

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM ARTES VISUAIS - PPGAV-UFPEL
MESTRADO



Dissertação

O ESPÍRITO DO SOM:
Encontros entre design, música e artes visuais
no projeto gráfico de capas de disco

Emerson Ferreira da Silva

Pelotas, abril de 2018

Emerson Ferreira

O ESPÍRITO DO SOM:
Encontros entre design, música e artes visuais
no projeto gráfico de capas de disco

Dissertação apresentada ao Programa
de Pós-Graduação em Artes Visuais do
Centro de Artes da Universidade Federal de
Pelotas, como requisito parcial à obtenção
do título de Mestre em Artes Visuais.

Orientadora: Lúcia Bergamaschi Costa Weymar

Pelotas, abril de 2018

Emerson Ferreira da Silva

O ESPÍRITO DO SOM:
Encontros entre design, música e artes visuais no projeto gráfico de capas de disco

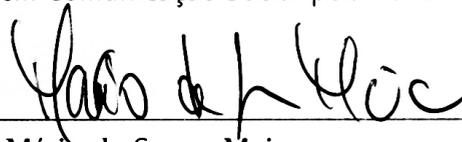
Dissertação aprovada, como requisito parcial, para a obtenção do grau de Mestre em Artes Visuais do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais do Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

Data da defesa: 11 de abril de 2018.

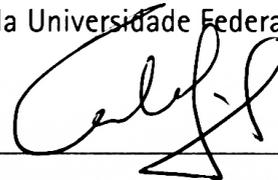
Banca examinadora:



Profa. Dra. Lúcia Bergamaschi Costa Weymar (Orientadora)
Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul



Prof. Dr. Mário de Souza Maia
Doutor em Música - Etnomusicologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul



Prof. Dra. Úrsula Rosa da Silva
Doutora em Educação pela Universidade Federal de Pelotas

RESUMO

SILVA, Emerson Ferreira da. **O Espírito do Som: Encontros entre design, música e artes visuais no projeto gráfico de capas de discos**. 2018. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Centro de Artes, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2018.

O exercício de produzir identidades para obras musicais revela um encontro entre as linguagens do design, da música e das artes visuais estabelecido ao longo da vida e fortalecido na profissão de designer no escritório Nativu Design. Como mestrando vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade Federal de Pelotas (PPGAV/UFPEL) pesquiso, na dissertação denominada "O Espírito do Som: Encontros entre design, música e artes visuais no projeto gráfico de capas de discos", projetos por mim criados nesta especificidade. Para além de investigar questões ligadas ao campo do design parto do pressuposto que projetos de capas de disco resultam de diferentes encontros criativos, tais como aqueles com a música e com as artes visuais, e que esses encontros surgem de herança e mestiçagem culturais, de hibridismo artístico e, sobretudo, de uma espécie de empatia criativa. Dito isto, questiono-me: Quais seriam as consequências visuais das trocas resultantes de encontros de empatia no processo criativo de construção do design? Esta pesquisa objetiva, portanto, investigar os modos como os encontros entre linguagens e culturas podem determinar os processos e os resultados criativos nos projetos de identidade visual para discos. Para a sua realização, cuja abordagem é qualitativa, apoio-me na revisão bibliográfica e documental, em registros descritivos e na metodologia processual denominada Design Thinking, muito discutida no campo como um dos novos paradigmas de projeto que valoriza as produções em experiências de colaboração coletiva.

PALAVRAS-CHAVE: Design Thinking; Capas de disco; Processo criativo; Empatia criativa; Hibridismo artístico; Mestiçagem cultural.

ABSTRACT

SILVA, Emerson Ferreira da. **The Spirit of Sound: Encounters between design, music and visual arts in the graphic project of album covers.** 2018. Dissertation (Master Degree in Visual Arts) – Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Centro de Artes, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2018.

Producing identities for musical works results to a meeting point between the languages of design, music and visual arts, established throughout life and strengthened in the profession of designer at the Nativu Design office. In this master's degree linked to the Postgraduate Program in Visual Arts of the Federal University of Pelotas (PPGAV / UFPEL), I study in the dissertation entitled "The Spirit of Sound: Encounters between design, music and visual arts in the graphic project of album covers" projects I have created in this specificity. In addition to investigating issues relating to design, I assume that disc cover designs result from different creative encounters, such as from those with music and visual arts, and that these encounters arise from cultural heritage and miscegenation, artistic hybridism, and, above all, from a kind of creative empathy. That said, I ask: What are the visual consequences of the exchanges resulting from empathy meetings in the creative process of design construction? This research therefore aims to investigate the ways in which the encounters between languages and cultures can determine the processes and the creative results in the visual identity designs for disk covers. For its realisation, the approach is qualitative, relying on bibliographical and documentary revision, descriptive records and on procedural methodology called Design Thinking, which is much discussed in the field as one of the new design paradigms that values experiences of empathy, experimentation and collective collaboration.

KEY WORDS: Design Thinking; Disk covers; Creative process; Creative empathy; Artistic Hybridism; Cultural miscegenation.

DEDICO

*a Nativu Design - um estado de espírito livre
ao Ocupação - um sonho coletivo concretizado*

em especial:

ao Solange Caetano Ferreira, mãe incansável, por toda a confiança e amor

a Jaci Caetano e aos meus irmãos Márcia e Alexandre Ferreira

*ao Lauro Ferreira (in memoriam), avô fotógrafo que me apresentou
a magia da música e da arte através dos discos de vinil.*

AGRADEÇO

(Oxalá, Jesus, Buda... os grandes Criadores)

ao Mestrado em Artes Visuais do Centro de Artes/ UFPel.

ao Valder Valeirão, a Heloísa "Helô" Duarte e a Andréa Terra

a Lúcia Weymar

ao Mário Maia e a Úrsula Rosa

aos amigos Cecília Dutra, Cláudio Silva, Ana Júlia Fortuna, Marco Gottinari, Daniele Bender, Lu Gastal, Kelin Valeirão, Ronaldo Régio, Damé, Geovani Corrêa, Diogo Garcia, Thaís Cristina, Thaís Filó e Atos Neto, Igo Santos, Angela Pohlmann, Felipe Taborda, Renata Requião, Isadora Passeggio, Nágila Rodrigues, Sandro Pereira, Gustavo Lisboa, Francisco Vitória, Aldo Echebeste, Letrícia Souza, Vinícius Granada, Daniel Silveira e Maria Mertzani, Maria Eugenia Martins, Francisco Eller, Elisa de Alencar e Rodrigo Garcia

aos cursos de Design e Artes / UFPel e de Desenho Industrial / ETFPel

a Rádio Com 104. FM, Casa do Joaquim, Woodstock Discos, Studio CD's, Coqueiro Verde Records, Festival de Jazz de Pelotas e Mafuá das Artes

a Cássia Eller, Gilberto Gil, Elifas Andreato, Chico Science, Clube da Esquina, Hipgnosis, Miles Davis e Khalil Gibran

e a todos os músicos, designers e artistas com quem estabeleci grandes parcerias criativas, presenciais ou não.



SUMÁRIO

Encontros iniciais	17
Encontros fortuitos [ou, <i>ouvir com os olhos</i>]	23
1.1 Processos criativos envolvendo música, artes visuais e design	27
1.2 Empatia criativa entre design, música e artes visuais nas capas de discos	39
Encontros culturais [ou, <i>olhar com os ouvidos</i>]	57
2.1 Hibridismo e mestiçagem: as misturas culturais na pós-modernidade	61
2.2 Design para capas de discos: uma autoria compartilhada	83
Encontros futuros	117
Referências	127
Apêndice	139
Anexo	147

ENCONTROS INICIAIS

O exercício de ouvir música constantemente e de contemplar a criatividade das capas de discos revela o que considero, hoje, o elo resultante de um *encontro* fortemente estabelecido com as obras musicais desde a infância, e que se fortaleceu ao longo da vida na profissão de designer e artista visual. A presente dissertação, intitulada “O Espírito do Som: Encontros entre design, música e artes visuais no projeto gráfico de capas de discos”, resulta da pesquisa realizada durante o Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade Federal de Pelotas (PPGAV/UFPEL) na linha de Processos de Criação e Poéticas do Cotidiano, sobre esse *encontro*. Trata-se de realizar um estudo intersubjetivo sobre minha relação com meus objetos de pesquisa, as capas de disco, e de construir uma narrativa sobre modos de criação e de produção artística que nascem quando se cruzam as linguagens do design, da música e das artes visuais neste tipo de projeto de identidade.

O histórico das capas de discos revela uma fusão da música com as artes visuais, através do design. As capas de Long Play (LP), transformadas ao longo do tempo em dignos suportes para privilegiar os mais criativos discursos gráficos e visuais, construíram um legado artístico tão importante que algumas acabaram se tornando icônicas no universo das artes visuais. Capas de álbuns do grupo Pink Floyd projetadas pelo escritório de design Hipgnosis, ambos ingleses, são algumas das mais lembradas na história, e revelam uma parceria criativa entre músicos e artistas visuais surgida através de uma atmosfera de identificação artística entre ambos, o que denominamos, nesta pesquisa, enquanto “empatia criativa”.

Na música popular brasileira diversos “capistas” também registraram suas marcas, como, por exemplo, Cesar Villela, que criou um estilo singular para a Bossa Nova ao trazer para as capas uma representação gráfica ao estilo modernista; Rogério Duarte, que, além de suas capas ao estilo Art Nouveau psicodélico, foi um dos principais personagens do movimento Tropicália surgido na década de 1960 e Elifas Andreato, que estabeleceu com sua arte um estilo lúdico iconográfico que marcou a MPB, especialmente o samba carioca.

Pressuponho que tais encontros artísticos surgiram tanto da empatia quanto das heranças culturais, do hibridismo e da mestiçagem artística. Pressuponho, igualmente, que destes encontros surgiram trocas, e, neste ponto, ocorrem-me algumas dúvidas e questões. Uma das que mais me desassossega, e que por isso muito interessa a essa investigação, é: Quais seriam as conseqüências visuais das trocas resultantes de encontros de empatia no processo criativo de construção do design? (Seria uma pretensão questionar, também, as conseqüências nas relações humanas nele estabelecidas?).

Há mais de uma década que crio e desenvolvo, na condição de sócio-proprietário e designer do escritório Nativu Design, em Pelotas/RS, identidades visuais para capas de discos. A partir dos pressupostos acima levantados e ao observar tais processos de criação percebo heranças de misturas culturais e de mestiçagens artísticas que resultam em produções híbridas e também percebo encontros de empatia criativa de ordem intelectual, afetiva e emocional que acabaram por direcionar os caminhos e as escolhas durante aqueles processos criativos.

Assim sendo, esta pesquisa objetiva, de modo geral, investigar os modos como encontros entre linguagens e culturas podem determinar os processos e os resultados criativos nos projetos de identidade visual para discos. Ou seja, busco investigar as maneiras como se articulam tais encontros, compreender as trocas deles resultantes e, sobretudo, identificar as conseqüências processuais e gráficas dessas trocas. De antemão pressinto, na prática cotidiana do fazer design, um modo de ação

que se identifica com a metodologia processual denominada Design Thinking, atualmente muito discutida no campo como um dos novos paradigmas de projeto e de desenvolvimento de produtos gráficos e digitais, dentre outros.

O modo de realização desta pesquisa cuja abordagem é qualitativa apóia-se, sobretudo, na revisão bibliográfica e documental; porém, o método de coleta de dados e o registro descritivo deles realizado baseiam-se e se norteiam pelo método etnográfico uma vez que a relação que mantenho com os objetos coletados é essencialmente intersubjetiva.

Isto dito, e para chegar ao objetivo principal, busco, mais especificamente, investigar algumas questões conforme descrevo a seguir. Para fins de organização, a pesquisa é dividida em apenas dois grandes capítulos denominados “Encontros fortuitos, ou *ouvir com os olhos*” e “Encontros culturais, ou *olhar com os ouvidos*” e cada qual é dividido em dois subcapítulos cada. No primeiro capítulo procuro, primeiramente, apresentar o que considero “encontros fortuitos” a partir de Bourriaud (2009a; 2009b; 2009c) entre design, música e artes visuais que vislumbro nas primeiras capas de discos conceituais dos LPs responsáveis, naquele momento, pela abertura de um novo campo de atuação profissional. A seguir, procuro resgatar e comentar algumas capas de discos oriundas dos encontros que suponho resultantes de empatia criativa entre escritórios de design e músicos, sob o aporte teórico de Melo e Ramos (2011). Igualmente, procuro expor um breve relato do meu histórico com as linguagens musicais e visuais as quais parecem ter me conduzido a uma atuação profissional em design alicerçada na mestiçagem.

No segundo capítulo objetivo, antes de qualquer coisa, investigar os encontros advindos das heranças culturais em minha formação artística e os caminhos que possam ter conduzido a um modo de operação criativa nascido das manifestações híbridas e mestiças, muito discutidas no universo da arte na pós-modernidade, a partir do aporte teórico de Cattani (2007), Canclini (2003), Burke (2006), Hall

(2014) e Flusser (2007). Na sequência procuro descrever metodologias projetuais aplicadas ao design de capas de discos com base nas experiências de designers, músicos e artistas visuais que me servem de referenciais sonoros e visuais, e, ainda, procuro identificar, neste modo de operação, intenções ligadas à metodologia Design Thinking sob a ótica de Lupton (2013) e Tschimmel (2014), autores que buscam valorizar a natureza dos processos utilizando a experiência da empatia criativa. Ao final do tópico busco relatar experiências pessoais vividas durante alguns destes projetos, dentre as quais destaco o disco “O Espírito do Som – Cássia Eller em Brasília” que, por sua relevância, dá nome a esta pesquisa.

Percebo, ao longo deste estudo sobre processos criativos oriundos dos encontros do design com a música e com as artes visuais nas capas de discos, o fortalecimento destas linguagens em minha atuação profissional, humana e de pesquisador. Trata-se, portanto, de uma oportunidade de conhecer mais a natureza dos processos criativos de certos projetos gráficos a partir da minha própria produção. É um momento de tentar reconhecer, através do meu histórico de convivência com a música e com as linguagens visuais, uma espécie de identificação no modo de pensar e projetar que *parece* resultar da empatia criativa. E reitero que esta, por sua vez, *parece* ser capaz de dialogar com o modo de ação do Design Thinking uma vez que contribui para novas formas de projetar, aprender e compartilhar intenções, emoções e conhecimentos.

Minha trajetória profissional se desenvolveu a partir de meus primeiros contatos com a música nas capas de discos, verdadeiros passaportes para meu futuro interesse pelas linguagens artísticas. Diante disto, dissertar sobre os encontros envolvendo design, música e artes visuais é, de fato, tratar de três linguagens de enorme importância para meus processos criativos e, espero, para os modos de criar de outros designers, artistas e pesquisadores.

1 . ENCONTROS FORTUITOS [OU, *OUVIR COM OS OLHOS*]

"A arte é um jogo entre todos os homens de todas as épocas."

Marcel Duchamp

No primeiro capítulo da pesquisa "O Espírito do Som: Encontros entre design, música e artes visuais no projeto gráfico de capas de discos" objetivo estabelecer uma narrativa sobre processos criativos que envolvam as linguagens da música, das artes visuais e do design sob a ótica dos "encontros fortuitos", sugeridos por Bourriaud (2009a), mapeando, meu histórico de aproximações com estas linguagens que suponho terem me conduzido à profissão de designer interessado em identidades para capas de discos. Primeiramente, busco recuperar exemplos de artistas que produziram obras resultantes de encontros entre a música e as visualidades e apresento dados bibliográficos que exibem seus processos criativos. Depois, procuro descrever algumas produções de capas de discos – obras consideradas icônicas na história da música tanto no âmbito brasileiro quanto internacional – que compõem minhas referências visuais e que, para além disso, revelam histórias de parcerias entre músicos, artistas visuais e designers cuja atmosfera de identificação é latente o que fortalece o conceito de "empatia criativa" defendido nesta investigação.

1.1. PROCESSOS CRIATIVOS ENVOLVENDO MÚSICA, ARTES VISUAIS E DESIGN

"Às vezes, eu sinto o gosto dos sons. Há mais sensações do que aquelas captadas pelo ouvido. O corpo inteiro pode sentir os sons". Florian Schneider

A intenção de pesquisar sobre processos criativos que envolvem os encontros do design com a música e com as artes visuais surgiu no meu retorno à Universidade Federal de Pelotas, dez anos após ter concluído o Curso de Bacharelado em Artes Visuais – Habilitação em Design Gráfico. É na condição de aluno especial da disciplina Design Autoral (hoje Design D’Autor, aproximações entre design e arte na área de conhecimento e na prática) ministrada pela professora Dra. Lúcia Weymar que reencontro um espaço de debates sobre os paradigmas pós modernos na área de conhecimento e na prática profissional do design.

Naquela ocasião percebi a oportunidade de investigar sobre uma das categorias que mais me interessam na profissão de designer gráfico: os projetos de identidade para obras musicais. A tríade formada pelo design, pela música e pelas artes visuais desempenha um papel importante na minha formação artística devido à convivência de longa data com estas linguagens, hoje fortalecida no escritório Nativu Design.

Foi através das capas de discos que comecei os primeiros contatos, na infância, com a música e com as artes visuais. As coleções de discos da família e dos amigos apresentavam um universo de criatividade na representação das imagens que estimulavam a imaginação e a consequente interpretação das obras. Os modos de organização dos elementos gráficos e a criatividade estrutural do produto em si – capas simples e duplas, encartes, recortes personalizados – encantavam-me e descobri, anos mais tarde, que esse produto tratava-se de um produto de design.

Após ingressar como mestrando no PPGAV do Centro de Artes da UFPEL, percebo que este aprendizado que vem se estabelecendo ao longo da minha vida nasceu do que pressuponho ser fruto de um estado de empatia criativa decorrido de encontros entre a música e as artes visuais que experienciei na profissão de designer e na qual projetei inúmeras marcas, ilustrações, fotografias, tipografias, livros; enfim, signos representativos de produtos, serviços, ideias ou conceitos de clientes e parceiros.

O exercício da representação é uma capacidade ancestral da natureza humana. Seja na prática da observação ou no labor da criação artística estabelecemos interpretações que resultam em representações das experiências vividas. O exercício da representação é, então, um modo de operação de trocas do ser humano com o meio em que vive.

A singular capacidade do homem de criar *imagens para si mesmo e para os outros* tem sido, pelo menos desde Platão, um dos temas das reflexões filosóficas e teológicas. Essa capacidade parece de fato algo próprio da espécie humana, pois nenhuma outra espécie anterior à nossa produziu coisas que pudessem ser comparadas com as imagens rupestres da Dordonha, por exemplo. Na tradição acima, mencionada, a reflexão sobre essa competência é retratada, na maioria das vezes, de forma especulativa, sob o nome de “imaginação” (*Imagination*) ou “faculdade imaginativa” (*Einbildungskraft*): ela é compreendida quase sempre como algo dado, um fato (FLUSSER, 2007, p. 161, grifo meu).

A música gera imagem assim como a imagem pode gerar música, pois, tal como Khalil Gibran (1975), compreendemos a manifestação artística como “linguagem da alma capaz de produzir emoção ao coração pelo olhar dos ouvidos”. Uma melodia, um acorde musical ou mesmo os sons da natureza são capazes de acionar dispositivos que despertam e estimulam a imaginação humana mediante um cruzamento de sensações. Uma composição musical pode remeter à sensação de cores, temperaturas, ambiências e, ao agir sobre a percepção, pode “servir como fonte de inspiração, estimulando imagens e sentimentos e suscitando enredos” (CAMPBELL; CAMPBELL; DICKINSON, 2000 apud CAVALCANTI, 2011, p. 11).

Para Bourriaud (2009a), a manifestação artística sempre é relacional em diferentes graus pois, além do fator de socialidade, é também uma fundadora de diálogo; para o autor construir uma obra supõe a invenção de um processo de “mostrar ao outro” onde a “imagem assume o valor de um ato”. Desta relação de amostragem provêm um sistema de trocas no qual surge uma estética relacional constituída em uma teoria da forma.

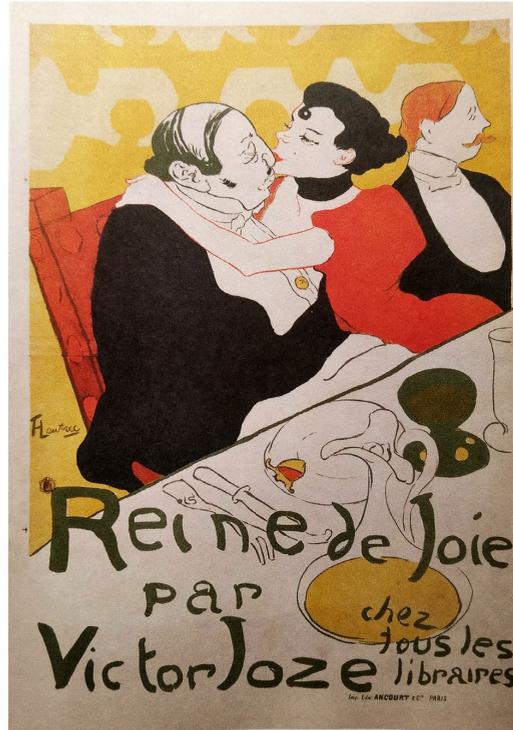
O que chamamos de forma? Uma unidade coerente, uma estrutura (entidade autônoma de dependências internas) que apresenta as características de um mundo: a obra de arte não detém o monopólio da forma; ela é apenas um subconjunto na totalidade das formas existentes. [...] Assim nascem as formas: do desvio e do encontro aleatório entre dois elementos até então paralelos (BOURRIAUD, 2009a, p. 26).

A forma pode ser definida como um encontro fortuito duradouro ocorrido a partir de experiências relacionais nas quais o artista “cria mundos” onde os elementos se unificam. Para criar um mundo, esse encontro fortuito tem de se tornar *duradouro*: os elementos que o constituem devem se unificar numa forma, isto é, “os elementos têm de dar liga” (BOURRIAUD, 2009a, p. 27).

A música pode, por assim dizer, constituir-se de um processo de criação tanto no momento em que está sendo construída como no momento em que está sendo apreciada. Determinada música pode ser interpretada por um grupo de pessoas e atingir resultados diferentes de percepção, por se tratar de uma forma de linguagem altamente abstrata e que possibilita diversos modos de audição (NASSIF; SCHROEDER, 2014, p. 99).

A música estimula os seres humanos em seus processos criativos, interferindo e participando das ações. Toulouse-Lautrec desenhava e produzia cartazes para os cabarés, entre eles o Moulin Rouge, ao som do *cancan*, diante do bailar dos frequentadores; Paul Klee identificou relações formais entre a música e as artes visuais ao encontrar “conexões entre linha melódica com a linha de um desenho, dos ritmos e tempos dos compassos com divisões da pintura, métrica musical com modulações da forma e cor” (CASTRO, 2010, p. 7); Jean-Michel Basquiat também era músico e fez desta arte um dos temas principais de suas criações visuais, principalmente do gênero *jazz*; Miles Davis, um dos grandes nomes da história do *jazz*, produziu pinturas de fazer inveja aos mais exigentes artistas e apreciadores da linguagem pictórica. São exemplos de artistas advindos de uma geração pós-revolução industrial cujos feitos, reconhecidos mundialmente, são oriundos de encontros entre as linguagens da música e das visualidades. São obras resultantes de influências e combinações surgidas por afinidades criativas, em minha avaliação.

Observemos Toulouse-Lautrec (1864 – 1901) e seu processo de imersão. Sua obra é conhecida pela singular representação da vida boêmia parisiense, do ambiente dos cabarés e da sociedade da *belle époque*. Seus desenhos contribuíram significativamente para a popularização da arte publicitária, ao final do século XIX. Através de seus cartazes (figuras 1 e 2), tornou-se um dos primeiros designers modernos a expressar com grande vitalidade pictórica um pensamento projetual gráfico.



Figuras 1 e 2– Cartaz Jane Avril au Jardin de Paris (1891) e Reine de Joie par Victor Joze (1891), Toulouse-Lautrec.
Fonte: MEGGS; PURVIS, 2009, p. 259.

Sendo principalmente impressor, desenhista e pintor, Toulouse-Lautrec produziu apenas 31 cartazes, cujas encomendas eram negociadas à noite nos cabarés, e uma modesta quantia de projetos para capas de partituras e livros. Desenhando diretamente na pedra litográfica, muitas vezes trabalhava de memória, sem esboços, e usava uma velha escova de dentes que sempre levava consigo para obter efeitos tonais por meio de uma técnica de borrifo. (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 259).

A obra de Paul Klee (1879 – 1940) é um caso bem especial. Artista de renome na pintura e um dos principais professores da escola alemã Bauhaus¹, sua pintura se confunde com a música, e vice-versa, e é resultante de intensa pesquisa que fez ao estabelecer relações formais entre as devidas linguagens (encontramos uma fotografia interessante de Klee, reunido com outros músicos, no interior de um ateliê de pintura no qual cavaletes de pintura fazem as vezes de estante para partituras musicais, conforme figura 3). Educado numa família de músicos, Klee desde cedo já realizava experimentos neste sentido; segundo Castro (2010, p. 7), “desenhando os códigos simbólicos do universo da música nas bordas dos cadernos de aulas de desenho geométrico”, relacionando “poesia, música e sonhos, incluindo palavras e notações musicais organizados de maneira a seguir uma harmonia musical” (figura 4). Em termos analíticos, “sua pintura e suas aquarelas distinguem-se de maneira precisa por um adjetivo, concreto para elas, vago em outras aplicações: é pintura espiritual” (SOPEÑA, 1989, p. 101).

Paul Klee é, em primeiro lugar, músico: durante muito tempo poderia ter duvidado da sua vocação de pintor, poderá ter acreditado ser escritor, porém sempre, sempre, será músico, violinista. Diria músico num duplo sentido da palavra: violinista de sonatas, de quarteto, de atil de orquestra e músico em sua maneira pessoal de enfrentar o mundo (SOPEÑA, 1989, p. 102).

