

## Cartazes Musicais: Um clássico do design

Musical poster: A design classic

MINDICELLO, Paulo; Designer; Universidade Federal do Amazonas  
[Paulocesarmindicello@gmail.com](mailto:Paulocesarmindicello@gmail.com)

ALBUQUERQUE, Larissa; Professora; Mestre; Universidade Federal do Amazonas  
[larissa\\_alencar@ufam.edu.br](mailto:larissa_alencar@ufam.edu.br)

### Resumo

O presente trabalho busca, com o apoio da área do design gráfico, estimular o interesse do público em geral na música clássica, através da formulação de cartazes, peças de valor histórico para o desenvolvimento do design gráfico, funcionando como peças chaves da divulgação do trabalho da Orquestra Barroca Do Amazonas – OBA, que foi escolhida pelo autor como apoio ao projeto e para o desenvolvimento do material gráfico. Com os estudos realizados pôde-se chegar a solução de um cartaz como peça chave para o espetáculo, assim como materiais gráficos complementares.

**Palavras Chave:** Design gráfico; Cartaz; Música clássica.

### Abstract

*This project wants to use the graphic design as a tool to stimulate the general public on watching classical music concerts, using as main piece of advertising the posters which are very important to the history and development of graphic design. Working as the key advertising to the Orquestra Barroca do Amazonas – OBA, which was chosen by the outer to work together at this project to create the concept to the graphic material and the advertisings. The studies was able to generate a solution in the form of a poster to be the main piece of advertising to the presentation and the other graphic materials.*

**Keywords:** Graphic Design; Poster ; Classical Music.

### INTRODUÇÃO:

A música é tão antiga quanto o próprio ser humano, segundo Candé (2001) a origem real da música é difícil de se especificar. No entanto, pode-se deduzir que a musicalidade começou no momento em que o homem passa a bater palmas, ou bater as mãos em outras superfícies gerando sonoridade, sendo adaptada a condições de luta, principalmente, e se desenvolve conforme o arranjo social também avança.

Porém, a música clássica, que nasce no período barroco e se desenvolve nos séculos seguintes, vê hoje a sua importância ser minimizada, e sua instituição lutando para mostrar sua relevância como cita Mark Pemberton (2013), diretor da associação das orquestras britânicas, afirmando que, desde 2010, a orquestra britânica tem tentado provar o seu valor a comunidade na qual está inserida e reinventar e atrair novos públicos, retirando estereótipos que a música orquestrada carrega.

Atualmente as maneiras de se divulgar as instituições de música clássica, principalmente na cidade de Manaus, são falhas ou inexistentes e é nesta falha que este trabalho se estrutura.

O design como matéria multidisciplinar, tem durante a sua história o papel de divulgar eventos culturais de maneiras diferentes com o passar dos anos, e tendo papel fundamental na produção da indústria da música, aparecendo não apenas na divulgação, mas na criação de conceito para um álbum, na preparação de palco entre outras tarefas onde o mesmo pode se tornar uma ferramenta para envolver o expectador na atmosfera planejada pelo artista.

Com esta concepção e entendimento do design na área da música este projeto se apoia nas metodologias de Munari (2002), embasando o desenvolvimento de materiais gráficos a partir de uma peça chave de campanha. Com isso estimulando o consumo de música clássica, tornando-a mais visível ao grande público e ajudando a quebrar paradigmas envolvendo a mesma.

Tendo como foco os estudos de design gráfico, o projeto traça seus objetivos visando divulgar as instituições culturais de música da cidade de Manaus, em específico a OBA, utilizando conceitos importantes para a história do design gráfico estudando sua história e ferramentas até a concepção final deste projeto, com a produção da peça chave criada no decorrer do mesmo.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo Geral**

Propor conceitos visuais de comunicação com base na criação de cartazes para a divulgação da música clássica.

