



Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Centro de Ciências Humanas, letras e artes  
**Departamento de artes**  
Design

**Lucas Rodrigues de Souza**

**CAPAS DE DISCO**  
o projeto como meio de expressão cultural

**LUCAS RODRIGUES DE SOUZA**

**CAPAS DE DISCO:  
O PROJETO COMO MEIO DE EXPRESSÃO CULTURAL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Design pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

**Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Elizabeth Romani**

**NATAL-RN**

**2018**

## AGRADECIMENTOS

Deixo expresso aqui meus agradecimentos a todos que contribuíram de forma direta ou indiretamente para que este trabalho pudesse ser concluído:

A minha família e em especial, meus pais Luiz e Eva, e minha avó Eliude, por desde sempre me ensinarem o valor da educação e da disciplina, sem os quais não poderia ter chegado até aqui.

Ao meu irmão Mateus, que sempre que podia, e até mesmo contrariado, consertou meu computador para que eu pudesse concluir meus trabalhos.

A Ruan Victor, por compartilhar comigo a curiosidade pelas criações da engenharia e do design.

A minha ilustríssima orientadora, Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elizabeth Romani, que não desistiu de me apoiar na conclusão deste trabalho, movido a dificuldades, risos, críticas e sabedorias.

Aos professores Drs. Bettina Rupp e Ticiano D'amore por terem aceitado meu convite em participar da banca examinadora e oferecerem valiosos feedbacks para concretização deste trabalho.

A Vera Lucia Cavalcanti, chefe da coordenadoria de Gestão das Residências Universitárias da UFRN, com quem trabalhei como bolsista durante quatro anos, dividindo alegrias e aperreios, além de ter sempre me incentivado a dar prioridade aos estudos.

Aos meus amigos de departamento, Lucas Oliveira, Gustavo Augusto, João Bosco e Raully Cavalcante, que compartilharam comigo, críticas, dúvidas e conhecimentos sobre a vida, design e artes.

A todos que de alguma maneira contribuíram com minha formação profissional.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo o desenvolvimento de um projeto de capa para disco Long Playing. Para isso, foram pesquisados os aspectos que norteiam a criação das capas, levando-se em consideração as adaptações formais que estas sofreram ao longo da história. Para atingir o objetivo proposto, foi utilizada a metodologia de Fábio Mestriner (2002), além de outras ferramentas que auxiliaram na concretização deste estudo. Como resultado desta pesquisa, foram definidos aspectos formais e visuais para a produção de um modelo para capa de disco.

**Palavras-chave:** design de capa de disco, design de embalagem.

## ABSTRACT

The present work aims to develop a project of cover design for an LP record. To achieve that, a research about the aspects that guide the creation of record covers was done, taking into account the formal changes that they suffered throughout history. In order to achieve the proposed goal, Fábio Mestriner's methodology (2002) was used, as well as other tools that helped this study to happen. As a result of this research, formal and visual aspects were defined for the production of a record cover model.

**Keywords:** cover design, packaging design.

## LISTA DE FONTES DAS FIGURAS

- Figura 1:** Capa do primeiro CD, criado pela Philips e lançado pela polydor em 1982. Fonte: <https://www.discogs.com/ABBA-The-Visitors/release/4091246>.
- Figura 2:** Aspecto visual do primeiro CD. Fonte: <https://www.discogs.com/ABBA-The-Visitors/release/4091246>.
- Figura 3:** Esqueleto estrutural do quadrado proposta por Rudolf Arnheim. Fonte: [https://images.slideplayer.com.br/27/9254391/slides/slide\\_7.jpg](https://images.slideplayer.com.br/27/9254391/slides/slide_7.jpg).
- Figura 4:** Capa do álbum “Boston” (1976) da banda Boston. Fonte: [https://decostore.com.br/abstract/abstract-the-art-of-design-o-designer-grafica-paula-scher/media/007\\_abstract-the-art-of-design-netflix-paula-scher\\_vinils\\_fonte-pinimg/](https://decostore.com.br/abstract/abstract-the-art-of-design-o-designer-grafica-paula-scher/media/007_abstract-the-art-of-design-netflix-paula-scher_vinils_fonte-pinimg/).
- Figura 5:** Capa de disco Transa, de Caetano Veloso (1972). Fonte: <http://cadernodecinema.com.br/blog/discobjeto/>.
- Figura 6:** Capa do disco Ogdens’ Nut Gone Flake da banda Small Faces (1968). Fonte: <https://www.amazon.com/Small-Faces-Ogdens-FlakeSpecial/dp/B01M0VALHV>.
- Figura 7:** Verso da capa do disco Ogdens’ Nut Gone Flake da banda Small Faces (1968). Fonte: <https://www.amazon.com/Small-Faces-Ogdens-Flake-Special/dp/B01M0VALHV>.
- Figura 8:** Capa do disco Sticky fingers da banda Rolling Stones (1971). Fonte: <http://vinylradar.com/sticky-fingers/>.
- Figura 9:** Detalhe do zíper que abre a capa do disco Sticky fingers da banda Rolling Stones. Fonte: <http://vinylradar.com/sticky-fingers/>.
- Figura 10:** Capa do LP Physical Graffiti da banda Led Zeppelin (1975). Fonte: <http://www.lojacasa-faz.com.br/musica-e-literatura/lp-led-zeppelin-physical-graffiti-180g-duplo-lacrado>.
- Figura 11:** Capas internas do LP Physical Graffiti da banda Led Zeppelin (1975). Fonte: <https://dschmidt14.wordpress.com/category/led-zeppelin/>.
- Figura 12:** Capa do CD Pulse da banda Pink Floyd (1995). Fonte: [http://fracturerecords.com.mx/tienda/product\\_info.php?products\\_id=2861](http://fracturerecords.com.mx/tienda/product_info.php?products_id=2861).
- Figura 13:** Disco LP Lo-Fi da banda Cansei de Ser Sexy (2006). Fonte: <https://economia.estadao.com.br/blogs/retratos-da-economia/wp-content/uploads/sites/64/2014/11/vinil-quadrado-casa-brasilis.jpg>.

