tipo de partícula não ser visível a olho nu e muito menos possuir cor. Essa representação pode traduzir de que as ondas estão transmitindo alguma música pertencente a banda.

As circunferências possuem as cores laranja, azul, amarelo, verde e vermelho, onde as mesmas de cor azul e amarela se mostram “manchadas”, visivelmente com a intenção de simular pinceladas manuais, retomando a afinidade do artista com tais técnicas artísticas.

No canto inferior esquerdo da torre, a cor vermelha invade um pedaço da base da figura, demonstrando talvez que a onda sonora esteja sendo transmitida tanto para trás quanto para frente da mesma.

Pode-se observar que todos os elementos são circundados pela moldura que delimita e

esconde boa parte das ondas sonoras coloridas, passando a impressão de estarem se estendendo a distâncias impossíveis de serem representadas visualmente, sugerindo a disseminação da mensagem musical da banda, para que seja conhecida por mais pessoas em outros lugares.

6.2.6 Mensagem Linguística

Um elemento textual que representa o nome da banda se apresenta no centro da obra, encimado pela representação icônica de um pássaro com as asas abertas numa posição de voo, provavelmente uma gaivota.

O nome da banda foi apresentado de maneira centralizada na composição, com uma tipografia minimalista, livre de adornos e serifas, seguindo a ideia geometrizada do restante da arte, desprovida de formas circulares ou arredondadas. São praticamente formas angulares com características de letras, agrupadas de forma a formarem a palavra MORDIDA.



Figura 26 – Detalhe da capa.
Fonte: Autoria própria (2013).

O minimalismo nesse caso se difere em muito da simplicidade, que tem por objetivo o uso de formas com mensagens claras e diretas.

De acordo com Gomes Filho (2009, p.79) esse conceito pode ser chamado também como “Minimidade”, que “... realça visualmente os aspectos de clareza e simplicidade em razão, sobretudo de um mínimo de unidades ou elementos informacionais, quase sempre regidos pelo essencial.”

Já as mesmas formas que compõem o centro da base da torre, quando ligadas visualmente por meio da cor cinza diferenciada empregada nelas, criam a sensação visual de formarem o número 1.

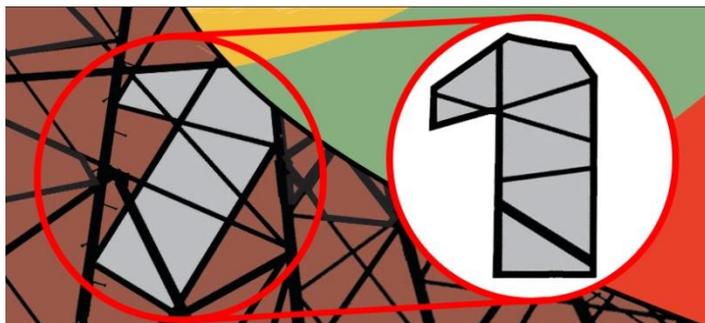


Figura 27 – Detalhe da capa.
Fonte: Autoria própria (2013).

Nesse caso utiliza-se novamente da conceituação técnica já explanada de “Unificação”, porém inserido no conceito de “Segregação”, por meio de contraste. A segregação é “... a capacidade perceptiva de separar, identificar, evidenciar, notar ou destacar unidades, em um todo compositivo ou em partes desse todo, dentro de relações formais dimensionais de posicionamento” (GOMES FILHO, 2009, p.30).

Portanto, segregando algumas formas por meio de cor diferenciada dentro de um todo, cria-se assim outra unificação segregada da anterior, por meio da cor diferenciada empregada na nova forma.

Como o álbum se chama “Mordida 1”, o nome apresentado de forma central e que é nome do grupo, é também o título do álbum quando lido em conjunto do número 1 apresentado na base da torre.

6.3 NOVA ONDA CAIPIRA, BANDA CHARME CHULO.

6.3.1 Sobre a banda:

Banda de Rock Caipira formada em meados de 2003, pelos músicos Igor Filus (voz), Luciano Assumpção (baixo), Rony Carvalheiro (bateria) e Leandro Delmonico (guitarra e viola caipira), sendo apenas um deles Curitibano de nascença e os outros três nascidos no interior do Paraná, porém todos moram atualmente em Curitiba.

A Charme Chulo já tocou em mais de 40 cidades pelo país e já dividiu o palco com nomes fortes do cenário independente nacional, além de artistas consagrados como Edgard Scandurra, Marcelo Nova, Nação Zumbi e Weezer (EUA).

A banda está atualmente em estúdio gravando seu terceiro álbum. Sua discografia conta com a primeira gravação intitulada Charme Chulo-EP gravado no ano de 2004, logo após em 2007 o primeiro álbum, homônimo assim como o EP, e em 2009 o segundo disco

oficial “Nova Onda Caipira”, álbum tema dessa análise.



Figura 28 – Integrantes da banda Charme Chulo.
Foto: André Jonsson (2013).

6.3.2 Ficha técnica do Disco

O álbum Nova onda Caipira conta com 11 faixas com o total de 37 minutos de áudio.

Sua produção contou o profissional Alexei Leão e a parceria do conhecido produtor musical Carlos Eduardo “Miranda”, que já produziu álbuns para as bandas nacionais Raimundos, Skank e O Rappa, também conhecido pela participação no corpo de jurados no programa “Astros - SBT”. Contribuiu com seu trabalho e influência, sendo uma espécie de conselheiro. Foi através de Miranda que a banda conseguiu gravar parte do disco no Estúdio Toca do Bandido (RJ), um dos estúdios mais requisitados entre as bandas de rock do país.

Arte gráfica executada por Gean Santos e fotografia por Rodrigo Belleh.

1	Moda Do Acerto	7	Borboleta De Porcelana
2	Fala Comigo, Barnabé!	8	Vida Moderna
3	Três Marias	9	Até Dizer Chega
4	Nova Onda Caipira	10	Rádio AM
5	Brasil Sacanagem	11	Galo Maringá
6	De Hoje Não Passa		

Quadro 8 – Lista de músicas do CD “Nova Onda Caipira”.
Fonte: Banda Charme Chulo (2013).

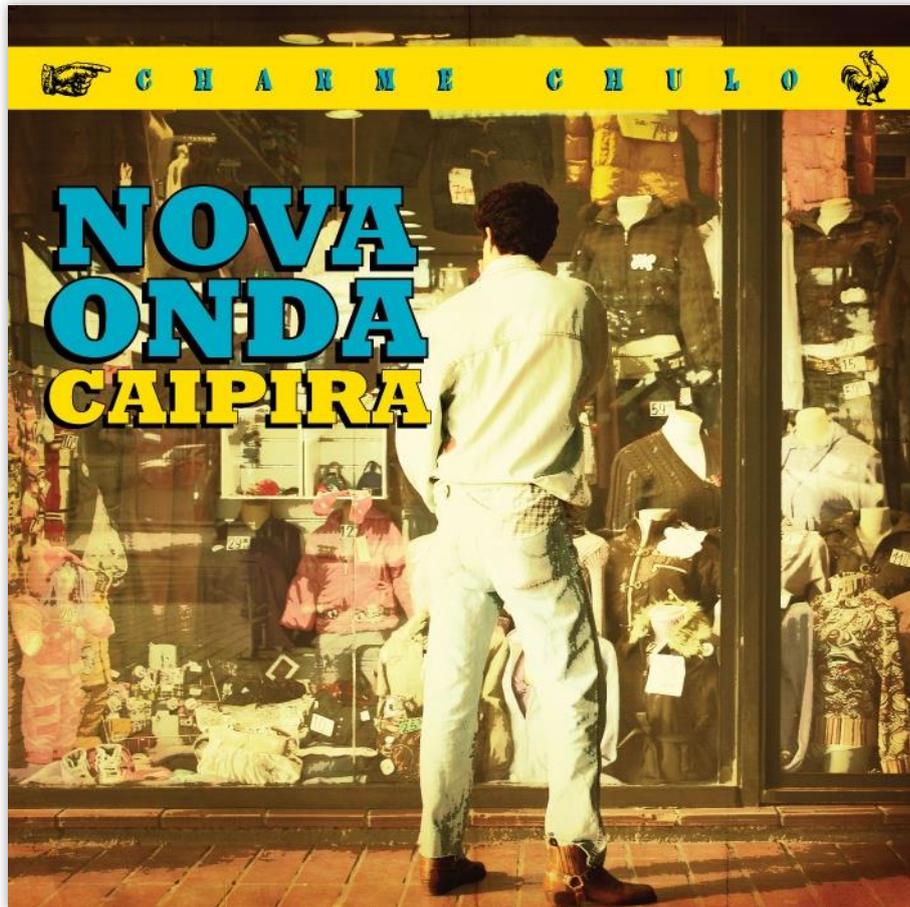


Figura 29 – Capa do CD Nova Onda Caipira – Banda Charme Chulo.
Fonte: Gean Santos (2013).

6.3.3 Descrição artística do álbum segundo os integrantes.

Foi descrito pela banda que grande parte da influência artística contida na capa desse álbum é oriundo da *Pop Art*, estilo artístico proveniente do fim da década de 50 e início de 1960, na Inglaterra e nos Estados Unidos (PROENÇA, 2000, p. 170).

A banda destaca que juntamente da *Pop Art*, outras referências também foram utilizadas para a composição dos elementos linguísticos da obra, porém não entraram em detalhes a respeito das mesmas, cabendo aqui o dever da análise de detalhá-las.

6.3.4 Mensagem plástica

As cores azul e amarelo são predominantes nessa capa, onde o destaque de cor se aplica nos elementos linguísticos por conta da foto principal por sobre onde os elementos linguísticos estão aplicados, estar em sépia, tipo de efeito que dá mais destaque aos tons castanhos da imagem.

A capa possui tamanho padrão para capas de CD de 120mm x 120mm, porém seu

encarte aberto se apresenta no formato 120m x 240mm, com uma dobra central, grampeado, com o total de seis folhas impressas frente e verso.

Segue abaixo as faces das duas primeiras páginas impressas com suas respectivas dimensões e em seguida o restante das artes.

240

CHARME CHULO
Igor Filius – voz
Leandro Delmonico – guitarra, viola caipira e vocais
Piterson Marconi – baixo e vocais
Rony Carvalheiro – bateria

Produzido por Charme Chulo e Alexei Leão
Arranjos por Charme Chulo

Gravado nos estúdios: Toca do Bandido (Rio de Janeiro/RJ), Ferradura (São Paulo/SP) e AML (Florianópolis/SC) entre dezembro de 2008 e julho de 2009.

Mixado e masterizado no estúdio AML por Alexei Leão

Assistente Toca do Bandido: Renato Godoy
Assistente AML: Andrei Leão

Instrumentos adicionais
Adriano Magoo acordeon em "Três Marias", "Borboleta De Porcelana" e "Vida Moderna"; Itabella Villalon, Maiza de Lavênerê e Thiago Vekho vozes em "Nova Onda Caipira", Rubens Nunes harpa em "Borboleta De Porcelana".
O disco contém também: violão e harmônica por Leandro Delmonico, palmas por Igor Filius e Leandro Delmonico, programação e teclados por Alexei Leão.

Projeto gráfico: Gean Santos
Arte: Gean Santos e Charme Chulo
Fotografia: Rodrigo Belleh

Atores: Alcor de Carvalho, Babi Xavier, Getúlio Guerra, Timbo Deliberali e Wonder Bettin.

Informações e contato para shows:
www.charmechulo.com.br
www.myspace.com/charmechulo
charmechulo@gmail.com

Agradecimentos
Abonico Smith, Anderson de Souza Bruno Montalvão, Caio Lopes Carlos Eduardo Miranda, Carlos Zubeck Christian Schwartz, Eduardo Bart Felipe Aranha, Flavio Chokito Helio Flanders, Irque D'Ávila Iuri Freiberger, Luiz Cudo Marano, Reginaldo Lincoln, Ricardo Sugayama Vinicius Braganholo Vitória Aranha, Café Express Engefoto, Lojas Cavezzale, Sanepar

Agradecimentos Especiais
Alfredo Filius, Cynthia Becker João Carlos Carvalheiro João Filius, Juares Fontanelli Marcello Müller e Selo Volante I Maria Aparecida Matelosso Filius Maria Salete, Geslene Carvalheiro Renato Filius, Suelen Moscardi Soraya Sugayama Em Memória de Marly Izabel Carvalheiro

120

240

MODA DO ACERTO
(Leandro Delmonico / Igor Filius)

Esta cidade já me deu uma grande frustração
O caso que eu conto agora é de partir meu coração
Hoje ando nestas ruas como quem não vive mais
Fico sempre ligado na agito das marginais
Desconforto até da sombra, já não vivo mais em paz.

Tarde da noite, estava só, bem ali no terminal
Um rapaz se aproximou de uma maneira casual
Me pediu algum trocado pra ajudar na condução
Da fui muito inocente e não pensei na ocasião
Da abri minha carteira, dando mole pro ladrão

"Mas passe tudo e é pra lá", ordenou-me o rapaz
Perto dele tinha outro, então fiquei com um pé atrás
Pensei em sair correndo ou em dar uma dzêta
Mas eu vi que o outro moço tava numa bicicleta
E se foi o mes, dinheiro, o maluco fez a festa.

E nesse dia então pensei: como pode, meu senhor,
Carregavam mais dinheiro, pobrez do trabalhador
Já o roubam no governo, no salário e em tribunais
Chega um louco de gole, faz a limpa e tanto faz
Faço acerto com bandido, desse jeito não dá mais.

FALA COMIGO, BARNABÉ!
(Leandro Delmonico / Igor Filius)

Barnabé já não se anima mais.
Tá sentado com a sua mão
Na harriga, na varanda,
Osem vê penas que ele já largou.

Largou os betes e não gosta de arriscar
(ô a verdade)
É tão sincero e não tem vergonha, não
(assim é fácil)
So me convidá para um truco ou dominó
(o que eu faço?)
Será estranho, vamos ver no que vai dar.

Eu estou, não é?
Exigindo demais de você, oh, Barnabé.
Sempre tento me aproximar.
Gostaria muito de falar
Com pessoas diferentes
Com jeito de Barnabé.

Sinto preguiça quando penso em ir pra lá
(sou mole chato)
A minha prosa não é muito social
(eu tenho medo)
Tomar corpsem é a melhor das opções
(tomar corpsem, não tem mistério, não)
Será estranho, vamos ver no que vai dar.

Dos filmes bons ele manca gostoso,
Bloqueado, só conta piada.
Deve ter um trauma, sim, senhor.
É possível...Vou solucionar.

120

RÁDIO AM
Do lado de fora do rádio
Do rádio eu escuto o som
Do rádio eu escuto o som
Do rádio eu escuto o som

TRÊS MARIAS
O acordeonista, o violão
O acordeonista, o violão
O acordeonista, o violão

VIDA MODERNA
A tecnologia de hoje
A tecnologia de hoje
A tecnologia de hoje

ATÉ DIZER CHEGA
Quando eu digo chega
Quando eu digo chega
Quando eu digo chega

BRASILEIRO SACANINHA
O brasileiro sacaninha
O brasileiro sacaninha
O brasileiro sacaninha

DE HOJE NÃO PASSA
De hoje não passa
De hoje não passa
De hoje não passa

BORBOLETA DE PORCELANA
A borboleta de porcelana
A borboleta de porcelana
A borboleta de porcelana

Figura 30 – Páginas do encarte.
Fonte: Autoria própria (2013).

6.3.5 Mensagem Icônica

A capa do encarte do álbum “Nova Onda Caipira” apresenta como elemento central a representação fotográfica de uma pessoa aparentemente do sexo masculino, que não pode ser reconhecida por estar de costas para o interpretante dessa imagem e por possuir o rosto quase totalmente escondido. O mesmo se encontra trajado com roupas relacionadas às de uso dos moradores de cidades do interior (roupas resistentes para trabalho desgastante), estilo denominado como *Cowndry*, proveniente das roupas utilizadas para trato rural com bois e vacas.

O mesmo encontra-se em pé e sua postura demonstra claramente através da posição de seus pés de que está no cenário apenas de passagem, de que apenas parou por que algo lhe chamou atenção, onde seu pé de apoio se encontra em posição de dar um próximo passo em contrapartida com o pé esquerdo que conteve o corpo para o elemento de interesse na vitrine.

A vitrine é visivelmente composta por roupas femininas e infantis. Fica a pergunta de qual seria o interesse do personagem por tal loja, estabelecimento esse que de acordo com Igor Filus está situado dentro no terminal de ônibus do bairro Boqueirão.

Assim pode-se concluir pelo estilo de vestimenta e pelo fato de ilustrar um álbum intitulado “Nova Onda Caipira” de que se trata de um caipira na cidade de Curitiba. Talvez um sujeito que decidiu arriscar a sorte, podendo citar aqui uma frase da música-título do álbum onde é indagado: “Tem caipira na cidade, ou a cidade que é caipira?”.

Como citado anteriormente, a maior influência gráfica no tratamento da imagem da capa segue o estilo da *Pop Art* americana, que misturava na publicidade popular dos anos 50 a fotografia, ilustração, pintura e histórias em quadrinhos, de modo a utilizá-la como uma fonte inesgotável de matéria prima, transformando o que for possível e corriqueiro do dia-a-dia num objeto de admiração e reflexão, “um dos mais ferozes veículos da ironia e do sarcasmo contemporâneo” (TINTELOT, 1972, p. 163) combinando com uso de abundantes cores inusitadas massificados pela publicidade e pelo mercado de consumo popular (JANSON; JANSON, 1996).