1 Chama-se Bauhaus uma escola de artes e ofícios fundada pelo arquiteto alemão Walter Gropius, em Weimar (1919) [...] Entre seus professores estiveram conhecidos artistas modernos – Lyonel Feininger, Paul Klee, Piet Mondrian, Oskar Schlemmer, Vassily Kandinsky, Moho Nagy e outros. Organizada como escola de artes e ofícios, a Bauhaus preparava os seus alunos para o conhecimento das diferentes formas e artes aplicadas, artesanais e industriais. Dava maior importância à produção dos elementos em série, isto é, produzidos industrialmente, para a necessária identificação entre arte e indústria (CAVALCANTI, 1978, p. 284).



Figura 3 – Paul Klee (o primeiro, à direita) junto a um quinteto no estúdio do pintor Heinrich Knirr (1930).

Fonte: nievescorcoles.wordpress.com/2013/01/16/paul-klee-musica-y-pintura/; 2018.

Consta que Klee, com sua “música pictórica”, teria influenciado o alemão Karlheinz Stockhausen (1928 – 2007). Considerado um dos precursores da música eletrônica este influenciou, por conseguinte, outros músicos em diferentes partes do mundo, como o maestro Igor Stravinsky, as bandas de rock The Beatles, Pink Floyd e Frank Zappa, o grupo de música eletrônica Kraftwerk e o trompetista Miles Davis. Se compararmos o desenho de Klee com os gráficos de Stockhausen (figura 5) podemos identificar a influência mencionada.

Kraftwerk (figura 6), um grupo musical alemão de música eletrônica, surge na década de 1970 através da união entre os músicos Ralf Hütter, Florian Schneider e com, anos mais tarde, a inclusão de Wolfgang Flür e Karl Bartos. Os trabalhos musicais e artísticos do grupo são tidos dos mais populares e vanguardistas, de forte expressão minimalista, fortemente influenciados pela geração concretista eletrônica de Stockhausen. O grupo, pioneiro ao unir música eletrônica e computação gráfica desde a década de 1970, apresentava-se, inicialmente, no circuito universitário, em clubes e galerias de arte, utilizando sintetizadores e percussões eletrônicas (DIMERY, 2007, p. 318).

Em 1969 o trompetista Miles Davis (1926 – 1991) lançou um dos álbuns mais emblemáticos da história do jazz: *Bitches Brew*, uma *jam session*. A *jam session* - “que no mundo inteiro designa o encontro de músicos de jazz para tocar de improviso, sem pagamento, contrato ou compromisso profissional” (DOURADO, 2008, p. 171) - foi composta e lançada pela gravadora Columbia, nos Estados Unidos. Reconhecida como uma das obras-primas de Miles Davis, *Bitches Brew* é considerada uma espécie de obra atemporal e futurista, cujas gravações “começaram às oito da manhã de 18 de agosto de 1969, poucas horas depois de Jimi Hendrix ter demolido *The Star Spangled Banner*, o hino nacional americano, em Woodstock” (DIMERY, 2007, p. 196).

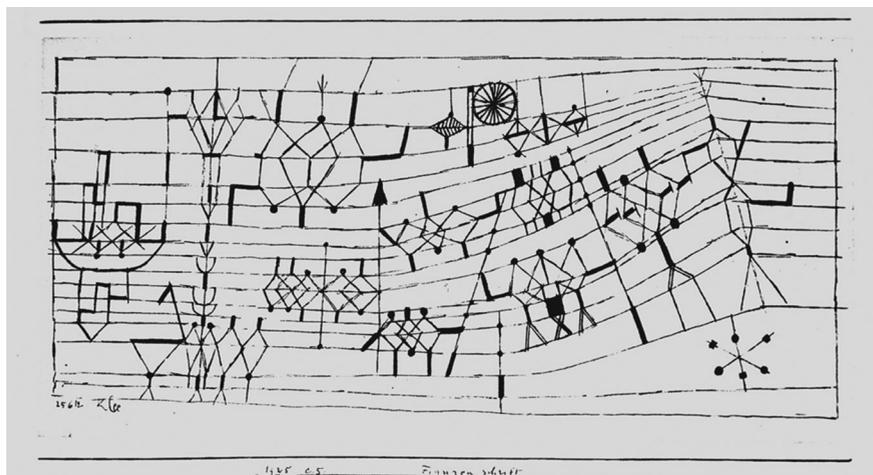


Figura 4 – Personagens (1925). Paul Klee.

Fonte: nievescorcoles.wordpress.com/2013/01/16/paul-klee-musica-y-pintura; 2017.

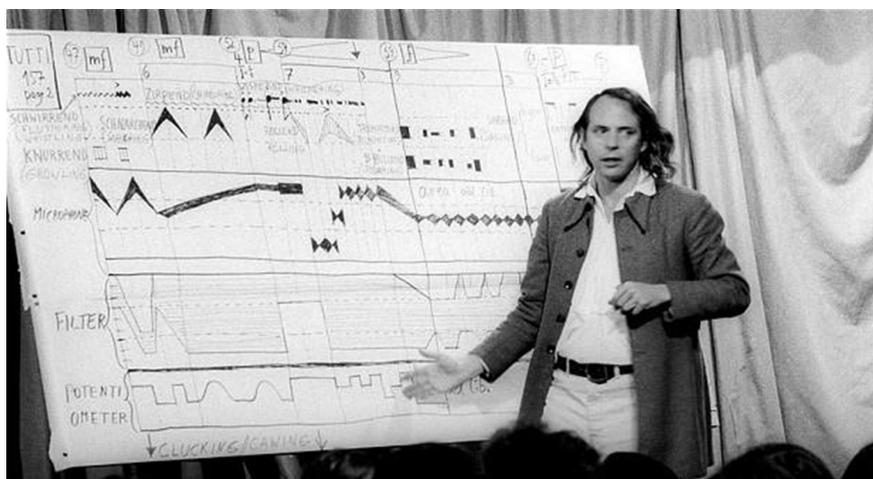


Figura 5 – Karlheinz Stockhausen (1971).

Fonte: theguardian.com/music/2010/jul/12/karlheinz-stockhausen-plus-minus; 2018.



Figura 6 – Show de apresentação do Kraftwerk (2013).

Fonte: kraftwerk.com/photo/index.php; 2018.

Miles Davis conta, em sua biografia, que as sessões de gravação ocorreram mediante processo de desenvolvimento coletivo o qual o músico classifica como uma “composição viva”, nascida da improvisação e sem que houvesse material escrito ou ensaiado. O álbum é constituído por temas longos, com arranjos que unem *jazz* com *rock*, *funk*, músicas indiana e eletrônica em temas que vão do erotismo à espiritualidade.

O que fizemos em Bitches Brew nem se poderia anotar para uma orquestra tocar. Foi por isso que não escrevi tudo, não porque não soubesse o que queria; eu sabia que o que eu queria resultaria de um processo, e não de uma coisa pré-arranjada. Essa sessão foi de improvisação, e é isso que torna o *jazz* tão fabuloso (DAVIS;TROUPE, 1991).

O álbum Bitches Brew (figura 7) possui uma densidade sinfônica: “[...] as batidas secas no aro, o bumbo ressonante e as redondas linhas de baixo inspiradas em Sly and The Family Stone. Tudo mais, porém, é de outro planeta” (DIMERY, 2007, p. 196). As composições são repletas de camadas, sobreposições e atmosferas sonoras que, a meu ver, são perfeitamente traduzidas na capa do disco. Talvez este fato seja um dos motivos que fez com que Miles (que também se tornou pintor anos mais tarde) convidasse o artista plástico Abdul Mati Klarwein² (1932 – 2002) para ilustrar graficamente, no formato de LP duplo, a identidade visual do álbum. O álbum apresenta em suas composições e em sua representatividade visual as turbulências e revelações artísticas contraculturais da passagem da década de 1960 para a de 1970. Trata-se de um exemplo de trabalho coletivo em suas composições musicais e pictóricas oriundo das influências culturais e dos encontros artísticos que revelam uma expressiva e impactante tempestade de sons e imagens.

2 Mati Klarwein nasceu em Hamburgo, no dia 9 de abril de 1932, é filho de pai arquiteto judeu de origem polonesa e de uma cantora alemã de ópera. [...] É ainda mais conhecido por sua arte das décadas de 1960 e 1970, que apresenta uma vasta coleção de importantes capas de álbuns, retratos e paisagens de artistas célebres (matiklarweinart.com; 2017).



Figura 7 – Contracapa e capa do álbum duplo Bitches Brew (1970). Mati Klaerwin.
Fonte: matiklarweinart.com/artworkgallery.php; 2017.

Assim como ocorreu com os artistas citados esta relação de música e artes visuais é muito comum de se encontrar na trajetória de muitos. Uma das razões possíveis para esta relação ocorrer é pelo fato de a música ser reconhecida como um dos principais instrumentos propulsores e estimuladores de processos criativos, funcionando como um dinamizador de ideias, principalmente no que tange o universo das artes visuais.

A música e as artes visuais podem ser utilizadas como deflagradoras de ideias criativas. Diante disto, entendo que esta condição favoreça uma aproximação entres as linguagens que gerarm encontros fortuitos. Ambas as linguagens funcionam como fundadoras, ou instauradoras, de

diálogos e, ao estabelecerem encontros duradouros, podem alargar suas fronteiras, o que possibilita novas buscas e práticas criativas.

Uma experiência de tal prática criativa ocorreu na condição de acadêmico da graduação no Centro de Artes, no projeto intitulado *Icônico - O seu ateliê de ouvido*, uma experiência de programa radiofônico ocorrido na emissora Rádio Com 104. 5 FM de Pelotas entre os anos de 2001 e 2005. Juntamente com o amigo e colega de curso, Pablo Lisboa, produzi um programa que unia as linguagens visual e sonora, com duração de uma hora e meia em edição semanal. A intenção do projeto, além da pesquisa, era de formatação e apresentação de programas temáticos (em outros casos ocorriam entrevistas com convidados) que se consistia num processo criativo em andamento devido ao caráter de ser ao vivo e no rádio. Através dos temas escolhidos para cada edição - tais como movimentos artísticos, biografias de artistas, escolas de arte, etc - o programa, mediante narrativas descritivas e seleções musicais, produzia uma espécie de ateliê de discussão e visualização pela via sonora, o que estimulava a imaginação dos ouvintes.

O interesse de observar e posteriormente pesquisar assuntos que conectam as linguagens visuais e sonoras me fez atentar para as ocorrências que considero de encontro fortuito e de empatia criativa. O fato de encontrar, ao longo da história da arte, a maneira como o pintor Paul Klee enxergava a música através de desenhos, por ter sido influência para o músico Karlheinz Stockhausen que por conseguinte influenciou Kraftwerk, Miles Davis e Pink Floyd. Da mesma forma que Toulouse-Lautrec desenvolvia cartazes ouvindo música. Estes são exemplos nos quais as linguagens que nos interessam podem, ao se comunicar, provocar desvios e gerar possibilidades artísticas sob novos ângulos criativos. No caso da música esta comunicação se estreitou e expandiu com o surgimento da indústria fonográfica, como os discos de LP e suas capas personalizadas pelas mãos dos designers, como veremos a seguir.

1.2. EMPATIA CRIATIVA ENTRE DESIGN, MÚSICA E ARTES VISUAIS NAS CAPAS DE DISCOS

"Toda a iniciativa experimental está na ideia, pois só ela provoca a experiência". Claude Bernard

Em se tratando de minha experiência com as linguagens do design, da música e das artes visuais, é preciso reafirmar que esta aproximação começou a se estabelecer desde minha infância. As artes visuais vieram por influência das ilustrações e dos desenhos enquanto que a música aconteceu por influência da coleção de LPs da família e dos colegas de escola; estes acabaram despertando meu interesse pela música e pelas artes visuais assim como pelo desenho à mão livre.

Os LPs eram o máximo da tecnologia de mídia sonora na metade da década de 1980. Eram consideradas peças de coleção, assim como os livros nas bibliotecas, devido ao seu formato grandioso e à criatividade das capas e contracapas, dos selos e dos encartes. Algumas capas marcaram minha memória e servem até hoje de influências. Na música popular brasileira, capas dos álbuns de Martinho da Vila e de Chico Buarque de Holanda, assim como de bandas de *rock* estrangeiras, como Pink Floyd e Led Zeppelin, chamavam-me a atenção pela inventividade das ilustrações das capas, com desenhos, fotografias, colagens e recortes personalizados (as chamadas *facas gráficas*).

Na segunda metade do século XX os LPs passaram de modestos invólucros de proteção dos discos para dignos suportes a privilegiar os mais criativos discursos artísticos e visuais. Ao unir design, música e artes visuais, os discos tornaram-se objetos de apreciação popular, entraram para o *roll* dos objetos mais consumidos do mundo e atingiram a categoria de grandes difusores de linguagens artísticas.

No fim do século XIX, o diálogo entre as artes visuais e a música abriu precedentes para que as artes aplicadas, ou comerciais, incentivassem o consumo do espetáculo musical. Paralelamente, com o desenvolvimento tecnológico da indústria fonográfica, a música passou a ser gravada e comercializada. A comercialização da música gravada, por sua vez, também foi beneficiada por um interesse de explorar-se uma conexão visual com o conteúdo da gravação (REZENDE, 2012, p. 11).

Foi no ano de 1939, na Alemanha, que o publicitário e artista gráfico Alex Steinweiss, contratado da gravadora Columbia, projetou o que seria a capa do primeiro disco conceitual, *Smash Song Hits by Rodgers & Hart* (figura 8), “com uma embalagem ilustrada graficamente e contendo os comentários sobre a música no interior e no verso” (EVANS, 2016, p. 14). Steinweiss, influenciado pelo estilo dos cartazes russos e franceses, utilizava-se de conceitos visuais mais sugestivos do que figurativos: sugeria o “clima” de cada álbum (CASTRO, 2007).

As vendas dos álbuns de Steinweiss logo superaram as dos álbuns de embalagem comum [...]. Steinweiss concebeu então o que iria se tornar o padrão da indústria: uma capa de papelão fino coberta de papel impresso, com uma lombada estreita, suficiente para que o título do álbum ficasse visível quando este fosse guardado em pé numa estante. A contracapa trazia notas com detalhes sobre o disco (EVANS, 2016, p. 41).



Figura 8 – *Smash Song Hits by Rodgers & Hart* (1940).
Fonte: alexsteinweiss.com; 2018.

A partir de então, conceitos de identidade visual de discos em projetos gráficos passou a mediar a música e o público, fortalecendo a natureza das intenções de cada obra. Conforme Castro (2007, p. 137), “em seis meses, com o aumento de quase novecentos por cento nas vendas por causa das capas, a gravadora Columbia deixou longe a Decca e a Victor, suas concorrentes”.

Passaram-se, desde então, vinte e oito anos até o surgimento dos álbuns Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band, dos ingleses The Beatles, e The Velvet Underground & Nico (de mesmo nome da banda), lançados em 1967 (figura 9). A capa do primeiro, um cenário montado em escala real com uma coleção de personalidades mundiais escolhidas pelos integrantes da banda, foi produzida pelo casal Jann Haworth e Peter Blake e se tornou um ícone do design de discos; já o segundo álbum, conhecido como “o álbum da banana” e cujo projeto gráfico de autoria de Andy Warhol apresenta um adesivo que pode ser destacado da capa também apontava indícios do que ainda estava por vir em matéria de criatividade em capas de discos.

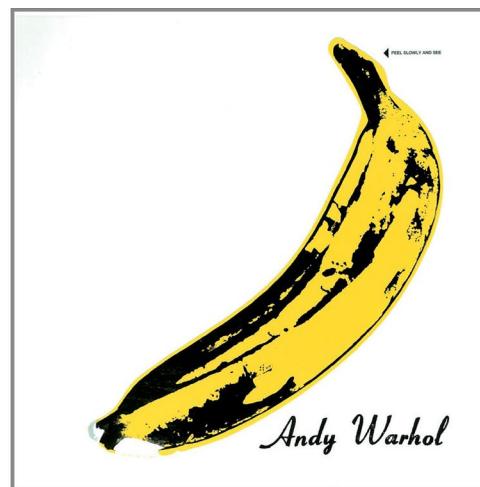


Figura 9 – Álbuns Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band e The Velvet Underground & Nico (1967).
Fonte: rollingstone.uol.com.br/galeria/veja-dez-melhores-capas-de-discos-de-todos-os-tempos; 2017.

Ao estabelecer uma correspondência semântica entre imagem e conteúdo sonoro a iniciativa de Steinweiss abriu espaço para que artistas visuais, fotógrafos e designers “cuja obra foi apresentada em capas de discos nas últimas seis décadas, produzissem algumas das imagens mais representativas da cultura popular” (EVANS, 2016, p. 6).

Em 1968 Storm Thorgerson (1944 – 2013) fundou em Londres, junto a Aubrey Powell e, posteriormente, Peter Christopherson, um escritório de design chamado Hipgnosis e voltado à produção de projetos gráficos para álbuns, com especialidade no *rock*. Thorgerson e Powell foram convidados, por seus amigos do grupo Pink Floyd, a desenvolver a capa do segundo álbum do grupo, *A Saucerful of Secrets*.

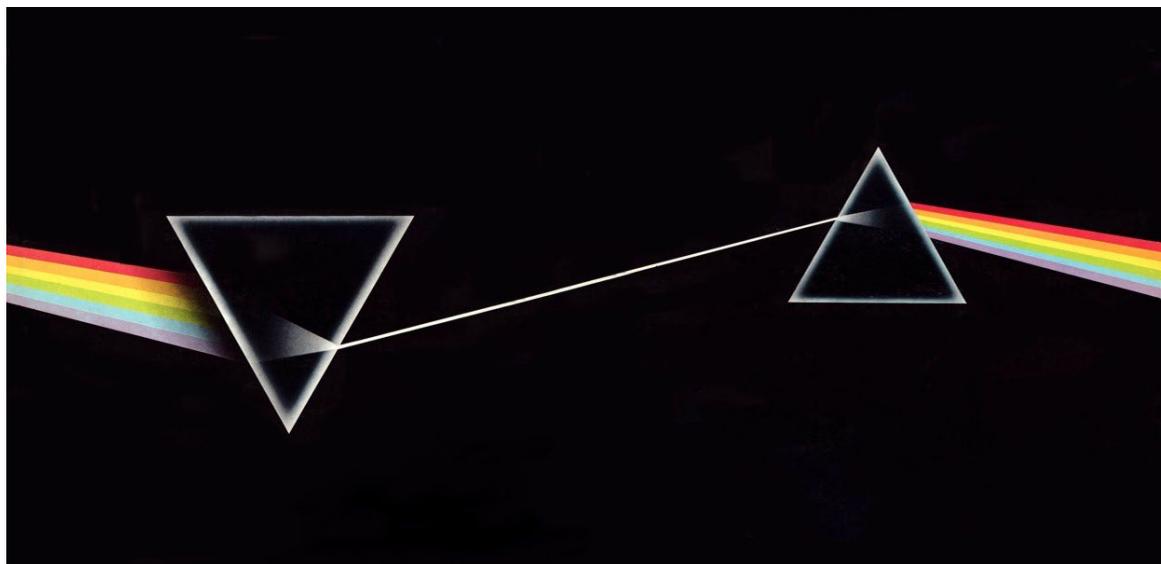


Figura 10 – Contracapa e capa do álbum *The Dark Side of the Moon* (1973).

Fonte: hipgnosiscovers.com; 2017.

Cinco anos depois, Hipgnosis projetou a capa do álbum *The Dark Side of the Moon* (figura 10), o oitavo disco da banda. De acordo com o baterista Nick Mason (PINK Floyd, 2003), entre todas as propostas apresentadas por Thorgerson o “prisma-pirâmide” (sem complemento textual) foi uma escolha imediata e unânime. O álbum acabou tornando-se um dos mais vendidos de todos os tempos e sua capa considerada uma das mais lembradas da história. A partir deste momento, Hipgnosis tornou-se muito requisitado para desenvolver capas para as outras bandas, como Led Zeppelin, Yes, Genesis entre outros.

O estilo do Hipgnosis é pioneiro na utilização de muitas técnicas visuais inovadoras na década de 1970. Muitas de suas produções em design receberam forte influência das aspirações advindas do Surrealismo, com fotos manipuladas em meio a truques de câmera (variadas exposições), aplicações com aerógrafo, técnicas de cortar e colar (talvez tenham sido uns dos precursores do que viria, décadas mais tarde, a ser chamado Photoshop). As imagens produzidas pelo grupo contêm uma série de elementos surreais, utilizando da exploração de trocadilhos visuais que frequentemente indicam referências psicanalíticas. Inserir objetos insólitos em grandes paisagens, extraídos de seus contextos originais, é uma prática muito utilizada pelo escritório para atingir uma espécie de meio-termo entre realidade e sonho. Outra questão é o caráter de teatralidade presente em várias de suas capas, isto porque Powell e Thorgerson eram estudantes de cinema e, muitas vezes, utilizavam atores para representar suas ideias. O formato das capas duplas era perfeito para esboçarem suas composições.

O Psicodelismo³ também é outra influência dos designers. Quando conheci, na adolescência, o álbum *Wish You Were Here*, o disco seguinte a *The Dark Side Of The Moon*, lembro-me do impacto sofrido ao ver o seu material gráfico: na capa, também sem identificação textual, havia uma imagem curiosa

3 “O que manifesta a psique”, cunhado para qualificar as experiências produzidas pelo uso do ácido lisérgico (LSD) ou de outras drogas, consideradas revelações de uma realidade mais profunda que a manifestada na experiência comum e que seria de natureza divina ou representaria a própria divindade imanente no mundo (ABBAGNANO, 2012, p. 949).

de dois homens em um “aperto de mão” estando um deles em chamas (figura 11).

O conceito do álbum “trata sobre o tema da ausência, e para evocá-la, os designers propuseram o uso de um invólucro shrink-wrap preto (uma espécie de plástico transparente) para cobrir a capa” (EVANS, 2016, p. 148), decisão que, à época, não obteve boa aceitação nas prateleiras das lojas.

Nesse instante se percebe a influência surrealista e libertária no *rock* inglês que gerou essa comunicação entre os profissionais das artes visuais com os profissionais da música. As imagens criadas pelo Hipgnosis fazem, por vezes, evidente referência às pinturas de René Magritte (1898 – 1967). As representações registram a intenção surrealista do uso de imagens que criam realidades oníricas quase inimagináveis na vida real, que sugerem obras do subconsciente ou que mesmo podem servir de metáforas de linguagem. O “homem sem rosto” (figura 12), segundo Magritte, é uma representação que atenta à reflexão de que tudo o que vemos, na verdade, esconde outra coisa; já a representação da “imagem dupla” e rebatida da capa de *Wish You Were Here*, rica em possibilidades de interpretação, sugere, por exemplo, a relação consciência *versus* subconsciência, uma ideia de pensamento dualista⁴ através de imagens representando dois princípios ou duas realidades opostas.

Os casos citados registram o fato que muitas destas concepções e criações coletivas, que marcaram e seguem marcando gerações, nasceram de ideias afins que se encontraram, de maneira empática, utilizando e compartilhando referenciais culturais, filosóficos e artísticos.

4 Christian Wolff diz que são “dualistas aqueles que admitem a existência de substâncias materiais e substâncias espirituais” (apud ABBAGNANO, 2012, p. 346).

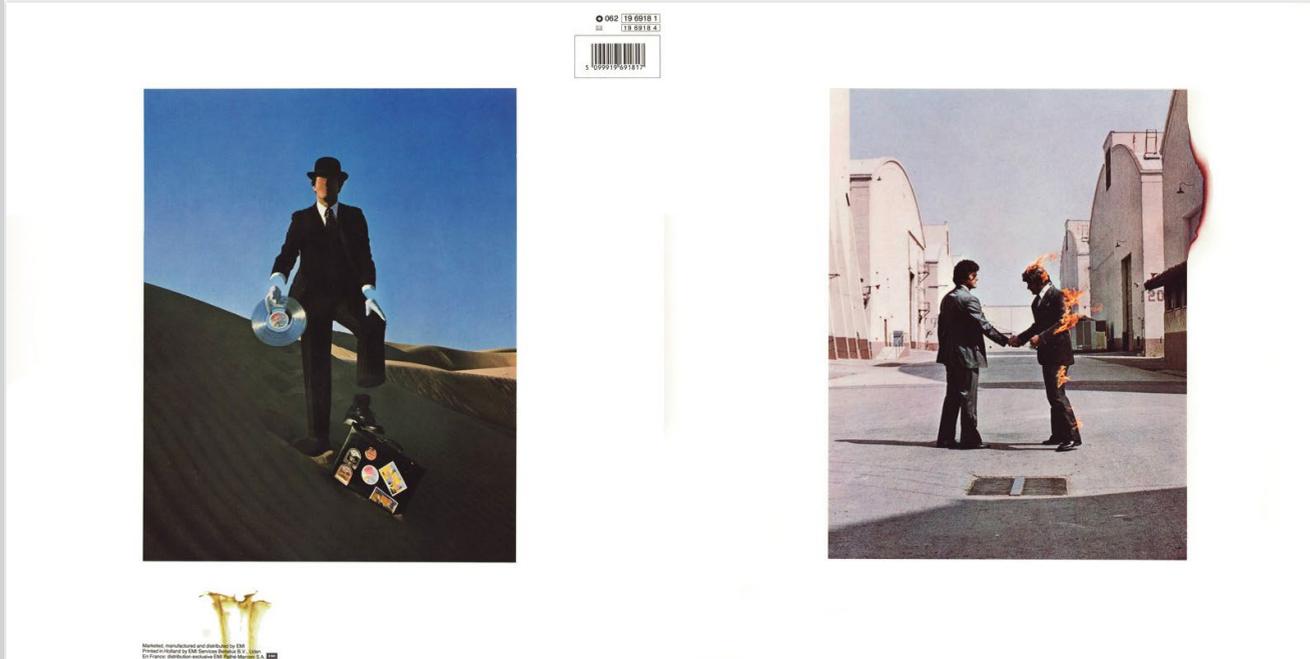


Figura 11 – Contracapa e capa do álbum Wish You Here Were (1975). Hipgnosis.
Fonte: hipgnosiscovers.com; 2017.