- Figura 14:** Thomas Edson e sua invenção: o fonógrafo. Fonte: <http://www.europapress.es/ciencia/laboratorio/noticia-fonografo-edison-precursos-vinilo-cumple-140-anos-20171121112726.html>.
- Figura 15:** O fonógrafo. Fonte: <http://historiaschistoria.blogspot.com/2015/01/do-fonografo-ao-mp3.html>.
- Figura 16:** Embalagem de cilindros para fonógrafo. Fonte: [https://http2.mlstatic.com/antigo-cilindro-de-edison-na-caixa-original-sem-a-tampa-D\\_NQ\\_NP\\_22702-MLB20235981549\\_012015-F.webp](https://http2.mlstatic.com/antigo-cilindro-de-edison-na-caixa-original-sem-a-tampa-D_NQ_NP_22702-MLB20235981549_012015-F.webp).
- Figura 17:** Embalagem de cilindros para fonógrafo. Fonte: <https://sites.google.com/site/flaudiorecording/inicio/historia/2-gravacao-acustica>.
- Figura 18:** Gramophone de Emile Berliner. Fonte: <http://historiaschistoria.blogspot.com/2015/01/do-fonografo-ao-mp3.html>.
- Figura 19:** Gramophone. Fonte: <http://historiaschistoria.blogspot.com/2015/01/do-fonografo-ao-mp3.html>.
- Figura 20:** Discos de goma-laca de 70 RPM. Fonte: <http://historiaschistoria.blogspot.com/2015/01/do-fonografo-ao-mp3.html>.
- Figura 21:** Primeiras capas de discos de goma-laca. Fonte: <https://pixabay.com/pt/sua-voz-mestres-goma-laca-1430106/>.
- Figura 22:** Rótulo de disco. Fonte: <http://www.bsnpubs.com/columbia/okeh/okeh78truetone.jpg>.
- Figura 23:** Discos embalados em papel pardo. Fonte: [https://http2.mlstatic.com/francisco-alves-vinil-78rpm-26-titulos-coleco-D\\_NQ\\_NP\\_165811-MLB20627200594\\_032016-F.webp..](https://http2.mlstatic.com/francisco-alves-vinil-78rpm-26-titulos-coleco-D_NQ_NP_165811-MLB20627200594_032016-F.webp..)
- Figura 24:** Primeiras capas de discos no Brasil. Fonte: <http://rio-capasdosdiscos.blogspot.com/2011/04/algumas-pessoas-ja-haviam-me-perguntado.html>
- Figura 25:** Álbum de discos. Fonte: [https://http2.mlstatic.com/porta-discos-album-maraba-antiguidade-raro-industria-tupan-D\\_NQ\\_NP\\_961091-MLB25912628131\\_082017-F.webp](https://http2.mlstatic.com/porta-discos-album-maraba-antiguidade-raro-industria-tupan-D_NQ_NP_961091-MLB25912628131_082017-F.webp).
- Figura 26:** Álbum de discos. Fonte: [https://http2.mlstatic.com/album-elite-12-discos-vinil-anos-40-50-33-13-78-rpm-D\\_NQ\\_NP\\_127911-MLB20654809666\\_042016-F.webp](https://http2.mlstatic.com/album-elite-12-discos-vinil-anos-40-50-33-13-78-rpm-D_NQ_NP_127911-MLB20654809666_042016-F.webp).
- Figura 27:** Álbum de discos. Fonte: [https://http2.mlstatic.com/album-elite-12-discos-vinil-anos-40-50-33-13-78-rpm-D\\_NQ\\_NP\\_329911-MLB20654807606\\_042016-F.webp](https://http2.mlstatic.com/album-elite-12-discos-vinil-anos-40-50-33-13-78-rpm-D_NQ_NP_329911-MLB20654807606_042016-F.webp).