É possível reparar que a imagem dessa capa se trata de uma foto, modificada digitalmente no mesmo conceito das imagens do movimento artístico de referência, em que há grande interferência entre fotografia e pintura, sobrepostas, onde a pintura mesmo que digital, interfere nas cores da fotografia original.

É visível que a imagem foi manipulada para sobressair seus tons castanhos, porém dando destaque apenas as cores quentes das roupas na vitrine, do chão de tijolos e no cabelo levemente avermelhado do personagem. Lembrando aqui de que as cores fortes e chamativas

provenientes da *Pop Art* se encontram também predominando todo o resto do encarte.

Pode-se também observar duas ilustrações, uma no início e outra no fim do nome da banda, representação de desenhos aparentemente manuais de uma mão e um galo.

6.3.6 Mensagem Linguística

Os elementos linguísticos se encontram na parte superior da capa, apresentando primeiramente o nome da banda, que ocupa quase toda a extensão da capa, em letras maiúsculas com grande espaçamento entre si e fonte serifada, destacadas pela cor azul sobre uma faixa amarela. Logo abaixo ainda na parte superior esquerda, o nome do álbum em fonte diferente, porém no mesmo estilo da primeira, onde as palavras “nova” e “onda” recebem destaque de tamanho em relação à palavra “caipira”.

Observa-se aqui um padrão nas fontes utilizadas, tanto no nome da banda quanto o título do álbum, embora visivelmente não sejam pertencentes à mesma família tipográfica.

Ambas as fontes são inspiradas no design das tipografias serifadas utilizadas em abundância no período da revolução industrial americana. Esse estilo teve sua criação na década de 1920, onde transferiu o uso predominante da tipografia que era voltado aos livros, para as chamadas fontes de formato *display*, especiais para títulos em placas e cartazes com legibilidade a média e longa distância.

Sua necessidade se deu por conta do setor de manufatura norte-americana estar em seu auge, com a demanda de venda muito impulsionada pela grande demanda de produção, assim essas fontes foram predominantemente criadas para fins de *marketing*, onde seus formatos eram grandes e chamativos justamente para que o produto ganhasse destaque de vendas, com fontes ora achatadas ora esticadas que atendiam a necessidade de se encaixarem no formato de papel predominante no mercado de impressão da época, além da versatilidade de poderem ser incluídas em qualquer espaço branco podendo chamar atenção para um novo produto (CLAIR; BUSIC-SNYDER, 2009).

Observe abaixo uma fonte criada com essa finalidade na época, a *CoffeeCan*, muito comum e utilizada até hoje.

ABCDEFGHIJKLMNOP
 QRSTUVWXYZABCDEFG
 HIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 .,:;'"!

Figura 31 – Fonte *Coffee Can*.
 Fonte: Website Fontspace (2013).

Um dos usos mais populares dessas fontes ficou marcado por uma região, o intitulado hoje Velho-Oeste, onde essas famílias tipográficas ganharam o apelido de estilo “*Western*” por conta do uso das fontes ter se popularizado nas placas dos *Saloons*, os bares norte-americanos das décadas entre 1850 e 1890 na região oeste da costa do oceano pacífico.



Figura 32 – Saloon *Big Nose Kate's* em Tombstone, Arizona.
 Fonte: Website Wikimedia (2013).

Pode-se observar novamente a influência da *Pop Art* quando nos referimos aos elementos linguísticos, nesse caso, por conta da escolha das cores empregadas nessas fontes, onde o artista de utilizou as cores azul e amarelo em seus tons puros, contrastando muito com as cores da foto de fundo da capa do encarte, assim como a ideia aplicada no mesmo movimento artístico.



Figura 33 – Detalhe capa.
Fonte: Autoria própria (2013).



Figura 34 – Detalhe capa.
Fonte: Autoria própria (2013).

6.4 CAMAFEU, BANDAFELIXBRAVO.

6.4.1 Sobre a banda:

A FelixBravo é um duo formado em 2007 pelos compositores João Felix (violão e voz) curitibano, e o carioca Bernardo Bravo (voz e flauta) que estão sempre acompanhados em seus shows por um trio de Afro-Samba-Jazz, formando uma banda com o total de 5 integrantes.

Além do som inovador e sofisticado, a banda participa sempre de projetos culturais na cidade de Curitiba, como o Levante de Música Curitibana, conhecido como o “Levante na Casinha” de 2011, além do projeto “FelixBravo Convida”, onde promovido pelo Tertúlia Produções Culturais, recebe bandas, parceiros, amigos e convidados da cena autoral Curitibana para promover fusões de atrações artísticas de qualidade, realizado no “Realejo Culinária Acústica” num total de cinco encontros durante o decorrer de um mês.



Figura 35 – Integrantes da banda Felixbravo.
Foto: Daniela de Carvalho, 2013.

6.4.2 Ficha técnica do Disco

Primeiro álbum da banda, lançado em 2010, conta com direção artística e arranjos de André Prodóssimo, além de valiosas participações especiais de instrumentistas curitibanos como Maria Alice Brandão, Sérgio Albach, Dú Gomide, Julião Boêmio, Zezinho do Pandeiro, Clayton Silva, Flávia Guinez, Felipe Ayres, Rogério Leitum, Márcio Rosa, Sérgio Coelho, Macarrão e Carolina Panesi.

O trio de Jazz que contempla a instrumentação é composto pelos músicos Fabio Cardoso, Flávio Lira e Mauro Castilhos.

1	Maxichoro	7	Marzipan
2	Bossa 'n' Bossa	8	Sossegúria
3	Brincante	9	Mala de Sonhos
4	Para Acordar Corações Tupiniquins	10	Infância
5	Tertúlia	11	Encantada
6	Arteiro		

Quadro 9 – Lista de músicas do CD “Camafeu”.
Fonte: Banda FelixBravo 2013.



Figura 36 – Capa do CD Camafeu – Banda FelixBravo.
Fonte: Rosângela Souza Araújo (2013).

6.4.3 Descrição artística do álbum segundo os integrantes.

A descrição do álbum foi bastante consistente por parte dos integrantes. Afirmam constar duas diferentes frentes artísticas de influência na arte da capa do álbum Camafeu, tanto da *Belle Epoque*⁹ quanto *Art Nouveau*¹⁰, “pois o som gravado se referia em parte à sonoridade que existia no Brasil nesse período (período referente às frentes artísticas citadas, entre 1871 e 1914 aproximadamente)” (FELIXBRAVO, 2013).

Além da influência artística, citam o conceito de sustentabilidade por utilizarem formato reciclável para a embalagem do CD.

E ainda segundo os mesmos, a composição da ilustração que contempla a capa do disco, se trata de técnica mista, unindo pintura manual e vetor.

⁹ No Brasil, este período tem início em 1889, com a Proclamação da República, e vai até 1922, quando explode o Movimento Modernista, com a realização da Semana da Arte Moderna na cidade de São Paulo. .

¹⁰ Movimento artístico da última década do século XIX, reunindo as ideias da industrialização, do Movimento de Artes e Ofícios, da arte oriental, das artes decorativas e das iluminuras medievais. (PROENÇA, 2000, p. 137)

6.4.4 Mensagem plástica

Essa capa transmite de forma sucinta sua mensagem. Apresenta em destaque central uma imagem de tamanho moderado, trazendo logo abaixo o nome da banda e em seguida o título do álbum.



Figura 37 – Alinhamento estrutural apresentado na capa do CD Camafeu.
Fonte: Autoria própria (2013).

A capa do encarte na verdade faz parte da embalagem em que o CD se encontra, uma vez que a embalagem se trata de uma única folha impressa e dobrada, de orientação horizontal medindo 302x 420mm, impressa frente e verso.

A arte é impressa em papel reciclado e dobrada como um origami até a medida de 125mm x 125mm. São ao total 7 dobras, observe abaixo.

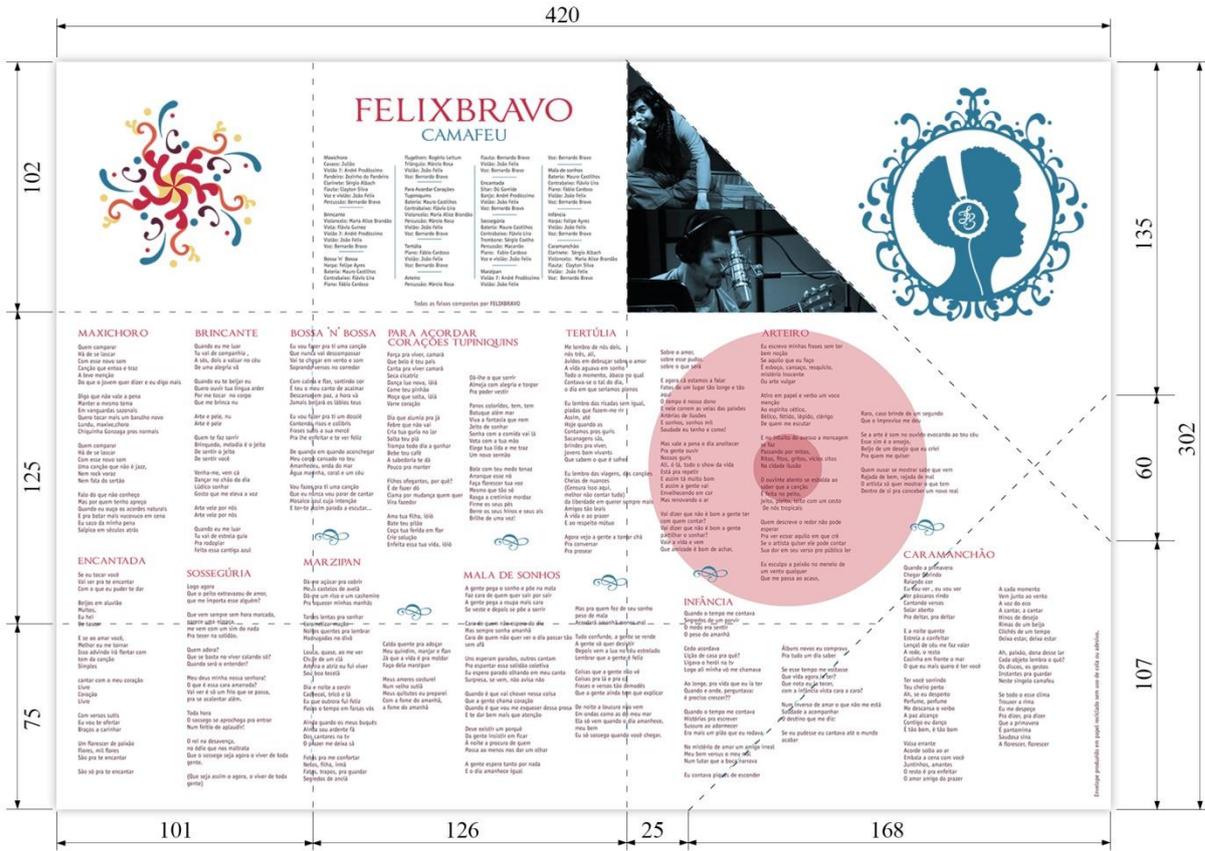


Figura 38 – Dimensões da frente do encarte em milímetros. Fonte: Autoria própria (2013).

É fácil de observar que os elementos com influências florais e a estética do *Art Nouveau* se repetem por toda a embalagem/encarte do álbum dando continuidade a ideia utilizada na capa.



Figura 39 – Dimensões do verso do encarte em milímetros.
Fonte: Autoria própria (2013).

A banda se preocupou em passar adiante uma mensagem de reciclagem e uso de materiais não poluentes através desse encarte, assim ensina a maneira de produzir outros utilitários com a mesma ideia utilizada aqui, incluindo um manual na parte interna da arte:

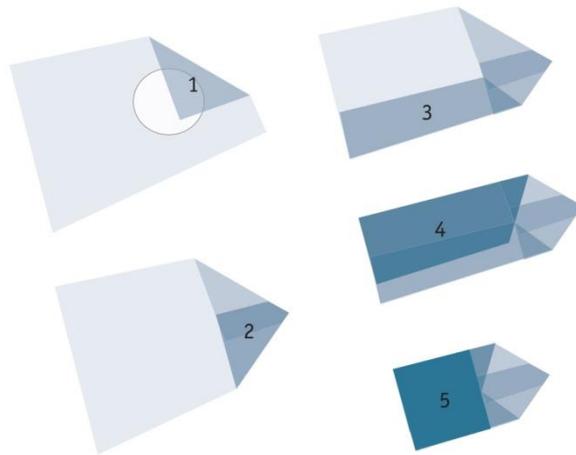


Figura 45 – Manual de montagem da embalagem/encarte.
Fonte: Banda FelixBravo, 2013.

6.4.5 Mensagem Icônica

Como visto na imagem 31, o alinhamento que a capa apresenta é central, chamando atenção a imagem de destaque impressa.

Essa imagem se encontra exatamente no centro do quadro e se trata da representação por meio de ilustração do rosto em perfil de uma mulher que usa fones de ouvido. Sua pele e cabelos são azuis, e seus fones são amarelos, da mesma cor da cor de fundo situado atrás da mesma.

O rosto e o fundo amarelo se encontram delimitados por uma moldura redonda, e essa mesma se decompõe externamente em muitas curvas que seguem um padrão simétrico em relação aos seus lados direito e esquerdo.

Apresenta a mesma cor azul e os mesmos tons da moldura, apresentados na pele da mulher que demonstra tratar-se de uma afrodescendente através de acentuação de características físicas, principalmente por apresentar cabelos crespos, crescendo quase paralelos ao couro cabeludo (BQAFRICA), lábios grossos e testa saliente.

O penteado apresentado é denominado como *Black Power*, que se popularizou por volta da década de 70 aqui no Brasil, trazido junto com a cultura do Hip-Hop que se instalou no começo dessa mesma década.

Além da associação visual, e por estarmos nos referindo à arte no meio musical, não se pode esquecer que grandes referências femininas apresentam o mesmo aspecto étnico dentro da Música Popular Brasileira, onde se justifica também o ícone escolhido, pelas influências musicais da banda que entre outras está a MPB.

Observe abaixo artistas brasileiras que se encaixam no mesmo perfil.



Figura 40 – Cantora e atriz Zezé Motta.
Foto: Liliane Barros (2008).



Figura 41 – Cantora Mariene de Castro.
Foto: Edgar de Souza (2012).

A mulher ilustrada na imagem de capa está utilizando fones de ouvido, provavelmente escutando o CD da qual ilustra (não só na capa, mas também na bolacha), até por que seus fones trazem as iniciais da banda em sua lateral.

O fone na verdade não existe, ele é um espaço vazio recortado da ilustração na cabeça da moça, essa ilusão se trata de um efeito visual muito popular e seu princípio é denominado pela *Gestalt* como “Lei do Fechamento”, onde objetos agrupados juntos são vistos como inteiros. Tendemos a ignorar buracos e completar contornos e linhas (LINGUAGEM VISUAL.COM.BR).

Assim a imagem da mulher e dos fones na verdade são três imagens separadas entre si, dando apenas aparência de unidade. Observe logo abaixo os elementos isolados.

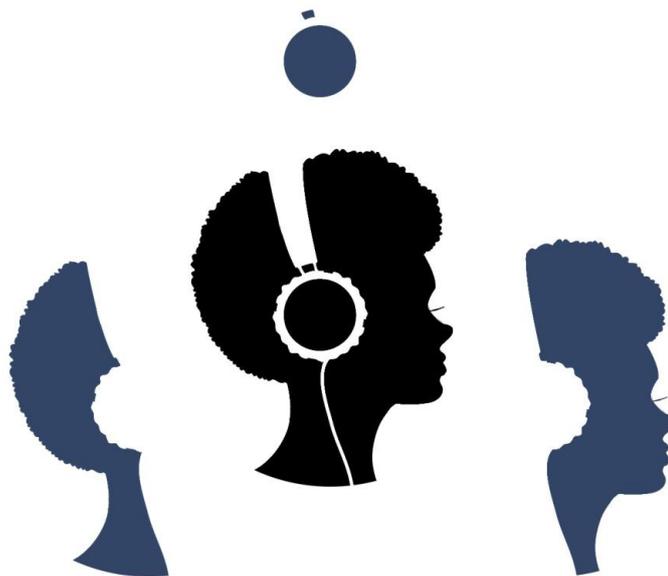


Figura 42 – Imagem de capa desmontada.
Fonte: Autoria própria (2013).

Quanto a moldura que circunda os elementos descritos anteriormente, trata-se de uma forma ligeiramente ovalada, com sua altura um pouco maior que largura.

Faz parte da moldura um emaranhado de voltas externas à mesma e como dito anteriormente pelo componente banda, com visíveis influências do estilo artístico *Art Nouveau*.

O *Art Nouveau* surgiu como uma tendência arquitetônica inovadora do fim do século 19: um estilo floreado, em que se destacam as formas orgânicas inspiradas em folhagens, flores, cisnes, labaredas e outros elementos (ALENCAR, 2008).

Observe um bom exemplo das formas orgânicas na imagem abaixo:



Figura 43 – Detalhe do Wainwright Building - St. Louis, Missouri - 1891.
Fonte: Website Chicagodetours (2013).

Além da arquitetura marcante do estilo *Art Nouveau*, podemos nos utilizar também de pinturas do famoso artista Alphonse Mucha (Ivancice, 24 de julho de 1860 - Praga, 14 de julho de 1939) para ilustrar melhor o estilo, onde demonstra claramente de onde pode ter surgido as influências do artista gráfico da capa do encarte no momento de criação. Alphonse Mucha é grande referência do estilo para qualquer artista ou admirador da *Art Nouveau*.