Figura 12 – O Filho do Homem (1964). René Magritte.

Fonte: renemagritte.org; 2017.

Os surrealistas adotaram procedimentos vinculados ao conceito de “livre associação”, da psicanálise freudiana [...]. Para representar na técnica a própria transgressão e revolução sugerida pelo modernismo, tentavam estabelecer relações entre elementos que nunca estariam juntos na natureza ou na realidade cotidiana, mas que produziam sentidos, a exemplo do que acontece nos sonhos (VARGAS; SOUZA, 2011, p. 56).

Em Melo e Ramos (2001, p. 210) constata-se que “a indústria fonográfica já movimentava um bom dinheiro desde a década de 1920, mas ainda não havia nascido a ideia de adotar capas personalizadas”. As capas serviam de invólucros de proteção sem conter, no geral, informações impressas. Para isto, tinham um corte arredondado em seu centro e as informações autorais ficavam a cargo dos selos fixados no centro de cada um dos lados do disco.

A identificação do título era feita através do recorte circular que deixa visível o selo do vinil. Começam a surgir nesta década de 1940 envelopes que passam a funcionar também como um estímulo visual para o consumidor, como nos dois casos aqui reproduzidos. [...] era o início da particularização das embalagens, que culminaria nas capas personalizadas da década seguinte (MELO; RAMOS, 2011, p. 210).

Mais precisamente na década de 1950 surgiram as primeiras capas personalizadas no Brasil (figura 13), e, como mencionam Melo e Ramos (2011), despontava uma nova modalidade de peça gráfica que mudaria a história da indústria fonográfica. As músicas passaram a ser acompanhadas por traduções visuais. Como um dos ícones deste período está a capa de Di Cavalcanti (figura 13) para o disco em que Aracy de Almeida interpreta Noel Rosa (MELO; RAMOS, 2011, p. 253).

Na década de 1960 a fotografia vai ampliando seu espaço na linguagem visual em geral, e nas capas de disco em particular, tornando-se protagonista e tomando, para si, a hegemonia das representações. Através da fotografia o ouvinte passaria, praticamente, a ter nas mãos o artista de carne e osso (MELO; RAMOS, 2011, p. 257) já que se trata de uma representação mais próxima da realidade. Os jornais e as revistas já se viam “obrigados a colocar a informação fotográfica em primeiro plano, sob pena de parecerem antiquados aos olhos de seus leitores” (MELO; RAMOS, 2011, p. 20). Naquela época surgem projetos fundamentais para o crescimento do design nas capas de discos, como os projetos gráficos

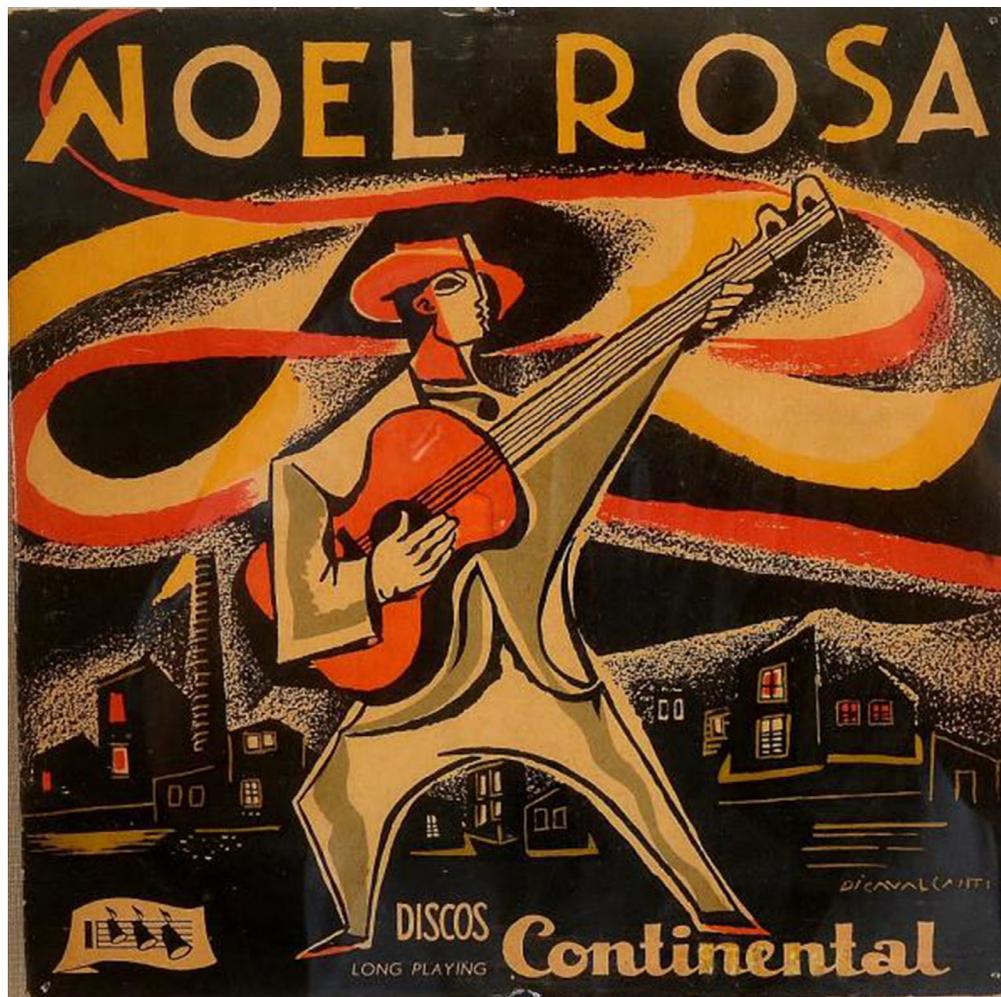


Figura 13 – Capa do disco Noel Rosa (1954), de Aracy de Almeida. Di Cavalcanti.
Foto: Do autor, 2017.

de César Villela para a bossa nova (figura 14) e de Rogério Duarte para o movimento tropicalista⁶ (figura 15).



Figura 14 – Capas para Tom Jobim e Nara (1963). César Villela. Gravadora Elenco.

Fonte: Melo e Ramos, 2011, p. 335.

Desde o final dos anos 1950, César Villela já vinha trilhando caminho próprio nas capas da gravadora Odeon. Formado no exercício profissional em editoras e agências de propagandas, logo captou no ar e passou a colocar em prática a limpeza pregada pelo modernismo. A série de capas feitas para a Elenco tornou-se sua marca registrada. A Elenco era uma pequena gravadora com um catálogo recheado de bossa nova e MPB. Villela formulou um sistema gráfico que aliava unidade e diversidade: a percepção de que cada capa integra a série é imediata; ao mesmo tempo, cada uma se distingue nitidamente das demais, afirmando sua particularidade (MELO; RAMOS, 2011, p. 334).

6 O movimento tropicalista foi responsável, não apenas por uma ruptura musical e comportamental, como também por uma ruptura gráfica. Resgatando a antropofagia da Semana de 22, ele se empenhou em conectar a cultura musical brasileira ao cenário internacional, em particular ao pop e ao rock europeus e americanos (MELO; RAMOS, 2011, p. 341).



Figura 15 – Capas para Gilberto Gil e Caetano Veloso (1968). Rogério Duarte. Gravadora Philips.
Fonte: Melo e Ramos, 2011, p. 341.

Rogério Duarte foi participante ativo da formulação do tropicalismo. Designer que frequentou a ESDI e o escritório de Aloisio Magalhães, assumiu conscientemente uma postura de questionamento das certezas modernistas; nesse sentido ele pode ser visto como um precursor do que viria a ser chamado na década de 1980 depós-modernismo. As capas dos primeiros discos de Gilberto Gil e Caetano Veloso são de sua autoria. Na primeira, a farda que Gil veste inspira-se nos Beatles de Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band; na segunda, Duarte aplica o psicodelismo nascido do rock lisérgico californiano (MELO; RAMOS, 2011, p. 341).

A história das capas de discos no Brasil passa a receber, a partir da década de 1970, a importante contribuição do traço inconfundível de Elifas Andreato. O trabalho de Elifas “tem um toque de magia que quem faz versos se extasia, quem não faz, entende e admira, que não gosta, respeita, e aos donos do mercado, incomoda” (LEITE, 2010). Reconhecido por estabelecer uma poética

visual peculiar na interpretação pessoal de cada projeto de disco que executou, seu trabalho marca profundamente, não somente a história da música popular brasileira, mas a carreira profissional de muitos artistas com quem trabalhou.



Figura 16 – Capa dos álbuns Terreiro, Sala e Salão (1981) e Ópera do Malandro (1979). Elifas Andreato.

Foto: Do autor, 2016.

“Elifas não tem falsos pudores. Suas capas levam o riso e a lágrima sem esconder sentimentos. [...] Quem não viajou no vagão ferroviário hiper-realista da Ópera do Malandro, de Chico Buarque? É possível sentir os discos antes, durante e depois da audição apenas contemplando ou mesmo apalpando os trabalhos” (LEITE, 2010, s/p.).

Elifas começou sua carreira em capas de discos no ano de 1970 quando foi contratado pela Abril Cultural para conduzir a produção de uma coleção intitulada “A História da Música Popular Brasileira”. O jornalista Tárík de Souza (apud LEITE, 2010, s/p.) observa, então, que “só um artista que veio do povo como ele poderia ter trazido para este acessório típico da era industrial o que até então lhe faltava: emoção”. A capa do álbum duplo Ópera do Malandro (1979), de Chico Buarque, triunfou frente ao conservadorismo comercial das gravadoras que exigiam a presença da fotografia do músico na capa; no álbum Terreiro, sala e salão (1981), de Martinho da Vila, Elifas utilizou o recurso da face gráfica para recortar os olhos da máscara, fazendo com que o artista somente pudesse ser visto com a retirada do encarte (figura 16).

Tem uma história curiosa com o Chico Buarque. Quando fiz a capa de Ópera do Malandro, um álbum duplo, eu aluguei um vagão de trem, arrumei um modelo e o vesti de malandro; fotografamos no vagão o malandro dormindo. Dentro (do álbum) aquele cenário de um fundo de uma casa muito pobre, com crianças e o malandro dormindo na parte de baixo de uma beliche. Quando levamos a capa, o sujeito do comercial (da gravadora) disse: “Chico, essa capa não vai vender, pois não tem você na capa e seu nome está muito pequeno”. O Chico calmamente respondeu: “olha, aqui a gente sabe fazer música, fazer disco e fazer capa, e quem sabe vender é você!” (DESIGN Gráfico Brasileiro, 2015).

Ao cumprirem a tarefa primordial de instigar a imaginação, os trabalhos citados influenciaram a mim e, acredito, a toda uma geração. A variedade daquelas representações gráficas, somada ao trabalho artístico-musical, cumpria a função da obra de estimular a interpretação. Nas épocas de atuação de ambos, entre 1960 e 1980, ainda não havia os computadores pessoais; estas representações visuais só eram possíveis de se atingir através de desenhos feitos à mão ou através de fotografias, muitas vezes recortadas e montadas em composições manuais, o que hoje é facilmente resolvido por intermédio de *softwares* gráficos.

No ano de 2011 a revista Rolling Stone, originária dos Estados Unidos e dedicada à música, política e cultura popular, convocou seus leitores para uma seleção das dez capas de álbuns mais lembradas de todos os tempos. As capas dos álbuns dos The Beatles e do Pink Floyd e das americanas The Velvet Underground e Nirvana são algumas das mais lembradas (figura 17).

Entre o final da década de 1980 e início da década de 1990 surgiu, junto aos equipamentos digitais e leitores de laser, um disco ótico e digital denominado Compact Disc (CD), sob a expectativa de se tornar a nova e mais qualificada reprodução sonora. Menor em formato (doze centímetros de diâmetro), a nova mídia trouxe mudanças sensíveis na produção e comercialização de discos, sobretudo no trabalho dos designers. Os discursos gráficos e os projetos de design tiveram que se adequar a este novo espaço, pois o invólucro, agora em formato de caixa plástica, fez reduzir as dimensões do objeto, influenciando nos discursos visuais e assumindo uma nova relação tátil com o público. André Midani (2008, p. 216), um dos principais nomes da história da indústria fonográfica no Brasil, comenta:

As capas dos LPs, que encantavam o olhar do público com a riqueza e grandiosidade de suas ilustrações, eram um prelúdio ao prazer de ouvir o disco, uma introdução gráfica ao mundo mágico do artista e a porta de entrada ao seu universo de música, poesia e sonhos [...] Sacrificou-se o indispensável elemento do prazer lúdico em nome da maximização dos espaços nas prateleiras dos depósitos das gravadoras e das lojas de discos (mais produtos em menos espaço), além de reduzir os custos de fabricação.

Nesse mesmo período, aqui no Brasil, os LPs foram perdendo espaço entre os lançamentos fonográficos, que passavam a investir somente na produção de CDs (figura 18). A partir daí, “perdeu-se a escala generosa da capa do disco de vinil, e em troca, abriu-se a possibilidade de incluir um livreto na caixa plástica característica do seu sucessor digital” (MELO; RAMOS, 2011, p. 612).



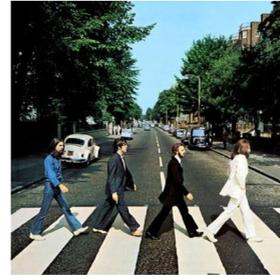
THE DARK SIDE OF THE MOON
PINK FLOYD

Design: HIPGNOSIS
Nacionalidade: INGLATERRA
Ano: 1973



NEVERMIND
NIRVANA

Design: ROBERT FISHER
Nacionalidade: ESTADOS UNIDOS
Ano: 1991



ABBEY ROAD
THE BEATLES

Design: IAIN MACMILLAN
Nacionalidade: INGLATERRA
Ano: 1969



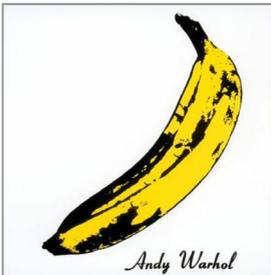
SGT. PEPPER'S LONELY HEARTS CLUB BAND
THE BEATLES

Design: PETER BLAKE
Nacionalidade: INGLATERRA
Ano: 1967



ALADDIN SANE
DAVID BOWIE

Design: DUFFY DESIGN CONCEPTS
Nacionalidade: INGLATERRA
Ano: 1973



THE VELVET UNDERGROUND AND NICO
THE VELVET UNDERGROUND

Design: ANDY WARHOL
Nacionalidade: ESTADOS UNIDOS
Ano: 1967



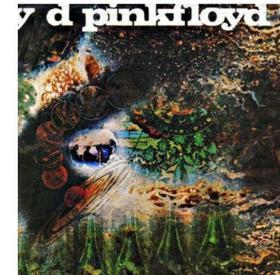
PHYSICAL GRAFFITI
LED ZEPPELIN

Design: PETER CORRISTON/ MIKE DOUD
Nacionalidade: INGLATERRA
Ano: 1975



REVOLVER
THE BEATLES

Design: KLAUS VOORMAN
Nacionalidade: INGLATERRA
Ano: 1966



A SAUCERFUL OF SECRETS
PINK FLOYD

Design: HIPGNOSIS
Nacionalidade: INGLATERRA
Ano: 1968



TODOS OS OLHOS
TOM ZÉ

Design: E=MC2
Nacionalidade: BRASIL
Ano: 1973

Figura 20 – As dez capas mais icônicas de todos os tempos, pesquisa realizada pela revista Rolling Stone Brasil.

Foto: rollingstone.uol.com.br/galeria/veja-dez-melhores-capas-de-discos-de-todos-os-tempo; 2017.

Ao final da década de 1990, com a afirmação da internet junto da novidade dos aparelhos eletrônicos e dos *softwares* de compactação de áudio, a relação entre discos, artistas e público enfrenta consideráveis transformações. Neste momento a música passa a ser consumida em um novo formato: os arquivos compactados. O *download* e o *upload* (“descarregar” e “carregar”) disseminou os arquivos de música para os mais variados aparelhos eletrônicos, proporcionando um novo modo de produção e consumo da música na pós-modernidade no qual o expectador encontra formas de organizar suas discotecas em plataformas digitais como o YouTube, i-Tunes, Spotify (figura 19), dentre outros.

Segundo o designer Gringo Cardia (2015b) a partir deste novo momento da indústria fonográfica brasileira passou a ocorrer uma espécie de crise de imagem na música, incluindo a questão da produção ou não dos discos físicos. A produção de LPs no Brasil foi interrompida pelas gravadoras, entretanto, em outros países, seguiram sendo produzidos e comercializados o que prova que “a tangibilidade do formato de LP é o que decreta seu triunfo definitivo sobre seu sucessor, o CD, mesmo se considerarmos as recentes inovações do download e streaming de música pela internet” (EVANS, 2016, p. 6).

Os modos de registros, gravações e reproduções de obras musicais a partir do século XX são marcadas por variados episódios e transformações. Do instante em que a música passou a ser comercializada, as obras musicais tornaram-se trilhas sonoras do cotidiano das pessoas por dos meio de discos, de vários formatos, pelas emissoras de rádio e de televisão, pelas fitas-cassete e tantos outros tipos de aparelhos caseiros de audição coletiva, ou portáteis e individuais como os toca-fitas, os MP3 *players*, os *smartphones* e os *tablets*, etc.). Sendo assim, nos parece claro que toda a cadeia que envolve a produção de obras musicais, desde os músicos até os demais atores, sobretudo os designers, precisam, segundo Nicolas Bourriaud (2009a, p. 14), aprender e enfrentar as transformações ao longo da história, captar o que mudou e o que continua a mudar.



Figura 18 – História do Samba (1997-1998).
Foto: Leite, 2010, s/p.

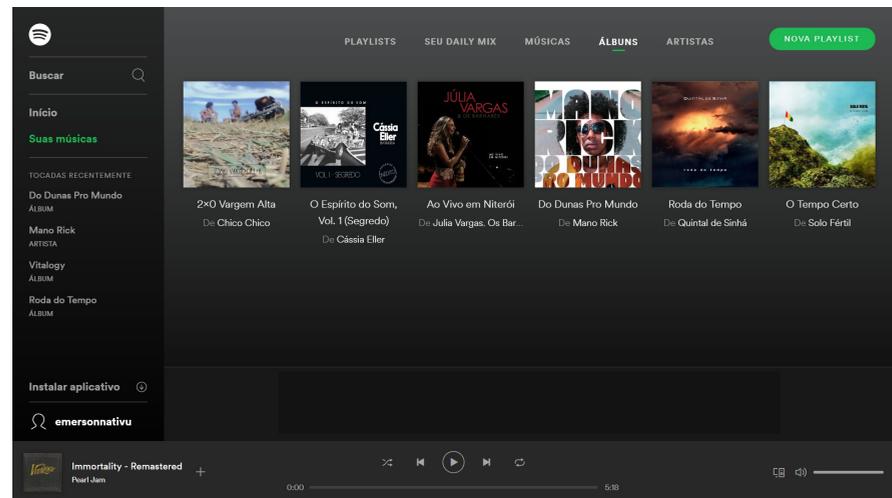


Figura 19 – Playlist do aplicativo Spotify.
Fonte: spotify.com.br; 2017.

2. ENCONTROS CULTURAIS [OU, *OLHAR COM OS OUVIDOS*]

"A música é como o sol. Vivifica as almas como o sol vivifica as flores do campo."

Khalil Gibran

A partir das abordagens anteriormente apresentadas sobre encontros que envolvem o design, a música e as artes visuais em capas de discos, passo a investigar, a seguir, determinadas heranças culturais em minha formação artística e certos caminhos que me conduziram a um modo de operação criativa nascido do hibridismo e da mestiçagem, conceitos muito discutidos no campo da arte na pós-modernidade. Na sequência, procuro observar metodologias projetuais aplicadas ao design de capas de discos com base nas experiências de designers, músicos e artistas visuais e, igualmente, procuro identificar, neste modo de operação, intenções ligadas à metodologia Design Thinking as quais buscam valorizar a natureza dos processos utilizando a experiência da empatia criativa. Ao final do tópico desejo relatar experiências pessoais vividas durante alguns destes projetos.

2.1. HIBRIDISMO E MISTIÇAGEM: AS MISTURAS CULTURAIS NA PÓS-MODERNIDADE

"Somos todos juntos uma miscigenação/ E não podemos fugir da nossa etnia/ Índios, brancos, negros e mestiços/ Nada de errado em seus princípios/ O seu e o meu são iguais/ Corre nas veias sem parar/ Costumes é folclore, é tradição/ Capoeira que rasga o chão/ Samba que sai da favela acabada/ É hip hop na minha embolada". Chico Science & Nação Zumbi

Entre as décadas de 1980 e 1990 iniciam-se diversos debates sobre os efeitos do “hibridismo” e da “mestiçagem” nas produções artísticas. Tais debates problematizam o múltiplo, isto é, a coexistência de diferentes linguagens em determinadas obras de arte.

Conforme Cattani (2007a, p. 22), a partir de 1980 começam a surgir, de forma progressiva, “[...] linguagens e formas abandonadas na modernidade acompanhadas de misturas de elementos que abrem a mestiçagens ou hibridizações”. Estas misturas, segundo a autora, resultam em cruzamentos produtores de novos sentidos, orientados de acordo com a trajetória própria de cada artista. Esses “cruzamentos opõem-se aos paradigmas do novo, do original e do único, que marcaram ideologicamente a idade moderna, juntamente com os princípios de pureza e de unidade em cada meio, técnica e forma de expressão” (CATTANI, 2004, p. 109).

A *hibridização* é um processo caracterizado pelas misturas culturais, de costumes e técnicas que podem, segundo Burke (2003, p. 28), ser “identificadas na religião, na música, na linguagem, no esporte, nas festividades e alhures”. Tal processo ocorre há tempos no interior das sociedades e

foi alavancado, principalmente, a partir do expansionismo urbano e da intensificação dos mecanismos tecnológicos de comunicação.

Canclini (2003) sugere que a origem do termo “híbrido” possa advir de Plínio, o Velho, por este referir-se ao processo de hibridização dos migrantes que chegaram a Roma no século I d.C. Com relação à *mestiçagem*, o autor explica que o termo surgiu entre antropólogos e historiadores ao mostrarem o papel das misturas biológicas e culturais como determinantes na fundação das sociedades desde os tempos da Grécia clássica.

Ao investigar os efeitos do hibridismo nas culturas latino-americanas, Canclini (2003) observa que tal efeito se concentra, especificamente, no processo de miscigenação entre as povoações indígenas americanas com os europeus no século XV.

A mistura de colonizadores espanhóis e portugueses, depois de ingleses e franceses, com indígenas americanos, à qual se acrescentaram escravos trasladados da África, tornou a *mestiçagem* um processo fundacional nas sociedades do chamado Novo Mundo. (...) Mas a importante história de fusões entre uns e outros requer utilizar a noção de *mestiçagem* tanto no sentido biológico – produção de fenótipos a partir de cruzamentos genéticos – como cultural: mistura de hábitos, crenças e formas de pensamento europeus com os originários das sociedades americanas (CANCLINI, 2003, p. 27, grifo meu).

Canclini (2003, p. 17) entende a América Latina como “um lugar onde as tradições ainda não se foram e a modernização não terminou de chegar”⁷. Neste cenário, de acordo Santaella (2003, p. 52), passam a ocorrer “cruzamentos culturais em que o tradicional e o moderno, o artesanal e o industrial mesclam-se em

7 “Passamos de sociedades dispersas em milhares de comunidades rurais com culturas tradicionais, locais e homogêneas, em algumas regiões com fortes raízes indígenas, com pouca comunicação com o resto de cada nação, a uma trama majoritariamente urbana, em que se dispõe de uma oferta simbólica heterogênea, renovada por uma constante interação do local com redes nacionais e transnacionais de comunicação” (CANCLINI, 2003, p. 348).

tecidos híbridos e voláteis”. Giddens (apud HALL, 2014, p. 12) observa que tal modernidade tardia está diretamente relacionada às mudanças culturais ocorridas com o processo de globalização:

Os modos de vida colocados em ação pela modernidade nos livraram, de uma forma bastante inédita, de todos os tipos tradicionais de ordem social. Tanto em extensão, quanto em intensidade, as transformações envolvidas na modernidade são mais profundas do que a maioria das mudanças características dos períodos anteriores. No plano da extensão, elas serviram para estabelecer formas de interconexão social que cobrem o globo; em termos de intensidade, elas alteraram algumas das características mais íntimas e pessoais de nossa existência cotidiana.

De acordo com Giddens as revoluções tecnológicas permitiram a comunicação entre as culturas espalhadas pelo mundo, produzindo novos olhares e estratégias de relação e de expansão do conhecimento, sobretudo no que se refere à manifestação artística. Sob esta ótica, entendemos que estamos diante de um tempo onde

[...] todas as culturas são *de fronteira*. Todas as artes se desenvolvem em relação com outras artes: o artesanato migra do campo para a cidade; os filmes, os vídeos e canções que narram acontecimentos de um povo são intercambiados com outros. Assim as culturas perdem a relação exclusiva com seu território, mas ganham em comunicação e conhecimento (CANCLINI, 2003, p. 348, grifo meu).