- Figura 28:** Alex Steinweiss em seu estúdio. Fonte: <http://www.collectorsroom.com.br/2010/09/prateleira-do-cadao-alex-steinweiss-o.html>.
- Figura 29:** Capa de disco LP criada por Alex Steinweiss. Fonte: <http://poulwebb.blogspot.com/2013/03/alex-steinweiss-part-4.html>.
- Figura 30:** Discos para carnaval de 1945 da RCA-Victor. Fonte: <http://api.ning.com/files/XnT5wfGNA-fNbP49OE-1HRsvYCO1bQ4OXSFJav7pTxSLBYv-ymtEokv27zK0tmqfFYs7Yn2-vB6zIJMuiBxDEfCkuwib7oPmYg/SELOHmaisespaoREDUZ.jpg>.
- Figura 31:** Capa de disco infantil produzido pela continental: O chapeuzinho vermelho e história da baratinha (1949). Fonte: [https://http2.mlstatic.com/chapeuzinho-vermelho-e-historia-da-baratinha-lp-continental-D\\_NQ\\_NP\\_857001-MLB20256013990\\_032015-F.webp](https://http2.mlstatic.com/chapeuzinho-vermelho-e-historia-da-baratinha-lp-continental-D_NQ_NP_857001-MLB20256013990_032015-F.webp).
- Figura 32:** Verso do disco O chapeuzinho vermelho e história da baratinha (1949). Fonte: [https://http2.mlstatic.com/chapeuzinho-vermelho-e-historia-da-baratinha-lp-continental-D\\_NQ\\_NP\\_857001-MLB20256013990\\_032015-F.webp](https://http2.mlstatic.com/chapeuzinho-vermelho-e-historia-da-baratinha-lp-continental-D_NQ_NP_857001-MLB20256013990_032015-F.webp).
- Figura 33:** Disco 78 RPM da continental para o público infantil. Fonte: [https://http2.mlstatic.com/lp-a-bela-e-a-fera-gata-borracheira-disco-azul-1969-D\\_NQ\\_NP\\_918804-MLB26270059781\\_102017-F.webp](https://http2.mlstatic.com/lp-a-bela-e-a-fera-gata-borracheira-disco-azul-1969-D_NQ_NP_918804-MLB26270059781_102017-F.webp).
- Figura 34:** Fotografia começa a ser usada nos discos. Fonte: <http://www.forroemvinil.com/luiz-vieira-1951-todamerica-78-rpm/>.
- Figura 35:** Capas de discos LP produzidas por Cesar Villela para o selo elenco na década de 1950. Fonte: <http://mariovinicius.com/pt/brazilian-concretism-music-graphic-design/>.
- Figura 36:** Frank Sinatra, In the Wee Small Hours (1955). Fonte: <https://www.discogs.com/Frank-Sinatra-In-The-Wee-Small-Hours/release/1376047>.
- Figura 37:** Capa do LP Lonely Hearts Club Band dos Beatles, (1967). Fonte: [https://http2.mlstatic.com/cd-beatles-sgt-peppers-lonely-hearts-club-band-D\\_NQ\\_NP\\_687549-MLB26495736587\\_122017-F.webp](https://http2.mlstatic.com/cd-beatles-sgt-peppers-lonely-hearts-club-band-D_NQ_NP_687549-MLB26495736587_122017-F.webp).
- Figura 38:** Capa do LP In a Gadda Da Vidado grupo Iron Butterfly, (1968). Fonte: <https://passthepaisley.com/in-a-gadda-da-vida-by-iron-butterfly/>.
- Figura 39:** Capa de disco da Jovem Guarda (1965). Fonte: <https://www.discogs.com/Roberto-Carlos-Jovem-Guarda/release/894494>.
- Figura 40:** Primeira capa de disco do movimento tropicalia (1968). Fonte: <http://www.brazilcult.com/lp-tropicalia-ou-panis-et-circencis-1968-mono-1%C2%AA-edicao-mutantes-tomze-gilberto-gil-caetano-veloso-gal-costa-nara-leao-brasil>.