Figura 44 – Brunette & The Blonde, 1897 – Alphonse Mucha.
Fonte: Website Gisela And Zoe (2013).

As cores se apresentam na capa desse álbum de uma forma chamada por Kandinsky como “contraste quente-frio”, primeiro importante contraste cromático, onde a cor quente é o amarelo e a cor fria é o azul, respectivamente de movimentos excêntricos (irradiação), e concêntricos (distanciamento).

Assim tem-se um equilíbrio nessa capa, primeiramente com uma cor fria, o azul, que para Kandinsky caracteriza-se como uma cor imaterial que conecta o homem com sentimento de pureza e aproximação do lado divino que carrega dentro de si.

Em contraponto à frieza do azul, temos grande porcentagem do amarelo, que também de acordo com Kandinsky vê como cor essencialmente material e terrestre, porém fascinante e extravagante, uma explosão de energia, portanto uma cor sem profundidade (BARROS, 2006, p. 185 a 189).

6.4.6 Mensagem Linguística

O elemento central da imagem é um elemento linguístico, trata-se de uma tipografia cursiva (que imita escrita manual), que também como no estilo da moldura apresenta muitas voltas e floreios, formando um “F” e um “B” no mesmo tom de amarelo do fundo da imagem; Tratam-se das iniciais dos nomes Felix e Bravo que compõem o nome da banda. Nota-se que as duas letras são na verdade uma só, pois se unem o fim de uma e começo de outra; Esse elemento não é exclusivo da capa desse álbum, por se tratar do logo oficial da banda, demonstrando a afinidade do duo para tal influência artística.

Logo abaixo da ilustração em que traz o logo, a tipografia que apresenta o nome da

banda é a mesma do título do álbum, uma fonte serifada, em letras maiúsculas em ambos os casos e de espessura fina, porém uma fonte de impacto. Possui pela sua pouca espessura muitos espaços em branco, o que faz parecer ocupar mais espaço na capa do encarte.

Apresenta-se também em cor azul escuro, o mesmo tom apresentado na ilustração do perfil da mulher.

O nome do álbum “Camafêu” é condizente com os signos icônicos descritos anteriormente, uma vez que a forma de moldura apresentada nessa capa remete aos camafeus utilizados pelas mulheres em forma de pingente, e que trazem um rosto esculpido, assim como a ilustração traz a mulher afrodescendente no interior da moldura.

6.5 PSICHOPUNK’A’BILLYBOOGIE, BANDA OVOS PRESLEY

6.5.1 Sobre a banda:

A Ovos Presley foi formada em Curitiba (PR) em 1993, e segundo Neto (2004, p. 408), por conta da significativa atuação da banda no cenário musical, “o Psychobilly em Curitiba só não caiu no esquecimento graças ao Ovos Presley, banda [...] responsável por manter a cena psycho nesse período difícil”.



Figura 46 – Integrantes da banda Ovos Presley.
Foto: Facebook da banda Ovos Presley, 2013.

6.5.2 Ficha técnica do Disco

Segundo álbum da banda, é sucessor do CD “*A date With Ovos*” de 2004.

O segundo álbum é um lançamento independente e recebeu apoio da Fundação Cultural de Curitiba, dentro do projeto Inter.Liga CWB – CliniRecords, onde 12 CD’s de bandas Independentes Curitibanas foram lançados, entre eles o *PsychoPunk’a’BillyBoogie*, da Ovos Presley.

Gravado e mixado no Estúdio Clínica (2010-2011), direção de Murilo Da Rós teve sua arte feita por Anderson L.A., e o apoio do fotógrafo Rodrigo Juste Duarte.

Os títulos das músicas nesse álbum traduzem muito bem a proposta musical da banda, onde nesse caso a Ovos Presley mostra a que veio de maneira suja, vulgar e meticulosa, é o “*thrash*” da vida musical de Curitiba, pouco conhecida pela sua população.

1	O Vocalista Fantasma	9	Noite de Finados
2	Tristes Homens Azuis	10	Bêbado Maloca
3	Vai Tomá no cu	11	Mente Mentecapta
4	Mulheres de Cinta-liga e meias Pretas	12	A Noiva
5	Monstro Doido	13	Maldição do Lobisomem
6	No Meu Carro	14	Vampiras de Curitiba
7	Maldito Cupido	15	Apodrecer
8	Animal Demente		

Quadro 10 – Lista de músicas do CD “Psychopunk’a’Billyboogie”.
Fonte: Banda Ovos Presley 2013.

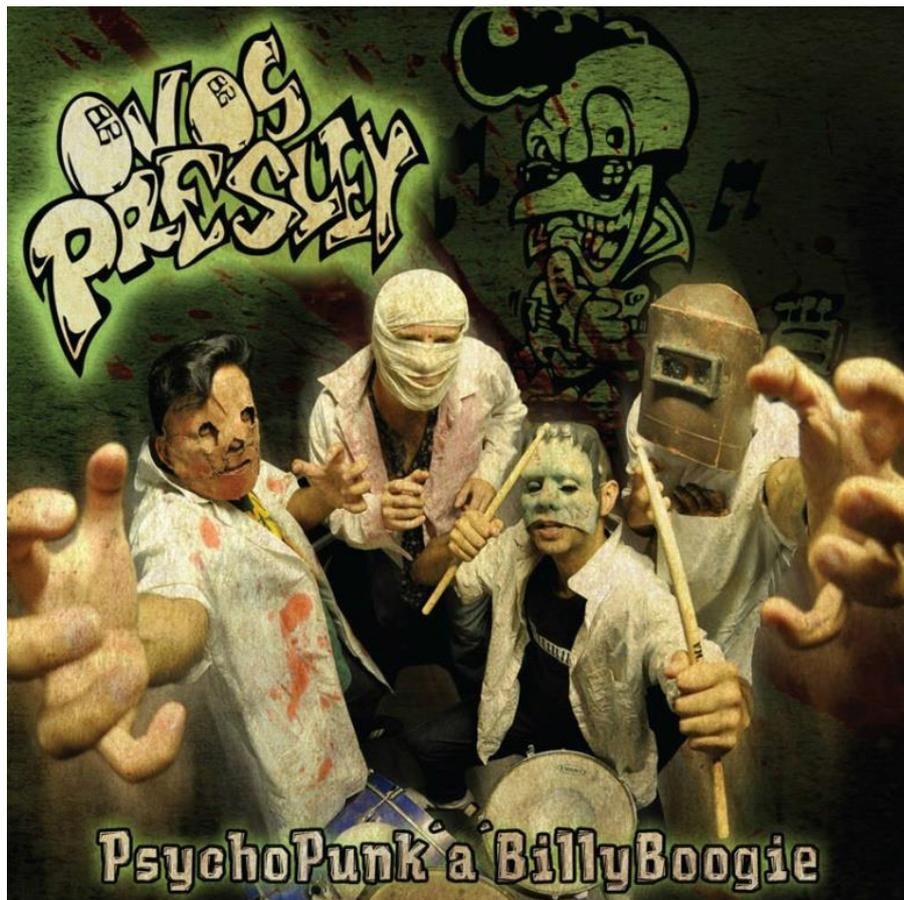


Figura 47 – Capa do CD PsychoPunk’a’BillyBoogie – Banda Ovos Presley.
Fonte: Anderson L. A. (2013).

6.5.3 Descrição artística do álbum segundo os integrantes

Os integrantes não souberam descrever com exatidão quais as influências artísticas utilizadas na concepção da capa, porém informaram as técnicas utilizadas, que como podemos perceber, se tratam de manipulação fotográfica e pintura digital. Em nenhum momento foi citada a tipografia como elemento de construção e transmissão de algum tipo de mensagem.

6.5.4 Mensagem plástica

O tamanho completo do encarte aberto é de 120x480mm, com três dobras, impressa na frente e no verso, papel liso branco, onde a capa ocupa o espaço de 120x120mm.

Observe abaixo o encarte aberto, frente e verso:

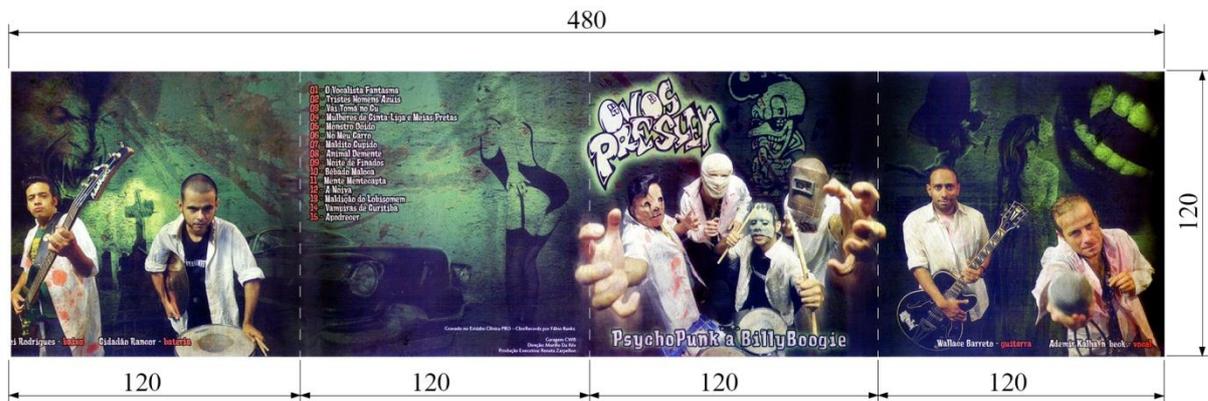


Figura 48 – Dimensões da frente do encarte. Dimensões em milímetros.
Fonte: Autoria própria (2013).

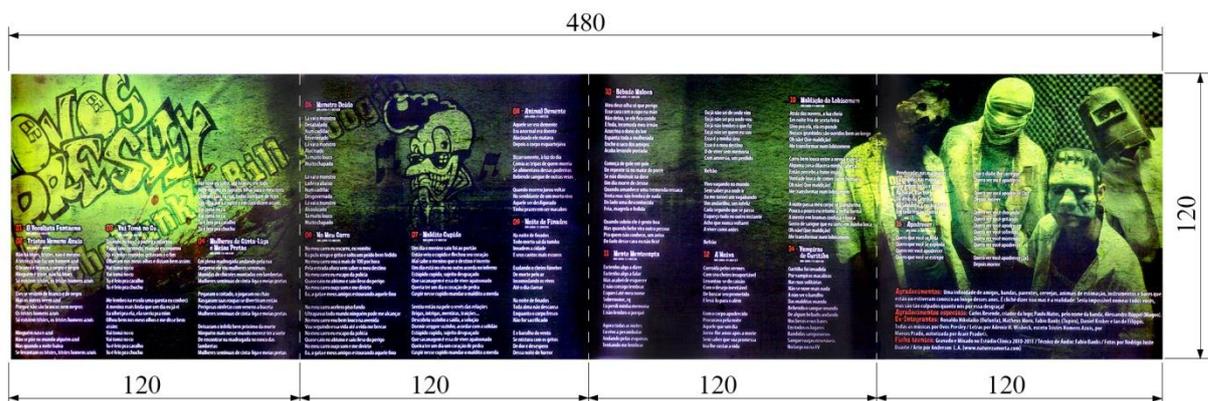


Figura 49 – Dimensões do verso do encarte. Dimensões em milímetros.
Fonte: Autoria própria (2013).

6.5.5 Mensagem Icônica

Os signos icônicos (ou figurativos) e que já foram parcialmente apresentados anteriormente sob a análise dos elementos plásticos, se traduzem agora de maneira mais profunda, além apenas de sua representatividade visual, mas seu papel como Ícone, sua

significância enquanto representador daquilo que é reconhecido pelo Interpretante dessa obra.

Começaremos pelo signo icônico principal dessa composição, a representação dos integrantes numa foto já citada anteriormente, tomando a maior parte do quadro, sem alinhamento específico, porém encontrada sob o enquadramento chamado (“mergulhada” em francês, termo usado para definir um tipo de enquadramento em que a câmera filma o objeto de cima para baixo, situando o espectador em uma posição mais acima do objeto), enquadramento que dá a impressão ao interpretante de que será puxado pelos integrantes para dentro do quadro, ideia que se dá pelo tom ameaçador de suas mãos, que ao mostrarem dedos semiflexionados demonstram a intenção de agarrar o espectador. O corte da imagem remete à impressão de que estando aprisionados na moldura, os integrantes também podem sair dela, em direção ao observador.

Os integrantes fazem pose ameaçadora com mãos e braços, porém a expressão facial não pode ser captada por trajarem máscaras que recobrem todo o rosto. Todos vestem roupas que remetem à jalecos de centros cirúrgicos. Utilizam-se também na composição de um instrumento musical central, parte de uma bateria, e as baquetas nas mãos do baterista.

Podemos observar agora o estilo da banda, que inspirada no estilo musical denominado *Psychobilly* e que surgiu entre as décadas de 70 e 80 nos EUA, se tanto visualmente nos populares filmes e quadrinhos de Horror e Terror difundidos na época, estilo cinematográfico que têm suas bases na década de 1920 e 1930 e os quadrinhos a partir de 1940, todos nos Estados Unidos quanto musicalmente no *Rockabilly* da década de 60.

Vemos essas influências nos ícones visuais que a banda apresenta, como o jaleco manchado, simulando com a cor vermelha marcas de sangue, que é como se apresenta em cenas de experimentos médicos com humanos realizados em alguns filmes, sugerindo aqui que os mesmos podem ter tido contato com fluidos humanos, onde inseridos no contexto, podem causar mais ainda um certo receio, pelo fato dos membros da banda não serem médicos qualificados, mas uma banda musical.

O estilo em que se inspiram também se traduz nas máscaras que os componentes usam, mais uma vez fazendo menção aos filmes/HQ's de horror/terror; Apresentam com a máscara do baterista, referência à película intitulada *Frankenstein*, um clássico de 1931 que conta a história de um homem construído com partes dos corpos de várias pessoas já falecidas e possuía o semblante semelhante ao da máscara usada pelo integrantes; Já a bandagem que cobre o rosto do vocalista, pode referenciar a curativos médicos e também sugere bandagens de mumificação, e assim como no exemplo do filme contemporâneo *Frankenstein*, citado anteriormente, pode referenciar ao filme “*The Mummy*” (A Múmia), lançado no ano de 1932.

Os experimentos humanos sugeridos também se mostram presentes na máscara do baixista que simula ser composta de carne humana costurada, assemelhando-se pela cor, pela textura e pelos históricos de casos cinematográficos em que personagens se utilizaram dessa ideia.

Já o guitarrista da banda não foge ao padrão utilizando-se de uma máscara de solda e carregando uma mão simulando ser humana, no bolso do jaleco.

O estilo propriamente dito *Psychobilly* se mostra através do penteado do baixista, apresentando um topete alto e bem modelado, fazendo tanto menção ao estilo que se utiliza muito de penteados de grande porte, quanto referência ao mundialmente conhecido artista de *Rock'nRoll*, Elvis Presley, artista qual a banda tomou parte de seu nome emprestado para nomear o conjunto.

Outro signo Icônico que chama muito atenção é a presença da cor verde em todo o encarte, também demonstrando inspiração nos filmes de Horror dos anos 20/30, posteriormente nas HQ's, cor que remete ao mistério, ao sobrenatural, inclusive o aspecto de velhice, mofo, decomposição, presente no cerne das ideias dessas histórias e muito utilizado hoje em dia em muitos casos em que a mesma ideia quer ser transmitida. Assim pode-se citar a ideia de Kandinsky onde afirma que “quando se trata de esfriar o amarelo (adicionando-lhe um pouquinho de azul), a mistura adquire tom esverdeado e ganha aspecto “doentio”, “sobrenatural” (BARROS, 2006, p. 186).