### **Específicos**

- Estudar o contexto histórico e atual do cartaz como disseminador de mensagem em contexto cultural, político e temporal;
- Identificar características da música clássica, com a OBA – Orquestra Barroca do Amazonas, como objeto principal do estudo, para a aplicação de conceitos e experimentações visuais;
- Utilizar princípios e elementos do Design gráfico com o objetivo de estimular, cativar e informar o leitor direcionando sua atenção.

## A VISÃO DO CARTAZ NO SÉCULO 21

O cartaz desempenhou um papel fundamental na comunicação durante os períodos da história moderna, servindo de porta voz da sociedade, alertando sobre suas mudanças, conversando diretamente com o observador, independente de quem fosse. Hoje na era digital, e o “boom” das redes sociais põem em reflexão o papel do cartaz como representação da sociedade.

Em entrevista dada ao Museu de Artes de Phoenix, nos estados unidos, o designer Victor Mureno (2011) fala sobre como os cartazes hoje assumiram um papel de *KeyArte*, sendo uma peça gráfica que transmite a essência de toda uma campanha.

No caso da campanha presidencial americana, o pôster teve esse valor de *KeyArte*, sendo reproduzido e transformado em diversos tipos de materiais que comunicavam sua ideia, associando sua imagem ao sucesso da campanha, tendo sua reprodução feita de diversas maneiras nas redes sociais, “viralizando”.

O pôster também possui a capacidade de conexão, despertando sentidos e sentimentos, criando uma mobilização pessoal sobre o assunto abordado, utilizando da comunicação visual para transmitir para o observador, não apenas a informação, mas também há a intenção da sensação.

Com esse objetivo, vemos duas iniciativas: a de conscientizar o transeunte sobre questões sociais e a de combate ao pré-conceito.

A exemplo temos o cartaz HIV positivo que foi uma iniciativa do Grupo de Incentivo à Vida - GIV (2015) que, segundo os próprios, tem o objetivo de informar as pessoas sobre o tratamento da doença e desmistificar questões que causam medo as pessoas. O pôster foi afixado em diversas áreas da cidade de São Paulo com um texto explicativo sobre o projeto e uma gota de sangue. Composto prioritariamente de tipografia, das cores vermelho e branco juntamente com o título “Eu sou um cartaz HIV positivo” o cartaz não apenas informa, mas também envolve os observadores e tenta trabalhar as discriminação sobre o assunto.

O Diretor de criação da empresa Ogilvy Brasil, responsável pelo cartaz, afirma que “O Cartaz Humaniza o problema e traz as pessoas para o próximo, mostrando que é possível viver em sociedade sem preconceitos. Prova disso são as reações emocionadas que estamos tendo de quem passa pelas ruas e vê esse material”.

Com isso, vê-se que mesmo com o avanço da sociedade para as áreas virtuais, o cartaz ainda se mostra no meio físico, assim como no meio digital mantendo sua característica urbana e de retrato da sociedade, também como sua característica informativa, buscando no observador, o público-alvo de sua informação, tendo nesse público a persona a ser cativada por sua imagem, instigada pelo sentimento que a peça despertou nela e ainda informando trivialidades como data, hora e local.

## Música e o Design

Durante décadas e ainda hoje, a música vem como objeto de inspiração para designers no mundo inteiro, uma relação próxima e criativa que, segundo Edwards (2010), vem da familiaridade da música com os processos criativos do design, que estimulam o mesmo lado do cérebro ajudando a intensificar os aspectos cognitivos do momento.

O Design sempre esteve ligado com a promoção de eventos culturais, como peças,

espetáculos de dança e música. Cartazes anunciavam os artistas e informavam ao público, iniciando o contato do design e a música.

Com os avanços da indústria da música e dos meios de comunicação, o design passou a ser um fator importante para diferenciar artistas e seus estilos, assim como um forte apelo comercial para o produto, oferecendo uma gama de materiais diferentes para a produção e promoção que as gravadoras faziam.

O site ABCDesign (2016) afirma como essa aproximação foi benéfica, fortalecendo a imagem dos artistas, assim como o segmento comercial. Algumas capas de disco ultrapassam sua importância gráfica e entram na história da música, tornando-se ícones tão fortes quanto os artistas.