- Figura 41:** Primeiro disco de Caetano Veloso. Projeto gráfico de Rogério Duarte. (1968). Fonte: <https://eil.com/shop/moreinfo.asp?catalogid=475024>.
- Figura 42:** Capa do LP do Sex Pistols (1977). Fonte: <https://www.imdb.com/title/tt7496832/media-viewer/rm3809298432>.
- Figura 43:** Kraftwerk, Die mensch-maschine (1978). Fonte: <https://www.discogs.com/Kraftwerk-Die-MenschMaschine/release/116080>.
- Figura 44:** Rótulo do LP Diemensch-maschine da banda Kraftwerk (1978). Fonte: <https://www.discogs.com/Kraftwerk-Die-MenschMaschine/release/116080>.
- Figura 45:** Capa do LP do grupo de Hip-Hop, De La Soul (1989). Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/3\\_Feet\\_High\\_and\\_Rising#/media/File:3\\_Feet\\_High\\_and\\_Rising.jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/3_Feet_High_and_Rising#/media/File:3_Feet_High_and_Rising.jpg).
- Figura 46:** Capa do disco As aventuras da Blitz (1981). Fonte: <https://www.discogs.com/Blitz-As-Aventuras-Da-Blitz/release/10179265>.
- Figura 47:** Capa do disco Jardim Elétrico, da banda Mutantes (1971). Fonte: <https://www.saraiva.com.br/os-mutantes-jardim-eletrico-lp-9479218.html>.
- Figura 48:** Capa do CD Significant Other da banda Limp Bizkit (1999). Uma banda de rock expressava em sua capa características expressões visuais da cultura Hip-Hop. Fonte: [https://img.discogs.com/7XTW3mssYveMxl5W0gPv1Fp482A=/fit-in/500x500/filters:strip\\_icc\(\):format\(jpeg\):mode\\_rgb\(\):quality\(90\)/discogs-images/R-579098-1133901229.jpeg.jpg](https://img.discogs.com/7XTW3mssYveMxl5W0gPv1Fp482A=/fit-in/500x500/filters:strip_icc():format(jpeg):mode_rgb():quality(90)/discogs-images/R-579098-1133901229.jpeg.jpg).
- Figura 49:** Encarte do CD Significant Other da banda Limp Bizkit (1999). Uma banda de rock expressava em sua capa características das expressões visuais do Hip-Hop. Fonte: [https://http2.mlstatic.com/limp-bizkit-significant-other-D\\_NQ\\_NP\\_754854-MLB26902120419\\_022018-F.webp](https://http2.mlstatic.com/limp-bizkit-significant-other-D_NQ_NP_754854-MLB26902120419_022018-F.webp).
- Figura 50:** Capa do CD Blood Sugar Sex Magic da banda Red Hot Chilli Peppers (1991). Fonte: <http://www.encartespop.com.br/2010/10/encarte-red-hot-chili-peppers-blood.html>.
- Figura 51:** Encarte do CD Blood Sugar Sex Magic da banda Red Hot Chilli Peppers (1991). Fonte: <http://www.encartespop.com.br/2010/10/encarte-red-hot-chili-peppers-blood.html>.
- Figura 52:** Encarte do CD Blood Sugar Sex Magic da banda Red Hot Chilli Peppers (1991). Fonte: <http://www.encartespop.com.br/2010/10/encarte-red-hot-chili-peppers-blood.html>.
- Figura 53:** Capa do disco 'O papa é pop' dos Engenheiros do Hawaii (1990). Fonte: <http://consultoriadorock.blogspot.com/2012/03/os-sete-pecados-do-rock-nacional-parte.html>.
- Figura 54:** Capa do disco Eletricidade da banda Capital Inicial (1991). Fonte: [https://img.discogs.com/x5JtxYrTbjEoaG2FT1v4SQLCwT8=/fit-in/600x600/filters:strip\\_icc\(\):format\(jpeg\):mode\\_rgb\(\):quality\(90\)/discogs-images/R-6445098-1474567982-6276.jpeg.jpg](https://img.discogs.com/x5JtxYrTbjEoaG2FT1v4SQLCwT8=/fit-in/600x600/filters:strip_icc():format(jpeg):mode_rgb():quality(90)/discogs-images/R-6445098-1474567982-6276.jpeg.jpg).