Estas fronteiras são estabelecidas na coexistência entre o passado e o presente, entre o tradicional e o pós-moderno. Como exemplos, podemos encontrar alguns movimentos culturais e artísticos ocorridos no Brasil: A Tropicália ou movimento Tropicalista, anteriormente citada, e o Manguebeat ou movimento Mangue, surgido na década de 1990 sob a influência das correntes artísticas da vanguarda e da cultura pop nacional e estrangeira.

Oriundo de Pernambuco, praticamente na mesma época em que os debates sobre hibridismo e mestiçagem tomavam fôlego, o Manguebeat mistura ritmos regionais com a cultura pop mundial, muito influenciado pelo legado do movimento Tropicalista. Uma das canções da banda Chico Science & Nação Zumbi – pertencente ao conjunto das fundadoras do Manguebeat –, nos mostra que o espírito e do pensamento do movimento concentra um modo de manifestação artística de natureza híbrida, contendo traços da música popular brasileira, inspirada na antropofagia modernista e na alquimia da década de 1970, e somada com a ficção científica da literatura universal: “A engenharia cai sobre as pedras/ Um curupira já tem o seu tênis importado/ Não conseguimos acompanhar o motor da história/ Mas somos batizados pelo batuque/ E apreciamos a agricultura celeste (ZUMBI, 1996).

O interesse em destacar o movimento Manguebeat se justifica, nesta pesquisa, pelo fato de ter presenciado o seu nascimento e por acompanhar, desde então, a sua trajetória e as suas influências artísticas nas gerações seguintes. O termo Manguebeat vem da junção das palavras mangue ou manguezal (ecossistema típico da costa do Nordeste brasileiro) com a palavra *beat*, do inglês, que significa “batida”. Também remete à linguagem de código binário usada na informática – “bits”) (BEZERRA; REGINATO, 2017, p. 127).

Como forma mais acabada de nomear as conexões possíveis e criativas entre a produção cultural local e os elementos tecnológicos da contemporaneidade globalizada – o ecossistema mangue, de um lado, e o *bit*, de *binarydigit*, unidade de medida de informação dos sistemas, de outro. A designação *Manguebeat* veio de uma leitura equivocada por parte da imprensa que entendeu *beat*, do inglês “batida”, mas que se popularizou por se remeter a um rótulo usado pela indústria fonográfica e por seus criadores terem perdido para a mídia o controle do próprio conceito a partir de sua divulgação (VARGAS, 2007, p. 61).

A proposta do movimento – criado por um grupo de jovens músicos, artistas visuais, jornalistas entre outros –, mistura ritmos originários do nordeste brasileiro como o maracatu, o frevo, o coco e a ciranda com variados estilos musicais existentes pelo mundo, tais como as guitarras elétricas do *rock*, os metais do *jazz*, os efeitos da música eletrônica. Desta vontade de reprocessar os elementos da cultura folclórica regional, surge a identidade visual representativa do universo mangue, os autodenominados “caranguejos com cérebro”, inspirada nos trabalhadores que sobrevivem da pesca do crustáceo nos manguezais pernambucanos.

A proposta artística do movimento Manguebeat mostra-se aberta aos mais variados ritmos globais sem deixar de lado a identidade de suas origens. Em suas canções e representações associam a realidade social e cultural de onde vivem, na maioria das vezes visões críticas e contestadoras à realidade de extrema pobreza do nordestino comparada com o modo de vida proposto ao cidadão pós-moderno: “eu pulei e corri no coice macio/ encontrei o cidadão do mundo/ no manguezal da beira do rio” (ZUMBI, 1996).

O título do álbum ao qual a referida canção pertence, Afrociberdelia, demonstra a universalidade da mistura: deriva da junção entre África, cibernética e psicodelia, como sugestão de Paulo Santos, *web* designer conhecido dos componentes da banda (BEZERRA; REGINATO, 2017, p. 123). No interior do álbum foi inserida a definição do termo Afrociberdelia, escrita por Bráulio Tavares, como a “arte de cartografar a Memória Prima genética (o que no século XX era chamado “o inconsciente coletivo”) através de estímulos eletroquímicos, automatismos verbais e intensa movimentação corporal ao som de música binária” (ZUMBI, 1996).

Na identidade visual do álbum, com projeto gráfico do designer Mabuse, foram utilizadas fotografias da banda, fotos de tambores, tipografias manuscritas e símbolos da tecnologia digital e, no interior do encarte, um texto explicativo sobre o conceito de Afrociberdelia (figura 20).



Figura 20 – Contracapa e capa do disco Afrociberdelia (1996). Mabuse. Gravadora Chaos.

Foto: Do autor, 2108.

Para a teoria afrociberdética, a humanidade é um vírus benigno no software da natureza, e pode ser comparada a uma árvore cujas raízes são os códigos do DNA humano (que tiveram origem na África), cujos galhos são as ramificações digitais-informáticas-eletrônicas (a cibernética) e cujos frutos provocam estados alterados de consciência (o psicodelismo) (BEZERRA; REGINATO, 2017, p.126).

Isto posto, proponho a partir de agora uma breve análise sobre as três partes formadoras do termo Afrociberdelia – África, cibernética e psicodelia. A primeira parte, a África, pode ser entendida como uma referência à teoria científica vigente de que nosso ancestral, o *Homo sapiens*, partiu em grupo do continente africano, ao final das eras glaciais, em direção aos demais continentes: Austrália, Ásia Central, Europa e Américas. Esses grupos, que ao longo do tempo foram abandonando o nomadismo ao estabelecerem-se nos novos territórios, foram constituindo culturas próprias e distintas em decorrência, principalmente, das condições ambientais, físicas e geográficas proporcionadas por cada lugar.

O determinismo geográfico considera que as diferenças do ambiente físico condicionam a diversidade cultural. [...] Estas teorias, que foram desenvolvidas principalmente por geógrafos no final do século XIX e no início do século XX, ganharam uma grande popularidade. Exemplo significativo desse tipo de pensamento pode ser encontrado em Huntington, em seu livro *Civilization and Climate* (1915), no qual formula uma relação entre a latitude e os centros de civilização, considerando o clima como um fator importante na dinâmica do progresso (LARAIA, 2001, p. 21).

Observemos, neste momento, o significado da palavra “cultura”. O termo surgiu em 1871 com o antropólogo Edward Tylor ao referir-se a um conjunto de “conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem na condição de membro da sociedade” (CASTRO, 2005, p. 8). Sendo a cultura proveniente deste conjunto de realizações materiais humanas, encontramos em Flusser (2007, p. 60) o conceito de “fabricação”. Segundo o autor somos descendentes do *Homo faber*, definido por Henri Bergson “que viu na inteligência, característica fundamental do homem, a faculdade de fabricar instrumentos inorganizados” (BERGSON, 1934, p. 105 apud ABBAGNANO, 2007, p. 516). A ação de “fabricar” consiste então em apreender coisas na natureza e convertê-las em artefatos.

Flusser (2007, p. 60) explica que fabricar é a ação de imprimir formas nas coisas que apreendemos e onde fazemos “surgir dois mundos: o mundo da ‘natureza’, das coisas existentes e a serem agarradas, e o mundo da ‘cultura’, das coisas disponíveis, informadas”. Observamos a natureza e dela extraímos criações manufaturadas, e a este conceito associamos o pensamento de Santaella (2003, p. 29) que entende a cultura, “em todos os seus sentidos, social, intelectual ou artístico”, como uma “metáfora derivada da palavra latina cultura, que, no seu sentido original, significava o ato de cultivar o solo”.

Nos 13.000 anos que se passaram desde o fim da última Era Glacial, sociedades se desenvolveram na escrita e na projeção de utensílios de metal, enquanto outras se dedicavam às práticas de caça e de coleta de alimentos através de artefatos feitos com pedras. Estas diferenças culturais projetaram, posteriormente, “grandes sombras sobre o mundo moderno, uma vez que as sociedades letradas que possuíam utensílios de metal conquistaram ou exterminaram as outras sociedades” (DIAMOND, 1997, p. 7).

A segunda parte formadora do termo Afrociberdelia, a cibernética, aborda a relação homem-máquina, isto é, a criação das máquinas autômatas. São equipamentos capazes de “realizar operações que, durante a execução, podem ser corrigidas, de tal modo que cumpram melhor seu objetivo” (ABBAGNANO, 2007, p. 133). Como exemplo temos os computadores e a sua popularização a partir da metade da década de 1990, aqui no Brasil, como ferramentas autômatas possuidoras de *softwares* de produção programados para reconhecerem padrões pré-estabelecidos.

No âmbito da tecnologia e da comunicação, as eras culturais podem, segundo Santaella (2003) ser divididas em seis eras que se comunicam e se aprimoram; quais sejam a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital.

A divisão em seis eras pode parecer excessiva, mas, se não as levarmos em consideração, acabamos perdendo especificidades importantes e reveladoras. Por exemplo: a cultura impressa não nasceu diretamente da cultura oral. Foi antecedida por uma rica cultura da escrita não alfabética. A memória dessas escritas trouxe grandes contribuições para a visualidade da arte moderna. Ela sobrevive na imaginação visual da profusão dos tipos gráficos hoje existentes. Sobrevive ainda nos processos diagramáticos do jornal, na visualidade da poesia, no design atual de páginas da Web. (SANTAELLA, 2003, p. 27).

A cultura digital passa a unir as culturas anteriores e a manipular seus processos, aumentando consideravelmente seus mecanismos de difusão e de comunicação global. A tecnologia digital impulsiona um crescimento das redes de compartilhamento de dados, o que faz refletir em uma abertura ainda maior das fronteiras culturais. E proporciona uma hibridização ampla, ainda que desigual⁸, de linguagens através da mistura de sentidos receptores em alcance global, através da “sinestesia reverberante que ela é capaz de produzir, na mesma medida em que o receptor ou leitor imersivo interage com ela, cooperando em sua realização” (SANTAELLA, 2004, p. 48).

A terceira e última parte formadora do termo Afrociberdelia, a psicodelia, faz referência ao movimento contracultural denominado psicodelismo, ocorrido na metade do século XX – mais precisamente nas décadas de 1960 e 1970 – e que marcou vários movimentos em diferentes partes do mundo. O termo psicodelia refere-se a tudo o que manifesta, *grosso modo*, a psique e qualifica as experiências produzidas pelo uso do ácido lisérgico (LSD), “consideradas revelações de uma realidade mais profunda que a manifestada na experiência comum e que seria de natureza divina ou representaria a própria divindade imanente no mundo” (ABBAGNANO, 2012, p. 949).

8 “De um lado o mundo se ‘ampliou’ sob nossas vistas: seria um incrível etnocentrismo ignorar que o avanço tecnológico está longe de ser universal, e que o hemisfério sul do planeta, ‘em desenvolvimento’, não pertence à mesma realidade tecnológica do Vale do Silício – embora ambos façam parte de um universo cada vez mais estreito” (BOURRIAUD, 2009a, p. 91).

Grande influência do Manguebeat, o álbum *Tropicalia ou Panis et Circencis* (figura 21) despontou no Brasil em 1968 na forma de disco-manifesto – prática adotada por vários movimentos de vanguarda –, com “efeitos sonoros ousados e arranjos musicais inventivos, com guitarras elétricas distorcidas, letras surrealistas e a influência de aditivos químicos aliados à vontade de romper as barreiras da cultura modernista” (ARAUJO, 2016, p. 19). A capa, inspirada nas antigas fotografias de “família inteira”, é de autoria de Rubens Gerchman com fotografia de Olivier Perroy, que aderiu a sugestão dos músicos Caetano Veloso, Gal Costa, Gilberto Gil, Mutantes, Tom Zé e Torquato Neto. Se compararmos as capas dos discos *Afrociberdelia* e *Tropicalia ou Panis et Circencis* é possível perceber as influências da representação visual como, por exemplo, a utilização de fotografia dos músicos cada um ao seu estilo e do design vigente em suas épocas.

O disco coletivo gravado em São Paulo, em maio de 1968, foi um projeto coordenado por Caetano Veloso, que selecionou o repertório de composições de Gilberto Gil, Torquato neto, Capinam, Tom Zé e dele próprio. Os arranjos ficaram sob os cuidados de Rogério Duprat e a produção foi conduzida por Manoel Barenbein. Duprat, inclusive, mostrava que seria fundamental nas produções tropicalistas/psicodélicas, costurando as canções com arranjos, colagens sonoras, contrapontos debochados e irreverência. Tudo carregado de uma afinidade poética salutar, em sincronidade com o sarcasmo alegórico criado pelos artistas envolvidos, todos ávidos em retratar seu peculiar país (ARAUJO, 2016, p. 30).

Conforme anunciavam os artistas do Manguebeat, o movimento descortinava uma relação de fronteiras culturais e buscava expandir a manifestação artística de Pernambuco para as demais regiões do Brasil e para o mundo, sobretudo com o uso da internet como a mais nova mídia de divulgação. A informática e a rede mundial de computadores ajudaram a fortalecer ainda mais as possibilidades de mesclas musicais entre tradição e modernidade produzidas pelo movimento, tornando-se cernes principais de suas movimentações. Como afirma Santaella (2003), o âmago da comunicação se dá entre as linguagens através dos meios (as mídias) como canais de transição. Sendo assim, as linguagens,

segundo a pesquisadora, são matrizes onde o pensamento se organiza em pontos distintos, onde a sintaxe se configura enquanto matriz sonora, a forma como matriz visual e o discurso como matriz verbal, constituindo, assim, uma linguagem híbrida.

Muitas das criações no campo das artes plásticas absorveram a linguagem da colagem no século XX; esta técnica foi incorporada às diferentes linguagens artísticas dos movimentos de vanguarda, tais como o Cubismo, o Dadaísmo e o Surrealismo, o Muralismo, o Futurismo e a Pop Art, entre outros, que viram no recurso uma possibilidade de experimentação e confrontação com a arte tradicional. Conforme a análise de Renato Cohen (1989, p. 60 apud VARGAS; SOUZA, 2011, p. 54), “a *collage* seria a justaposição e colagem de imagens não originalmente próximas, obtidas através da seleção e picagem de imagens encontradas, ao acaso, em diversas fontes”. Na segunda metade do século XX, com o desenvolvimento do design, da publicidade e das tecnologias digitais, especialmente na animação e na computação gráfica, as “linguagens das vanguardas modernas foram cada vez mais utilizadas na prática experimental, visando soluções criativas com novos suportes tecnológicos que invadem o cotidiano” (VARGAS; SOUZA, 2011, p. 53). Com a popularização dos computadores,

as variações de procedimentos utilizadas, que já eram muitas, tendem a crescer com as facilidades, enriquecimento qualitativo e movimentos dinâmicos que os computadores e seus programas gráficos e multimídia oferecem aos novos designers da linguagem” (SANTAELLA; NÖTH, 1997, p. 71).

As tecnologias digitais ampliaram o horizonte de possibilidades para a manifestação de colagens e disseminaram em representações visuais e audiovisuais, com a variedade de procedimentos de composição digital para realizar infinitas possibilidades de criação e recriação.

No processo de colagem, duas ações são fundamentais: primeiro, a fragmentação e, depois, a junção desses fragmentos. Ambos os procedimentos foram sendo desenvolvidos a partir dos desdobramentos tecnológicos e com distintas orientações, possibilidades e significados. Tecnologias como a fotografia e o audiovisual ampliaram as possibilidades criativas dos artistas e se tornaram elementos insubstituíveis na produção da obra de arte.

Ao estabelecer estratégias para entender as reações oriundas dos encontros culturais “por importações ou invasões”, Burke (2006, p. 77) explica que tais situações podem resultar em “aceitação, rejeição ou adaptação”. Ao discorrer sobre aceitação, cita a “metáfora do círculo” para se referir às adaptações de itens culturais estrangeiros cujos resultados podem, às vezes, ser “re-exportados” para os lugares de origem dos itens.

Nas artes visuais, por exemplo, os japoneses descobriram os impressionistas japoneses pouco depois de Eduard Manet, Claude Monet e outros descobrirem a arte japonesa, o que encorajou artistas ocidentais [...] Na música, compositores japoneses como Toru Takemitsu foram influenciados por compositores ocidentais como Pierre Boulez e John Cage, que por sua vez haviam sido influenciados pela música japonesa (BURKE, 2006, p. 95).

Da forma como ocorreu com a pintura e com a música japonesas mencionadas por Burke, o mesmo aconteceu com a Tropicália e com o Manguebeat, pois ambos alimentaram-se de sua natureza local, inspiraram-se em outras culturas espalhadas pelo mundo e mergulharam em criações e manifestações híbridas, influenciando também as produções artísticas destes locais que serviram de inspiração, portanto são modelos do que Burke (2006) trata como metáfora do círculo. São exemplos de circularidade que sugerem a influência de umas culturas sobre outras, sob combinações de afastamentos e semelhanças, congruências e convergências na forma de “transplantes”.

Hall (2014, p. 52) observa que em toda parte emergem identidades culturais “que não são fixas, mas que estão suspensas, em transição, entre diferentes posições; que retiram seus recursos, ao mesmo tempo, de diferentes tradições culturais”. São identidades que resultam destes complexos cruzamentos e misturas, cada vez mais comuns num mundo globalizado, no qual as culturas do passado e do presente passam a negociar linguagens que carregam traços e histórias pelos quais são constituídas. Isto corresponde ao que Bourriaud (2009b) entende por *altermodernidade* “(...) a forma emergente e contemporânea da modernidade (...) que diante dos desafios do século XXI, como o da globalização, onde “ser moderno, no século XX, correspondia a pensar de acordo com formas ocidentais; hoje, a nova modernidade produz-se segundo uma negociação planetária”. A popularização da informática, em termos artísticos e em nível mundial, expande cada vez mais as negociações visuais, e incentivam técnicas artísticas como as colagens, para satisfazerem a gama de possibilidades dentro dessa miscigenação planetária.

nenhum outro fator influenciou mais a arte de vanguarda que a tecnologia, que não só incendiou a imaginação dos artistas (com o dinamismo, o culto à máquina, a beleza da técnica, as atitudes construtivista e produtivista), como penetrou no coração mesmo da obra. A verdadeira invasão da tecnologia na fabricação do objeto arte e o que se poderia vagamente chamar de imaginação tecnológica podem ser melhor entendidos através de práticas artísticas como a colagem, a montagem, e a fotomontagem; e desembocam ainda na fotografia e no filme, formas de arte que podem não só ser reproduzidas, mas que são na verdade planejadas para a reprodutibilidade técnica (HUYSSSEN, 1997 apud VARGAS; SOUZA).

Sobre os lugares relativos à mestiçagem, na arte contemporânea, Cattani (2004, p. 67) menciona que a mistura de diversos elementos constitutivos estabelece uma relação de convivência entre diferentes que jamais se resolve, em um conceito que supõe “tanto o cheio e o superlotado como o vazio” (LAPLANTINE, F. e NOUSS, A. p. 10 apud CATTANI, 2004, p. 67). Para a pesquisadora, a mestiçagem não é fusão, nem coesão, nem osmose. É um diálogo de linguagens que pode surgir, como por exemplo, dos encontros culturais e se manifestar artisticamente.

Na experiência de produção da nova identidade visual do escritório Nativu Design, desenvolvida no ano de 2014 e que envolvia a reformulação do *web site* (figura 22) e a personalização de outros itens, entre impressos e digitais, o uso de imagens garimpadas de variadas fontes – digitais, fotografias de paisagens, texturas –, utilizando a técnica de colagem, resultou em uma fonte de influências citadas, como as representações oníricas do Surrealismo, o apelo visual quase lisérgico da Psicodelia, a cultura africana representada na música e no colorido das texturas em , a junção de representações da natureza (como as matas, as flores, os pássaros, etc) com tecnologia (as antenas, o zepelim).

Assim como a Tropicália e o Manguebeat, a imagem representativa da identidade Nativu Design busca por uma essência artística e filosófica advinda de raízes culturais, em uma época de transformações sociais em nível mundial, muito em decorrência das revoluções tecnológicas. As relações propostas entre figura e fundo são subvertidas a fim de criar novas formas de integração entre os diversos elementos da composição. Para Marjorie Perloff (1993, p. 104 apud VARGAS; SOUZA, 2011, p. 55), “cada elemento na colagem tem uma função dual: refere-se a uma realidade externa, ainda que o seu impulso composicional seja o de socavar a própria referencialidade que parece afirmar”. Dois anos depois, durante esta pesquisa, utilizei a imagem do *web site*, com ligeiras adaptações, e produzi para a disciplina denominada Mapas Poéticos⁹, um mapa cartográfico utilizando a técnica da colagem mista, juntando impressão a laser com pinturas e desenhos manuais, escrita caligráfica com citações diversas (brevemente fazendo referência ao modo de escrita automática característica dos movimentos dadaísta e surrealista (figura 23).

A partir do surrealismo, a colagem passou a ser reconhecida como uma nova linguagem possível por conta de novas relações entre imagens que já existem. Como esclarece Clement Greenberg (1986, p. 259), “o meio da colagem desempenhou papel essencial na pintura e na escultura do século XX, e é a via mais sucinta e direta para a estética da arte genuinamente moderna” (VARGAS; SOUZA, 2011, p. 56).

A técnica da colagem, ao longo da profissão de designer gráfico, se tornou uma tônica predominante em minhas representações visuais, desde o momento em que comecei a ter os primeiros contatos com produções de cartazes no início da década de 1990, realizando composições por intermédio de montagens a partir de recortes de jornais e revistas. Foi no ano de 1995 que comecei a realizar as primeiras colagens visuais em *softwares* de computação gráfica, tais como Corel Draw, Free-Hand e Photoshop.

A seguir, apresento quatro peças de design gráfico no formato de cartaz, onde cada uma delas envolve as linguagens da música e das artes visuais mediante associações, apropriações culturais em colagens visuais:

O primeiro cartaz (da esquerda pra direita, figura 24) - Especial 2.7.7 -, realizado em 2004, foi feita uma montagem que se utiliza da figura clássica da Mona Lisa de Leonardo Da Vinci com uma cena da paisagem urbana de Pelotas, na intenção de unir obra de arte com o contexto popular das cidades. Este trabalho, que faz parte de um conjunto de outros cartazes de mesma temática e linguagem, foi uma produção construída em parceria com o mentor do projeto, o multiartista Edu Damatta, e deu origem ao meu trabalho de conclusão no curso de Design Gráfico/ UFPel, com o título de *Não-Livro - As impossibilidades possíveis no design gráfico para a produção de novos sentidos*, também sob orientação da professora Doutora Lúcia Weymar.

O segundo cartaz - Eterno aprendiz: tributo a Gonzaguinha -, realizado em 2008, apresenta uma representação de caráter onírico, com exploração de figura-fundo a partir da mistura de imagens extraídas das capas de discos do músico homenageado.

O terceiro cartaz - Noite do Ben: tributo à música de Jorge Ben -, realizado em 2010, foi construído a partir de desenhos da figura do músico, realizados pelo ilustrador e quadrinista Odyr

Bernardi especialmente para a ocasião, colados em uma parede texturizada em verde e amarelo que dá o tom e o valor da brasilidade musical e artística do evento. Este trabalho, produzido sob encomenda de Heloísa Ferreira, mais conhecida como DJ Helô, faz parte de um conjunto de mais de cem cartazes (muitos foram produzidos em parceria com o designer Valder Valeirão) para as suas festas, onde em vários destes acabei recorrendo à técnica das colagens visuais.

O quarto cartaz - Amaro Radox: gaúcho suburbano -, realizado em 2013, é uma colagem feita de fotografias realizadas por mim a partir da imagem do músico e de outros artistas (no canto direito é uma imagem do músico pelotense Giba-Giba tocando sopapo), como também de paisagens da cidade de Pelotas. A estas fotografias foram misturadas os históricos desenhos das charqueadas pelotenses produzidas por Jean-Baptiste Debret. Assim como o segundo cartaz, é inspirado na linguagem visual dos sonhos e do imaginário do músico e da cultura local, voltado à valorização da ancestralidade africana presente em nossa formação.

Segundo Gilmar Hermes (2006, p.119 apud VARGAS; SOUZA, 2011, p. 57), a técnica da colagem evoca “os tipos de construção que a consciência faz nas tentativas de apreensão da realidade. Isto pode ocorrer tanto no plano individual mas também na instância coletiva”. Sendo assim, somado a isto está o exercício da criação coletiva, presente nas influências artísticas aqui abordadas, identificado com os novos paradigmas que propõem práticas projetuais de ordem colaborativa como, por exemplo, a metodologia Design Thinking, que veremos a seguir.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PELOTAS
 SECRETARIA MUNICIPAL DA CULTURA - SECULT
 COORDENADORIA DE ARTES CÊNICAS E MÚSICA - CACEM

Especial
2.7.7
 (agosto)
 sempre às 19h



THEATRO SETE DE ABRIL
 APRESENTA

1/08. BOSSA/BLUES e ROCK AND ROLL
 Solen Silva/ Sabinho Billy/
 Psicosa Canniggia

2/08. VIVA ZAPATA! E A CULTURA RACIONAL
 Auto-Retrato/ Freak Brotherz/
 Nação Suburbana

9/08. LIBERDADE É NATUREZA DO SER
 Avendano Jr. e Regional
 Bar Liberdade.