Com a popularização dos artistas e bandas que tinham sua preocupação em questões voltadas diretamente a música, os designers passam a ser procurados para o desenvolvimento de projetos gráficos, iniciando o surgimento de ícones e marcas para bandas famosas.

Para Faustino (2015) diretor de criação da agência *Dois03*, o material desenvolvido pelo designer pode criar uma experiência a mais para o usuário com o objetivo de enriquecer o projeto musical, criando sensações como as de abrir da embalagem do CD, colocar para tocar e observar o encarte, ler a letra das músicas e ver as ilustrações e fotografias que compõem a identidade gráfica do projeto.

Faustino (2015) ainda complementa “O Design tem um papel fundamental na indústria da música, seja no projeto gráfico de um disco ou na linguagem visual trabalhada no palco.”

## **METODOLOGIA**

Para o desenvolvimento de um projeto em design, se faz necessário uma metodologia que ajude a nortear e a desenvolver tal projeto, buscando a solução de um problema.

Para Munari (2008) “o método de projeto não é mais que uma série de operações necessárias, dispostas em ordem lógica, ditadas pela experiência. Seu objetivo é atingir o melhor resultado com o menor esforço”.

A metodologia apresentada por Munari permita flexibilidade de acordo com as necessidades do projeto, podendo acrescentar métodos auxiliares com o propósito de melhorar a precisão da solução apresentada.

Com o apoio desta flexibilidade permitida pelo método principal, utiliza-se como ferramenta de suporte a metodologia proposta por Peón (2009), com a aplicação de um *briefing* e questionários para definir o público-alvo e o perfil do cliente.

Para a coleta de dados, foram utilizados questionários online, respondido por 91 (noventa e uma) pessoas, com o intuito de responder perguntas como: “qual o perfil do público alvo da pesquisa”, se esse público tinha interesse no consumo de música clássica e como eles tinham conhecimento sobre os eventos de música clássica da cidade de Manaus.

Visando melhor entender as necessidades da OBA, foco deste estudo, um *briefing* foi realizado com o Maestro Márcio Páscoa, responsável pela mesma. As perguntas foram respondidas via e-mail, a pedido do próprio, tendo em vista sua indisponibilidade para reuniões.

Ainda com o objetivo de melhorar o processo metodológico e buscando o melhor resultado possível para a solução projetual, apropria-se da metodologia de análise de Gomes

Filho (2003), quando se refere a códigos visuais operacionais de uma peça gráfica, segundo o mesmo o cartaz é uma peça gráfica singular já que possui uma vida útil contada a partir do momento de sua divulgação, porém, em um contexto ergonômico as características morfológicas, tipográficas, cromáticas e tecnológicas, bases de sua análise, ainda devem ser consideradas mesmo que a peça gráfica, por sua singularidade permita uma maior liberdade de criação de acordo com o tema.

Durante o levantamento de dados da pesquisa, foram entrevistadas 91 pessoas que, responderam perguntas divididas em 4 categoria: Perfil; Espaços; Propaganda e Música. Onde cada um tinha o objetivo de absorver a experiência do público com cada uma das categorias ajudando a nortear o processo de criação. Para ajudar a interpretar os dados recolhidos foi utilizada a metodologia de Baxter (2011), utilizando painéis, servindo como suporte visual no processo criativo.

A partir do auxílio das metodologias apresentadas acima, foram definidos requisitos e parâmetros para o desenvolvimento das alternativas.

Requisitos	Parâmetros
Deve utilizar cores contrastantes	Utilizar padrões cromáticos complementares, em tríade, análogos entre outros.
Deve “fazer sentir”	Utilizar cores que representem a ideia por trás da obra a ser apresentada ou idealizada pelo maestro.
Simplicidade	Utilizar até 3 cores.
Deve conter diferentes família tipográficas	Utilizar <i>bold</i> , negrito, <i>book</i> e outras variações de famílias.
Organizacional	Utilizar-se de <i>grid</i> de construção.