- Figura 55:** Capa interna do disco Eletricidade da banda Capital Inicial (1991). Fonte: [https://img.discogs.com/I6E4JZv00gPcCTs2GCPN7dKCRp0=/fit-in/300x300/filters:strip\\_icc\(\):format\(jpeg\):mode\\_rgb\(\):quality\(40\)/discogs-images/R-6445098-1474567976-3604.jpeg.jpg](https://img.discogs.com/I6E4JZv00gPcCTs2GCPN7dKCRp0=/fit-in/300x300/filters:strip_icc():format(jpeg):mode_rgb():quality(40)/discogs-images/R-6445098-1474567976-3604.jpeg.jpg).
- Figura 56:** Capa do ultimo LP prensado no Brasil, trilha sonora da novela A indomada (1997). Fonte: [https://img.discogs.com/\\_JZXLd1\\_W6e-KXbwv5\\_dcuUDv3c=/fit-in/598x600/filters:strip\\_icc\(\):format\(jpeg\):mode\\_rgb\(\):quality\(90\)/discogs-images/R-685202-1295096003.jpeg.jpg](https://img.discogs.com/_JZXLd1_W6e-KXbwv5_dcuUDv3c=/fit-in/598x600/filters:strip_icc():format(jpeg):mode_rgb():quality(90)/discogs-images/R-685202-1295096003.jpeg.jpg).
- Figura 57:** Capa do CD ‘Puro Êxtase’ da banda Barão Vermelho (1998). Fonte: [https://http2.mlstatic.com/cd-baro-vermelho-puro-xtase-D\\_NQ\\_NP\\_14126-MLB4409255847\\_052013-F.webp](https://http2.mlstatic.com/cd-baro-vermelho-puro-xtase-D_NQ_NP_14126-MLB4409255847_052013-F.webp).
- Figura 58:** Banda Korn. Fonte: <https://midaspromotions.com/events/korn-live-in-jakarta-2003/>.
- Figura 59:** Jonathan Davis, vocalista da banda Korn, vestindo Kilt em um show. Fonte: <http://www.zimbio.com/pictures/sPm1lxL59V7/48+Hours+Festival+Day+2/tksPeoE0qhh/Jonathan+Davis>.
- Figura 60:** Max Cavalera, vocalista da banda Sepultura em 1996. Fonte: <https://i.ytimg.com/vi/XDhPkTSGkvY/hqdefault.jpg>.
- Figura 61:** Vocalista da banda Korn tocando gaita de foles. fonte: [https://farm2.static.flickr.com/1410/698354876\\_24dcb30327\\_b.jpg](https://farm2.static.flickr.com/1410/698354876_24dcb30327_b.jpg).
- Figura 62:** Mike Einziger, guitarrista da banda Incubus tocando instrumento Pipa durante um show. Fonte: <https://i.ytimg.com/vi/gmMgLrk4GAE/hqdefault.jpg>.
- Figura 63:** Capa do CD Roots da banda Sepultura (1996). Fonte: [https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/81YZxvu%2BnDL.\\_SY355\\_.jpg](https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/81YZxvu%2BnDL._SY355_.jpg).
- Figura 64:** Metodologia do design de embalagem com os pontos-chave distribuídos por entre as etapas. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 65:** Capa do LP ‘Pelé, seus gols, sua vida (1962). Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 66:** Desgaste das bordas da capa. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 67:** Perfuração produzida pelo discona dobra da capa. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 68:** Papel interno onde o LP fica armazenado. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 69:** Capa do LP Nothing Like the Sun (1987). Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 70:** Detalhe das bordas da capa. Fonte: Imagem produzida pelo autor.

- Figura 71:** Desprendimento do plástico que envolve a capa. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 72:** Painel do estilo de vida do público-alvo nos anos 1990. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 73:** Painel do estilo de vida do público-alvo em 2018. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 74:** Painel da expressão entretenimento. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 75:** Painel da expressão confiança. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 76:** Painel do tema visual entretenimento. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 77:** Painel do tema visual confiança. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 78:** Mapa de Stakeholders, representando o público consumidor de LP e suas capas. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 79:** Ficha de personas. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 80:** Ficha de banda fictícia, Roque 84. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 81:** Capa do CD1: The Serenity of Suffering da banda Korn, lançado em 2016. Fonte: [http://www.wikimetal.com.br/wp-content/uploads/2016/10/Korn-The\\_Serenity\\_of\\_Suffering-album\\_cover-600x600.jpg](http://www.wikimetal.com.br/wp-content/uploads/2016/10/Korn-The_Serenity_of_Suffering-album_cover-600x600.jpg).
- Figura 82:** Capa do CD 2: Koi No Yokan da banda Deftones, lançado em 2012. Fonte: <https://ksassets.timeincuk.net/wp/uploads/sites/55/2012/11/DeftonesKoiNoYokan600g061112.jpg>.
- Figura 83:** Capa do CD3: Eight da banda Incubus lançado em 2017. Fonte: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/2/2e/8\\_%28Incubus%29.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/2/2e/8_%28Incubus%29.jpg).
- Figura 84:** Golden cobra da banda Limp Bizkit, lançado em 2011. Fonte: <https://ksassets.timeincuk.net/wp/uploads/sites/55/2011/06/LimpBizkitGoldCobra600Gb020611.jpg>.
- Figura 85:** Capa do CD 5: The Hunting Party da banda Linkin Park lançado em 2014. Fonte: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/thumb/c/c5/Linkin\\_Park\\_Hunting\\_Party.jpg/220px-Linkin\\_Park\\_Hunting\\_Party.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/thumb/c/c5/Linkin_Park_Hunting_Party.jpg/220px-Linkin_Park_Hunting_Party.jpg).
- Figura 86:** Capa do CD6: “Samba de preto” da banda Huaska, lançado em 2012. Fonte [https://f4.bcbits.com/img/a4206025165\\_16.jpg](https://f4.bcbits.com/img/a4206025165_16.jpg).
- Figura 87:** Objetivos e estratégias de design. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 88:** Esboço1: produzido sob audição da música “Outro Corpo” da banda 84 Gramas. Fonte: Imagem produzida pelo autor.