10/08. BALADA PARA O POVO CIGANO
 Quintana/ Indio/
 Damatta/ Dico Keiber/
 Marco Gottinari

16/08. 80 CENTAVOS DE WHISKY
 Javalli Jazz/ Dudu Berba/
 Dija/ Ré Mourão

22/08. MENINAS DO BRASIL
 Soninha Porto/ Antonella Pons/
 Ana Mascarenhas/ Jamaré

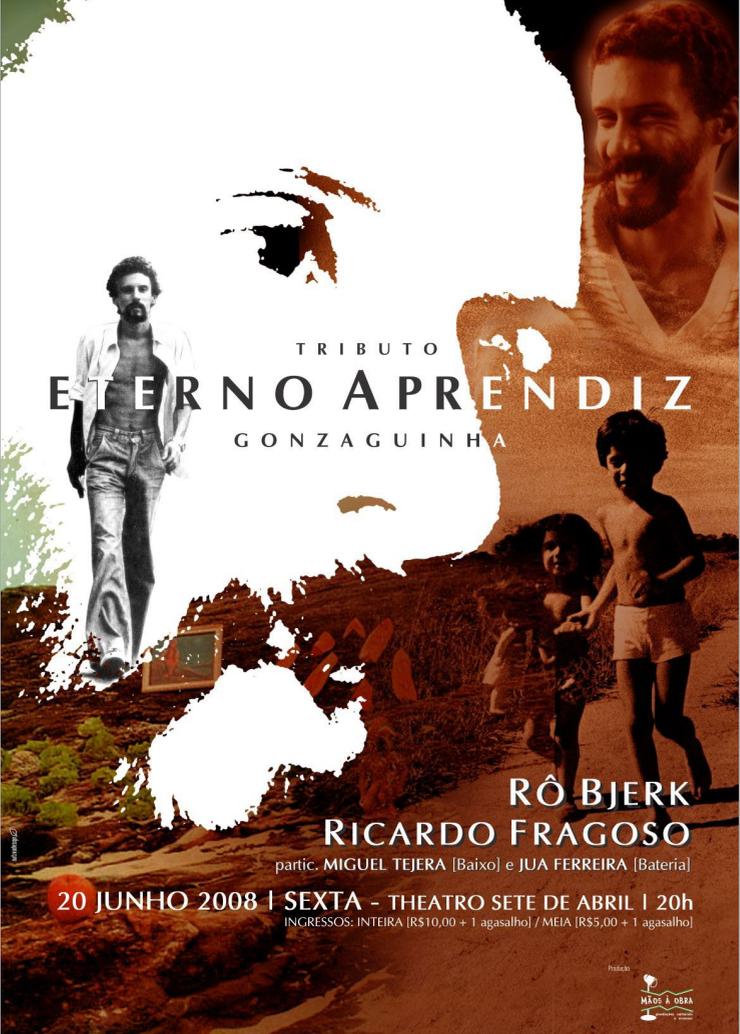
23/08. FRANK ZAPPA FOI PRA MARTINICA
 Sullivan Mello/ Celso Krause/
 Michel Abelária/
 Gilberto Oliveira

30/08. R.E.PÚBLICA AFRO-UNIVERSAL-BRASILEIRA
 Consciência Negra/ Elegbara/
 Radex/ Ligado e Mabeiquer/
 Gagui LUV

INGRESSOS A 2 REAIS NA BILHETERIA DO THEATRO
 90% DA ARRECAÇÃO SERÁ REPASSADA PARA OS ARTISTAS

277 EM CASA
CRAMA
RADIOCOM 104.5 FM
W360
 THEATRO SETE DE ABRIL
 e mais shows de Brasil em cidade
 1833-2003
 SEC. MUNICIPAL DE CULTURA
 SEC. MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO
 PREFEITURA MUNICIPAL DE PELOTAS

TRIBUTO
ETERNO APRENDIZ
 GONZAGUINHA



RÔ BJERK
RICARDO FRAGOSO
 partic. MIGUEL TEJERA [Baixo] e JUA FERREIRA [Bateria]

20 JUNHO 2008 | SEXTA - THEATRO SETE DE ABRIL | 20h
 INGRESSOS: INTEIRA [R\$10,00 + 1 agasalho] / MEIA [R\$5,00 + 1 agasalho]

MÃOS À OBRA

Figura 24 – Cartazes para shows musicais. Emerson Ferreira.

Fonte: Do autor, 2018.

apoio
 Rádio.com
 nativadesan
 LUNA
 Nova Terra
 EMPRESA TEIA
 ANTECIPADOS
 A O BRASIL
 STUDIO
 PAP-VELLA
 P
 BANDA
 Helô
Tribos Brasil POA - RS
 UM TRIBUTO À MÚSICA DE JORGE BEN
NOITE DO BEN
 UMA PRODUÇÃO DE LUA NOVA PRODUÇÃO CULTURAL
 CENTRO DE CULTURA AFRO-BRASILEIRA
FICA AÍ DEODORO, 368
 sáb. 18 de setembro de 2010, 23:23h
 contato: helo.dj@hotmail.com

COMEMORANDO 20 ANOS DE HISTÓRIAS
AMARO RADOX
GAÚCHO SUBURBANO
 PARTICIPAÇÃO ESPECIAL
 DANIELA BRIZOLARA E DENA VARGAS
 DILERMANDO DO SOPAPO
 DOUG PERCUSSÃO
 RUI CARLOS AVILA
 ENTRE OUTROS
 11 DE MAIO/2013, SÁB.
 RINÇÃO NATIVO, 21H
 FELIX DA CUNHA, 859
 apoio
 WWA ADVOCACIA
 FERRAZ
 MARCEL WEZARI
 WELLYAN
 REATORES
 ANTE FORTI



2.2. DESIGN PARA CAPAS DE DISCOS: UMA AUTORIA COMPARTILHADA

"A fábrica é uma criação comum e característica da espécie humana, aquilo a que se chamou de 'dignidade' humana. Podem-se reconhecer os homens por suas fábricas". Vilém Flusser

As trocas são consequências dos encontros, mas quais seriam as consequências das trocas? Burke (2006, p. 77) a indaga no momento em que estabelece estratégias para entender as reações oriundas de encontros culturais, que podem acontecer “por importações ou invasões” e que podem resultar em “aceitação, rejeição ou adaptação”.

Os projetos de design para capas de discos conferem um tipo de fabricação que opera nos encontros e nas trocas, nas fusões e nas misturas artísticas e culturais dos envolvidos e que podem ser orientados, segundo nosso pressuposto, por um modo processual a que chamamos, nesta pesquisa, de empatia criativa, e dela resultam construções mútuas e participativas. Trata-se de um processo que acompanha práticas coletivas.

Canclini (1984, p. 1) afirma que no século XX a concepção moderna ou liberal, tão questionada pelas vanguardas artísticas, passa a substituir o individualismo através da criação coletiva porque percebe a obra de arte “não mais como o fruto excepcional de um gênio, mas como um produto das condições materiais e culturais de cada sociedade”. Ao contrário de apresentar um objeto fechado

em si mesmo a manifestação artística passa, então, a mostrar que “só existe forma no encontro fortuito, na relação dinâmica de uma proposição artística com outras formações, artísticas ou não” (BOURRIAUD, 2009a, p. 30).

Em depoimentos concedidos ao especial Arte na Capa¹⁰ (2015) – série que trata das histórias e processos criativos por detrás de algumas importantes capas de disco brasileiros – músicos, artistas gráficos, fotógrafos e produtores revelam ao público histórias de algumas das capas que se tornaram antológicas pela força de suas imagens e pelo significado ideológico que representam. Dividido em episódios, as capas dos discos são comentadas por seus principais realizadores que recuperam fatos e curiosidades sobre o assunto. O fotógrafo pernambucano Carlos da Silva Assunção Filho, mais conhecido como Cafí, afirma no documentário que “o produto disco é uma obra coletiva, e não somente musical: a capa também faz parte dessa obra coletiva” (CAFI, 2015); a cantora Maria Bethânia menciona que uma obra musical não se trata de partes separadas, pois entende que “tudo é uma coisa só” (BETHÂNIA, 2015) e o músico pernambucano Lenine comenta que “antes de ter as canções do disco, tem a imagem do que seria o disco”. Na continuação, o designer Gringo Cardia explica que a capa de um disco serve para mostrar o que tem no “interior” da obra, em suas suas canções, e, de acordo com o designer (CARDIA, 2015a) “não obrigatoriamente precisa mostrar o conteúdo sonoro do que está presente nas composições, mas, de alguma maneira, deve possuir a mesma poesia do que ali está sendo cantado”. Ao discorrer sobre o disco Oásis, de Bethânia, Cardia revela que as fotografias utilizadas na identidade visual realizadas por ele não especificamente para o disco, mas na ocasião de falecimento de seu pai, foram apresentadas à cantora em decorrência das sugestões que ela mesma propunha. Todas estas afirmações nos fazem acreditar que a capa de um disco, intimamente conectada à obra, faz parte do projeto musical como um todo. Depoimentos como estes são importantes, pois mostram

ao público em geral, principalmente aos profissionais e estudantes, o modo como se organizaram alguns dos processos de produção de capa no Brasil e no mundo, seus percursos e narrativas poéticas de criação.

A série documental importante, intitulada *Design Gráfico Brasileiro*¹¹ (2015), investiga e situa a importância do design gráfico na formação da cultura visual brasileira; nela é organizado um trajeto discursivo a partir das perspectivas de profissionais, especialistas e artistas atuantes no território nacional. A narrativa do documentário, apoiada em vasta pesquisa, é conduzida por temas voltados a construir um panorama sobre a presença e a influência do design no dia a dia das pessoas. Levando em conta o território brasileiro e a riqueza de sua produção artística a série objetiva estabelecer, através daqueles testemunhos, conexões entre a história do país e sua produção gráfica, valorizando a atividade enquanto referência cultural.

O documentário elegeu as seguintes categorias de design: pôster, editorial, indústria fonográfica (capas de discos), tipografia, design espacial, marcas, *motion* e têxtil; porém, o episódio sobre a indústria fonográfica despertou minha atenção devido a minha relação pessoal e profissional com o tema.

A opção por temas e pelo formato documental clássico, que investe na interlocução entre atuantes na área, especialistas e agentes culturais e econômicos caracteriza o formato da série, garantindo uma diversidade de olhares que permitam dimensionar a multiplicidade conceitual que marca a produção nacional e a sua relevância à história recente do Brasil, inclusive em setores de influência que vão além do campo das artes (*DESIGN Gráfico Brasileiro*, 2015).

11 A série *Design Gráfico Brasileiro* foi produzida no ano de 2015 através da Aiuê Produtora em parceria com o canal de televisão Arte 1.

Na lista de entrevistados do episódio estão os designers Elifas Andreato, Felipe Taborda, Gringo Cardia e Ricardo Leite, assim como o produtor musical e empresário João Marcello Bôscoli. Na parte inicial do documentário cada um dos entrevistados expõe sua interpretação pessoal sobre design e sua relevância no contexto social.

Bôscoli afirma que o termo design surge da palavra *disegno*¹², oriunda do italiano. Para o produtor, o termo design envolve três elementos principais: o desenho, a forma e a função; a função, por sua vez, é a figura regente da atuação do que considera ser “um bom design” (BÔSCOLI, 2015). Na sequência, Taborda¹³ observa que “o design pode ser bonito, mas antes disso precisa ser funcional” (TABORDA, 2015). Na sua experiência em produzir capas desde a década de 1980 – capas para artistas como Vitor Ramil, Kleiton & Kledir, Raul Seixas, Cazusa e Maria Bethânia –, uma capa bonita não é necessariamente determinante de vendas caso sua qualidade musical não agrade. Também presente neste documentário, Gringo Cardia comenta que a função do design é a fazer com que a imagem seja atraente ao público mas sem a preocupação ‘se vai vender ou não’ (CARDIA, 2015b), pois sua função principal é levar o devido produto ao público identificado com a obra em questão. Ou seja, o papel do designer neste caso é o de estabelecer uma conexão (uma *empatia*, me pergunto?).

Vejamos, então, algumas colocações acerca da origem do termo “design”. Originário do latim *designare* – destacar, marcar e/ou sinalizar –, passando pelo italiano *disegno*, o termo foi definitivamente adotado pela língua inglesa no século XVIII com a Revolução Industrial. Denomina-se design

12 Não foi em Florença, onde os abastados Médicis consideravam os livros impressos inferiores aos livros manuscritos, mas em Veneza – o centro do comércio e portal da Europa para os negócios com as nações do leste mediterrâneo, Índia e Oriente – que mostrou o caminho no design de livros tipográficos italianos. (MEGGS;PURVIS, 2009, p.126)

13 Felipe Taborda é um designer gráfico carioca. Formado pela PUC / RJ, estudou cinema e fotografia na London International Film School (Inglaterra), Communication Arts no New York Institute of Technology e Graphic Design na School of Visual Arts (EUA). Professor da UniverCidade / RJ, desde 1990 tem seu próprio escritório, atuando principalmente na área cultural, editorial e fonográfica (www.felipetaborda.com.br). Taborda participou, no ano de 2017, do evento Sul Design realizado pelo Centro de Artes da UFPel.

qualquer processo criativo que utiliza técnicas variadas de concepção e execução para conceber algum produto ou serviço.

Flusser (2007, p. 181) observa a palavra design pela perspectiva da língua inglesa na qual funciona tanto como substantivo quanto como verbo. Como substantivo significa, entre outras coisas, “propósito”, “plano”, “intenção”, “meta”, “esquema maligno”, “conspiração”, “forma”, “estrutura básica”; como verbo – *to design*¹⁴ – significa, entre tantas coisas, “tramar algo”, “simular”, “projetar”, “esquematizar”, “configurar”, “proceder de modo estratégico”.

Sendo sinônimo de funcionalidade, o design pode, assim, aparecer em diferentes áreas como na indústria, na arquitetura, na moda, na publicidade, entre outras, e são variadas as categorias que abrangem o design, como o design estratégico, de comunicação, de som, visual (gráfico e digital), de produto, automobilístico, de mobiliário, de vestuário, de ambientes, de sinalização, de interfaces e de serviços.

Entender o significado do design, segundo Paul Rand (1993 apud SAMARA, 2007, p. 37) “é compreender os papéis que a forma e o conteúdo desempenham e perceber que o design também é comentário, opinião, ponto de vista e responsabilidade social”. O designer gráfico é um comunicador que captura ideias e lhes dá formas visuais, utilizando-se de imagens, símbolos, cores e organizações estruturais, buscando “esclarecer uma mensagem e transformá-la em uma experiência emocional” (SAMARA, 2007, p. 6). Mas, para além de uma habilidade manual ou mesmo tecnológica, “produzir design é produzir intenções” (WEYMAR, 2000, p. 38).

14 “A palavra é de origem latina e contém em si o termo signum, que significa o mesmo que a palavra alemã Zeichen (“signo”, “desenho”). E tanto signum como Zeichen têm origem comum. Etimologicamente, a palavra design significa algo assim como de-sinar (entzeichnen)” (FLUSSER, 2007, p. 181).

Atualmente, o design está sendo entendido para além de uma ferramenta que ajuda a melhorar a funcionalidade de produtos; está sendo aplicado, também, na otimização de recursos. Isto posto, o pensamento e a atuação no design, projetor e produtor de bens de consumo e serviços, é direcionado a novos caminhos mais voltados ao papel social de seu desempenho. Tais pensamentos são orientados por experiências coletivas de produção de conhecimento voltadas à priorização das relações humanas e menos nocivas ao meio-ambiente: indícios de uma mudança de paradigmas.

Desta forma, ao desenvolver-se numa dimensão relacional e comportamental, a solução do problema não se encontra no resultado material, mas num processo; (...) neste novo paradigma, na teoria e prática do design, surgem novos termos como o design de experiência, design relacional, design como craft, design de serviço, design como inovação social, design-arte, co-design, design thinking, entre outros, que denunciam um afastamento do modelo tradicional de equacionar os problemas (BÁRTOLO; DIAS; MOURA, 2013).

A reflexão sobre novas práticas do campo criativo e projetual que possibilitam um “fazer design” atento aos processos em si – não mais focado apenas no produto final, mas no modo de repercussão no contexto social, resulta em práticas de exploração colaborativa que podem transformar o ensino e a aprendizagem ao incluir todos os envolvidos no processo de reflexão.

O design praticado nesta perspectiva relacional e multidisciplinar revela manifestações próprias da atuação de cada designer. “Numa dinâmica de co-autoria, é ele quem intervém diretamente no problema propondo modos alternativos de ação” (BÁRTOLO; DIAS; MOURA, 2013). Desta forma, procura-se entender o design operando em um novo contexto que vai para além do discurso forma/função/conteúdo, mas “incluindo elementos performativos, abertos, experienciais e orientados para o processo, numa prática participativa e de colaboração, aplicado ao contexto da educação e do compartilhamento do conhecimento” (BÁRTOLO; DIAS; MOURA, 2013).

Estes artistas que inserem seu próprio trabalho no trabalho de outros contribuem para a erradicação da distinção tradicional entre produção e consumo, criação e cópia, o *readymade* e o trabalho original. O material que eles manipulam já não é primário. Já não é uma questão de elaborar uma forma com base num material bruto, mas trabalhar com objetos que já estão em circulação no mercado cultural, quer dizer, objetos que já foram informados por outros objetos (BOURRIAUD, 2009, p. 8).

O cenário atual, que privilegia a experiência em trabalhos coletivos e possibilita outras formas de projetar através do design usa a metodologia processual denominada Design Thinking que se caracteriza por uma forma de pensamento projetual pautada na experiência compartilhada e participativa entre a visão do projetista (unindo o designer e o cliente) e a expectativa do usuário final, ou seja, do público. Design Thinking é a abordagem projetual que apresento a seguir e que, na minha visão, demonstra uma familiaridade com os modos de atuação do escritório Nativu Design. O termo Design Thinking

inicialmente escrito com letras minúsculas, tem a sua origem em projetos internacionais de investigação na área da cognição em design. Embora o início da investigação científica sobre os processos cognitivos dos designers se situe nos anos 70, é nos anos 90 que se verifica um *boom* na investigação em *design thinking*. O interesse crescente nesta área de investigação foi claramente uma consequência da crítica à metodologia racional do design (TSCHIMMEL, 2014, p. 159).

Os processos criativos de identidades visuais para capas de discos desenvolvidos no escritório Nativu Design ocorrem, na maioria das vezes, de maneira coletiva, onde tanto o designer quanto os demais participantes – músicos, produtores, fotógrafos – compartilham ideias e percepções e discutem, inicialmente através do *briefing*, as intenções da obra para melhor representá-la visualmente. Com relação ao processo criativo compartilhado, observamos:

Os processos de pensamento de um indivíduo são incentivados e direcionados pelos pensamentos e expressão de ideias de outros membros de um grupo. Desse modo, uma única pessoa não é responsável pelo resultado do processo criativo, pois o resultado é uma contribuição de todos, a partir da construção coletiva de novas ideias sobre àquelas geradas individualmente (GERO, 2006 apud ZAVADIL; DA SILVA; TSCHIMMEL, 2016, p. 7).

De acordo com Lupton (2013, p. 5), o “conceito de Design Thinking normalmente refere-se aos processos de concepção, pesquisa, prototipagem e interação com o usuário”. Tschimmel (2014) considera que o Design Thinking trata-se de “um modo de pensar que leva à transformação, evolução e inovação, a novas formas de vida, novas formas de aprendizagem e novas formas de gestão empresarial”. Dias e Moura (2013) afirmam que “mais do que servir uma produção, o design contemporâneo parece estar cada vez mais orientado para interferir no contexto da experiência do utilizador.

O designer thinker é um profissional de qualquer área do conhecimento que aplica as ferramentas da metodologia do design em processos coletivos de inovação, com o objetivo de pensar de forma mais fluida, flexível, empática, visual e original (TSCHIMMEL, 2014, p. 159).

Design Thinking é uma maneira de pensar que contém a união de três valores fundamentais os quais permeiam o processo mental: a “empatia”, a “colaboração” e a “experimentação”.

A empatia é a união ou fusão emotiva com outros seres ou objetos (considerados animados). [...] Segundo Theodor Lipps, essa experiência, assim como o conhecimento dos outros eus, ocorreria mediante um ato de imitação e de projeção. A reprodução das manifestações corpóreas alheias (devida ao instinto de imitação) reproduziria em nós mesmos as emoções que costumam acompanhá-las, colocando-nos assim no estado emotivo da pessoa a quem essas manifestações pertencem. É justamente essa projeção em outro ser de um estado emotivo despertado em nós pela reprodução imitativa da expressão corpórea dos outros que seria o modo de comunicação entre as pessoas. (ABBAGNANO, 2012, p. 377)

O design, assim como outras áreas de atuação, foi ganhando novas aplicações na medida em que novos contextos foram sendo constituídos a partir das evoluções tecnológicas. A Revolução Industrial do século XVIII trouxe muitas mudanças com a tecnologia motora e na sociedade pós-moderna a tecnologia que domina é a digital. Esta nova era tecnológica é caracterizada por mudanças constantes nas quais a informação não está mais centrada em pontos fixos, mas difundida em redes virtuais. Para o designer projetar, hoje em dia, significa estar atento às constantes mudanças. Como exemplo, os cartazes que, ante eram peças imprescindíveis de comunicação e hoje podem ou não ser utilizados.

A metodologia do Design Thinking surge como uma maneira de resgatar e fortalecer alguns princípios do pensamento projetual centrados nas pessoas. Permite, por exemplo, pensar o design sem obrigatoriamente ser um designer já que possibilita que pessoas e profissionais de diferentes áreas possam atuar coletivamente e, sobretudo, por ser uma prática de atuação que facilita o aparecimento de novas ideias. Empresas mundiais estão reunindo profissionais de diferentes países e culturas para desenvolverem produtos de circulação planetária (DESCOLA, 2018) o que pode caracterizar-se, também, como um modo de produção híbrida.

Compreendemos que o começo de um projeto de design significa pensar no todo, olhar todas as suas partes, juntar seus elementos afim de gerar uma linguagem. Ao começar um projeto de uma identidade visual dentro sob a perspectiva do Design Thinking se constrói um *moodboard* (DESCOLA, 2018), ou seja, um painel de referências visuais que auxilia os projetistas a enxergarem o contexto em que determinado projeto está inserido e que também os ajuda a traduzir ideias visualmente, a definir estilos e a organizar o foco no conceito.

A partir da experiência relacionada ao *moodboard* o próximo passo é a criação de um esquema de gráfico denominado *mapa mental* (figura 25) que permite a compreensão dos projetos e a

resolução de possíveis problemas que possam ocorrer. Esta ferramenta é de grande utilidade para a realização do *brainstorming*¹⁵, por exemplo.

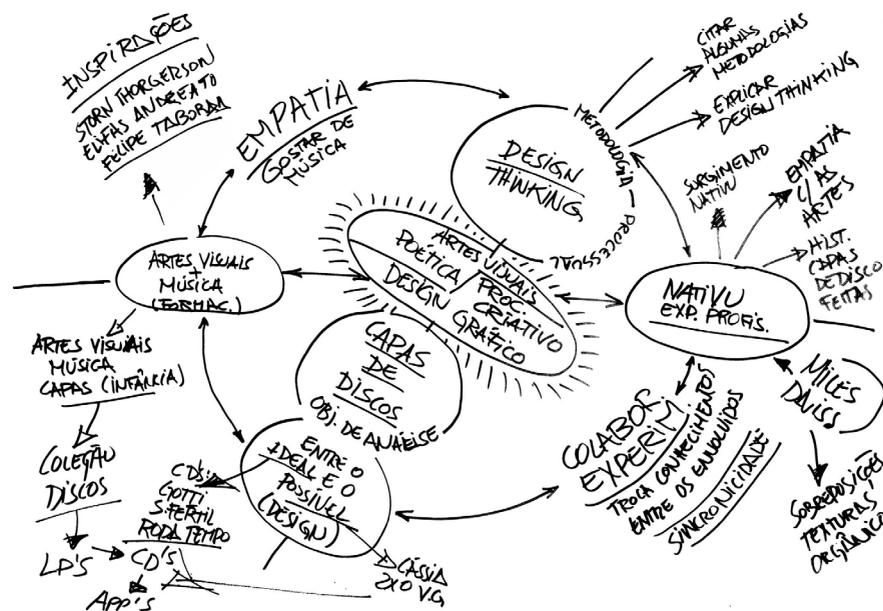


Figura 25 – Exemplo de mapa mental realizado para a presente pesquisa de mestrado. Foto: Do autor, 2017.

Na experiência de trabalhar com projetos que envolvem o encontro do design com a música e com as artes visuais para criação de capas de discos percebemos, em alguns casos, condições de empatia criativa nas quais se estabelecem trocas profissionais e humanas através de aproximações

15 Técnica muito utilizada em projetos de design, o *brainstorming* significa “tempestade cerebral ou tempestade de ideias”. De origem inglesa, a expressão é formada pela junção das palavras *brain*, que significa cérebro, intelecto e *storm*, que significa tempestade (DESCOLA, 2018).

intelectuais, culturais e, por vezes, emocionais. Das experiências vivenciadas no escritório Nativu Design, destacamos alguns projetos de capas de discos cujos modos de operação se identificam com os três valores fundamentais do Design Thinking acima citados. São os discos: 1) Tudo Uma Canção, do músico pelotense Marco Gottinari (2011); 2) O Tempo Certo, da também pelotense Solo Fértil (2016); 3) 2x0 Vargem Alta, do carioca Chico Chico (2015); e 4) O Espírito do Som, de Cássia Eller (2015). São quatro experiências onde as linguagens do design, da música e das artes visuais se cruzaram e se influenciaram durante todo o processo de construção, isto é, tanto as gravações como a criação da identidade visual aconteceram sob influências mútuas, fato que percebemos, através deste modo de atuação coletiva, terem sido de grande relevância para o conceito final de cada um destes discos.

A primeira experiência aconteceu com o disco Tudo Uma Canção, do músico Marco Gottinari. No ano de 2010 o músico, instrumentista e produtor musical Rodrigo Garcia desembarcou em Pelotas na companhia dos músicos pelotenses Thiago e Leandro D'Ávila, que estavam morando no Rio de Janeiro à época. O trio fez uma apresentação musical no Centro Cultural Casa do Joquim (o C. C. Casa do Joquim foi um espaço de manifestação artística extremamente singular surgido em Pelotas entre os anos de 2010 e 2012 cujo nome fazia homenagem ao personagem “Joquim” do conhecido músico e escritor pelotense Vitor Ramil). Na ocasião surgiu o primeiro contato com o visitante, e deste então passamos a estabelecer uma posterior sequência de produções em parceria criativa. Poucos meses depois nos encontramos novamente, desta vez para atuarmos na produção do disco de Gottinari.