Quadro 1 – Requisitos e parâmetros projetuais.

Fonte: O autor, 2016.

Neste momento do projeto, com as alternativas apresentadas, realizou-se uma verificação a partir de um questionário online onde os possíveis expectadores, pessoas em geral, responderam a perguntas específicas sobre os componentes das alternativas, com o objetivo de selecionar qual delas será a peça final apresentada neste projeto.

Foi estipulada uma pontuação para cada pergunta, que não foi revelada aos participantes no decorrer do questionário, para que não houvesse nenhum tipo de interferência durante o processo. As categorias de perguntas e os respectivos pesos são: Perguntas que refletem unicamente a opinião do expectador, peso 1. Perguntas referentes a identidade e características técnicas atribuiu-se peso 2. Perguntas referentes a função do cartaz atribuiu-se peso 3.

Trinta e duas pessoas responderam o questionário, homens e mulheres com todos os tipos de formação, criando uma mostra considerável do que seria o público esperado pela orquestra.

## Resultado – O cartaz

Com o resultado apresentado através da verificação, esta etapa apresenta o desenvolvimento do projeto com suas especificações técnicas e suas representações em forma de *Mock ups*, com o intuito de representar de maneira mais verdadeira possível as estruturas que não poderão ser realizadas com o orçamento disposto para este projeto.

Figura 1 – Conceito



Fonte: O Autor, 2016.

## GRID

A estrutura é organizada de maneira a distribuir melhor as informações selecionadas para a peça, uma grade baseada na composição áurea foi utilizada, usando como base as interseções criadas pelo encontro das linhas da espiral áurea assim como a composição dos retângulos, que foram rotacionados e espelhados para preencher a área especificada para a peça.

Com o objetivo de facilitar o entendimento do *grid* nas próximas explicações foi desenvolvida uma imagem que realça as áreas utilizadas como base para as tipografias inseridas posteriormente no desenvolvimento da peça.

## COR

As cores básicas definidas para o projeto obedecem aos requisitos impostos na tabela de requisitos e parâmetros, sendo elas cores contrastantes com a utilização de uma cor quente e outra fria, passando a ideia de religiosidade muito explorada no contexto barroco, ajudando

assim a reafirmar a identidade da OBA.

Com a ideia definida, as cores escolhidas foram o ciano e o vermelho.

## TIPOGRAFIA

Para a concepção desta peça, utiliza-se duas tipografias diferentes aplicadas em conjunto para favorecer a identidade criada para o cartaz. A primeira a ser notada é o tipo *MONOTYPE CORSIVA*, escolhida por suas serifas rebuscas e alongas, que favorecem a ideia de música barroca embutida no imaginário popular. A segunda tipografia a ser utilizada é a família *GOTHAM*, que possui uma variada extensão de variações dentro de sua família.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo de ajudar a fortalecer a imagem da música clássica no contexto urbano regional, o projeto Cartazes musicais: Um clássico do design foi desenvolvido para atrair a atenção de novos públicos para este tipo de arte, pois apesar de haver o interesse da população, pouco é divulgada. Como apurado durante o projeto, as comunicações visuais das instituições de música clássica da cidade são falhas ou inexistentes, dessa forma, o projeto desenvolvido pôde dar uma nova roupagem a mensagem passada através da peça chave desenvolvida, que mostrou-se de fácil adaptação para diferentes mídias.