- Figura 89:** Esboço 2: produzido sob audição da música “Toxicity” da banda System Of a Down. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 90:** Esboço3: produzido sob audição da música “Forget To Remember” da banda Mudvayne. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 91:** Esboço 4: produzido sob audição da música “Denial” da banda Sevendust. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 92:** Esboço 5: produzido sob audição da música “Broken Home” da banda Papa Roach. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 93:** Esboço 6: produzido sob audição da música “A.D.I.D.A.S” da banda Korn. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 94:** Esboço 7: produzido sob audição da música “Real Situação” da banda Piuke. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 95:** Esboço 8: produzido sob audição da música “Stricken” da banda Disturbed. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 96:** Esboço 9: produzido sob audição da música “My Generation” da banda Limp Bizkit. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 97:** Desenho definido para produção da capa de disco. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 98:** Vista frontal da capa de disco. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 99:** Vista posterior da capa de disco. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 100:** Desenho técnico da vista frontal da capa de disco. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 101:** Desenho técnico da vista posterior da capa de disco. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 102:** Modelo da capa de disco proposta. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 103:** Modelo da capa de disco proposta. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 104:** Modelo da capa de disco proposta. Fonte: Imagem produzida pelo autor.
- Figura 105:** Modelo da capa de disco proposta. Fonte: Imagem produzida pelo autor.

# Sumário

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>15</b>
<b>2. CULTURA E SUAS RELAÇÕES</b>	<b>18</b>
<b>3. GLOBALIZAÇÃO E SEUS EFEITOS</b>	<b>21</b>
<b>4. MÚSICA E RELAÇÕES CULTURAIS</b>	<b>23</b>
<b>5. MERCADO FONOGRAFICO</b>	<b>24</b>
<b>6. PRODUÇÃO MUSICAL</b>	<b>27</b>
<b>7. OS JOVENS COMO AGENTES DE TRANSFORMAÇÃO CULTURAL</b>	<b>28</b>
<b>8. A EMBALAGEM</b>	<b>29</b>
<b>9. FORMATOS DIFERENCIADOS</b>	<b>32</b>
<b>10. MATERIAIS PARA EMBALAGENS E CAPAS DE DISCOS LP</b>	<b>39</b>
<b>11. AS CAPAS DE DISCO</b>	<b>40</b>
11.1 O LP E SUAS CAPAS	49
11.2 OS MOVIMENTOS CULTURAIS A PARTIR DE 1960	54
11.3 AS CAPAS DE DISCOS LP EM 1990	61
<b>12. PROJETO: CRIAÇÃO DE UMA CAPA PARA DISCO LONG PLAYING.</b>	<b>68</b>
<b>13. METODOLOGIA</b>	<b>70</b>
13.1 DIRETRIZES DO PROBLEMA	72
13.1.1 Conhecer o produto	72
13.1.2 Conhecer o consumidor	75
13.1.3 Conhecer o mercado	77
13.2 O ESTUDO DE CAMPO	81
13.2.1 Conhecer a concorrência	81
13.3 A ESTRATÉGIA DE DESIGN	85
13.3.1 Conhecer os objetivos mercadológicos	85
13.3.2 Ter uma estratégia para o design	86
13.4 O DESENHO	87

13.4.1 Desenhar de forma consciente	87
13.4.2 Design Gráfico	93
13.4.3 Conhecer tecnicamente a embalagem	95
13.5 A IMPLANTAÇÃO DO PROJETO	96
<b>14. DESIGN DE EMBALAGEM: MODELO PARA CAPA LP</b>	97
<b>15. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	98
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	100

## INTRODUÇÃO

Por mais de 40 anos, os discos de Long Playing, abreviado para LP, chamado popularmente no Brasil de Bolachão, e suas capas, se mostraram como um forte produto de representação cultural e do mercado musical do século XX. Suas expressões únicas, alinhadas ao conteúdo musical contido nos discos, criaram raízes simbólicas tão vigorosas que as fizeram transpor seu tempo histórico<sup>1</sup>, mesmo após gradualmente, terem saído de circulação do mercado fonográfico em meados dos anos de 1990, em razão do uso do Compact Disc, o CD, como mídia de reprodução sonora. Ao mesmo tempo, seus aspectos visuais, foram reformulados e reorganizados para se adaptar ao formato das capas de CD, a exemplo, a inserção do encarte com as letras das músicas que inicialmente foram usados em alguns LPs personalizados nos anos de 1950. As forças destas raízes se traduzem em números que justificam o retorno da produção industrial dos LPs e, conseqüentemente, de suas capas nos tempos atuais.

A venda de vinil nos Estados Unidos tem aumentado consideravelmente, passando de quase um milhão de dólares de vendas em 2007, para mais de três milhões em 2011. Eventos como Record Store Day contribuíram significativamente para esta consolidação de vendas. Além disto, tais números se justificam por outro importante fator existente no vinil: seu valor simbólico, resultante de significados adquiridos em épocas de intensas transformações culturais, sociais, mercadológicas, políticas e tecnológicas (QUINES,2012).