Veja abaixo exemplo de utilização da cor em um anúncio de filme do começo do século XX:

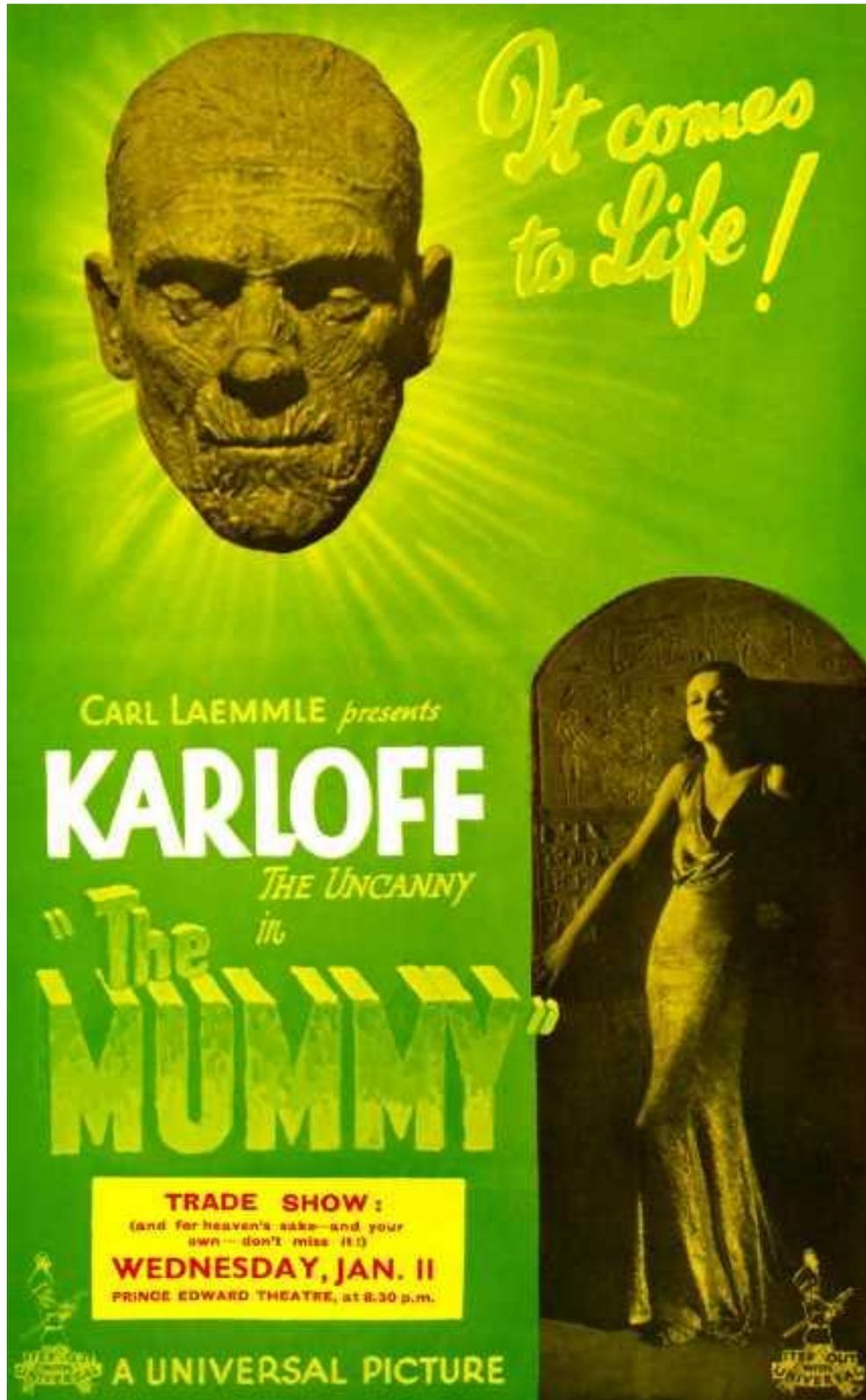


Figura 50 – Cartaz do Filme “The Mummy”, do ano de 1932.
 Fonte: Website Warchild (2013).

A seguir a mesma aplicação no contexto de hoje para jogo de RPG:

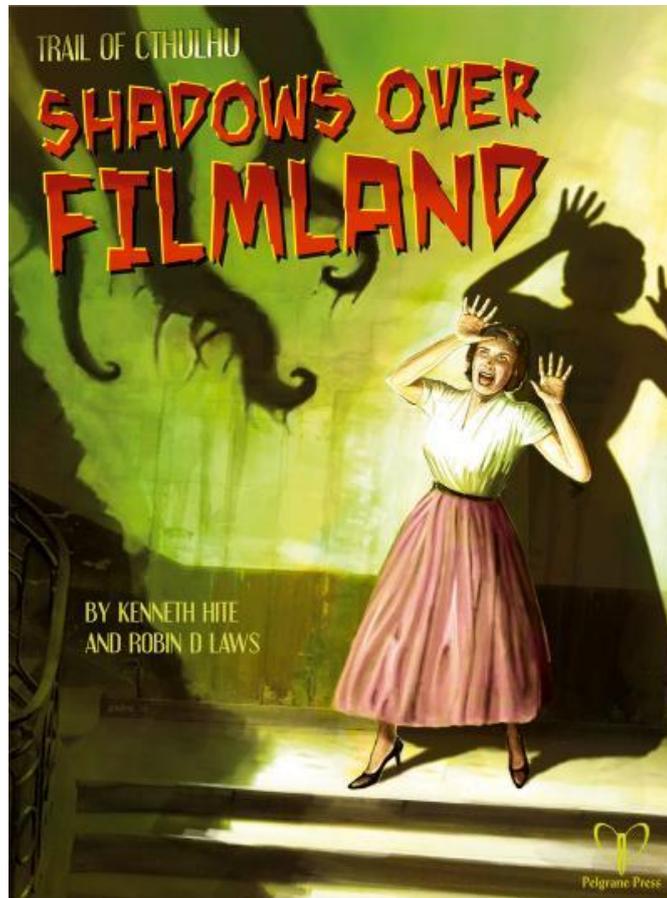


Figura 51 – Capa do Jogo “Shadows over Filmland”, 2009.
Fonte: Website Ambrosia (2013).

É perceptível no encarte do álbum o uso de ilustração juntamente com a arte fotográfica, herança dos quadrinhos, onde se encontra no lado direito superior da capa do encarte, que se trata do mascote da banda, e se encontra em uma simulação digital de grafite feito em alguma superfície, provavelmente um muro.

O mascote da banda (provavelmente um galo) mostra também seguir a mesma composição cromática do resto do encarte, com verde na maior parte da sua composição, preto no contorno e preenchimento dos seus óculos e cabelo (crista), e nas notas musicais que se dispõem em volta do personagem.

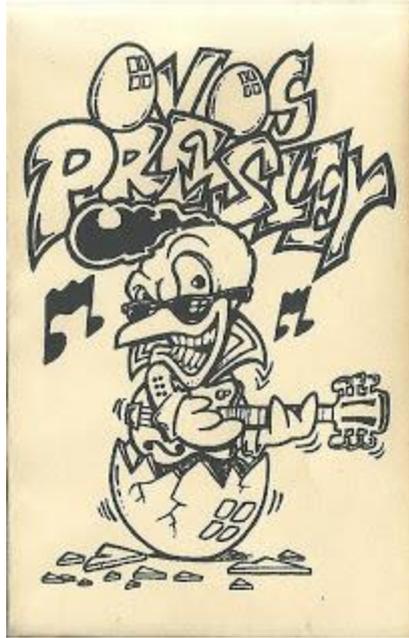


Figura 52 – Logo da banda Ovos Presley.
Fonte: Banda Ovos Presley 2013.

O animal é humanizado, usa roupas, óculos escuros, possui dentes e segura uma guitarra a qual demonstra estar tocando alguma música, isso por conta desses índices musicais em forma de notas avulsas, como se a música estivesse se espalhando pelo ar, como algo concreto.

Voltando as cores, o vermelho como já citado nos jalecos também se encontra na parede atrás dos integrantes, contrastando com o verde em uma simulação de jato de sangue, porém inserido na arte de forma discreta.

6.5.6 Mensagem Linguística

Os elementos linguísticos do álbum são o logotipo da banda, no canto superior esquerdo da arte, e o título do CD, centralizado na parte inferior, no rodapé.

Quanto ao nome do álbum, “PsychoPunk’a’BillyBoogie” se trata de uma brincadeira com os nomes de vários estilos musicais semelhantes, demonstrando serem utilizados pelas bandas em seu estilo musical, sendo eles o *Punk*, *Rockabilly*, o *Boogie-Woogie*, estilos contemporâneos todos subgêneros do Rock’nRoll, e o *Psychobilly* dos anos 80 (estilo oficial da banda).

A fonte utilizada para o nome do álbum se trata de uma fonte de boa legibilidade, serifada, de cor branca com contorno preto apresentando realce discreto ao redor. É uma fonte levemente agressiva, pela sua espessura e mais uma vez, por conta de todas essas características, remete aos primeiros cartazes de filmes e quadrinhos de horror.

É possível sempre observar a semelhança das fontes utilizadas pelas bandas de *Psychobilly* e *Rockabilly* principalmente, com as mesmas criadas para os quadrinhos de horror Norte Americanos dos anos 40.

Não se pode negar a influência dos quadrinhos que ainda surgiam nos Estados Unidos enquanto a imprensa cinematográfica crescia, e que impactou os estilos musicais derivados do Rock'nRoll a partir dos anos 50.

O logo da banda possui caracteristicamente uma fonte feita à mão, tanto pela ilustração de dois ovos no lugar da letra "O", tanto nas letras em caixa alta de tamanhos desiguais e contorno sem uniformidade que dão ideia de movimento e desordem, não há padrões, justamente o conceito principal que a banda oferece ao interpretante de suas músicas e performances ao vivo.

No mesmo estilo da fonte escolhida para o título do álbum, o logo apresenta fonte de cor branca e contorno preto, além do realce verde um pouco mais chamativo e letras mais agressivas, dando mais destaque ao logo, combinando com o resto da composição da capa.

7 O MERCADO DE DESIGN DE CAPAS DE DISCOS CURITIBANOS

Os cinco profissionais responsáveis pelas capas escolhidas por votação foram submetidos a uma entrevista, no período de dois dias entre 07 e 09 de setembro (ver APÊNDICE D), com a finalidade de recolher informações a respeito do setor mercadológico de seu trabalho, uma vez que todos os outros aspectos foram analisados de acordo com o ponto de vista das bandas, que foram atendidas pelos profissionais e não teriam razão para omitir informações caso o trabalho tenha apresentado erros.

É importante salientar que, quando questionados em relação ao ambiente de trabalho em que o material foi desenvolvido, 100% deles fizeram o trabalho em casa ou ambientes particulares de trabalho, demonstrando que os projetos foram todos *freelances*, comprovados pelos depoimentos dos mesmos onde afirmam que: “Foi desenvolvido em casa” (NADAL, Paulo, 2013), “Eu fazia no meu computador em casa, nos fins de semana e durante a semana fora do meu horário de trabalho” (REBELLO, Carolinne, 2013), “Algumas horas em casa e algumas hora no atelier Casinha, onde funcionava a sede da Tertúlia Produções” (ARAÚJO, Rosângela Souza, 2013), “No meu estúdio, localizado na minha residência” (Anderson L.A., 2013), “Foi desenvolvido em minha casa” (SANTOS, Gean, 2013).

Assim como anteriormente questionado às bandas a respeito das dificuldades do processo, em que afirmaram ter mais problemas com criação de conceito e dificuldades monetárias, já para o artista, os problemas foram bem mais técnicos, como reunião de informações, correção de texto e fechamento de arquivo. Caro Rebello é bastante esclarecedora quando afirma que:

Todo trabalho passa por etapas que vão desde a concepção da ideia até o ultimo segundo antes de mandar pra gráfica. No meio desse processo todo, sempre tem muita reunião, mudanças, ajustes, etc. Isso faz parte do processo. No caso da criação da capa, não tivemos muitos momentos difíceis, acho que o mais complicado é quando vai chegando a hora de imprimir, que precisamos ajustar detalhes pra nada sair errado. A parte fácil foi que eles são meus amigos pessoais, era bem divertido e tranquilo trabalhar com eles e para eles.

O artista Anderson L.A. também foi incisivo quanto aos complicadores de informações, onde cita que “Os problemas que quase sempre tenho na produção de arte para CDs, é falta de informação sobre dados da gravadora, isso inclui código de barras, logos e textos obrigatórios que são inseridos na contra-capas e mídia. A parte mais fácil é que o tema que foi utilizado nesta arte é algo que eu gosto muito e já estou familiarizado, então ficou tudo fácil”.

O artista Gean Santos que opinou quando questionado a respeito de alguma possível dificuldade nesse tipo de processo, citou que para ele “O complicado em trabalhar com um projeto gráfico de um CD é que, a banda geralmente tem uma ideia bem fechada do que eles querem, e isso é normal, considerando que eles trabalharam um bom tempo compondo, ensaiando e gravando o disco”.

Mesmo assim os criadores se mostraram satisfeitos com a arte final do projeto, podendo usar de exemplo o depoimento de Carolinne Rebello onde afirma sua satisfação: “Eu adorei, ficou exatamente como eu queria, a banda ficou feliz e no fim todo mundo saiu satisfeito. Foi bem bacana.”

8 CONCLUSÃO

O presente estudo se deu por base no objetivo de avaliar o processo de produção do Design de capas na cena musical Independente curitibana, com a intenção de levantar tanto as dificuldades quanto os êxitos alcançados pelo profissional. Fatores esses que influenciam em todo o mercado fonográfico que está contratando e dependendo do serviço, uma vez que a arte gráfica de um álbum musical é parte intrínseca do produto musical oferecido.

Os métodos abordados aqui referentes à análise das capas das mídias, foram de utilidade para demonstrar que todos os elementos visuais e plásticos executados nas capas possuíram fundamentação mediante a análise da proposta de cada um dos álbuns, justificando de maneira objetiva seu conceito e a mensagem que deseja transmitir.

Dentre as entrevistas realizadas com as bandas curitibanas que preenchiam os requisitos da pesquisa, foi possível levantar mais intimamente os pormenores dos processos de produção, onde de acordo com os resultados obtidos, percebeu-se que, a respeito do método de produção gráfica dos profissionais curitibanos, os mesmos seguem metodologias fixas muito parecidas em seus trabalhos, levando em consideração os relatos dos processos de criação, que se assemelharam muito de banda pra banda, o que pode configurar metodologias de ensino semelhantes entre as instituições de ensino superior da cidade cujos profissionais frequentaram ou ainda frequentam.

De acordo com as impressões tiradas dos questionários, os processos de criação não são complicados nem demorados, aparentaram fluir facilmente entre designer e banda.

Constatou-se a partir de relatos dos integrantes, as dificuldades técnicas referentes à execução da arte, principalmente em relação ao processo de terceirização de impressão dos encartes, que torna-se muitas vezes um empecilho por apresentar erros básicos que ainda são cometidos pelas gráficas, afetando o tempo hábil de lançamento do álbum.

Ao observar o quadro financeiro da cena, constatou-se de que existe em sua maioria a preferência pela contratação de profissionais para desempenho da arte ao invés de indicações (ver Gráfico 8 - Maneiras de remuneração ao trabalho feito), porém, mesmo assim o método de remuneração oferecido aos mesmos não possui um padrão ou algum tipo de regularização, mostrando-se ora em forma de benefícios, ora com valores abaixo do padrão de mercado.

Uma justificativa para esse quadro pode ser que, em alguns desses casos, os músicos podem estar trabalhando com artistas iniciantes e sem preparo, afinal diante das visíveis más condições financeiras enfrentadas pelas bandas, nesse caso Independentes e que por não possuírem muitos recursos monetários podem acabar por ter de trabalhar com os profissionais

que apresentem um menor custo por possuírem menor experiência. Mesmo assim houve profissionais de renome que ofertaram o trabalho gratuito por consideração a banda, nesse caso como o exemplo da Banda Gentileza.

O estudo demonstra com satisfação da autora de que, mesmo diante de todas as dificuldades técnicas e financeiras enfrentadas pela banda e pelo profissional que desempenha a execução, e que por mais que as artes de capa sejam em sua maior parte veiculadas no meio virtual, sem a necessidade de obrigação da criação do material gráfico impresso para esse tipo de distribuição, todos demonstraram a preocupação em desenvolver da melhor maneira a arte para divulgação do trabalho musical.

É de se observar que o breve histórico referente a evolução das mídias musicais demonstrou a possível extinção dos meios físicos de disseminação da música por conta da facilidade do uso do MP3, onde fica importante registrar a ideia de que esse mercado pode estar em breve sofrendo grandes alterações, podendo alterar profundamente o papel atualmente desempenhado pelo profissional.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, Valéria Peixoto. **Art Nouveau: Estilo influenciou as artes gráficas e a arquitetura**. 2008. Disponível em: <<http://educacao.uol.com.br/disciplinas/artes/art-nouveau-estilo-influenciou-as-artes-graficas-e-a-arquitetura.htm>> Acesso em Julho de 2013.
- AMBROSIA.COM.BR. Disponível em: <<https://www.ambrosia.com.br/trail-of-cthulhu-e-os-monstros-da-universal/>> Acesso em julho de 2013.
- ANUBIS, Marcos. **92 Graus, a história do templo da música autoral curitibana**. 2013. Disponível em: <<http://www.cwblive.com/site/92-graus-a-historia-do-templo-da-musica-autoral-curitibana>> Acesso em julho de 2013.
- BARROS, Lilian Ried Miller. **A cor no processo criativo, um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe**. São Paulo, Editora Senac São Paulo, 2006.
- BATISTA, Maria de Fátima B. de M. A Semiótica: Caminhar histórico e perspectivas atuais. **Revista de Letras**, Universidade Federal do Ceará, v. 1/2, n. 60, p. 25, jan/dez. 2003.
- BENGA, Lester. **Mordida: banda do Paraná lança primeiro álbum**. 2011. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/news_848/136532-mordida.html#ixzz2XTNVcsIH> Acesso em julho de 2013
- BLOG.CHICAGODETOURS.COM. Disponível em: <<http://blog.chicagodetours.com/2011/04/you-can-look-but-youd-better-touch/>> Acesso em Julho de 2013.
- BQAFRICA.WORDPRESS.COM. Cabelos e Etnias. Disponível em: <<http://bqafrica.wordpress.com/atividade-5/>> Acesso em junho de 2013.
- CLAIR, Kate; BUSIC-SNYDER, Cynthia. **Manual de Tipografia: a história, as técnicas e a arte**. Porto Alegre: Bookmann, 2009.
- DAQUINO, Fernando. **A evolução do armazenamento de músicas**. 2012. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/infografico/30658-a-evolucao-do-armazenamento-de-musicas-infografico-.htm#ixzz28AvcVKKd>> Acesso em maio de 2013.
- DEMO-TAPES-BRASIL.BLOGSPOT.COM.BR. Disponível em: <http://demo-tapes-brasil.blogspot.com.br/2012_07_01_archive.html>. Acesso em setembro de 2013.
- FONTSPACE.COM. Disponível em: <<http://www.fontspace.com/rick-mueller/coffee-tin>> Acesso em julho de 2013.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GISELEANZOE.WORDPRESS.COM. Disponível em: <<http://giselaandzoe.wordpress.com/tag/alphonse-mucha/>> Acesso em julho de 2013.
- GOMES FILHO, João. **Gestalt do Objeto: sistema de leitura visual da forma**. São Paulo, Escrituras Editora, 2009.