O músico Marco Gottinari residia na colônia rural de Pelotas num lugar conhecido pelo nome Templo das Águas, e desde a infância estabeleceu uma intensa relação com a agricultura ecológica o que o fez tornar-se um ativista da preservação do meio-ambiente. O local, com uma pequena

mata nativa e cachoeiras servia de inspiração para o músico que, junto à sua família, mantinha-o como um espaço de visitação ao público. Conheci o Templo das Águas no ano de 2008 e desde então estabeleci uma amizade com o artista. No ano de 2011 Gottinari estava em processo de gravação de seu segundo disco, intitulado Tudo Uma Canção e, em uma visita ao Templo das Águas o músico acabou me apresentando algumas destas canções e resolveu me convidar, junto ao escritório Nativu Design, para desenvolver a identidade visual do disco. Fiquei bem entusiasmado com o projeto por identificar-me, sobretudo, com as canções e com as questões por elas abordadas; temas que abordam princípios de respeito à natureza e à capacidade humana de despertar, em si, seus próprios dons artísticos.

*Acredito em outro mundos/ Cada qual com suas belezas/ Olha só a natureza que te deu esse presente/
E chamou toda essa gente/ Pra sorrir e pra cantar/ Jorram águas das nascentes/ Pra essa sede saciar/ E
contemplar o sol poente faz a mente relaxar/ E a alma fica contente/ Quer sorrir e quer cantar (GOTTINARI,
2016).*

Seu modo de vida atua como fio condutor de suas manifestações artísticas, fato determinante para que o disco fosse construído naquele ambiente, incluindo os ensaios, as gravações, as sessões fotográficas e o desenvolvimento do design. Todos os profissionais envolvidos no trabalho foram deslocados para esse local e conviveram por um período de quatro dias, fato que potencializou o processo criativo e coletivo. Ao observar os acontecimentos que envolviam aquele processo, a maneira de compor de Gottinari que considerava a beleza da natureza local, sobretudo a humana, como principal fonte de inspiração e a convivência diária e musical dos envolvidos nas sessões de ensaios e gravações fui capturando, mediante registros fotográficos, os elementos mais significativos para construir a identidade visual solicitada. Outro momento importante e decisivo para a construção do

trabalho foi o envolvimento de Gottinari no projeto de design, tanto visual quanto de produto. Nesse momento ocorreu, sob a minha direção, a avaliação dos elementos visuais colhidos e a seleção dos mais importantes a serem utilizados na construção da imagem conceitual da capa (figura 26). Com relação ao design do produto, Gottinari propôs a ideia de criar uma embalagem sem a utilização de plástico; a embalagem seria produzida em papel reciclado, de gramatura alta, com aplicação de elementos naturais como a palha (espécie de bambú fino) para dar sustentabilidade e firmeza, e uma espécie de barbante, também natural, para substituir o tradicional grampo.

A embalagem de Tudo Uma Canção procura estabelecer uma receptividade com o público. A escolha do papel reciclado como suporte e o acabamento diferenciado com a aplicação da palha e do barbante fazem com que a embalagem do produto seja retornável à natureza. Neste caso específico existe a preocupação com a produção de um design de produto que possa ser adaptado ao uso consciente dos recursos naturais, conhecido pelo nome de ecodesign. A produção de Tudo Uma Canção contou com a participação de aproximadamente vinte pessoas, entre produtores e músicos. Parte do disco foi gravado em Pelotas, e outra parte no Rio de Janeiro por iniciativa de Rodrigo Garcia que proporcionou uma ponte cultural entre as duas cidades em futuros trabalhos realizados, como anuncio a seguir.

O projeto gráfico de Tudo Uma Canção (figura 27) é o primeiro projeto de identidade visual para disco em que atuei e que considero ser oriundo de práticas identificáveis com os ideais relativos ao Design Thinking. A empatia criativa com músicos e produtores, as experimentações sonoras e visuais, e a colaboração entre todos os envolvidos durante os quatro dias em que estivemos reunidos (o projeto gráfico se estendeu após estes dias, logicamente) permitiram-me analisar e compreender, anos depois, o resultado gráfico de algumas capas que exerceram influência em minha trajetória.



Figura 26 – Capa do disco Tudo Uma Canção (2011). Emerson Ferreira/ Nativu Design.

Fonte: Do autor, 2017.



Figura 27 – Processo criativo de identidade visual e montagem do álbum Tudo Uma Canção (2011). Emerson Ferreira/ Nativu Design e Marco Gottinari. Fonte: Do autor, 2017.

A segunda experiência foi a produção do disco O Tempo Certo da banda Solo Fértil, no ano de 2016. O primeiro álbum da banda, totalmente autoral, une as vertentes do *reggae* com outros gêneros musicais como o *jazz* e o *rock*. Em meu primeiro encontro com os integrantes da banda, Diogo Garcia e Geovani Corrêa, as ideias começaram a serem colhidas para o *briefing*, dando início a uma parceria de interpretação e de definição de conceitos para o disco.

Através de diferentes referenciais tais como outros discos do gênero, bancos de imagens virtuais, de livros e de revistas, surgiu o conceito para identidade visual e este pretendia tornar visível o respeito à natureza, a paz, a liberdade e o amor.

A partir deste momento começam a surgir novos resultados. A imagem da capa (figura 28) foi sendo construída através de variadas colagens com fotografias extraídas de diversas fontes; a vegetação da montanha foi detalhadamente desenvolvida através de manipulação digital (foram inseridas diversos recortes mediante fotografia de plantas, árvores e arbustos) para fazer alusão ao nome da banda. A figura dos pássaros simboliza, dentro do conceito do disco, a liberdade. A ideia inicial por mim apresentada utilizava a figura de uma ave em pleno vôo, todavia, os músicos sugeriram que fossem incluídas mais treze aves, totalizando quatorze tal qual o número de canções presentes no disco.

O processo criativo de design de capa conciliou com a construção musical. Na medida em que as cores definiam a identidade, a nova imagem revelava um cenário quase onírico; isto estimulou o preenchimento e a criatividade musical das canções: o canto dos pássaros ficou mais alto e foram incluídos sons de cachoeiras assim como das matas.



Figura 28 – Capa do disco O Tempo Certo, de Solo Fértil (2016). Nativu Design. Produção independente.
Fonte: Do autor, 2017.

A intenção desta identidade visual é representar um lugar propício para as canções “ecoarem livremente”, em uma espécie de utopia coletiva proposta pela musicalidade da banda. O produtor, compositor e vocalista da banda, Diogo Garcia, insistentemente solicitava a presença da bandeira representativa do *reggae*, alusiva às cores da bandeira da Etiópia. Sendo assim, incluímos a figura de uma bandeira na contracapa do disco, e, logo em seguida, o próprio Diogo Garcia a inseriu na imagem de capa, finalizando a composição. O cenário para representar O Tempo Certo, como diz uma das canções do disco, é um lugar “para ser livre e caminhar com a cabeça erguida”.

No mato eu tenho a certeza/ De que estou bem protegido/ Pela mãe-Natureza/ Com muitas pedras, muitas raízes/ E os galhos imensos das figueiras/ As gaivotas cantando lá no alto/ E ser livre para caminhar/ Com a cabeça erguida (FÉRTIL, 2016).

Este projeto adquiriu um valor muito significativo, pois entendo que a empatia criativa estabelecida com os músicos me possibilitou acompanhar de perto os processos de construção das músicas nos *softwares* de edição, onde encontrei bastante semelhança com os processos de diagramação gráfica. A atmosfera de proximidade com a sonoridade e com os temas das canções permitiu uma interferência, de minha parte, na ordem das músicas. Ao definir a imagem da capa com os pássaros em pleno vôo, sugeri que uma determinada música encerrasse o disco, proposta acatada pela banda (figura 29).

São situações como estas, de intenso convívio entre os envolvidos, que considero fundamentais e determinantes nos resultados dos processos criativos. Como afirma MAU (1998),



Figura 29 – Reunião com os integrantes da banda Solo Fértil (2016).

Fonte: Diogo Garcia, 2016.

enquanto for o resultado a determinar o processo, chegaremos apenas até onde já estivemos. Se for o processo a determinar o resultado, poderemos talvez não saber para onde vamos, mas saberemos que é lá que queremos estar¹⁶.

16 Em *A Incomplete Manifesto for Growth*, uma espécie de manifesto para processos criativos publicado pelo designer canadense Bruce Mau, encontramos um pequeno passo-a-passo destinados a servir de proposições para ato da criação. Em um dos tópicos, Mau escreve: "*Process is more important than outcome. When the outcome drives the process we will only ever go to where we've already been. If process drives outcome we may not know where we're going, but we will know we want to be there*".

A terceira experiência vem com o disco 2x0 Vargem Alta, disco de estreia do jovem músico carioca Chico Chico. Construído e lançado no ano de 2015, o projeto também foi dirigido por Rodrigo Garcia. No ano de 2011, em uma viagem ao Rio de Janeiro – cujo objetivo principal era ir a uma exposição sobre a vida e a obra do trompetista Miles Davis no Centro Cultural Banco do Brasil –, acabei reencontrando Garcia, que me apresentou a Chico Chico e também à cantora cabofriense Júlia Vargas, que também estava preparando seu primeiro disco; começava a nascer o selo Porangareté, cujo objetivo é o de divulgar e lançar uma nova geração de artistas.

O disco 2x0 Vargem Alta é um compilado de composições, todas de autoria do músico (com exceção apenas de uma das músicas). As canções, segundo o autor, foram compostas durante viagem que realizou com um amigo no trajeto entre o Rio de Janeiro e a Bahia. Nas primeiras conversas com Chico e Garcia decidimos que a concepção da identidade visual seria composta por fotografias desta viagem e de outros momentos da vida do músico. Os primeiros estudos ocorreram na capa e na contracapa (para a capa quase trinta esboços foram realizados).

A identidade visual do disco é inspirada no emblemático Clube da Esquina¹⁷, de Milton Nascimento e Lô Borges (1972). A capa do disco Clube da Esquina (figura 30) é um caso curioso, pois o projeto de capa e contracapa acabou sendo invertida. A imagem dos meninos, de autoria do fotógrafo Cafí (realizada durante um passeio de carro junto aos músicos) acabou ocupando o lugar de maior destaque visual do disco e o projeto de design propriamente dito deu-se na contracapa. O resultado da capa é a citada imagem, sem nenhuma tipografia (figura 30).

17 O Clube da Esquina é um disco emblemático surgido na década de 1970 sob autoria de Milton Nascimento, Lô Borges, Márcio Borges, Beto Guedes, Toninho Horta, entre outros e é, para além de um disco, um movimento musical surgido em Belo Horizonte/ MG. Seu som recebia a influência da Bossa Nova assim como de elementos do jazz e do rock – principalmente os Beatles –, "somada à música folclórica dos negros mineiros com alguns recursos de música erudita e música hispânica. O disco se tornou de qualidade na MPB pelo alto nível de performance e disseminaram suas inovações e influência a diversos cantos do país e do mundo" (ARAÚJO, 2016, p. 70).



Figura 30 – Contracapa e capa do álbum Clube da Esquina (1972). Autor desconhecido.
Fotografia: Cafí. Gravadora EMI-Odeon, Universal Music.

Foto: Do autor, 2018.

A capa, produzida em autoria conjunta com Garcia, Chico e Oscar dos Anjos foi planejada com o uso de apenas uma imagem, com semelhanças à imagem do Clube da Esquina, sem título ou conteúdo escrito (por solicitação da gravadora Coqueiro Verde Records inserimos o nome do disco somente na versão digital para as redes virtuais). Na parte interna criamos uma espécie de mosaico com as fotografias enviadas pelo músico, e no encarte as canções foram inseridas a partir de anotações manuais. Para a imagem do selo (rótulo do disco), a escolha pelo uso de uma imagem de bola de futebol representa o gosto de todos os envolvidos pelo esporte (figura 31).

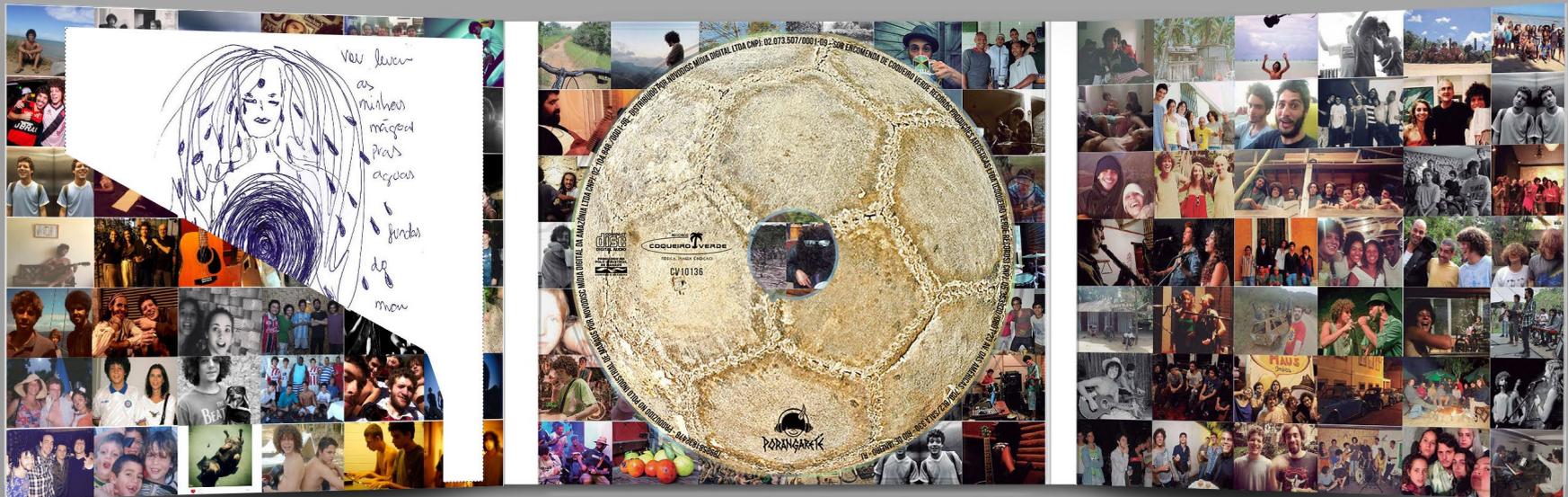


Figura 31 – Interior do disco 2x0 Vargem Alta, de Chico Chico (2015). Nativu Design/ Prorangaréte. Gravadora Coqueiro Verde Records. Fonte: Do autor, 2017.

O desenvolvimento da identidade visual deste disco aconteceu de forma divertida e empática apesar da distância e das difíceis comunicações por *e-mails*; porém, proporcionou grandes experimentações e possibilitou a colaboração de todos os envolvidos.

A parceria estabelecida, desde 2011 até o presente momento, entre o selo Porangareté e o escritório Nativu Design é um indício do que considero um encontro duradouro. Além dos discos, sou responsável por toda a identidade visual dos artistas do selo, cuidando também dos materiais de apresentação dos artistas, como *releases*, cartazes de *shows*, dentre outros. Nas palavras de Garcia, “a parte gráfica é tão grande, tão importante e tão interessante quanto os áudios. É uma coisa que vem junto” (GARCIA, 2017). A marca do selo foi por mim desenvolvida, a partir dos esboços e ideias de outro músico parceiro do grupo, o baterista Alex Merlino (figura 32).

Juntamente ao projeto gráfico do disco 2x0 Vargem Alta realizamos o projeto do disco Júlia Vargas & Os Barnabés ao vivo em Niterói (2015). A identidade visual deste projeto, na forma de CD e DVD, é uma parceria entre o escritório Nativu Design e a produtora Avera Filmes, responsável pelas filmagens e produção do DVD. Na sequência destes dois projetos vieram trabalhos gráficos de divulgação de *shows* para outros músicos parceiros do selo: Nó Cego, Cátia de França, Mantuano Trio, Daíra e Pietá. No ano de 2017 demos início ao projeto de identidade visual, atualmente em andamento, do disco Amar e Mudar as Coisas da cantora Daíra.



Figura 32 – Marca Porangareté (2015). Nativu Design/ Porangareté.

Fonte: Do autor, 2018.

Enfim, o último caso aqui apresentado trata da construção da identidade visual da obra musical que motivou a experiência desta dissertação, o disco *O Espírito do Som: Cássia Eller em Brasília*.

Cássia Eller, uma das artistas de minha profunda referência, que assim como Chico Science & Nação Zumbi e o Manguebeat é uma revelação nacional surgida na década de 1990, é considerada hoje em dia como uma das maiores e irreverentes intérpretes da música brasileira. Foi em meio aos processos de construção dos discos de Chico Chico e de Júlia Vargas (& Os Barnabés ao vivo em Niterói), que iniciaram-se as primeiras conversas com o produtor Rodrigo Garcia sobre a construção de um disco póstumo de Cássia Eller que conteria gravações inéditas, em voz e violão, da jovem artista beirando os vinte e poucos anos. Os originais destas gravações foram extraídas de fitas cassetes encontradas por amigos no período em que a artista dava suas primeiras investidas profissionais em Brasília, no início da década de 1980.

O título do disco faz alusão, segundo Rodrigo Garcia, à canção *O Espírito do Som*, uma das músicas encontradas nas gravações, de autoria de Chico Evangelista e Péricles Cavalcanti, interpretada pela cantora. A escolha pelo nome faz referência, segundo Garcia, à música da natureza, “aquele som cru como origem”. Em entrevista ao programa *Manhã Cultural*, da Rádio Com 104.5 FM de Pelotas, Rodrigo Garcia esclarece a sua relação com a artista e também a origem do termo *Porangareté*, nome dedicado ao selo:

Toquei com Cássia Eller entre 1997 a 2001. Nós éramos amigos desde 1992, e sempre tive uma aproximação com ela, com Maria Eugênia, sua companheira, e com Chicão, o filho único de Cássia. No ano de 2012 Maria Eugênia me convidou para ajudá-la a cuidar do acervo da cantora. Raridades estavam surgindo pelas gravadoras e por pessoas próximas a Cássia, uma delas a canção *Flor do Sol*, uma composição sua em parceria com Simone Saback. Na letra da música tem um trecho que diz “*Jacissuaçu Porangareté/ E a gente se ligando até.../ Eu fiz a cabeça/ Eu fui inventar/ Uma flor do sol pra lhe dar...*” (GARCIA, 2018).

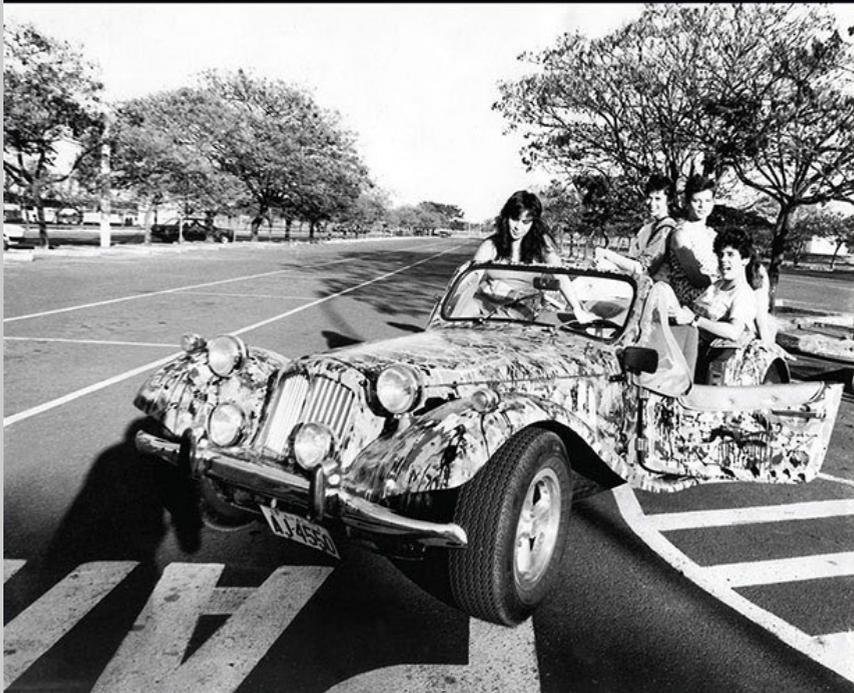
No que se refere à construção da identidade visual algumas das questões foram sendo resolvidas no *briefing* muito por conta da responsabilidade da obra com o público expressivo da cantora. Daí a perspicácia de Rodrigo Garcia ao solicitar a inclusão do selo “edição de colecionador”, na capa do CD, para indicar, de antemão, a proposta do disco.

O Espírito do Som está longe de ser um disco comercial em muitos aspectos, a começar pela gravação de baixa qualidade tecnológica em função de as músicas terem sido extraídas de fitas cassetes aproximadamente trinta anos atrás. Além disso, o interior do disco conteria manuscritos da cantora e, neste momento, discutimos e procuramos estabelecer um diagrama que permitisse a legibilidade dos escritos em alguns momentos, e, em outros, seriam apenas pano de fundo para a composição com o restante das informações (letras das canções, ficha técnica, etc).

A capa foi construída utilizando como referência direta modelos tradicionais de discos de *jazz* com a elegância da simplificação do preto com o branco nas cores (a fotografia original é monocromática) (figura 33). No interior do disco, desenvolvemos um design mais informal realizado com leves colagens e sobreposições com os manuscritos da cantora. Estes manuscritos remetem ao universo das escritas artesanais e manufaturadas muito usadas num tempo pré-digitação eletrônica. Todos os componentes selecionados para este disco evocavam certa nostalgia tanto pelo fato da ausência física de Cássia Eller como pela representação de uma época comum a todos os envolvidos (figuras 34).

O universo criado para a identidade visual do disco, desenvolvido e acompanhado por todos, revela um pouco da paixão de Cássia Eller pela música, e pretende ser uma prova documental da sua importância. O Espírito do Som é um registro importante porque procura mostrar os primeiros passos de uma artista que marcou para sempre a história da música brasileira (figura 35).

O ESPÍRITO DO SOM



VOL. I - SEGREDO

**Cássia
Eller**
EM BRASÍLIA

EDIÇÃO DE
INÉDITO
COLECIONADOR

Figura 33 – Capa do disco O Espírito do Som volume 1 (2015). Emerson Ferreira/ Nativu Design e Porangareté. Gravadora Coqueiro Verde Records. Fonte: Do autor, 2017.

trecho de "La Valse", agora me sinto tão serena, vou me sentir, se com o meu pensamento, sem sentir nada, assim... sem o sentido do texto, só visões. E a audição in 50 músicas... Só o único clareza que sinto é involuntário, não. Não tenho medo porque não preciso agitar. Se preciso da audição e da visão não os olhos, não se com o espírito).

Eu acho que os cantores quando cantam querem que o povo goste. Eu só quero cantar, porque é a única maneira que eu tenho de existir. Também acho que eu preciso ser por mim, e que mostrar mais coisas que eu fui o ser. Não expulsi-las... é bonito quando eu canto e estou satisfeita. É bonito quando canto e estou angustiada. Eu cantando só mais de mim. Você pode me conhecer um pouco se algum dia você conversar comigo, se ler alguma coisa que eu escrevi, se foi pra cima comigo, mas pode crer, você se espantará quando me ouvir cantar. ~~Estou assim, sou eu...~~ me mostrando porque eu quero, e quando sou sincera mesmo.

.....

Somaria, parafusa, eu, Rio e Rose foram assistir ao "Sonata de Dufay". É tão bonito! Como festa de fim de ano. Até chorei no final. Achei tão bonito quando Ingrid Bergman explicou a Liv como se fosse piano... tem-se de cantar e cantar, saber de seu temperamento, fita certos trechos de uma peça. Não apenas ler na partitura as notas, mas é e sinkando com perfeição. Música tem sentimento. Por exemplo: eu não consigo ler, eu escrever, eu fazer qualquer outra coisa, falar também ouvindo música. Não porque eu não sei, é uma coisa que eu amo, que eu amo me esquecer a concentração. É que música é uma coisa bela que me toca lá, bem lá dentro, por isso tenho de ouvir-la, não estou me machucando, não estou me machucando. Também me dá de fazer alguma coisa, um dia, por eu passar assim. A música me comanda. Eu mudo o meu estado de espírito de acordo com a música que estou ouvindo. Estou ouvindo Beethoven... acho que por isso eu sou tão agressiva por causa de um

O ESPÍRITO DO SOM VOL. I - SEGREDO Cássia Eller

1	SEGREDO LUZ MELODIA	GAPA LTDA (WARNER/CHAPPELL) / BR-RF5-15-00021
2	FOR NO ONE LENNON / MCCARTNEY	SONY/ATV TUNES LLC / BR-RF5-15-00025
3	HAPPINESS IS A WARM GUN LENNON / MCCARTNEY	SONY/ATV TUNES LLC / BR-RF5-15-00028
4	FLOR DO SOL CÁSSIA ELLER / SIMONE SABACK	DIRETO/SONY/ATV / BR-RF5-15-00024
5	NE ME QUITTE PAS JACQUES BREL	WARNER/CHAPPELL/SCAM/DR / BR-RF5-15-00029
6	AIRELLOS MARLI MIRANDA	WARNER/CHAPPELL / BR-RF5-15-00022
7	AUSÊNCIA EDUARDO	AURA EDIÇÕES (AMAR) / BR-RF5-15-00023
8	SUA ESTUPIDEZ ROBERTO CARLOS / ERASMO CARLOS	EM SONGS / BR-RF5-15-00030
9	GOOD MORNING HEARTACHE RENE HIGGINBOTHAM / ERVIN DRAKE / DAN FISHER	UNIVERSAL MUSIC PUBLISHING / BR-RF5-15-00027
10	GOLDEN SLIMBERS LENNON / MCCARTNEY	SONY/ATV TUNES LL / BR-RF5-15-00026

Produção e Distribuição por Polo Industrial de Manaus por Novotudo: Mídia Digital da Amazônia Ltda. - Av. Alzavara, 565 - Distrito Industrial - Manaus - AM - CEP: 67.124.948/0001-66, sob encomenda de Coqueiro Verde Records (Produtora Artística Ltda) (Coqueiro Verde Records) - CNPJ: 05.330.000/0001-23 Av. das Américas, 700 Bl 2 Grupo 33/031332 - Rio de Janeiro - RJ

CV10135

8 998581 813195 2

O ESPÍRITO DO SOM VOL. I - SEGREDO

Cássia Eller
EM BRASÍLIA

www.cassiaelleroficial.com.br

Porangaretê

CV10135

8 998581 813195 2

O ESPÍRITO DO SOM VOL. I - SEGREDO

Cássia Eller

EDIÇÃO DE INÉDITO COLECCIONADOR

Happiness 1968 33

O ESPÍRITO DO SOM

Cássia Eller
EM BRASÍLIA

VOL. I - SEGREDO

Porangaretê

CV10135

8 998581 813195 2

need a fi... wife... that I left uptown

CÁSSIA ERA MÚSICA DA CABEÇA AOS PÉS. A intensidade com que vivia sua dom de cantar e tocar era algo que eu nunca tinha visto em ninguém. Sua presença era forte e arrebatadora, mas também podia ser suave e delicada. Ela dizia que não levava muito a sério as letras e a poesia. Que se entrasse muito a fundo nas palavras seria incapaz de cantar as notas do cântico. Mais uma mentira das muitas que ela sempre contava. A música na voz de Cássia achava todos os caminhos. Apaixonava-se, sofria, amava-se, divertia-se e podia também brigar. Foi assim que conheci Cássia; foi assim que amei Cássia. Este CD é um presente a todos vocês fãs e colecionadores. Um recorte inédito de Cássia Eller, feito em casa e em um momento muito especial das nossas vidas. Este CD traz gravações que ela dedicou ao meu irmão Pedro e celebra um novo encontro musical com Rodrigo, Chico e Eugênia, agora guardadores deste precioso acervo.