Nesse contexto, um importante fator histórico deve ser levado em conta: a cultura pop, que foi responsável por criar o psicodelismo dos anos 1960, o punk dos anos 1970, o hip-hop anos 1980, as raves dos anos 1990 e que continua a se refletir e influenciar nos aspectos culturais do século XXI. Sendo assim, estes primeiros anos do século XXI, se tornaram, segundo Reynolds (2011, p. 11) a época da “reciclagem desenfreada”: gêneros musicais do passado, revividos, material sonoro vintage reprocessado, entre outros. Vivemos em uma época de valorização do antigo, conhecido como “retrô”. Esta palavra, com um significado bastante específico, “refere-

---

1. Refere-se ao período que vai desde o surgimento do LP em meados de 1948, a sua gradativa substituição pelo cd durante a década de 1990.

se a um fetiche autoconsciente pela estilização de época (em música, roupas, design) expressos criativamente através de pastiche e citação"<sup>2</sup> (REYNOLDS, 2011, p.12).

Apesar de estar presente, praticamente em toda a cultura desse novo século, essa consciência retrô se reflete de forma mais intensa na música (REYNOLDS, 2011). Provavelmente, por esta ser uma das mais fortes expressões culturais (MELO, 2008). Assim, o disco, um produto consumido pelos mais diversos segmentos da população, juntamente com suas capas, completa seu septuagésimo aniversário, reafirmando sua permanência como um forte símbolo de expressão cultural, independentemente das nuances do tempo histórico (MELO, 2008).

A partir dessa compreensão, este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como objetivo desenvolver o projeto de uma capa para disco Long Playing. A temática abordada pelo projeto é referente ao subgênero musical do Rock, o New Metal, que se originou da união de ritmos tais como o Hip-Hop, Reggae e a Música eletrônica dominando o mercado musical nos anos 1990.

Pretende-se atingir tais objetivos por meio de uma revisão bibliográfica dos aspectos contidos e expressos pelas capas de discos, mas também por meio da utilização de uma metodologia voltada para o design de embalagem, com algumas adaptações em sua estrutura metodológica visando uma adequação às necessidades do projeto. Além disso, também se fez uso de ferramentas auxiliares, como por exemplo, o mapa de stakeholders e painel de imagens visuais, que foram definidas a partir da elaboração dos requisitos de projeto. Em seguida, o processo de geração de alternativas foi realizado, acompanhado da seleção e produção do modelo mais adequado para a realização do objetivo proposto.

Assim, a produção deste trabalho se dá como uma possibilidade de oferecer uma contribuição aos estudos do design de capas de discos, ao design de embalagens e ao design gráfico de um modo geral. Outra motivação para a realização deste trabalho é o fator multidisciplinar do design que, ao passo que se relaciona com seus objetos de estudo, reconstrói suas bases de projeto e pesquisa, formulando assim novas configurações para a solução de problemas. Ademais, existe uma correlação sinérgica entre o design e a música, tendo em vista que

2. Tradução do autor: The word 'retro' has a quite specific meaning: it refers to a self-conscious fetish for period stylization (in music, clothes, design) expressed creatively through pastiche and citation.

seus conceitos se refletem um no outro na construção de significados culturais.

Diante da motivação exposta e do objetivo de pesquisa traçado, foi utilizada a metodologia do design de embalagem, baseada em Mestriner (2002). Além de formular configurações técnicas para a criação e produção industrial, o design, em conjunto com seus procedimentos metodológicos, contribui com a criação de significados para os produtos, fortalecendo ideias e valores em um determinado contexto cultural (FAGGIANI, 2006).

Este trabalho está estruturado em quatorze partes além das considerações finais. Os onze primeiros capítulos foram destinados à fundamentação teórica com o intuito de compreender o objeto de estudo e suas especificidades. Desse modo, a revisão bibliográfica foi construída para que englobasse os aspectos que compõem as capas de discos, bem como os aspectos culturais, considerando os significados do contexto internacional e nacional, nos quais elas estão inseridas.

A partir do capítulo doze, é apresentado o processo da realização do projeto com as etapas da metodologia e suas adequações. O último capítulo é destinado às considerações finais, abordando os resultados obtidos e as dificuldades encontradas na produção deste trabalho. O presente trabalho pretende, por fim, contribuir com o exíguo material de estudo desta área, ampliando as reflexões acerca do assunto e permitindo uma maior veracidade nas escolhas dos aspectos que compõem este tipo de projeto.

## 2. CULTURA E SUAS RELAÇÕES

O primeiro contato que um indivíduo tem com um disco de música, é com a sua capa. Antes mesmo de podermos escutar o conteúdo do disco recém-adquirido, existe um encontro com uma série de elementos visuais, que são construídos conjuntamente com a música, a experiência sensorial planejada pelos músicos e pelo designer. É só após esse primeiro contato, que acessamos o seu conteúdo. A música, as letras, as notas contidas na melodia só se tornam perceptíveis depois que o disco reproduz seu conteúdo, por meio de um reproduzidor fonográfico. Dessa maneira, é possível perceber que os elementos contidos nas capas de discos como a cor, a tipografia, a fotografia utilizada, bem como o formato da embalagem, não estão ali presentes de forma aleatória (TADA; BALEIRO, 2012). Segundo Spinel & Pfitzenreuter (2017, p. 204) “a superfície da capa, é um espaço propício ao diálogo entre o conteúdo intangível do disco e a linguagem visual”. Todos estes elementos configuram a expressão de um período histórico, um estilo de arte ou um conjunto de elementos que significam algo para alguém em uma determinada cultura (McCRACKEN, 2007).