GUGELMIN, Felipe. **Acesso à internet no Brasil cresceu 39,8% entre 2009 e 2011**. 2012. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/internet/30315-acesso-a-internet-no-brasil-cresceu-39-8-entre-2009-e2011.htm>> Acesso em junho de 2013.

JANSON, H.W; JANSON, Anthony F. **Iniciação á história da arte**. 2ª ed, São Paulo: Martins Fontes, 1996.

JOLY, Martine. **Introdução á análise da imagem**. 9ª edição. São Paulo, Papyrus, 2005.

LINGUAGEMVISUAL.COM.BR. Disponível em: <<http://www.linguagemvisual.com.br/gestalt.php/>> Acesso em julho de 2013.

MARCONI, Marina A. de; LAKATOS, Eva M. **Metodologia do Trabalho científico, procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. São Paulo: Atlas, 2001.

MARCONI, Marina A. de; LAKATOS, Eva M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

MERCADOLIVRE.COM.BR. Disponível em: <http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-476202236-cemiterio-de-elefantes-lp-coletnea-rock-underground-1989-_JM> Acesso em setembro de 2013.

PEDROSA, Israel. **O universo da cor**. Rio de Janeiro, Senac Nacional, 2008.

PROENÇA, Graça. **História da Arte**. São Paulo, Editora Ática, 2000.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica**. 23 reimpr. Da 1ª ed. De 1983. São Paulo, Brasiliense, 2006. (Coleção primeiros passos ; 103)

SANTINI, R. Marie; LIMA, Clovis R. M. **A difusão da música na era da Internet**. IN: MP3: Música, Comunicação e Cultura. Rio de Janeiro: Epapers, 2005, pp. 35 a 55.

SEBRAE/ESPM, **Música Independente, Estudos de mercado, 2008**. Disponível em <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/C0AB6693C8A51634832574DC0046DA04/\\$File/NT0003908A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/C0AB6693C8A51634832574DC0046DA04/$File/NT0003908A.pdf)> Acesso em 15 de maio de 2013

SOUSA, João. **Breve história da tentativa de erigir uma teoria sistematizada dos signos**. 1997. Disponível em <<http://semiótica.com.sapo.pt/apontamentos/txbreve.htm>> Acesso em julho de 2013.

SOUZA, João. **A imagem na publicidade - Princípios para uma retórica**. Disponível em <<http://semiotica.com.sapo.pt/textos/pub-img.pdf>> Acesso em 25 de junho de 2013.

TINTELNOT, Hans. **Do neoclassicismo á arte moderna II**. Lisboa, Gris Impressores, 1972.

WARCHILD13.COM. Disponível em: <<http://warchild13.com/2005/03/noonewillunders.htm>> Acesso em julho de 2013.

GLOSSÁRIO

Blog: Página da internet onde regularmente são publicados diversos conteúdos, como textos, imagens, músicas ou vídeos, tanto podendo ser dedicados a um assunto específico como ser de âmbito bastante geral.

Bolacha: Refere-se à área impressa dos CDs onde é aplicada alguma arte referente à banda.

Black Power: Penteadado afro comum nos anos 70, que consiste em deixar os cabelos crescerem livremente em todas as direções sem corte definido.

Boogie-Woogie: Variação musical do blues, com grande força rítmica popular nos anos 30 e 40 nos Estados Unidos.

Briefing: Uma coleta de dados para o desenvolvimento de um trabalho, onde proporciona um roteiro de ação para criar a resolução para um problema.

Família Tipográfica: “conjunto de letras que comporta todo o alfabeto, sinais ortográficos, algarismos e sinais de pontuação, todos desenhados segundo os mesmos parâmetros gráficos” (FERNANDES, 2003, p.247).

Grafite: O grafite contemporâneo consiste em uma forma de arte de rua em que os desenhos feitos com spray em muros e paredes externas exprimem ideias e modificam a paisagem urbana.

HQ: Significa História em Quadrinhos, forma de arte que conjuga textos e imagens com o objetivo de narrar histórias de variados gêneros, geralmente publicados em revistas e jornais.

Mascote: Nome dado a um animal, pessoa ou objeto animado é escolhido como representante visual ou identificador de uma marca, uma empresa ou evento.

Minimalismo: Série de movimentos artísticos, culturais e científicos que percorreram diversos momentos do século XX e preocuparam-se em fazer uso de poucos elementos fundamentais como base de expressão.

Networking: (em inglês) é uma expressão que representa uma rede de contatos. Diz respeito às pessoas que um indivíduo conhece e aos relacionamentos pessoais, comerciais e profissionais que mantém com elas.

Origami: Arte tradicional e secular japonesa de dobrar o papel, criando representações de determinados seres ou objetos com as dobras geométricas de uma peça de papel, sem cortá-la ou colá-la.

Papel Couchê: Papel próprio para uso na indústria gráfica. Consiste de um papel recebe uma camada de revestimento com a finalidade de tornar a sua superfície muito lisa, uniforme, proporcionando excelente qualidade de impressão.

Punk: Mais conhecido como Punk Rock, movimento musical e cultural que surgiu em meados da década de 1970 e que tem como características principais músicas simples (que geralmente não passam de três acordes), rápidas e ruidosas, com canções que abordem ideias políticas

anarquistas, nihilistas e revolucionárias.

Rock'n Roll: Estilo musical que surgiu nos Estados Unidos no final dos anos 40 e início dos anos 50, com raízes na música country, blues, R&B e música gospel

Sépia: Efeito conhecido como “foto envelhecida”, fundamentado no aspecto das fotografias que eram armazenadas de maneira inapropriada, e acabavam adquirindo a tonalidade amarelada pelo contato com colas a base de PVC, sendo que isto normalmente gera uma cópia manchada, e até mesmo a emulsão se descolando de sua base.

Serifa: Na tipografia, as serifas são os pequenos traços e prolongamentos que ocorrem no fim das hastes das letras.

Underground: ("subterrâneo", em inglês) é uma expressão usada para designar um ambiente cultural que foge dos padrões comerciais, dos modismos e que está fora da mídia.

Verniz Uv: Acabamento gráfico assim denominado por conta do seu método de secagem, através de exposição à radiação ultravioleta. Este acabamento disponibiliza brilho, lisura e proteção ao material e a impressão.

Vetor: Tipo de imagem computacional gerada a partir de descrições geométricas de formas, diferente das imagens chamadas mapa de bits, que são geradas a partir de pontos minúsculos diferenciados por suas cores.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Primeiro levantamento de Informações.

Nayara Stelmach

[Edit this form](#)

29 responses

[View all responses](#)

Summary

Qual o nome atual da sua Banda?

MOLUNGO. BLINDAGEM Confraria da Costa Mordida DISSONANTES SICK SICK
 SINNERS FELIXBRAVO Trio Quintina Terminal Guadalupe. Pão de Hamburger Sabnetes
 copacabana club Cacofônicos Black Maria ParanoiKa Banda Gentileza Ovos Presley
 Supercolor Magaivers Lou Dog Anacrônica Punkake. A banda mais bonita da cidade
 Colorphonic Livia e os Piá de Prédio - mas está inativa desde 2011... Locomotiva Duben
 Majordomus Charme Chulo Nuvens

A banda é independente?

Sim	29	100%
Não	0	0%

Sim [29] ————— Não [0]

Se não, qual o selo atual?

Somos independentes, mas também temos um material que é distribuído pela Warner Temos uma parceria com o selo Volume 1 de São Paulo. São selos independentes que lançam o nosso material Zombies Union no Brasil e Europa e Loveless beat Records Eua.

Qual o ano de fundação da banda?

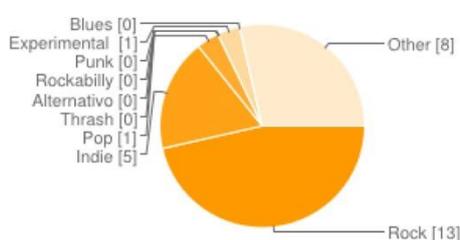
2008 2009 2007 2004 2005 2002 2003 23 de agosto de 1974 Em uma tarde do ano de 2005, sem emprego ou perspectivas, começou o Pão de Hamburger. janeiro de 2010 1996 1997 1993 31/10/2005. 2005 - Primeiro show foi no Psycho Carnival de 2006 27 de maio de 2006 Fundamos o Anacrônica em 2007 2001 Outubro de 2009. 2008 a banda iniciou e começou a tocar fora em 2010. meados de 2009. 2002.

A banda é em sua maioria originária de Curitiba?

Sim, a banda foi formada em Curitiba e os integrantes moram nessa cidade. Contudo, nenhum integrante nasceu em Curitiba (paranaíba, são paulo, rio de janeiro, lajeado...) SIM Todos são daqui. 2 integrantes não são de Curitiba: Karla Hill de São Bento do Sul - SC e Cesinha Mattos de São Paulo capital. Três pessoas do interior e uma da capital, mas todas criadas em Curitiba. Sim sim Sim. Sim, tocos nascidos ou criados em Curitiba. E a banda foi formada lá Sim, apenas a

Sandra, vocalista, é natural de Garça-SP. Mas a formação aconteceu em Curitiba-PR. Mutant Cox - Nascido em Recife, mas mora em Curitiba a muitos anos. Vlad - Curitiba/PR - Piracicabano, mora atualmente. Sim! meio a meio. Uns daqui, outros do interior de São Paulo e Paraná. Todos da banda. Somos em oito, apenas 3 são de Curitiba. Sim, todas residentes há anos em Curitiba, mas a Lívia (guitarrista) é nascida em Aracaju/Sergipe e a Ingrid (baixista) é nascida em São Paulo/SP. A banda é curitibana sim. O Paulo de Nadal é nascido em Porto Alegre, mas já mora alguns bons anos em Curitiba. O Ivan Rodrigues e o Raphael Machado são nascidos aqui. Não, pelo contrário. O Blindagem apesar da grande identidade com a cidade de Curitiba, somente agora tem um integrante nascido aqui, que é o Rodrigo Vivasz, que entrou no lugar do Ivo Rodrigues (falecido em 2010). Paulo Juk - Nova Fátima - Paraná Paulo Teixeira - Palmeira - Paraná Alberto Rodriguez - Assunção/Paraguai Pato Romero - Buenos Aires/Argentina Ivo Rodrigues - in memoriam - Porto Alegre/Rio Grande do Sul Só baterista é curitibano. Os outros integrantes são de outras cidades do Paraná e do Brasil.

Em que estilo musical vocês se encaixam melhor?

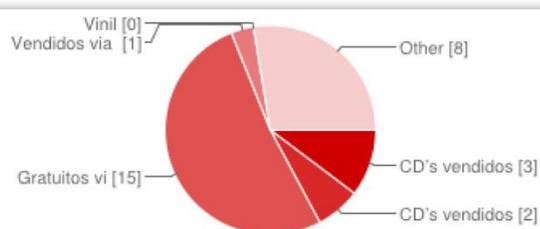


Rock	13	46%
Indie	5	18%
Pop	1	4%
Punk	0	0%
Rockabilly	0	0%
Alternativo	0	0%
Thrash	0	0%
Experimental	1	4%
Blues	0	0%
Other	8	29%

Quantos discos a Banda possui?

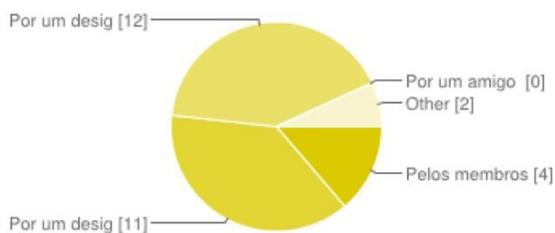
1 EP e um 1 LP. 1 EP e 1 álbum lançamento do segundo álbum previsto pra julho 2013. 1, por enquanto e em fase de gravação do segundo. 2 1 5 Um. 2 EPs 1 ÁLBUM 1 DVD dois 2-(CASINO-2008/Nº2-2010) 3 discos 1 dvd Um disco - "Mordida 1" Alguns EPs - "Singles, pelo Senhor F", "Mordida ao vivo por A Grande Garagem que Grava", "Tokyo", "Festa Jovem", "Eu Amo Vc", "Trama Singles 2008". Um álbum oficial (2011), em CD (disponível para download gratuito) Um Vinil Compacto 7" (2012), com duas canções (E download restrito aos compradores com 5 músicas) Entre LPS, Compactos simples, Cds, Dvds e coletaneas - 8 1 CD lançado em setembro do ano passado. 1 pronto e o segundo saindo daqui dois meses. Apenas um. 02 Discos e algumas Demos Dois discos oficiais e um EP. Dois EPs gravados ao vivo (2005 e 2007) e um álbum (2009) 2 ep's e um DVD ao vivo no teatro guairinha ano que vem o Pão lança seu primeiro disco de verdade. Um disco. "Deus e os Loucos" 2 EPs (O segundo será lançado este mês). Temos um CD com 10 músicas e um EP com 5 músicas (3 canções autorais acústicas e 2 covers) Três álbuns de estúdio, um ao vivo, além de dois EPs. A caixinha mágica 1999, Ao Vivo puro 2001, Balaio da Menina 2002, Pára-dias de chuva 2004, Quintina Orquestra Trio 2009 e o DVD Cyrk de 2010. 2 discos

Quanto aos discos, são em sua maioria:



CD's vendidos em lojas	3	10%
CD's vendidos no site	2	7%
Gratuitos via download no site	15	52%
Vendidos via download no site	1	3%
Vinil	0	0%
Other	8	28%

As capas dos CD's da Banda geralmente são feitas:



Pelos membros da banda	4	14%
Por um designer contratado	11	38%
Por um designer amigo	12	41%
Por um amigo que manja dessas coisas	0	0%
Other	2	7%

Qual a maior dificuldade na hora de criar a capa do novo CD?

Olha, na verdade não houve dificuldades. A moçada da banda sempre gostou bastante das coisas que fiz pra banda. Tive a idéia, fiz e ficou essa idéia. Ass: Guilherme Lepca Bom, no nosso caso específico, apesar de termos gostado do resultado final, o diálogo com o designer foi bem complicado, vários prazos não foram cumpridos e não houve um acompanhamento da finalização do processo, fato que nos fez descartar um lote de cds porque a impressão veio com uma cor errada. Mas aí é um fato isolado do profissional em questão, que era muito competente para criar, mas lhe faltava o compromisso profissional. Hoje em dia a maior dificuldade é a quantidade de informações a serem colocadas em um espaço pequeno, principalmente na capa externa. Antigamente o espaço de um LP era muito maior e uma imagem vendia melhor, então hoje precisa de mais criatividade para o mesmo efeito. Conciliar as ideias de quatro mulheres com gostos e influências bastante distintas. Ser criativo e dialogar com as tendências atuais. CRIATIVIDADE DE QUEM ESTÁ FAZENDO A CAPA...FEELING PARA SACAR O QUE A BANDA TOCOU E O QUE QUER PASSAR...ORIGINALIDADE! Entrar em comum

acordo entre os integrantes Tentar passar para o papel o conceito que construímos ao longo do tempo. Achar alguém com disponibilidade/competência para o serviço. Conceito A banda aprovar a arte, pois quanto a feitura não encontramos tanta dificuldade. A maior dificuldade é o artista entender a idéia da banda, mas ao mesmo tempo a banda. Essa conversa entre o artista e a banda na fase de criação é muito importante, em relação ao Sick Sick Sinners sempre tivemos ótimas surpresas com capas sempre muito boas. Algo que agrade a todos em todos os aspectos. Aliar a arte com um estilo que represente a banda e esteja ligado à atmosfera do disco. Não tivemos problemas com a criação das capas em si, apenas na hora da impressão alguns tons de cor mudaram, quantidade de brilho, etc e tiveram que ser feitos alguns ajustes. nenhuma Criar um conceito que tivesse a ver com o conteúdo artístico da banda. a inspiração. Fazer com que a proposta do som do disco case com a proposta visual do disco. O consenso. A banda define um conceito. O designer trabalha na tradução visual do conceito. O acordo entre as partes - às vezes - gera alguma tensão. Encontrar parcerias. Nossa ideia inicial é sempre compartilhar o trabalho, uma vez que a nossa área é música. No entanto, estamos falando de um material artístico e é difícil encontrar um parceiro que tope e tenha disponibilidade para contribuir no trabalho. Boas Ideias. Viabilizar financeiramente a possibilidade de contratar um bom design Extrair uma unidade das músicas e o conceito destas. Passar também uma imagem compatível com a banda. Ficar bonito, divertido e, ao mesmo tempo, ter relação com os temas tratados nas músicas. Não se exatamente se há uma "dificuldade" em si. Mas o maior desafio é, sem dúvida, o de criar uma arte que represente bem o o conceito da banda e das músicas do álbum. Que o designer consiga entender o conceito que a banda está propondo. Encontrar o elo entre a imagem e a música SEMPRE OPTAMOS POR AGREGAR UMA OBRA DE ARTE À CAPA. OU SEJA, TEMOS QUE AFINAR ADEQUADAMENTE COM O ILUSTRADOR TODO O PROCESSO. Achar uma identidade, algo que represente o conceito que a banda quer passar musicalmente. Depois disso, fazer todos os integrantes concordarem!

Normalmente, como é o processo de criação do encarte?