## BIBLIOGRAFIA

AZEVEDO, W. **O que é design**. São Paulo: Brasiliense , 2008;

BAXTER, M. **Projeto de produto**: guia pratico para o design de novos produtos.São Paulo: Blucher, 2011;

BEAR, L. **Podrção gráfica**. São Paulo: Senac São Paulo , 2004;

CANDÉ, R. D. **Historia Universal da Musica**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, v. 1, 2001;

EDWARDS, B. **Desenhando com o lado direito do cerebro**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2012;

FERLAUTO, C. **O Cartaz**: Prêmio Design Museu da Casa Brasileira. São Paulo: Rosari, 2010;

FERNANDES, A. **Fundamentos de Produção Gráfica Para Quem não é Produtor Gráfico**. Rio de Janeiro: Rubio, 2003;



- HARRIS, P. **Discionário Visual de Design Gráfico**. São Paulo: Bookman, 2010; HOLLIS, R. **Design Gráfico: Uma História Concisa**. São Paulo: Martins fontes, 2005;
- HURLBURT, A. **layout: o design de páginas**. São Paulo: Nobel, 2002;
- IIDA, I. **Ergonomia: projeto e produção**. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2016;
- MARIANA DE ANDRADE MARCONI, E. M. L. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010;
- MORGAN, J. **The art of the LP**. California: STERLING USA, 2010;
- MUNARI, B. **Das coisas nascem coisas**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008;
- TONDREAU, B. **Criar Grids: 100 fundamentos de layout**. São Paulo: Blucher, 2009;
- TSCHICHOD, J. **A Forma do Livro: ensaio sobre tipografia e estética do livro**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007;
- ABRA- ESCOLA DE ARTES + DESIGN** . Disponível em:  
<<http://www.abra.com.br/artigos/21-o-que-e-design-grafico>> Acessado em: 10 jun 2016
- ORQUESTRA AMAZONAS FILARMONICA** . Disponível em:  
<<http://www.cultura.am.gov.br/amazonas-filarmonica/>> acessado em 13 jul 2016
- JORNAL NEXUS** . Disponível em:  
<<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2016/05/14/Por-que-as-orquestras-est%C3%A3o-sendo-obrigadas-a-deixar-as-salas-de-concerto/>> Acessado em: 15 jul 2016
- RADIO CLASSIC FM** . Disponível em <<http://www.classicfm.com/music-news/chats/mark-pemberton-chat/#WE8RO11ktLphKRC6.97>> Acessado em: 16 jul 2016
- ORQUESTRA SINFONICA DE SÃO PAULO** . Disponível em:  
<http://www.osesp.art.br/paginadinamica.aspx?pagina=osespitinerante> 16 jul 2016
- BRITISH BROADCASTING CORPORATION** . Disponível em:  
<[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2009/03/090319\\_posterobamapremio.shtml](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2009/03/090319_posterobamapremio.shtml)> 27 jul 2016



**HYPNESS** . Disponível em: <<http://www.hypeness.com.br/2013/05/vermes-comem-cartaz-ao-vivo-pra-alertar-sobre-a-destruicao-causada-pelo-crack/>> acessado em 1 ago 2016

**BUZZFEED** . Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/manuelabarem/campanha-cria-cartaz-com-hiv-para-combater-preconceito-contr>> acessado em 1 ago 2016

**ABCDESING** . Disponível em: <http://www.abcdesign.com.br/musica-e-design/> acessado em 28 ago 2016

**FAMOUS LOGOS** . Disponível em: <<http://www.famouslogos.us/the-rolling-stones-logo>> acessado em 28 ago 2016

**ADELE** . Disponível em: <<http://adele.com/>> acessado em 1 set 2016

**DOIS03** . Disponível em: <<http://dois03.com/ouvir-com-os-olhos/>> acessado em 5 set 2016

**PORTAL G1** . Disponível em: <<http://g1.globo.com/am/amazonas/manaus-acontece/noticia/2016/12/orquestra-barroca-do-am-lancara-4-cd-durante-concerto-em-manaus.html>> acessado em 20 set 2016

**ORQUESTRA BARROCA DO AMAZONAS – OBA** . Disponível em: <<http://amazonasbaroque.com/pt>> acessado em 20 set 2016 **CDAGORA** . Disponível em: <[http://www.cdagora.com.br/Capa\\_CD\\_Box\\_Slim.html](http://www.cdagora.com.br/Capa_CD_Box_Slim.html)> acessado em 3 dez 2016

-