ELISA DE ALENCAR
Brasília, abril de 2015.

UMA PRODUÇÃO "PORANGARETE" IDEALIZADA E DIRIGIDA POR RODRIGO GARCIA

AUTORES: ORIGINAIS DO ACERVO DE ELISA DE ALENCAR
RESTARTE DO DISCO: ROBERTO BARCEL E DIEGO JANSSEN
MASTERCING: RICARDO GARCIA / MAGIC MASTER
FOTO DA CAPA: RODRIGO ROAL
FOTO DE CÁSSIA ELLER E ELISA DE ALENCAR: MARIA HELENA CARVALHO
CAPA E DIREÇÃO DE ARTE: EMERSON FERREIRA E RODRIGO GARCIA
PRÓDUTO GRÁFICO: NATIVU DESIGN

AGRADECIMENTO EM ESPECIAL A ELISA DE ALENCAR QUE COMPARTILHOU ESSE TESOURO MUSICAL DE SEU BAU.
A JANETE DORNELAS, JANDER RIBEIRO, DORJA GALESSO, DEBORAH DORNELAS, SIMONE SABACK, MARCELO SABACK, RODRIGO ROAL, DANIELA DOLARTE, DENISE SANT'ANNA, ANA FLORENCIA MARTINS, CESAR UNGARELLI, ALEX MERLINI, MARTHA TARUMA, MARCIO PATÃO, MARCELO FERRENDOS, RICARDO CALZATE, LILI RIBEIRO, ZÉ E LUZINHO ISMAEL, ANA MARCIA, EMERSON FERREIRA, VALDEIR VALEIRÃO, LUCAS DUTRA, IVAN SZABINRI, JULIA VARGAS, LEE ESTEVES, MARCOS KILZER, VIN KILZER, WALTER VILLALBA, AVERA PRODUÇÕES.
A FAMÍLIA: NANCY, CLAUDIA, CARLA, RUBINHA E RONALDO ELLER.

CHICO, MARIA EUGÊNIA E RODRIGO.

Porangaretê

Cássia Eller

www.cassiaelleroficial.com.br

Figura 34 – Identidade visual do disco O Espírito do Som volume 1 (2015). Emerson Ferreira/ Nativu Design e Porangaretê. Gravadora Coqueiro Verde Records.
Fonte: Do autor, 2017.

eu, até um certo tempo atrás
fui uma mina um tanto solitária
não estava sozinha não
tinha um bocão de gente à minha volta
mas era um tanto solitária
tive a sorte de ^{nascer} ~~ser~~ uma família ~~que~~
que pensava em tudo por mim
antes que eu agisse primeiro
e isso era bom
eu não precisava pensar em nada
e isso era bom
então num ^{velo} dia eu ~~saí~~ ^{tive} que trabalhar
e na fila do retrato pra carteira de trabalho
andava quem eu encontrei lá
era a fera era ela aquela fera era
assim daí por diante eu não era mais aquela
saímos pelo mundo sem trabalho
sem nem querer saber do mundo
sem família que pensava por mim em tudo
& eu não sou mais solitária
só nós pelo mundo.

7 AUSÊNCIA [02:09]
EDNARDO

Tu lembras, a rua estreita
Estrada tão antiga
E eu mostrava a ti uma cantiga
Uma cantiga antiga do lugar

Na rua, na paz da lua
Um sonho se fazia
E sem querer então eu esquecia
Que já não temos tempo pra sonhar

Sorrias, e a tua voz
A cada instante amiga,
A um só tempo, em um abraço estreito
Fazia a vida, o violão,
Um jeito de se fazer amar

Sorrias, e a tua voz estranha
Estrada amiga,
Perdeu-se ao longe na partida
E não ficou ninguém em teu lugar

8 SUA ESTUPIDEZ [04:52]
ROBERTO CARLOS / ERASMO CARLOS

Meu bem, meu bem
Você tem que acreditar em mim
Ninguém pode destruir assim
Um grande amor
Não dê ouvidos à maldade alheia, e creia
Sua estupidez não lhe deixa ver
Que eu te amo
Meu bem, meu bem
Use a inteligência uma vez só
Quanto idiotas vivem só
Sem ter amor
E você vai ficar também sozinha
E eu sei por que
Sua estupidez não lhe deixa ver
Que eu te amo
Quantas vezes eu tentei falar
Que no mundo não há mais lugar
Pra quem toma decisões na vida sem pensar
Conte ao menos até três
Se precisar conte outra vez
Mas pense outra vez
Meu bem, meu bem, meu bem
Eu te amo
Meu bem, meu bem
Sua incompreensão já é demais
Nunca vi alguém tão incapaz
De compreender
Que o meu amor é bem maior que tudo
Que existe
Mas sua estupidez não lhe deixa ver
Que eu te amo

Figura 35 – Encarte do disco O Espírito do Som volume 1 (2015). Emerson Ferreira/ Nativu Design e Porangareté. Gravadora Coqueiro Verde Records.

Fonte: Do autor, 2017.

9 GOOD MORNING HEARTACHE [02:25]
IRENE HIGGINBOTHAM / ERVIN DRAKE / DAN FISHER

Good morning heartache
You old gloomy sight
Good morning heartache
Thought we said goodbye last night
I turned and tossed 'til it seemed you had gone
But here you are with the dawn

Wish I'd forget you, but you're here to stay
It seems I met you when my love went away
Now everyday I start by saying to you
Good morning heartache, what's new?

Stop haunting me now
Can't shake you nohow,
Just leave me alone
I've got those Monday blues
Straight through Sunday blues

Good morning heartache
Here we go again
Good morning heartache
You're the one who knew me when
Might as well get used to you hanging around
Good morning heartache sit down

Golden slumbers
Am?
s away to get back home

10 GOLDEN SLUMBERS [02:01]
LENNON / MCCARTNEY

Once, there was a way
To get back homeward
Once, there was a way
To get back home
Sleep, pretty darling, do not cry
And I will sing a lullaby

Golden slumbers fill your eyes
Smiles awake you when you rise
Sleep, pretty darling, do not cry,
And I will sing a lullaby

Once, there was a way
To get back homeward
Once, there was a way
To get back home
Sleep, pretty darling, do not cry,
And I will sing a lullaby



Cássia e Elisa
foto de Maria Helena Carvalho

Segundo Sopeña (1989, p. 113), “na vida espiritual, no mais amplo sentido da palavra, a música tem importância extraordinária precisamente porque cria o ambiente com antenas para o mundo invisível”. Esse mundo invisível, ao nosso ver, pode estar relacionado à palavra “sentimento”, como descreve Cássia Eller em uma de suas cartas. A artista descreve a sua relação particular com a música, algo que, segundo ela, era capaz de mudar o seu estado de espírito, e deixou escrito em uma folha de caderno: “Música tem sentimento. Eu mudo o meu estado de espírito de acordo com a música que estou ouvindo”.

Ainda que nesse formato minimalista, já é possível perceber a fúria e a sensibilidade da cantora que se tornaria, uma década depois, um dos maiores nomes de nossa música. O repertório vai de Luiz Melodia à Roberto Carlos, mas tem predominância no trabalho dos Beatles, banda a qual Cássia sempre soube explorar de maneira adequada ao longo de sua carreira. A linda versão de “For No One” é o destaque entre as três releituras do Fab Four (NASCIMENTO, 2015).

O disco Espírito do Som faz parte de um conjunto de obras preparadas para homenagear a artista. Com ele foram produzidos também o documentário “Cássia Eller, o filme”, de Paulo Henrique Fontenelle, e um musical. Junto com o disco, construímos também um site - www.cassiaelleroficial.com.br - contendo parte da vida da cantora, sua discografia, entre outros, seguindo a mesma identidade visual e com todas as imagens que a compõe (figura 36).

Dois anos após o lançamento de “Segredo”, outra capa pertencente ao projeto Espírito do Som foi lançada: trata-se de “Chocante” (figura 37), um *single* que traz uma gravação (também extraída de fita cassete) de um dos mais bem-sucedidos espetáculos feitos pela artista nos anos 1980 - *Gigolôs* -, musical protagonizado pela cantora ao lado do ator Marcelo Saback. Sucesso de público e crítica

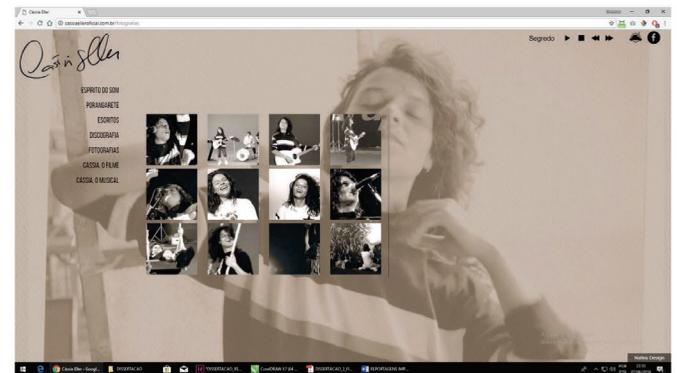
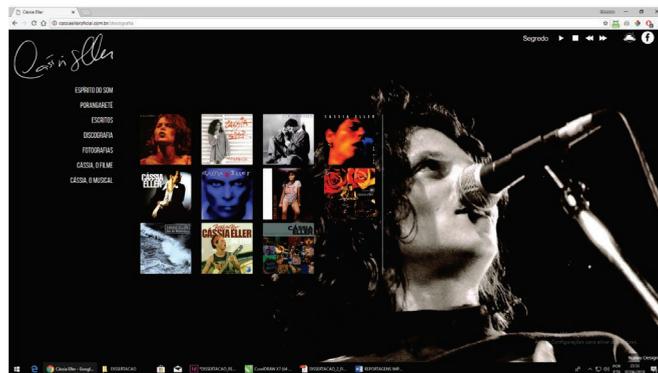
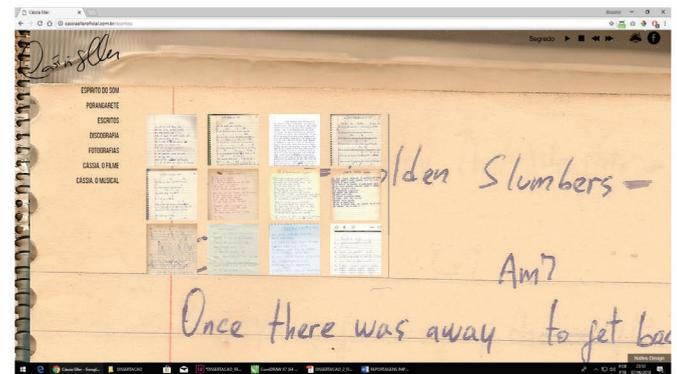


Figura 36 – Web site oficial de Cássia Eller (www.cassiaellerofticial.com.br). Emerson Ferreira/ Nativu Design, Zero Code e Porangaretê.
 Fonte: Do autor, 2015.

DO MUSICAL "GIGOLÔS" - 1986



**Cássia
Eller**
EM BRASÍLIA

CHOCANTE



Figura 37 – Capa do *single* Chocante (2017). Emerson Ferreira/ Nativu Design e Porangareté. Gravadora Universal Music do Brasil.
Fonte: Do autor, 2017.

na capital Federal, *Gigolôs* tinha na trilha sonora a música Chocante, parceria de Eduardo Dussek com Luiz Carlos Góes. O *single* foi disponibilizado nas plataformas digitais em dezembro de 2017, pela gravadora Universal Music do Brasil (RJ) no dia em que Cássia Eller festejaria cinquenta e cinco anos de vida. Trata-se de registro surpreendente para quem conhece e admira a cantora pela postura roqueira que pautou a discografia solo de Cássia na década de 1990.

Evocando estilo de interpretação consolidado no Brasil pela cantora paulistana Cida Moreira, pioneira saloon singer nacional, Cássia – então com 24 anos – realça todo o histrionismo da composição de Dussek e Góes com inflexões e modulações vocais típicas de cantora de cabaré, em clima reforçado pelo toque do piano ouvido na gravação de arquitetura teatral (FERREIRA, 2017).

Nos casos aqui expostos parece nos mostrar, assim como frisa Bovier (BOVIER, 1998 apud BÁRTOLO; DIAS; MOURA, 2013), que o design de hoje, “no seu sentido mais amplo, não é apenas o lugar de importantes práticas econômicas e culturais, mas é igualmente uma interface para as questões de identidade, políticas de representação e de redefinição de modelos sociais”. Experiências em projetos coletivos envolvendo grupos de design propiciam aos profissionais a oportunidade de compartilharem ideias e soluções na qual o pensamento é conduzido pelo conhecimento do objeto em questão. A cada novo projeto, frente à tarefa conjunta de trazer para a materialidade elementos do campo da subjetividade, ocorrem transformações no pensamento projetual que fatalmente irão definir o tipo de metodologia a ser aplicada.

Na construção da identidade visual para obras musicais considero a interação entre os participantes imprescindível. É obviamente importante ter *expertise*, entretanto, também é preciso que estes conhecimentos sejam compartilhados o que garante que o processo criativo aconteça de maneira

fluida, é preciso respeitar a personalidade de cada projeto para que possamos desviar, inclusive, dos modismos vigentes de aplicação de design.

Esta premissa sinaliza caminhos e possíveis soluções através de metodologias como a do Design Thinking: “um modo de pensar que leva à transformação, evolução e inovação, a novas formas de vida, novas formas de aprendizagem e novas formas de gestão empresarial” (TSCHIMMEL, 2014, p. 162), ou seja, um tipo de metodologia que valoriza a empatia, a colaboração e a experimentação coletiva.

ENCONTROS FUTUROS

A presente pesquisa objetivou, principalmente, construir uma narrativa de experiências estabelecidas ao longo da minha vida, a partir dos meus encontros com a música e as visualidades, e que são determinantes em meus caminhos educacionais a ponto de vir a me tornar um profissional da área do design interessado em identidades visuais para obras musicais.

Conforme pôde ser apresentado ao longo dos capítulos, pressuponho que tais *encontros artísticos* surgiram tanto da minha empatia com as devidas linguagens quanto das heranças culturais, e como esta bagagem pode ser identificada com os conceitos do hibridismo e da mestiçagem artística que passaram a ser discutidas por pesquisadores a partir da década de 1980 – momento em que comecei a conviver com estas linguagens – e da década de 1990 – no momento em que comecei a desenvolver meus primeiros trabalhos de design, principalmente com a popularização dos computadores e dos *softwares* de produção gráfica.

Investiguei questões relativas ao desenvolvimento de capas de discos, algumas destas mundialmente conhecidas, e os procedimentos tomados em tais processos. À medida que fui tomando conhecimento destes processos e das experiências surgidas dos encontros entre designers, músicos e artistas visuais

nas construções de obras musicais, tanto no período de minha formação educacional quanto na profissional, fui entendendo que tais produções, ou pelo menos as que me servem de referência na vida e que apresento nesta pesquisa, surgiram de afinidades e modos de atuação conduzidos pelo o que entendo como empatia criativa.

Penso que esta empatia criativa possa ser oriunda de heranças culturais, sobretudo dos encontros entre culturas distintas, que envolvem identificações que podem ser artísticas – visuais e sonoras – como também filosóficas. A oportunidade de conhecer, por intermédio de livros e de documentários, as relações de trabalho estabelecidas entre o escritório de design Hipgnosis com a banda Pink Floyd assim como de Rogério Duarte com a Tropicália, de César Vilela com a Bossa Nova e de Elifas Andreato com o samba carioca, me fez perceber que tais identificações são extremamente determinantes nos resultados criativos, principalmente na questão visual das identidades de cada trabalho.

Apesar de saber que o fato de não haver necessariamente identificações criativas entre os envolvidos em todos os projetos desta categoria reconheço e reforço que alguns procedimentos possam facilitar os processos criativos do designer, informações que me foram postas inclusive no meu retorno aos espaços de pesquisa no Centro de Artes da UFPel. Como exemplo, o encontro com o pensamento do Design Thinking que oferece possibilidades de execução através de práticas coletivas e inovadoras, como as experimentações e as colaborações feitas em grupo.

Durante a pesquisa procurei extrair depoimentos que pudessem alicerçar os caminhos de investigação. Tanto os livros como os programas televisivos (como o Design Gráfico Brasileiro e o Arte na Capa, produzidos e apresentados no ano de 2015), são, a meu ver, fontes primordiais para que o profissional do design possa ter um entendimento de como se desenvolvem práticas projetuais em trabalhos coletivos. Os registros documentais que contemplam diferentes décadas

de trabalho mostram que as tomadas de decisões e procedimentos refletem os seus contextos de época principalmente porque as tecnologias de produção interferem fortemente nos planejamentos e nas execuções de projetos.

Um momento que considero muito interessante nesta pesquisa foi quando percebi o quanto a influência da mestiçagem cultural justifica muitas de minhas práticas criativas. O reencontro com o movimento Mangubeat, que muito me inspirou artisticamente (e por vezes me socorreu em situações de baixa estima) me fez perceber que aquele momento da década de 1990 me proporcionava um direcionamento cada vez maior à profissão de designer, pois justamente este movimento unia a música com as artes visuais e com o design gráfico como também apontava o início do *web design* e das tecnologias de compartilhamento de dados que acabaram por proporcionar trocas culturais, gerando manifestações artísticas chamadas “híbridas”. Quem vivencia distintas épocas, quem busca referências, quem estuda maneiras de desenvolver diferentes identidades (sobretudo por respeitar a natureza de cada obra), como os designers citados nesta pesquisa, vão ao encontro da linguagem dos músicos e de suas obras.

Foi em um disco de sete polegadas, denominados compactos, que tive o encontro com a poesia de Gilberto Gil. Nas capas de discos feitas por Elifas Andreato encontrei os valores ancestrais da cultura popular brasileira; nas do Pink Floyd, projetadas pelo Hipgnosis, identifiquei um olhar de ficção científica somado a uma linguagem dos sonhos que encontrei, anos mais tarde, no Surrealismo, principalmente na pintura de René Magritte. Na música Maracatu Atômico percebi que uma obra de arte pode atravessar décadas sendo construída por mãos coletivas. Da magistral criação em Jorge Mautner e Nelson Jacobina, passando pelas antenas tropicais e abençoadas de Gilberto Gil e aterrissando nos tambores afrociberdélícos de Chico Science & Nação Zumbi, o maracatu foi se tornando cada vez mais atômico.

Na experiência de criação de identidades para capas de discos compreendemos que o papel do designer é o de comunicar uma perspectiva individual, apresentando argumentos que possam justificar suas interpretações e, ao mesmo tempo, aproximar os demais envolvidos para contribuir em busca de uma evolução colaborativa. Ele precisa estar aberto e em total comunicação para ouvir e perceber os anseios de cada projeto e também estimular a participação dos envolvidos como co-autores ativos no processo gráfico, e ao mesmo tempo posicionar o seu lugar de criação, o lugar de hegemonia do seu “estado de espírito”.

Design gráfico autoral é uma dança entre dois parceiros centrais com graus de diferenciação variados: o designer ele próprio e o conteúdo. O designer ele próprio é o reconhecimento da presença central do designer como uma voz e uma visão no processo de criação da forma e formulação da mensagem. Como um indivíduo que contrabalança qualidades expressivas e emocionais com preocupações cognitivas, a visão pessoal e convicções do designer são ingredientes integrais para a definição de design gráfico autoral. Ter um ponto de vista a partir de uma posição favorável de si é crucial” (McCARTHY, 2001 apud WEYMAR, 2010, p. 125).

No cenário, crescentemente atual, se manifesta uma nova ordem de valores com um crescente interesse pela experiência do real, do cotidiano e da participação. Diante de profundas mudanças surge a percepção de se estar a viver um momento de transformação sobretudo no discurso do design. Neste contexto a abordagem do Design Thinking, ao reafirmar antigas preocupações inseridas no exercício de projetar, aponta para novos e possíveis horizontes, ou seja, maneiras que possibilitem encontrar soluções diante das constantes mudanças e necessidades culturais, tecnológicas, assim como de mercado.

Ao considerar o processo criativo como uma experiência livre e empática, que busca uma condução mais humanizada das relações entre contratado e contratante, extrapolando as hierarquias ao fazer das pessoas envolvidas o eixo que direciona o resultado final, percebemos outro modo de solucionar as questões colocadas por todos. Neste momento é instaurado um vínculo profundo que movimenta, no mesmo compasso, a intenção do cliente e a execução do trabalho do designer. Ambos passam a falar a mesma língua, ter a mesma noção de identidade e semelhantes sentidos de concepção.

Encontro, no pensamento de Flusser, a ideia de que o ser humano constrói sua dignidade através de suas fabricações. A dignidade do artista está nas suas criações, que são permanentes. Diante disto, a oportunidade de dissertar sobre os encontros envolvendo design, música e artes visuais é, de fato, tratar de três linguagens de enorme importância para meus processos criativos e, espero, para os modos de criar de outros designers, artistas e pesquisadores.

Criação é reprodução infinita!

UMA REPR

→ MARTINHO DA VILA ←
(1979) TERREIRO, SALA E SALÃO
CAPA: ELIFAS ANDREATO

LP'S
CO'S
DESIGN
MÚSICA
ARTE



LA MÚSICA MUDA

MILES DAVIS
IN A SILENT
WAY

AGENTE!

SEM A MÚSICA A VIDA SERIA UM ERRO!

DE UTENSÍCIOS, PRODUTOS, MÁQUINAS, AREFATOS E OUTROS DISPOSITIVOS, E ESTA ATIVIDADE EXERCE UM
E. WHEN THE OUTCOME DRIVES THE PROCESS WE ~~WILL~~ WILL ONLY EVER GO TO ~~THE~~ WHERE WE'VE ALREADY BEEN
KNOW WHERE WE'RE GOING, BUT WE WILL KNOW WE WANT TO BE THERE. AGENCIAMENTOS

liberdade é natureza do ser!!!

UM ESTADO DE ESPÍRITO

↳ CAMPO DE CRIAÇÃO AONDE TUDO PODE ↳

EXPERIÊNCIA COM O LUGAR...
...HEGEMONIA TERRITORIAL

BEM-VINDO!

LUGAR DE ACOLHIDA
MORADA

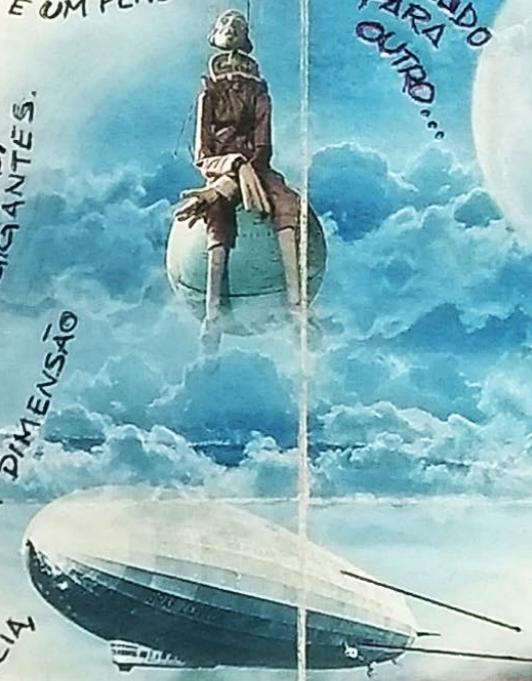


TERRITÓRIO FÉRTIL

O OBJETO FLUTUA E DESLIZA PELO AR
EM QUEDA LIVRE, PERCORRE O ESPAÇO,
ATRAVESSA PLANOS, ENVOLVE TUDO POR
PLANTAS, SERES, OBJETOS, CENÁRIOS.
EM ATMOSFERAS, ONDE AS PEQUENAS MERGULHA EM ÁGUAS,
SENTE A LEVEZA DO BRILHO ESCURO DA LUA.
ATRAVESSA COMO VENTO UM QUADRO FIXADO
EM UMA PAREDE INVISÍVEL, ENCONTRA
COISAS, CORES, TEXTURAS, CHEIROS, SONS,
REFLETE SUAS PELES NO ECRAN DA IMANÊNCIA.
CARREGA SONHOS.
UMA REPRODUÇÃO INFINITA!