Livre na mão do artista responsável. BOM A BANDA ACABOU...MAS CONSTUMAVAMOS ENTREGAR A O DISCO NA MÃO DA PESSOA, ELA RECEBIA UM BRIEFING DO QUE É LEGAL OU NÃO, OUVIA AS MUSICAS, ASSISTIA UM SHOW E PARTIA PARA CRIAÇÃO... Referências de outras capas, fotos bacanas ou alguma idéia inédita vinda de qualquer lugar! Nós vamos a uma chácara ensaiar umas 3, 4 vezes por ano e passamos uma semana lá. Levo os materiais necessários pra poder criar ilustrações e elementos gráficos relacionados com a banda nesses momentos. Desse jeito fica uma coisa mais sincera e não forçada. Os membros da banda sugerem ideias junto com o designer que desenvolve melhor posteriormente. Mas a finalização é sempre conjunta. NOSSO TRABALHO MUSICAL SEMPRE VEM ATRELADO A UM CONCEITO ESTÉTICO DEFINIDO. NOSSO BRIEFING COM O ILUSTRADOR E COM O DESIGN SEMPRE PARTEM DO CONCEITO UTILIZADO NA MÚSICA E A RELAÇÃO VISUAL QUE AS MÚSICAS POSSUEM. Depois de várias conversas, ideias, chamamos quem gostaríamos que fizesse a capa e passamos o conceito. Entram tbm as contribuições do designer. Ele faz, mostra para gente e concordamos ou não. A capa de "Deus e os Loucos" era totalmente diferente. A ideia da caixa de maçã quadrada partiu do próprio designer. Coletivo, as quatro passam referências e tentam buscar a essência do álbum, aí passamos para o designer que tenta buscar um ponto em comum das referências para desenvolver a arte. Posterior à criação da capa. Definida a "cara" do trabalho, o encarte segue no mesmo tom. No nosso caso, banda que valoriza as letras, elas têm destaque. Temos a ideia do tema, ou a letra de uma música ou o nome do disco, passamos para o artista o que mais ou menos pensamos, ele passa para a gente de dois a quatro sketches e aí direcionamos o caminho que o artista deve seguir ou escolhemos um deles. desde o começo o processo é coletivo. Todos opinam, sugerem e trazem idéias. Mas especificamente

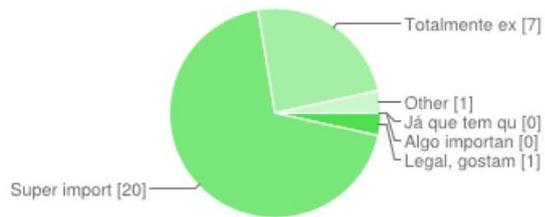
na parte prática e funcional da coisa, o trabalho é feito por um ou dois, que são normalmente mais habituados com a execução de um programa específico, por exemplo. Como nós trabalhamos com designers que já conhecemos e confiamos no trabalho deles, nós apenas explicamos a idéia central da capa e deixamos o resto com eles. Acontece junto com o desenvolvimento criativo dos processos que envolvem o disco. Alguém da banda aparece com alguma idéia, e mostra seu esboço. Estamos sempre juntos, compondo, viajando, etc. As idéias em conjunto são sempre as melhores opções. Geralmente parte dos membros da banda. Na maioria a arte tem a ver com o título do disco, mas não é regra, o nosso último cd a capa e o título era desconexos. Alguém da banda concebe a arte, discutimos e vamos aprimorando ainda dentro do grupo e só depois passamos para ao design. Um designer/artista plástico é escolhido pela banda e é realizado um contato com ele falando sobre o disco, ele ouve algumas músicas e desenvolve uma proposta para a capa que vai sendo discutida com a banda até acertar uma arte final. Parte-se primeiro da ficha tecnica....depois a decisao se as letras tem algo a dizer que merece ser colocadas para acompanhar. Fotos de efeito das sessoes de estudio, um making off.... deixamos na mão do artista. Nos dois primeiros discos, era um padrão feito pelo projeto A Grande Garagem que Grava. no nosso álbum, deixamos livre na mão da designer que fez a arte, a Carol Rebello. Ela nos apresentou a ideia baseada em algumas referências que apresentamos a ela. Quando nos mostrou algumas opções, gostamos de todas, mas escolhemos uma delas.

Brainstorm. Passamos as músicas para a pessoa, e uma ideia do que queremos com o disco. Para a criação do segundo álbum mandamos uma foto que queríamos na capa e o restante do da arte se desenrolou a partir disso. A banda discute internamente sobre o conceito do disco e fecha a idéia. Depois, chamamos o designer e interagimos com ele a respeito deste conceito, aceitando a percepção dele também a respeito da idéia toda. A partir daí, ele elabora a primeira proposta, que vai sendo refinada até se chegar no design final. Coletivo! Demos um briefing ao produtor das fotos e ao designer para criarem algo que fosse relevante pro conceito da banda. É através de testes. Tem-se uma ideia e vamos trabalhando em cima dela até encontrar o que buscamos transmitir com o material como um todo. Em nossas duas experiências deixamos toda a conceituação por conta do designer, que veio com idéias que foram prontamente aprovadas. Depois discutimos pormenores e pequenas correções que foram empregadas, mas o conceito inicial sempre permaneceu. O processo criativo pode variar bastante de encarte para encarte. Pode ser que uma imagem desperte a ideia para o conceito do álbum ou pode ser que seja definido algo bem específico antes da criação. Mas a primeira etapa é basicamente uma busca de referências de imagens (fotografias, ilustrações, encartes de outras bandas etc) que possam representar as músicas. No nosso novo EP, definimos primeiro o "clima" que gostaríamos de transmitir e em seguida fomos atrás das referências. Depois que definimos bem o conceito e encontramos as referências, avaliamos como seria a produção (se precisaríamos de fotógrafo, locação etc) para desenvolvermos a arte. Só depois que as fotografias foram produzidas é que começamos a trabalhar em tipografias, cores etc. Arte do 2º EP -

http://www.flickr.com/photos/luciano_costa/8677542827/in/photostream Arte do 1º EP -

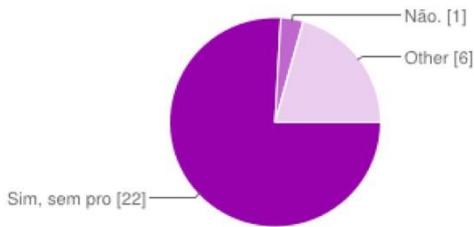
http://www.flickr.com/photos/luciano_costa/5916579263/in/set-72157627024892975 A banda brifa o designer sobre a arte e fornece as informações necessárias (conteúdo de créditos etc). A partir da primeira "prova" vamos afinando os detalhes da arte que não estão de acordo e corrigindo erros de conteúdo.

Qual o nível de importância das capas dos CD's para a Banda?



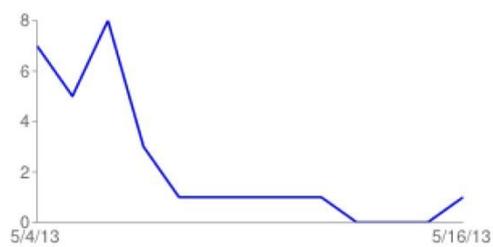
Já que tem que ter né, não tem jeito.	0	0%
Algo importante, mas relevante.	0	0%
Legal, gostamos de fazer.	1	3%
Super importante.	20	69%
Totalmente excelente, adoramos criar e nos esforçamos muito.	7	24%
Other	1	3%

Existe a possibilidade de algum membro da banda conceder por e-mail, posteriormente, um relato mais detalhado a respeito do processo de criação das capas dos CD's da banda?



Sim, sem problemas.	22	76%
Não.	1	3%
Other	6	21%

Number of daily responses



APÊNDICE B – Segundo levantamento de Informações.

31/07/13

Questionário 02 - Cenário musical de Bandas Curitibaanas - Google Drive

Nayara Steimach

[Edit this form](#)

13 responses

[View all responses](#) [Publish analytics](#)

Summary

Qual é o nome da sua banda?

sabonetes Livia e os Piã de Prédio Colorphonic. BLINDAGEM FELIXBRAVO Terminal Guadalupe. Cacofônicos ParanoiKa Banda Gentileza
Ovos Presley Supercolor Mordida. Charme Chulo

Qual o álbum escolhido?

Nova Onda Caiçira Mordida 1, 2011. Álbum: (Sic) Ano: 2013 2008, Livia e os Piã de Prédio CAMAFEU 2010 ParanoiKa 2007. "A Marcha dos Invisíveis". Tête-à-tête BLINDAGEM - 1982 PsychoPunk à BillyBoogie sabonetes 2010 (esse album foi relançado em 2011 com outra capa por opção da gravadora. estou falando da capa original, de 2010) Banda Gentileza, "Banda Gentileza", 2009 Da Casca ao Carçoço

Como os integrantes decidiram quem faria a arte do encarte?

Pela qualidade do site feito para a banda. Bom, de início queríamos uma pessoa de fora da banda para dar um olhar diferente sobre o disco. Mas como estava difícil conciliar disponibilidade, preço e qualidade, resolvemos fazer por conta própria. Dentro da banda, temos um artista plástico, o Paulo, que também é o diretor artístico de todo trabalho da banda. Daí não deu outra, tinha que ser ele. Conversas internas. Temos uma amiga diretora de arte muito talentosa. Em algumas conversas, o nome dela surgiu naturalmente por conta da proximidade. Todos concordaram. Foi um trabalho realizado pela agência de publicidade PAZ (Curitiba) onde trabalhava Paulo Juk, baixista da banda, de um evento do Blindagem no Teatro Guaira. Desde encarte e cartaz e que a Gravadora Continental teve a ideia de usar o mesmo como capa do primeiro LP da banda lançada em 81. Foi um criação coletiva de Paulo Juk, Ricardo Noering, Ruy weneck e Luiz Swain. Diferente dos dias de hoje, onde tudo é feito no computador, na época foi usada uma chapa de aço, rasgada, rebitada e daí fotografada. Foram 5 fotolitos com as cores padroes e mais uma cor especial para dar o efeito do aço. Essa capa concorreu até em um concurso nos EUA na época do lançamento. De acordo com um conceito de "loucura divertida" que a banda imprime em seu discurso. Também a banda quis que fosse feito com uma foto da própria banda. A concepção da capa já estava pronta. Nosso baterista indicou um design que admirava o trabalho da banda e, após algumas reuniões para passar o briefing com a ideia. Ele ficou encarregado e apresentar algumas opções de encarte, além do tratamento para a foto da capa. Resumindo, tivemos a concepção e encontramos um profissional para nos auxiliar na parte técnica e estética também. AMIGOS ARTISTAS DOS QUAIS GOSTÁVAMOS DO TRABALHO. Com muita, muita conversa. Muitas reuniões. Mas partimos de uma certeza, o último artista que havia trabalhado com a gente TINHA que fazer parte do projeto gráfico. Elencamos nomes de algumas pessoas de fácil acesso cujo trabalho já conhecíamos, discutimos nossas preferências entre os diferentes estilos dos artistas escolhidos e elegemos ao fim um que achamos mais interessante para este disco. talento e afinidade. Decidimos por um fotógrafo que já havia feito trabalhos de captação de imagens, mas que também já havia feito trabalhos (que gostamos) de encarte para outras bandas, portanto já tínhamos uma relação profissional com o designer. 90% das artes relacionadas a banda (posters, artes de facebook, twitter, CDs, etc) sempre foram feitas por mim (Luciano Costa, guitarrista da banda) por eu ser designer gráfico. Com isso também temos a vantagem de não termos custos com esses materiais.

O preço do profissional foi dentro do esperado? Pode dizer o valor?

Acreditamos que sim. Não consigo ser preciso no valor porque estava dentro de um pacote que era composto por vários outros produtos a serem entregues, mas deve ter ficado em torno de R\$2.500,00 apenas o encarte. Foi além do esperado. Na época, uns R\$ 3 mil. Foi feito pela própria banda, sem o serviço de profissional. Ficou melhor que o esperado. Ele facilitou no valor pois havia interesse de fazer portfólio. O encarte todo ficou em 1200,00 reais foi gratuito Não consigo lembrar o preço ao certo, mas para uma banda independente os profissionais da arte gráfica, do clipe e da web precisam se adaptar a realidade do mercado. Com certeza foi algo inferior a R\$ 800. Tem o valor agregado do portfólio para o design, já que o disco circulava em várias regiões do país. Fizemos várias permutas e parcerias com o coletivo que trabalhou com a gente na feitura do encarte. Além de um tanto em espécie. Foi muito abaixo do esperado e do valor de mercado que deveria ser cobrado. R\$ 400,00 para realizar a arte da capa e cartazes e toda diagramação, revisão e processo de acompanhamento junto à gráfica. No caso o custo foi zero. O encarte foi feito por um membro da banda com experiência na área, sem custos. O trabalho dela foi feito de coração para nós. Pagamos com gratidão e cortêsias para os nossos shows. ELES FIZERAM UM PREÇO IRRISÓRIO PELO TAMANHO DO TRABALHO. Não houve uma estimativa do custo porque tudo foi conseguido gratuitamente na época, graças a força da agência de publicidade envolvida na criação. Depois os custos de impressão foram bancados pela gravadora.

A banda recebeu alguma ajuda de custo de alguma gravadora ou teve de se virar sozinha?

Sim, nós tem um selo, uma espécie de investidor de São Paulo que ajuda nos custos. Foi totalmente independente, custeado pelos membros da banda. NENHUMA. TUDO FOI FEITO PELO NOSSO BOLSO. Sozinha, com recursos próprios. teve que se virar sozinha. No caso o guitarrista e a vocalista financiaram pra depois receber caso a banda fizer mais shows. Na questão do encarte bancamos tudo. Foi uma parceria junto ao Estúdio Clínica Records e Fundação Cultural de Curitiba. Parte de um projeto intitulado Inter.LigaCWB que lançou discos de 12 bandas curitubanas. Não, todo o material foi realizado de forma independente. A arrecadação de verba veio dos shows realizados e empréstimos. daquela vez nao precisamos :) A banda se virou sozinha. Não houve ajuda de custo. Todo o investimento no CD saiu dos bolsos dos integrantes da época. Dividimos e cada um se virou como pôde. Uma parte foi paga posteriormente com alguma grana que eventualmente entrou como pagamento pelos shows. Como foi um contrato artístico com a gravadora Continental, não foi sentido nada disso, ate porque a gravadora bancou tudo. Gravação em Sao Paulo, hotéis, hospedagem, divulgação, viagens, radios, tvs e naturalmente toda a parte grafica.

No momento da criação, a banda passou uma ideia do que queria ou o profissional criou sozinho?

Havia um consenso geral de que deveria ser um tema urbano. A partir disso veio a proposta do profissional de trabalhar com imagens da cidade à noite. Sim, tínhamos muitas ideias do que queríamos. E o pessoal que trabalhou conosco soube traduzir de forma muito sensível e competente nossas ideias. demos o álbum para que a pessoa escutasse e deixamos que criasse sozinha. Como o designer era da banda, as conversas nos ensaios e gravações serviriam de guia. Houve um brainstorm de todos da banda para a criação da arte. Percebemos que as músicas de (Sic), que lançaremos em breve, estavam mais "melancólicas" e

31/07/13

Questionário 02 - Cenário musical de Bandas Curitibaanas - Google Drive

mais maduras comparadas às do nosso primeiro registro (Colorphonic, 2010). Enquanto o primeiro é mais "festivo" o segundo tinha um clima mais de "ressaca". Queríamos transmitir isso de alguma forma. Fizemos uma pesquisa de referências, escolhemos uma modelo, uma fotógrafa e produzimos as fotos no Parque Tanguá. Queríamos alguma coisa que transmitisse uma ideia de multiplicidade. O disco conta com músicas de diferentes gêneros e influências. Pensamos em expressar isso visualmente. Também pensamos em algo que fosse facilmente reconhecível logo de cara, sem muitos detalhes, já que hoje em dia a capa é mais vista como thumbnail do que em um formato maior. SIM. O BRIEFING DO CONCEITO MUSICAL FOI PASSADO AO DESIGNER E AO ILUSTRADOR. BEM COMO A PROBLEMÁTICA DA EMBALAGEM (QUE NO NOSSO CASO É UM ORIGAMI DE PAPEL RECICLADO). Houeram conversas e passamos a pré-mixagem do álbum para o artista ouvir e entender o clima do disco. A banda passou a capa e discutiu uma breve ideia do encarte. Citamos as influências ou referências para que ele fizesse as opções. Sim. Houve um briefing antes. Sim, o briefing foi bem claro. Como foi feito pelo Paulo, que é o mentor da banda, a mensagem em si já estava bem clara para ele. No "brainstorming" que realizamos na agencia, ficou decidido que deveríamos, além de uma capa, um símbolo que representasse a banda, para no futuro, usando a ideia da lingua dos stoness, essa marca ja identificasse a banda. Ate hoje usamos a "flor microfone" prateada, inspirada numa flor de papoula.

Quais foram as influências artísticas utilizadas? Há algum estilo predominante?

Na primeira campanha do Barack Obama, várias pessoas do mundo inteiro fizeram cartazes. Um deles, feito pelo Fabio Molin, nos chamou a atenção. Misturava manchas de cores que criavam novas cores. Entendemos que aquilo expressava algo parecido com o que queríamos dizer e o utilizamos como referência depois de trocar uma ideia com o autor da arte. Com esse caminho em mente, a Caro comandou todo o trabalho. Não houve influencias, mas deve-se levar em conta que nas décadas de 60, 70 e parte dos anos 80, a revolução cultural que o mundo passou, inspirava a capas com muitas cores, psicodelicas e etc. O Lp pela própria dimensao de tamanho, inspirava a criação. Hoje em dias as dimensoes da capa de um CD ja sao outras tecnicas de comunicação visuais utilizadas. SIM. TRABALHOS COM 3 FRENTEs. INFLUÊNCIA DE BELLE EPOQUE E ART NOUVEAU NOS TRAÇOS, POIS O SOM GRAVADO SE REFERIA EM PARTE À SONORIDADE QUE EXISTIA NO BRASIL NESSE PERÍODO. BRASILIDADE COMO UM CONCEITO MODERNO DE ELEGÂNCIA. DIMINUIR DRASTICAMENTE O IMPACTO AMBIENTAL DA EMBALAGEM, FAZENDO DELA UM ORIGAMI SEM COLA, APENAS COM O DISCO DENTRO E COM UM LACRE DE VELCRO. foi desenho. acho que as influencias sao de conhecimento da própria artista. A principal influência para a criação foi a técnica de dupla exposição de imagens, que é basicamente sobrepor uma imagem na outra. Esse estilo origina do filme fotográfico analógico, na época em que as pessoas esqueciam de girar o botão da câmera para o próximo filme, gerando uma imagem mesclada com a foto anterior. Ocasionalmente essas fotos misturadas ficavam bonitas e uma técnica foi desenvolvida a partir disso. Hoje em dia existem até mesmo aplicativos de celulares que simulam esse "erro". Temas urbanos. Muitas influências. Diversas. Como no som da banda. a confecção artesanal fierta com a modernidade. Partimos do conceito popular e artesanal, há influência de psicodelismo, do lúdico, contrastando com a dureza de uma metrópole como Curitiba. Não houve influência artificial. predominou o estilo do Desiner e do produtor da foto. Puxa, acho que tudo que o Paulo já viu / sentiu / viveu de certa forma influenciou... Como se trata de um disco sobre Curitiba, a inspiração veio da cidade. Papel reciclado e a imagem dos desenhos de petit-pavé das calçadas do centro. Por favor, sem perguntas difíceis... <http://ovospresley.blogspot.com.br/ps/psychopunkbillyboogie.html> Olha aí o resultado e ajuda nessa vai! Nos influenciaram por algumas capas da década de 1980 e pela pop art. Mas no fim se percebe uma mistura de vários detalhes, inclusive na variação das fontes. Não sei citar se há um estilo predominante na arte do encarte.

Qual a técnica utilizada?

Fotografia e manipulação mínima de imagens. Manipulação de imagens. A base foi uma fotografia da calçada da Praça Santos Andrade. A partir disso, a imagem foi trabalhada digitalmente. Desenho manual. Depois foi digitalizado e colorido em computador. Entre as técnicas que utilizamos para a elaboração da capa estão: manipulação de imagens, fotografia e vetor. Eu acho que apenas manipulação digital de imagens. Desenho e pintura manual, nanquim e aquarela, manipulação digital de imagens e fotografia. Hmmm Fotografia, manipulação digital de imagens e pintura digital? Acertei? Aliás, houve uma sessão de fotos com outro profissional que também conheceu o trabalho da banda e é responsável pelas fotografias utilizadas posteriormente no álbum. Foram utilizadas basicamente fotografias, algumas das quais compuseram imagens abstratas, outras foram mais definidas. O Paulo gosta muito de trabalhar com recortes, porém para este trabalho falamos em fazer o trabalho de forma digital. Como essa não é bem a área dele, ele teve que buscar artifícios para atingir o resultado esperado. Para isso utilizou alguns recursos como pintura manual, fotografia, etc. ILUSTRAÇÃO (PINTURA MANUAL E DIGITAL), VETOR. NA EMBALAGEM MANIPULAÇÃO MANUAL (SIM, VÁRIOS AMIGOS AJUDARAM A EMBALAR). Hm, acho que vetor.

Comente qual foi a composição total do trabalho.

Sim! foi usado muita cor, de acordo como ficou a capa. e também uns elementos que utilizamos em trabalhos anteriores com a mesma artista, como avôes antigos. CApa, Encarte, Bolacha, Logo da banda, tratamento de foto. Está sendo confeccionado o álbum completo no formato digipak. Capa, contracapa, encarte e bolacha. Álbum completo e uma arte da capa adaptada para divulgação. PENSAMOS EM UM ORIGAMI A3 NO QUAL COUBESSEM TODAS AS INFORMAÇÕES DO DISCO, FICHA TÉCNICA, LETRA E ARTE. ESSE ORIGAMI FUNCIONOU COMO TODA A EMBALAGEM E DENTRO DELE CABIA A BOLACHA DO DISCO. Sim. Sim, foi um encarte 12x48 + bolacha + contracapa + aquela parte que fica dentro do acrílico. Acredito que ja foram respondidas nas questões anteriores. Sim. Encarte, capa, contra-capas e bolacha. O produto final era um disco com a imagem serigrafada em um envelope de papel reciclado (impressão frente e verso). Foi feito o álbum completo. Sim. O processo foi trabalho em todo o encarte de um CD tradicional, capa, contracapa, encarte com letras e fotos e impressão ou silk no CD.

A banda toda aprovou o trabalho?

Sim, a banda opinou na construção da arte e aprovou. sim! Ouíés. Sim sim Sim. Não. Alguns não gostaram do resultado. Na verdade alguns da banda divergia em conceitos para a capa. Acabou que o designer achou uma solução meio termo. Mas no geral não ficamos satisfeitos com o resultado da capa em sim. O restante ficou bom. SIM.

Qual foi a parte mais divertida?

fomos desenhados, isso foi o mais divertido. Fazer o ensaio para fotos é divertido. Uma banda de garotos na época, fechando um contrato com uma grande gravadora....TUDO ERA DIVERTIDO.... As seções de fotografia (demos muitas risadas no meio da rua com os semáforos fechados na iminência de abrirem!) Mostrar o resultado final em um show. Atribuir significados diferentes às formas e manchas da arte. A finalização da capa. Quando aprovamos a fonte grande e colorida e o trabalho ganhou forma. A produção das fotos sem dúvida. Fizemos as fotos numa manhã gelada de sábado no Parque Tanguá. A fotógrafa, além da foto da capa, fez também as fotos da banda no mesmo local. Como não queríamos pegar uma luz tão forte do sol, tivemos que acordar todos bastante cedo para fazer as maquiagens e produções aproveitando para fazer as fotos nas primeiras horas do dia. Foi sofrido mas foi bastante divertido ao mesmo tempo ;) Acho que as dificuldades técnicas - falta de conhecimento e especialização trouxeram as situações mais penosas, porém renderam momentos bacanas, de improviso e realização. CRIAR O CONCEITO E DOBRAR A EMBALAGEM. Fotografar pelas ruas da cidade, ver a capa pela primeira vez.

31/07/13

Questionário 02 - Cenário musical de Bandas Curitiba - Google Drive

Durante o processo foi puro estresse, diversão mesmo só quando o disco chegou da fábrica. A prova.

Qual foi a pior parte?

Eu penso que a pior parte ficou a retirada de um ótimo texto de apresentação feito por PAULO LEMINSKI apresentando o Blindagem para o Brasil. Essa decisão partiu de uma chefe do setor de criação da gravadora, que decidiu por colocar um texto dela... horrível por sinal. Nenhuma. Havia muita confiança na equipe de design. Constatar erros da gráfica variando tons na impressão do encarte e bolacha. Nenhuma. A demora na entrega e o não acompanhamento até a finalização de todo o processo. A falta de ideias no início do processo. Mas depois que descobrimos o caminho, foi tudo tranquilo. DOBRAR A EMBALAGEM DEPOIS DA 500 FOI A PIOR PARTE. O início, foram alguns rascunhos com direções diversas até encontramos a linguagem ideal para o trabalho. não ter o dinheiro pra pagar, haha.. é foda pedir favor. Neste tipo de trabalho semi-profissional as bandas sempre sofrem com a falta de prazos. Por não pagar um preço justo não se pode exigir tanta disponibilidade. A ansiedade foi a pior parte. A pior parte foi pagar a gráfica para a produção do digipak. Pagar... Trabalho para escolher fontes pro encarte.

Quanto tempo durou a criação?

Quase um ano. Duas semanas. Cerca de 1 mês. Não sei exatamente, mas como a gente só estava esperando essa parte para pensar o cd também tínhamos pressa. cerca de um mês. 4 meses. 2 meses. 40 dias. 1 ano. 1 hora de reunião. 4 MESES. 6 meses. Difícil mensurar. Mas após as fotos aproximadamente 8 horas de criação.

O CD foi impresso ou foi apenas para WEB? De quanto foi a tiragem?

Foram prensadas 1.000 cópias. Até hoje a venda do LP alcançou uma venda de aproximadamente 100 mil. Impresso, 300 cópias. Foi impresso. 1000 cópias. Impresso. 2 mil cópias. Teve uma tiragem de mil unidades. Foi impresso. Foram feitas 2500 cópias até o momento. IMPRESSO. 2000. 1.000 cópias impressas. Impresso. Mil cópias. Ainda está na tiragem promocional, 100 cópias, ainda não foi lançado. Foi impresso também. 200 cópias para serem distribuídas para meios de comunicação e impresa em geral. Também ficará disponível na web. 1.000 cópias de cd/dvd.

Como foi o processo de impressão, ocorreu algum problema?

Os encartes estão sendo produzidos na gráfica Boros aqui de Curitiba. Não houve problemas até agora. Como se tratava de uma arte com muitas cores e como elas eram importantíssimas para compor a obra como um todo, fizemos 3 provas de cor para não termos problemas com a impressão final. Tivemos alguns detalhes na montagem do digipack que para quem tem o olho mais treinado pode perceber que não ficou 100%, mas são tão sutis que não comprometem o trabalho. Tranquilíssimo. Acredito que escolhemos uma boa empresa pra produzir o produto. Foi impresso no Rio Grande do Sul por motivos econômicos. Sem problemas. SIM. HAVÍAMOS ESCOLHIDO UM TOM DE AZUL CHATO DE SER IMPRESSO. Nenhum. Nessa primeira impressão não. A impressão no papel ficou OK. A impressão da bolacha ficou muito aquém do esperado. As cores ficaram muito lavadas. Se não fosse a ansiedade de querer lançar logo, talvez fosse o caso de pedir que fosse refeito. Mesmo assim, o contrato com a fábrica prevê que esses tipos de falhas podem acontecer. Não. Foi tranquilo, pois já tínhamos a bagagem de outros discos e processos de criação e aprovação. O primeiro lote (250 cópias), para o lançamento do disco, veio com a cor errada (todo o álbum é em preto e branco, havia apenas uma cor específica que veio impressa bem errada). Me antecipei nessa, mas reiterando, houve variação nos tons da capa, imagem de fundo (Onde vai presa a bolacha) e da bolacha. Sim. A cor ficou um pouco diferente do apresentado no computador e boneco. mas não comprometeu muito.

Como foi feita a escolha do formato e o papel onde foi impresso o encarte? Os custos foram razoáveis?

Para a primeira tiragem (promocional), o custo foi decisivo. Escolhemos o couchê fosco 300 g com laminação por ele ser um papel com boa resistência. Os custos foram razoáveis. O CD foi colocado em um envelope de papel reciclado (o que aumentou os custos, mas fazia parte do conceito). As impressões nos envelopes e mídias foram feitas no RS. Custo um pouco alto, já que eram poucas cópias (apenas 300). Formato padrão definido pela gravadora que criou o projeto. Não tivemos acesso aos custos. A fábrica que prensou o CD fazia o trabalho de impressão do encarte. Colocamos no pacote. Não sei especificar se o valor da impressão foi razoável. Sei que o orçamento para tudo (prensagem + impressão + frete) foi razoável. Sim, nessa parte o proprietário do nosso selo auxiliou em São Paulo. Escolhemos sempre o papel padrão e com o melhor custo benefício. Queríamos um trabalho diferenciado, por isso optamos pelo digipack. Dentro da categoria digipack não tínhamos muitas opções razoáveis no sentido de custo x benefício, uma vez que o digipack já representou praticamente o dobro da embalagem mais comum. Numa gráfica perto. Pela empresa que imprimiu os cds ficava muito caro. Fomos pelo padrão de mercado para os discos de acrílico. Não houve critérios para a escolha do papel, até porque nesse momento já não estávamos mais sendo assessorados pelo designer. Os custos estavam dentro do estimado. Opção foi por SMD/SMDV, formatos novos e baratos. não tenho ideia. CUSTOS CAROS. UMA EMBALAGEM DE ORIGAMI SAIU MAIS CARA DO QUE SE FIZESSEMOS DE PLÁSTICO.

Porfim, saiu do jeito esperado?

Não saiu. Se esperava mais. Uma arte de adapta ao tempo e as várias interpretações da soma dos criadores. Saiu de um jeito diferente, mas não pior que o esperado. As cores que decidimos no fim não eram as que eu imaginava no começo. Mas muita coisa se molda e se adapta na prática, nas condições do dia da foto até o fim do processo, principalmente no caso dessa capa que foi produzida e não extraída de uma arte pronta. Apesar das dificuldades na reta final sim, ficou do agrado de todos. Sim. Fora o problema com a impressão da bolacha, o encarte veio dobrado errado, apesar das instruções explícitas que mandamos. Isso nos desanimou bastante. Obviamente não comprometeu quase em nada no produto que entregamos para os fãs, mas é chato ver que aquilo que você planejou e explicou não saiu do jeito que você solicitou. Sim! Eu acredito que sim, afinal até hoje é o trabalho do Blindagem mais cultuado e acho que a capa ajudou bastante nesse processo. Sim, muito! SIM. GRAÇAS AOS DEUSES HEHE. yep! ol' Tudo. Sim.

Vocês podem me mandar a arte de capa dos álbuns de vocês? Pode ser em jpg em alta qualidade, pois o trabalho final será impresso.

Não tenho a imagem em alta no momento, preciso ver no HD em casa. Por enquanto, te passo 2 links com ele em baixa: http://www.google.com.br/imgres?hl=pt-BR&biw=1280&bih=685&tbm=isch&tbnid=et0ZL8_EBpqrM.&imgrefurl=http://deinverno.blogspot.com/2011/07/mordida-1-um-convite-felicidade.html&docid=DIDPdnTj7A61M&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/-I_5iZ_8W-pY/TJf9RORZpU/AAAAAAAAAABTk/W6FmdnsVwWg/s1600/Capa%25252BMordida%25252B1.jpg&w=1600&h=1430&ei=CYCdUb6oHsfw0gGZn4C4Dw&zoom=1&ved=1t:3588,r:28-18-29-07/160-mordida-mordida-1&docid=StsSeOSCSkj3aM&itg=1&imgurl=http://ucmcomics.com/porta/images/IMAGENS-Organizadas/Artigos/Lucas-Mota/Mordida-Mordida1-

https://docs.google.com/forms/d/1YsnwXpbHiNV5mDUYMn3mNU6_5KQqZPNb7XXQSHIPcE/viewanalytics

3/4

31/07/13

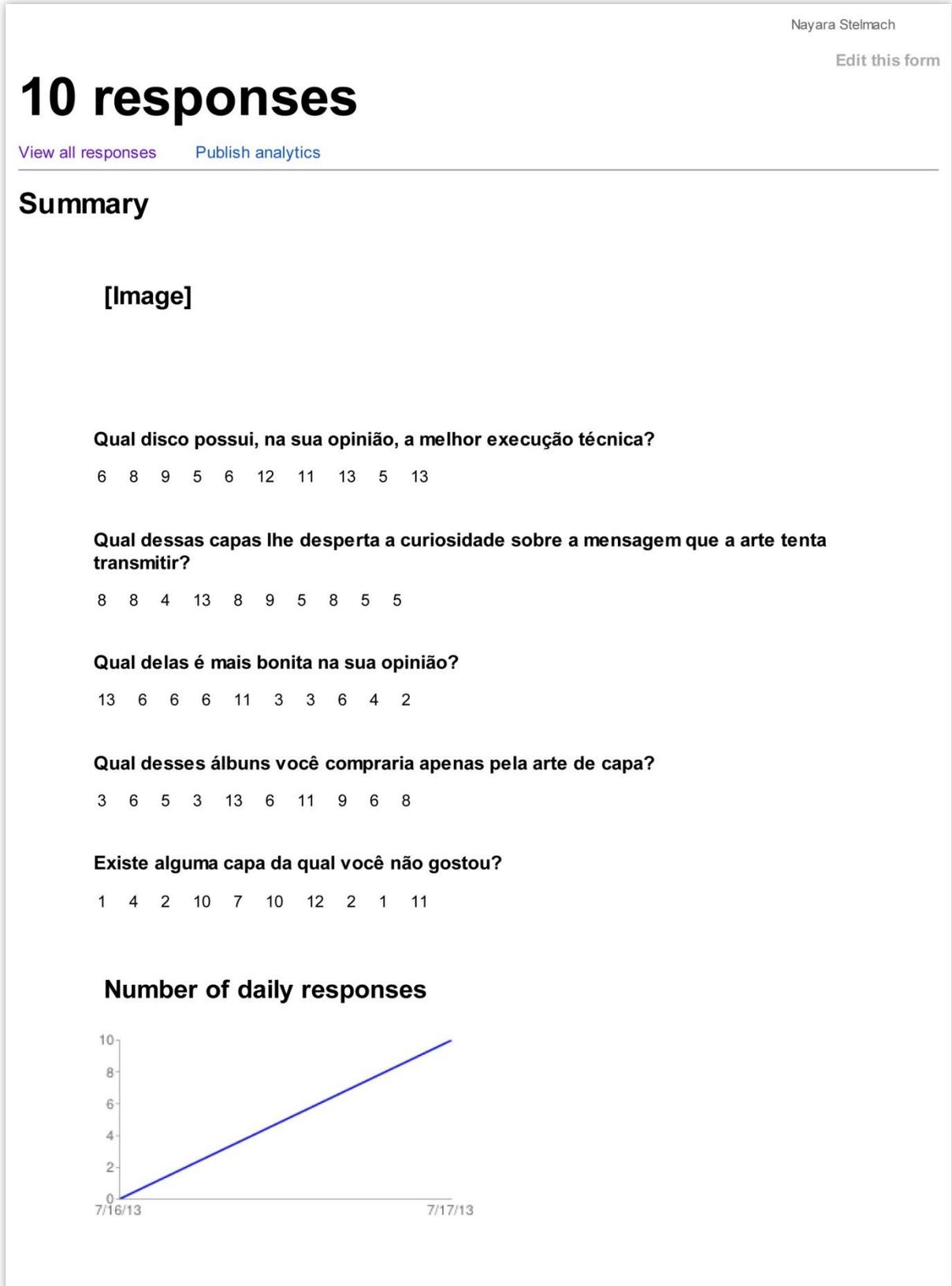
Questionário 02 - Cenário musical de Bandas Curitibanas - Google Drive