"O PENSAR É UM PENDER..."

DE UM LADO PARA OUTRO...



(O VELHO DA CASA CLASSICA)

ENTE!



REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário da Filosofia*. 6.ed. Tradução Alfredo Bosi e Ivone Benedetti. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012. 1210 p.

ARAUJO, Bento. *Lindo sonho delirante: 100 discos psicodélicos do Brasil (1968/1975)*. São Paulo: Poeira Press, Poeira Zine, 2016. 232p.

ARTE NA CAPA. *Canal Brasil*, Rio de Janeiro. 2015. Programa de TV. Disponível em:<<http://canalbrasil.globo.com/programas/arte-na-capa/videos/3682725.htm>>. Acesso em: 29 set. 2015.

BÁRTOLO, José; DIAS, Suzana; MOURA, Mário. *O Design como processo: A metáfora do jogo enquanto meio participativo*. 2013. Disponível em: <http://www.i2ads.org/nad/article/o-design-como-processo-a-metafora-do-jogoenquanto-meio-participativo>. Acesso em: 15 out. 2015.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. In: Adorno et al. *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978, p. 210-211.

BETHÂNIA, Maria. In: *Arte na Capa*. *Canal Brasil*, Rio de Janeiro. 2015. Programa de TV. Disponível em:<<http://canalbrasil.globo.com/programas/arte-na-capa/videos/3682725.htm>>. Acesso em: 29 set. 2015.

BEZERRA, Júlia; REGINATO, Lucas. *Manguebeat: Guitarras e alfaias da lama do Recife para o mundo*. São Paulo: Panda Books, 2017. 175 p.

BÔSCOLI, João Marcello. In: **Design Gráfico Brasileiro**. JAFET, André e Jorge Saad; HEINZ, Fernanda. *Arte 1*, AIUÊ Produtora. Rio de Janeiro. 2015. Programa de TV.

BOURRIAUD, Nicolas. **Estética Relacional**. São Paulo: Martins LTDA, 2009a. 151 p.

_____. **Pós-produção**: Como a arte reprograma o mundo contemporâneo. São Paulo: Martins LTDA, 2009b. 110 p.

_____. **Radicante**. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, 2009c. 226 p.

CAFI, Carlos da Silva Assunção Filho. In: **Arte na Capa**. Canal Brasil, Rio de Janeiro. 2015. Programa de TV. Disponível em:<<http://canalbrasil.globo.com/programas/arte-na-capa/videos/3682725.htm>>. Acesso em: 29 set. 2015.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2003. 388 p.

_____. **A Socialização da Arte**: Teoria e prática na América Latina. São Paulo: Cultrix, 1984. 218 p.

CANDÉ, Roland. **História universal da música**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

CARDIA, Gringo. In: **Arte na Capa**. Canal Brasil, Rio de Janeiro. 2015a. Programa de TV. Disponível em:<<http://canalbrasil.globo.com/programas/arte-na-capa/videos/3682725.htm>>. Acesso em: 29 set. 2015.

_____. **Design Gráfico Brasileiro**. JAFET, André e Jorge Saad; HEINZ, Fernanda. *Arte 1*, AIUÊ Produtora. Rio de Janeiro. 2015b. Programa de TV.

CARERI, Francesco. **Walkscapes: o caminhar como prática estética**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2013.

CASTRO, Celso (Org.). **Evolucionismo cultural**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2005. 127 p.

CASTRO, Rosana Ramalho. **O pensamento criativo de Paul Klee: arte e música na constituição da Teoria da Forma**. PER MUSI – Revista Acadêmica de Música (UFMG) – n.21, 120 p (p. 7-18), 2010. Disponível em: https://www.ufmg.br/online/arquivos/anexos/num21_cap_01.pdf. Acesso em: 7 jun. 2017.

CASTRO, Ruy. **Tempestade de ritmos: jazz e música popular no século XX**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. 415 p.

CATTANI, Icleia Borsa. **Mestiçagens na arte contemporânea: conceito e desdobramentos**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007a, p. 21-34.

_____. **Os lugares da mestiçagem na arte contemporânea**. In: FARIAS, Agnaldo. Rio de Janeiro: FUNARTE, 2004.

_____. **Poiéticas e poéticas da mestiçagem**. In: _____ (org.). **Mestiçagens na arte contemporânea**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007b, p. 11-17.

CAVALCANTI, Ana Helena. **A música como ferramenta auxiliar no processo criativo dos designers gráficos**. Trabalho de conclusão do Núcleo de Design do Centro Acadêmico do Agreste – Universidade Federal de Pernambuco, 2011.

CAVALCANTI, Carlos. **História das Artes**. Rio de Janeiro: Editora Rio, 4 ed., 1978. 358 p.

CHICO, Chico. **2X0 Vargem Alta**. Produção de Rodrigo Garcia/ Porangareté. Gravadora Coqueiro Verde Records. 2015. CD

DAVIS, Miles; TROUPE, Quincy. **Miles Davis: A autobiografia**. Tradução Marcos Santarrita. Rio de Janeiro: Campus, 1991. 382 p.

DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. **O que é a Filosofia?** São Paulo: Ed. 34, 1996.

DESCOLA. **Cursos *on line* – Design Thinking**. Disponível em: <https://descola.org/>. Acesso em: 15 out. 2017

DESIGN GRÁFICO BRASILEIRO. JAFET, André e Jorge Saad; HEINZ, Fernanda. **Arte 1**, AIUÊ Produtora. Rio de Janeiro. 2015. Programa de TV.

DIAMOND, Jared. **Armas, germes e aço**. Rio de Janeiro: Record LTDA, 1997. 316 p.

DIMERY, Robert. **1001 discos para se ouvir antes de morrer**. Tradução de Carlos Irineu da Costa e Eliane Azevedo. Rio de Janeiro: Sextante, 2007. 960 p.

DOURADO, Henrique. **Dicionário de termos e expressões da música**. São Paulo: Editora 34, 2008. 384 p.

DUARTE Jr., João Francisco. **O Sentido dos Sentidos: a educação (do) sensível**. Curitiba: Criar Edições, 2006.

ELLER, Cássia. **O Espírito do Som**. Produção de Rodrigo Garcia/ Porangareté. Gravadora Coqueiro Verde Records. 2015. CD

EVANS, Mike. **Vinil: a arte de fazer discos**. Tradução de Luis Reyes Gil. São Paulo: Publifolha, 2016. 256 p.

FERLAUTO, Claudio. **O efêmero e o paródico**: Crônicas e ensaios sobre design. São Paulo: Rosari, 2007. 96 p.

FERREIRA, Mauro. **Gravação de 1986, inédita em disco, expõe Cássia Eller em tons de cabaré**. Globo.com (2017). Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/blog/mauro-ferreira/post/gravacao-inedita-em-disco-de-1986-expoe-cassia-eller-em-tons-de-cabare.html>. Acessado em 10 jan. 2018.

FÉRTIL, Solo. **O Tempo Certo**. Produção de Diogo Garcia/ Solo Fértil. Produção independente. 2016. CD

FLOYD, Pink. **The Dark Side of the Moon**. Produção de Pink Floyd. Harvest Records, 1973. LP/CD

_____. **The Making of The Dark Side of the Moon**. Produção de Pink Floyd. EMI Records, 2003. DVD

_____. **Wish You Were Here**. Produção de Pink Floyd. Harvest/EMI, 1975. LP/CD

FLUSSER, Vilém. **O Mundo Codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. Rafael Cardoso (Org.). São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GARCIA, Rodrigo. In: **Programa Manhã Cultural**. Rádio Com 104.5 FM, Fio da Navalha Produtora. Pelotas. 14 dez. 2017. Programa de rádio. Disponível em: <https://ofiodanavalha.com/manha-cultural-dj-helo-emerson-nativo-design-rodri-garcia>. Acessado em 10 jan. 2018.

GAVA, José Estevam. **Momento Bossa Nova**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2006. 212 p.

GIBRAN, Khalil. **As Procissões/ A Música**. Tradução de Mansour Challita. São Paulo: Associação Cultural Internacional Gibran, 1975. 104 p.

GLEISER, Marcelo. **A Dança do Universo: Dos mitos de Criação ao Big-Bang**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. 434 p.

GOTTINARI, Marco. **Tudo Uma Canção**. Produção de Rodrigo Garcia/ Outro Sul. Produção independente. 2011. CD

GUARDIAN, The. Disponível em: < www.theguardian.com/music/2010/jul/12/karlheinz-stockhausen-plus-minus>. Acesso em: 20 mar. 2018.

GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. São Paulo: Ed. Papirus, 1989.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014. 58 p.

KANDINSKY, Wassily. **Do Espiritual na Arte**. Tradução Álvaro Cabral e Antonio de Pádua Danesi. São Paulo: Martins Fontes, 1996. 121 p.

KLARWEIN, Mati. **Capa do álbum Bitches Brew, de Miles Davis**. Disponível em: <http://matiklarweinart.com/artworkgallery.php>. Acesso em: 29 set. 2017

KRAFTWERK. **Show de apresentação do Kraftwerk**. Disponível em: <http://www.kraftwerk.com/photo/index.php>. Acesso em: 20 fev. 2018

LEITE, João de Souza. **Coleção Portfolio Brasil Design Gráfico – Elifas Andreato**. São Paulo: J.J. Carol, 2010.

LOPES, Janara. **Por trás da capa: Bitches Brew**. Disponível em: <https://www.ideafixa.com/oldbutgold/por-tras-da-capa-bitches-brew>. Acessado em 2 ago. 2017.

LÖWY, Michael. **A Estrela da Manhã: Surrealismo e Marxismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

LUPTON, Ellen (org). **Intuição, ação, criação: Graphic design thinking**. Tradução Mariana Bandarra. São Paulo: G. Gili, 2013. 184 p.

MAU, Bruce. **An incomplete manifesto for growth**. 1998. Disponível em: <http://umcf.umn.edu/events/past/04nov-manifesto.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2015.

MEGGS, Philip B. e PURVIS, Alston W. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MELO, Chico Homem de; RAMOS, Elaine (org). **Linha do tempo de design gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MIDANI, André. **Música, ídolos e poder: do vinil ao download**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. 295 p.

MONTONARI, Valdir. **Rock Progressivo: A música erudita da juventude**. Campinas: Papirus, 1985. 1992 p.

MORGAN, Johnny; WARDLE, Ben. **The Art of LP: Classic Album Covers 1955-1995**. Sterling, 2010.

NASCIMENTO, Anderson. **Resenha do CD O Espírito do Som vol.1 – Segredo/ Cássia Eller**. Galeria Musical. Disponível em: <http://www.geriamusical.com.br/resenhas.php?url=982-cassia-eller-o-espírito-do-som-vol1-segredo>. Acesso em: 10 jan. 2018.

NASSIF, Silvia; SCHROEDER, Jorge Luiz. **Música e imagem: construindo relações de sentido**. Teoria & Prática, Campinas, v. 32, n.62, 2014. p. 99-114.

NIEVES CÓRCOLES. *Paul Klee, música y pintura*. Córdoba. Disponível em: nievescorcoles.wordpress.com/2013/01/16/paul-lee-musica-y-pintura. Acesso em: 26 mar. 2017.

OLINTO, Antonio. *Minidicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Moderna LTDA, 2001, 602 p.

OLIVEIRA, Ana. *Acabou Chorare*. São Paulo: Iyá Omin, 2017, 204 p.

PAULO, Joaquim. *Jazz Covers*. Tradução de Montserrat Ribas. Barcelona: Taschen, 2008. 495 p.

PIGNATARI, Décio. *Informação Linguagem Comunicação*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

PINHEIRO, Tennyson. *Design Thinking Brasil: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

PONGE, Robert; SCHUSTER, Jean; JAGUER, Édouard; GOUTIER, Jean-Michel; BENAYOUN, Robert; MAINIERI, Flávio; PIERRE, José; CATTANI, Icleia, MACHADO, Nara; DOUMAYROU, Guy-René; LEGRAND, Gérard (org). *O surrealismo*. Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS, 1991. 175 p.

POYNOR, Rick. *No more rules: graphic design and postmodernism*. New Haven, Connecticut: Yale University Press, 2003.

REY, Sandra. *Cruzamentos impuros: Processos híbridos na arte contemporânea*. Festival de arte 2005. Faculdade de Artes, Filosofia e Ciências Sociais. Universidade Federal de Uberlândia. Disponível em: www.festivaldearte.fafcs.ufu.br/2005/palestra-04.htm. Acesso em: 27 dez. 2017.

_____. **Por uma abordagem metodológica da pesquisa em artes visuais.** In: BRITES, Blanca; TESSLER, Elida (org.). **O meio como ponto zero – Metodologia da pesquisa em artes plásticas.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002, p. 123-140.

_____; BRITES-UFRGS, B.; TESSLER, E.; LANCRI, J. **Por uma abordagem metodológica da pesquisa em artes visuais.** In: Blanca Brites; Élica Tessler. (Org.). **Metodologia da Pesquisa em Artes Visuais.** Porto Alegre: UFRGS, 2002, p. 123-140.

REZENDE, André. **No caminho das pedras brancas: Alex Steinweiss e o processo de fundamentação de um paradigma para o projeto de capas de discos.** 2012. Tese de Doutorado em Instituto de Artes – Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP, Brasil.

ROLLING STONE BRASIL. **As 10 melhores capas de discos de todos os tempos, segundo os leitores da Rolling Stone Brasil.** Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/galeria/veja-dez-melhores-capas-de-discos-de-todos-os-tempos>. Acesso em: 29 set. 2017

SAMARA, Timothy. **Elementos do design: Guia de estilo gráfico.** Tradução Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2007. 272 p.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura.** São Paulo: Paulus, 2003. 357 p.

SILVA, Emerson F. **O não-livro: as impossibilidades possíveis no design gráfico para a produção de novos sentidos.** Trabalho de conclusão do curso de Artes Visuais – Hab. em Design Gráfico, Universidade Federal de Pelotas, 2005.

SOPEÑA, Federico. **Música e literatura.** Tradução de Cláudia A. Schiling. São Paulo: Nerman, 1989.

SOULAGES, François. **Imagem, virtual & som**. Tradução. p. 10-31. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ars/article/view/2939>. Acesso em: 3 set. 2017.

SPOTIFY. **Serviço de streaming de música Spotify**. Disponível em: www.spotify.com/br. Acesso em: 10 out. 2017

STOCKHAUSEN, Karlheinz. **The flat-pack Stockhausen**. Londres. Disponível em: <https://www.theguardian.com/music/2010/jul/12/karlheinz-stockhausen-plus-minus>. Acesso em: 11 abr. 2017.

TABORDA, Felipe. **A Imagem do Som**. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1998/2007.

_____. In: **Design Gráfico Brasileiro**. JAFET, André e Jorge Saad; HEINZ, Fernanda. Arte 1, AIUÊ Produtora. Rio de Janeiro. 2015. Programa de TV.

TSCHIMMEL, Katja. **Designer ou design thinker: Reflexão sobre conceitos**. Conceitos_1ª parte. In PLI * ARTE & DESIGN. Publicação periódica de reflexão crítica sobre práticas e discursos do design contemporâneo. Nº5/2014. Matosinhos: Edições ESAD. p. 159-165.

_____. **Processos Criativos: A emergência de ideias na perspectiva sistêmica da criatividade**. Disponível em: <http://store.esad.pt/pt/products/books/processos-criativos>. Acesso em: 5 abr. 2017.

VARGAS, Herom; SOUZA, Luciano. **A Colagem como processo criativo: da arte moderna ao motion graphics nos produtos midiáticos audiovisuais**. Revista Comunicação Midiática, v.6, n.3, p .51-70, set./dez. 2011. Universidade Municipal de São Caetano do Sul – Brasil. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/32539070/a-colagem-como-processo-criativo-herom--vargas>. Acessado em: 25 fev. 2018.

VIEIRA, Ana Thereza. **O conceito de natureza em Plínio, o Velho.** Anais de Filosofia Clássica, vol. IV nº 8, 2010. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/FilosofiaClassica/article/download/304/2303>. Acessado em: 30 dez. 2017.

VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico.** Rio de Janeiro: 2AB, 2003. 80 p.

WEYMAR, Lúcia. **Design entre aspas: indícios de autoria em design gráfico.** Tese de Doutorado em Comunicação Social - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUCRS, Brasil, 2010. 317 p.

_____. **Autoria em Design Gráfico.** 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. 2010. Disponível em: <http://blogs.anhembibooks.com.br/congressodesign/anais/artigos/69641.pdf>. Acesso em: 25 set. 2015.

_____. **Meu design meu desígnio: Educação e arte como prática de si.** Dissertação (Mestrado em Educação) - Curso de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal de Pelotas, 2000, 163 p.

WILLIAMS, Richard. **Kind of blue: Miles Davis e o álbum que reinventou a música moderna.** Tradução de Fal Azevedo. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2011. 286 p.

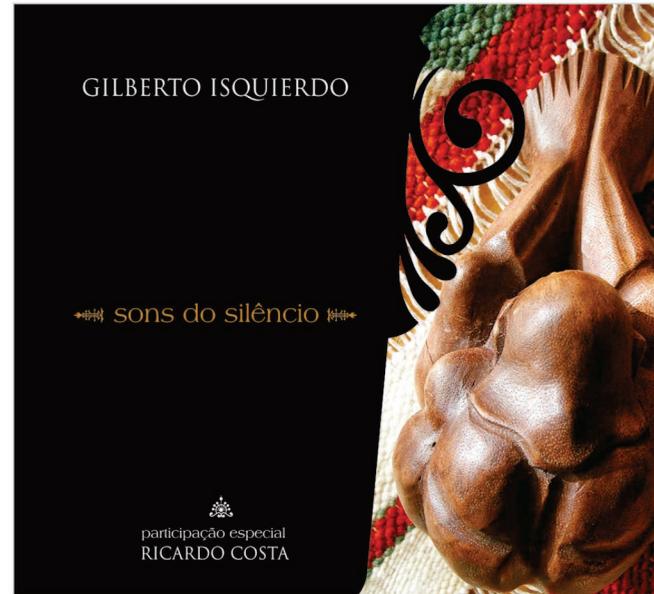
ZAVADIL, Priscila; DA SILVA, Régio P.; TSCHIMMEL, Katja. **Modelo Teórico do Pensamento e Processo Criativo em Indivíduos e em Grupos de Design.** 2016. (PGDesign - Design & Tecnologia 12) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, Brasil. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/det/index.php/det/article/view/380>. Acesso em: 17 mar. 2017.

ZUMBI, Chico Science & Nação. **Afrociberdelia.** Produção de Eduardo Bid e Chico Science & Nação. Gravadora Sony Music Entertainment Brasil. 1996. LP/CD

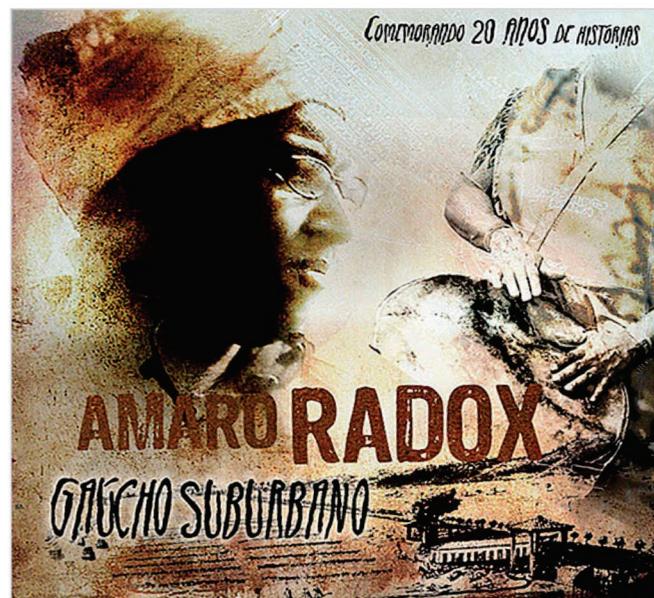
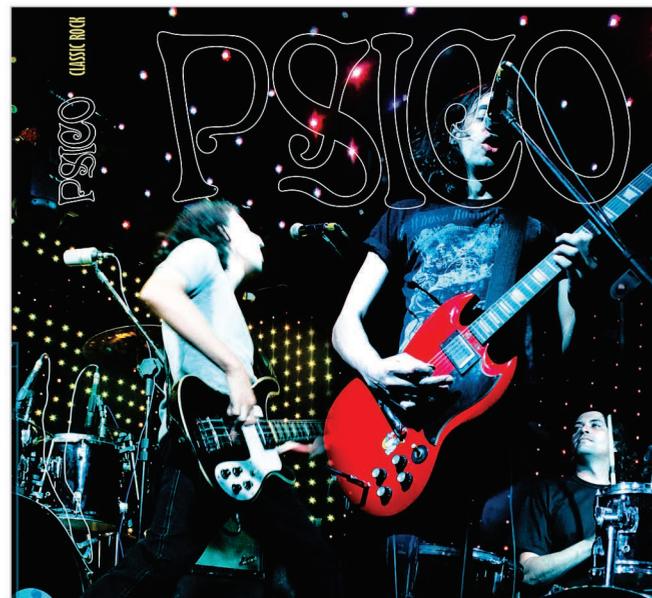


APÊNDICE

Apêndice A - Capas de discos produzidas



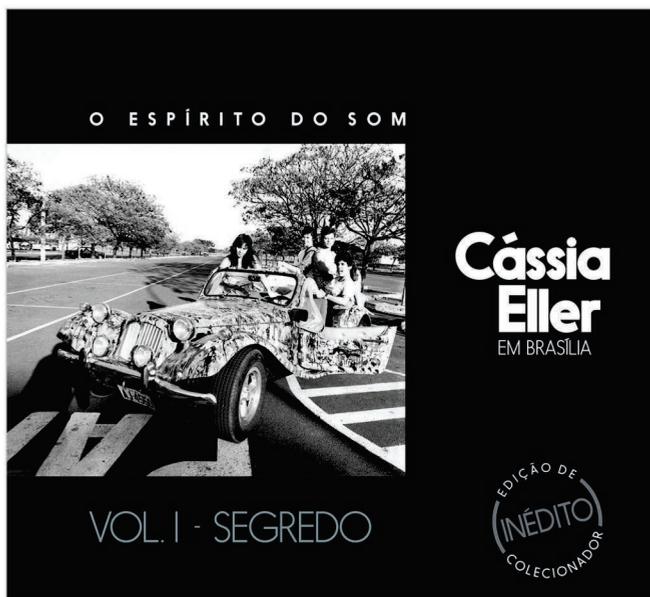
Apêndice B - Capas de discos produzidas



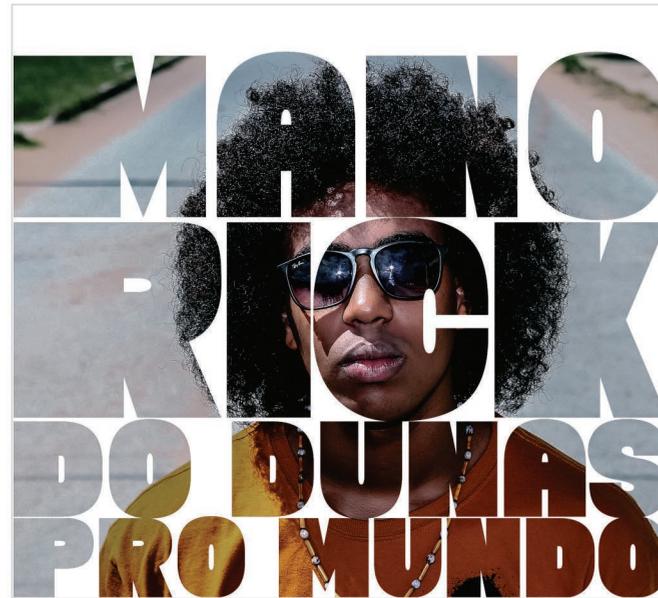
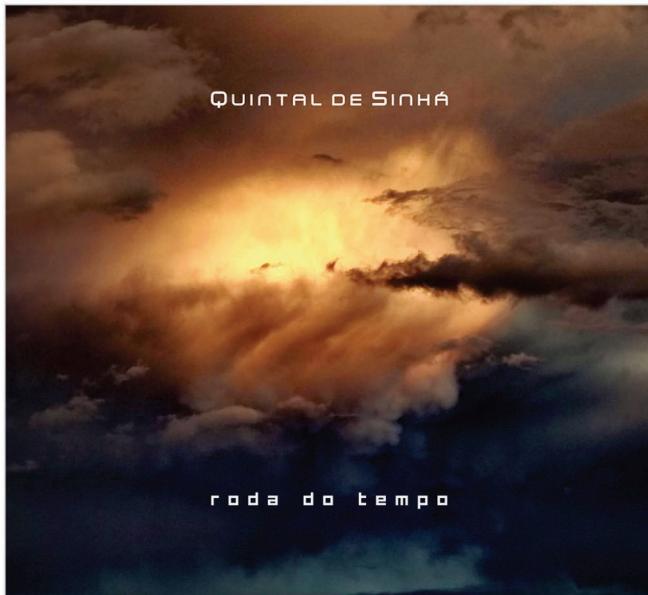
Apêndice C - Capas de discos produzidas



Apêndice D - Capas de discos produzidas



Apêndice E - Capas de discos produzidas





ANEXO - DVD

Compilação em disco de DVD - no formato de dados para PC - com áudios e vídeos pertencentes aos trabalhos citados ao longo do texto.