WEB.jpg&w=800&h=715&ei=CyCdUb6oHsfw0gGZh4C4Dw&zoom=1&ved=1t:3588,r:2,s:0,i:87&iact=rc&dur=981&page=1&tbnh=194&tbnw=217&start=0&ndsp=15&tx=111&ty se você baixar o disco (é grátis) nesse link a capa está incluída: <http://www.cacofonicos.com/> Podemos sim! http://screamyell.com.br/blog/wp-content/uploads/2007/08/tg_capa_smd.jpg E-mail enviado em 5, 4, 3... Foi no e-mail! Charme Chulo 2007 e Nova Onda Caipira 2009/2010 Será enviado! Como os encartes de (Sic) estão sendo produzidos na gráfica nesse momento, posso enviar uma simulação na sequência. De qualquer forma, segue o link da capa e o link do nosso primeiro EP também: Capa de "(Sic) - 2013": http://www.flickr.com/photos/luciano_costa/8677542827/ Capa de "Colorphonic - 2010": http://www.flickr.com/photos/luciano_costa/5916579263/ Parte interna e bolachas de "Colorphonic - 2010": http://www.flickr.com/photos/luciano_costa/5916578991/in/photostream/ XI... EU NÃO TENHO ELA COMIGO, MAS PARTE DELA TEM AQUI WWW.FELIXBRAVO.COM.BR E SE VOCÊ QUISER O DISCO, NÓS TE DAMOS UM. BJ Como ainda não lançamos o disco, assim que a banda se reunir, vou consultá-los e lhe envio o link pro e-mail, ok? Não tenho em alta aqui, precisaria ver se a designer ainda tem. Com relação às outras capas, tá difícil também, ahaha. são de 2005 e 2007. A de 2007 com certeza não tenho em alta, mas posso localizar em baixa. A de 2005 está mais difícil ainda. Vamos ver se encontro. De qualquer forma, são dois EPs gravados ao vivo. Praticamente não são discos oficiais. puxa, estou sem o meu HD de backup.. achei na internet apenas esta de tamanho médio: <http://miojoindie.files.wordpress.com/2010/12/sabonetes.jpg?w=580>

Number of daily responses



APÊNDICE C – Questionário direcionado aos profissionais do Design.



APÊNDICE D – Questionário direcionado aos artistas criadores das capas.

09/09/13 Processo de Design de mídias musicais Curitibaanas - Google Drive

Nayara Stelmach
[Edit this form](#)

5 responses

[View all responses](#) [Publish analytics](#)

Summary

Seu nome

Paulo de Nadal Rosângela Souza Araújo Anderson L.A. Gean Santos Caroline Rebello

Idade

42 39 anos 35 anos 28 anos 29 anos

Qual sua formação profissional?

Artes Plásticas na FAP Publicitária Autodidata e mais uns 20 anos de experiência em agências de publicidade, marketing e editoras. Fiz vários cursos profissionalizantes na área de design gráfico, processos de produção gráfica, atualizações em softwares (photoshop, indesign, illustrator, etc). Desenho Industrial - Programação Visual Design de Produto - Graduação - Universidade Positivo Design - Especialização - Köln International School of Design Integrated Design - Master of Arts (incompleto) Köln International School of Design Design sustentável (Disciplina isolada - aluna ouvinte) Universidade Federal do Paraná Gestão Ambiental - Mestrado Profissional - (em andamento) Universidade Positivo

De que forma foi que a banda te escolheu para o trabalho?

Eu trabalhava na mesma agência de propaganda que um dos integrantes da banda, o Artur Lipori. Foi aí que ele me pediu pra desenhar a capa e o encarte da Banda. Não Não tínhamos alguém disponível pra fazer. Já havia feito alguns trabalhos para outras bandas do mesmo estilo (sick sick sinners) e fui indicado por amigos. Sim, nós somos amigos de colégio.

Quanto a negociação de valores, o valor do pagamento foi adequado, houve algum problema?

Foi tranquilo. A gente negociou que eu teria ingressos de graça vitalícios. Parece piada, mas é verdade. A banda não tinha muito dinheiro na época, e eu sou amiga deles a muito tempo, então fizemos essa parceria. Sou parceria e colaboradora da Tertúlia Produções Culturais (empresa que administra os registros e lançamentos do FelixBravo e Bernardo Bravo), dessa forma a divisão de valores é igualitária, conforme o trabalho desempenhado. Sim, foi adequado. Foi tudo certo, fizemos um acordo e tudo foi respeitado.

<https://docs.google.com/forms/d/17Q04AvArJhSJGXuRVsUId7VoeFDzPKLJ6TtypoDbAG0/viewanalytics>

09/09/13

Processo de Design de mídias musicais Curitiba - Google Drive

Quanto ao local de trabalho, onde foi desenvolvido o material?

Algumas horas em casa e algumas hora no atelier Casinha, onde funcionava a sede da Tertúlia Produções. Foi desenvolvido em minha casa. No meu estúdio, localizado na minha residência. Foi desenvolvido em casa. Eu fazia no meu computador em casa, nos fins de semana e durante a semana fora do meu horário de trabalho.

No momento da criação, a banda passou uma ideia do que queria ou o profissional criou sozinho? Como foi o processo?

Passou a ideia de que as imagens do encarte deveriam representar o nome das músicas. Eles me deixaram bem livre pra criar, tínhamos umas referências legais em mente, fomos trabalhando em conjunto, eles me pediam ajustes eu ia mexendo e sugerindo novas opções até o arquivo final. A idéia normalmente surge dos músicos, que passam um briefing breve do imaginário e paleta de cores que tem em mente, assim eu faço a indicação de um ilustrador que executará uma arte específica para atender a este briefing. No caso do Felixbravo, a arte foi da Carolina Garofani e agora para o disco do Bernardo Bravo, foi o Nestor Junior (por uma indicação do próprio Bernardo). Assim feita a ilustração, eu faço a composição e finalizo o layout. Normalmente os programas usados são da Adobe. Desenvolvi sozinho porém com a aprovação da banda. A banda tinha uma ideia bem fechada do que eles queriam. Primeiro tivemos uma reunião de briefing, no segundo momento apresentei alguns layouts com variações do tema que eles queriam e algumas referências de linguagem que poderíamos utilizar no projeto. Definido o caminho seguimos com desenvolvimento do projeto grafico do cd.

Como foi o processo de impressão, algum agravante ou foi tudo conforme o previsto?

Fizemos vários testes de impressão até chegarmos ao resultado ideal. A etapa dos testes de impressão é um pouco confusa pra quem como eu não tem muita experiência em finalização, nessa hora um acompanhamento mais técnico pode facilitar muito. A capa do "Mordida 1" é bem colorida. Não usei modelos, nem regras de cor, tudo foi bem intuitivo. Eu só sabia que esse colorido deveria ser suave e otimista, como as músicas da bolacha. Ajustar a temperatura das cores na prova foi um tanto complexo. O Heitor, vocalista da banda, tinha o contato mais próximo com a gráfica. Ele tocou todo o processo de impressão. A minha parte foi deixar os arquivos prontos, com as linhas de corte certinhas e as cores. Antes da impressão final, fizemos primeiro uma "prova", que é uma impressão de umas poucas unidades só pra ver se as cores tão certas e se está tudo ok. Ai depois de tudo verificado, mandamos para impressão final. Nenhum problema. Os arquivos foram fechados (PDF), o que garante que não tenha problema de textos corridos e imagens fora do lugar. Durante o processo de aprovação do material, primeiro foi feito o teste das bolachas do cd, para que posteriormente o encarte/envelope, seguisse o mesmo padrão de tons. Assim que no primeiro teste de impressão dos encartes, foi necessário recalibrar as cores para que o mesmo ficasse dentro do limite de aceitação de variação de cor.

Cite os momentos mais difíceis e os mais fáceis durante a produção desse

<https://docs.google.com/forms/d/17Q04AxArJhSJGXuRVsUID7VoefDzPKLJ6TypoDbAG0/viewanalytics>

09/09/13

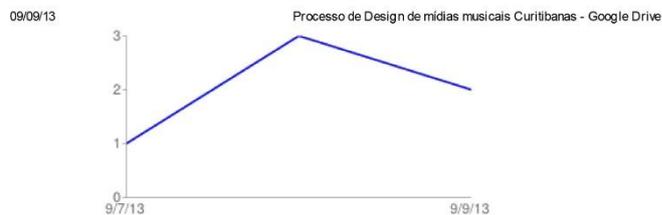
Processo de Design de mídias musicais Curitibaanas - Google Drive

material.

Os problemas que quase sempre tenho na produção de arte para CDs, é falta de informação sobre dados da gravadora, isso inclui código de barras, logos e textos obrigatórios que são inseridos na contra-capas e mídias. A parte mais fácil é que o tema que foi utilizado nesta arte é algo que eu gosto muito e já estou familiarizado, então ficou tudo fácil. Acho que a própria concepção é um momento muito legal. Quando se descobre o caminho então, tudo fica prazeroso, lúdico. O mais difícil foi aprender a mexer com os programas em tempo real, no momento em que eu realizava a capa. Os momentos mais difíceis são: fazer a correção e revisão de textos, números de registro, letras de músicas e listas de equipe técnica e agradecimentos. A parte mais fácil é sorrir e agradecer pelos elogios depois do encarte pronto. Todo trabalho passa por etapas que vão desde a concepção da ideia até o último segundo antes de mandar pra gráfica. No meio desse processo todo, sempre tem muita reunião, mudanças, ajustes, etc. Isso faz parte do processo. No caso da criação da capa, não tivemos muitos momentos difíceis, acho que o mais complicado é quando vai chegando a hora de imprimir, que precisamos ajustar detalhes pra nada sair errado. A parte fácil foi que eles são meus amigos pessoais, era bem divertido e tranquilo trabalhar com eles e para eles. O complicado em trabalhar com um projeto gráfico de um cd é que, a banda geralmente tem uma ideia bem fechada do que eles querem, e isso é normal, considerando que eles trabalharam um bom tempo compondo, ensaiando e gravando o disco. O desafio nesse caso foi traduzir visualmente o conceito do disco e alinhar as expectativas da banda, porque eles estavam com um caminho visual bem definido na cabeça. Outra dificuldade foi não ter controle de algumas etapas do projeto, nesse caso a produção das fotos para a capa do cd (escolha de locação, modelos, objetos de cena e fotografo).

Por fim, você ficou satisfeito com o trabalho final?

Sim. Eu adorei, ficou exatamente como eu queria, a banda ficou feliz e no fim todo mundo saiu satisfeito. Foi bem bacana. Eu acho que o projeto ficou bem produzido, mas com um pouco mais de liberdade na criação o resultado teria sido mais interessante. Sim, achei que ficou bem impresso e o mais importante, ficou com a mesma tonalidade e qualidade das cores que havia apresentado para o cliente. Sim. Quando o prazo é determinado pelo resultado satisfatório, não tem muito erro. A capa foi desenvolvida em seis meses. Muitas vezes foi preciso respirar fundo e lembrar que o processo duraria um certo tempo mas o resultado seria pra sempre.

Number of daily responses

<https://docs.google.com/forms/d/17Q04AxArJhSJGXuRVsUID7VoefDzPKLJ6TypoDbAG0Niewanalytics>

ANEXOS

ANEXO A – Tabela de “Estimativas de Honorários de Projetos” da Associação de Designers Gráficos do Brasil.

REMUNERAÇÃO DE DESIGNERS GRÁFICOS

O gráfico apresenta o valor dos escritores de D.G. e o de estabelecer um labor para os honorários de designers, mensal e por hora técnica.

A ADO, baseada no resultado da pesquisa realizada, apresenta os custos médios de honorários praticados no mercado.

Designers Coordenador: profissional formado com mais de sete anos e com experiência na função de coordenador de vários projetos, participando da concepção, desenvolvimento e resolução de problemas administrativos, técnicos e estruturais. Mantém contato direto com a diretoria dos clientes e/ou seus representantes. De acordo com novas pesquisas, essa função é exercida em geral pelo designer titular/profissional do escritório.

Designers Sênior: profissional formado entre cinco e sete anos, com boa experiência no desenvolvimento e execução de projetos.

Designers Pleno: profissional formado entre três e cinco anos, com experiência na execução de projetos.

Designers Júnior: profissional com até três anos de formação e alguma experiência na execução de projetos.

Trainee: profissional recém-formado, com experiência limitada. Executa trabalhos de apoio e desenvolvimento de projetos.

Estagiário: estudante de curso superior, em fase de aprendizado, participa de trabalhos sob a orientação de um designer experiente.

Honorários base/hora

Designer Coordenador R\$ 150,00
 Designer Sênior 80,00
 Designer Pleno 50,00
 Designer Júnior 25,00

Preços médios em R\$

1.000/3.000 (11 horas)
 3.000/6.000
 acima de 6.000
 1.000/3.000
 3.000/6.000
 acima de 6.000
 7.000/15.000
 acima de 15.000
 5.000/10.000
 3.000/5.000

EDITORIAL

Folheto
 Catálogo (105-15 páginas)
 Catálogo (105-48 páginas)
 Livro de Texto
 Livro de Ilustração
 Livro Institucional
 Livro de Arte
 Jornal e Revista
 Relatório Anual
 Perfil Institucional
 House Organ

Preços médios em R\$

1.000/2.000
 acima de 3.000
 500/1.000
 3.000/10.000
 2.000/5.000
 3.000/10.000
 800/1.000
 300/1.000
 2.000/3.000

PROMOCIONAL

Banner
 Display
 Cartazeta
 Agenda
 Calendário mesa
 Calendário parede
 Mouse pad
 Brinquedo

Preços médios em R\$

5.000/10.000
 acima de 10.000
 5.000/10.000
 5.000/10.000
 5.000/10.000

MÍDIA ELETRÔNICA

Site
 Home Page
 CD-ROM
 Vinetete

Preços médios em R\$

5.000/10.000
 acima de 10.000
 5.000/10.000
 5.000/10.000

ESTIMATIVA DE HONORÁRIOS DE PROJETOS

A ADO tem a intenção de implantar uma tabela restrita de preços, pois acredita-se livre atuação do mercado e na difícil tarefa de avaliar cada trabalho em função dos variados fatores que influenciam o custo de um projeto. Entretanto, a tabela apresenta valores referenciais com base em pesquisas realizadas em um grupo de designers salarizados, com o objetivo de subsidiar a negociação de honorários de projetos.

Esta maneira apresentamos a seguinte estimativa de Preços de Honorários de Projetos de Design Gráfico, resultado da pesquisa realizada junto aos escritórios de designers.

Formas de Preços

Com o auxílio do resultado da pesquisa sobre atuação profissional dos designers gráficos, realizada pela ADO, observamos que a maioria dos preços praticados no mercado em alguns itens varia de acordo com o porte do cliente e/ou grau de complexidade do trabalho. Os valores dos honorários cobrados incluem os serviços de finalização.

Porte de cliente	Pequeno	Médio	Grande
Complexidade	Pequena	Média	Grande
PIV Extenso	3.000/8.000	8.000/20.000	acima de 20.000
PIV Completo	2.000/6.000	5.000/10.000	acima de 10.000
PIV Restrito	1.000/2.000	2.000/5.000	acima de 5.000
Marca	2.000/8.000	5.000/10.000	acima de 10.000
Papelaria	1.000/2.000	2.000/5.000	acima de 5.000
Manual de Uso	2.000/8.000	5.000/10.000	acima de 10.000
Relatório/Relatório/Tipos	500/1.000	1.000/2.000	acima de 2.000
Embalagem	2.000/5.000	5.000/10.000	acima de 10.000
Identificação	1.000/2.000	2.000/5.000	acima de 5.000
Lista de Embalagens	1.000/2.000	2.000/5.000	acima de 5.000
Estreita de Embalagem	5.000/10.000	10.000/20.000	acima de 20.000
Interna	3.000/8.000	8.000/10.000	acima de 10.000
Externa	2.000/5.000	5.000/10.000	acima de 10.000
Tôtem/Back-light	1.000/3.000	3.000/5.000	acima de 5.000

IDENTIDADE VISUAL

EMBALAGENS

SINALIZAÇÃO

CATEGORIAS

PROFISSIONAIS

Associação de Designers Gráficos do Brasil

Associação de Designers Gráficos do Brasil - Associação Brasileira dos Escritórios de Designers Gráficos do Brasil - Associação de Designers Gráficos do Brasil