Embora a definição de um conceito sobre a cultura ainda seja um tema passível de reflexões e pareçam discrepantes em razão de sua complexidade, é possível perceber que estas definições, se relacionam de forma a completar uma a outra, levando em consideração que a cultura permeia a criação dos significados, que envolvem desde as músicas contidas nos discos, assim como as capas que os envolvem (MELO, 2008).

De acordo com Laraia (1988), o conceito de cultura está relacionado ao processo de aprendizado do homem, e dessa maneira à cognição, à medida que convive em sociedade com outros homens e transmite esse aprendizado aos demais integrantes do grupo social. Segundo Norman (2008), tal aprendizado é determinado antes de tudo, pelos fatores biológicos por meio dos sentidos como a audição e visão e dessa forma, influenciando a construção da cognição que é refletida posteriormente na cultura. Para Blacking (2000), a cognição é o fator condicionante da cultura, pois engloba afetos, que são aspectos intimamente ligados ao processo social. Ainda de acordo com Norman (2008), o indivíduo reage emocionalmente a uma situação, antes de avaliá-la cognitivamente. Diante destes conceitos, compreende-se que as emoções têm forte influência na tomada de decisões do homem, contribuindo com

a formação de seus hábitos e modos de se relacionar em sociedade. Em razão disto, o designer deve considerar durante o projeto de uma capa de disco, elementos que são capazes de provocar desejos, emoções e sentimentos como fator de expressão cultural, diferenciação de mercado e apelo ao consumo dos discos (FAGGIANI, 2006).

Os hábitos de consumo do homem, que se desenvolveram em razão do seu modo de conviver em sociedade, estão relacionados com a utilização de mercadorias como maneiras para distinções sociais, construção de identidades e os estilos dos indivíduos (CASTRO, 2001). Estes hábitos permitiram sua divisão social em classes e gêneros, e contribuíram ao longo de sua história para o desenvolvimento de uma produção industrial e tecnológica. Ainda segundo Castro (2001, p. 105), “[...] o objetivo de toda produção é o consumo com os indivíduos maximizando suas satisfações a partir de um elenco de mercadorias em constante expansão”. Para Barthes (1980 apud CASTRO, 2001) o consumo possui um duplo objetivo: satisfazer as necessidades materiais e carregar estruturas e símbolos sociais e culturais, aspectos que consideram inseparáveis. Nesse contexto, o consumo contribui significativamente para o processo de formação de uma cultura, à medida que permite ao indivíduo construir seu estilo e identidade cultural por meio da seleção e escolha de mercadorias (CERTEAU, 1998). Essas premissas condizem com a definição de compra e sua relação com as capas de disco, descritas por Tada & Baleeiro (2012) de que, “comprar o produto é querer sacramentar a posse de determinada arte, ou seja, é querer guardar consigo aquela matéria que reproduz e envolve a música”. O design e sua capacidade de criação se faz essencial neste contexto, visto que o aspecto visual pode ser determinante para o consumo (MELO, 2008).

É necessário ressaltar que desta construção de identidades e estilos surgem os gêneros, que definem, classificam e contribuem para a formação de grupos culturais específicos. Para fins de contextualização, neste trabalho, trataremos aqui especificamente dos gêneros musicais. Este conceito está relacionado a “[...] determinadas características musicas que, reunidas, formam um escopo que nos permitem identificá-las a determinados compositores e intérpretes, dentro de uma época definida” (BAMBERGER; BROFSKY, 1967, apud CONSTANTINO, 2011, p. 17). Os gêneros musicais, ainda segundo Constantino (2011) também são agrupados em aspectos musicais e extra musicais que levam em consideração uma determinada época, um produtor, um intérprete de uma determinada composição bem como os instrumentos utilizados ou seus arranjos vocais.

Neste contexto é relevante também tratar dos aspectos tecnológicos da produção industrial que se tornou fundamental para a mudança na produção fonográfica do disco LP para o CD, em meados dos anos de 1990.

A tecnologia possibilitou o surgimento de novos modos de socialização, novas relações de trabalho e modelos de mercado. Seu nível de influência ou determinação das relações sociais não nos cabe tratar neste estudo, mas de maneira breve, sua relação com a cultura e o consumo. Ela pode ser entendida como uma via de mão dupla, a medida que altera o modo de vida dos homens, contribuindo com seu modo de viver e pensar (PORTO, 2008). Ainda segundo Porto (2008 p.3), “é a interação entre tecnologia e sociedade que criam sentido e moldam a cultura”. Isto posto, compreende-se que uma mudança no mercado de consumo é impulsionado pela tecnologia (PORTO, 2008).

O desenvolvimento industrial, originados em razão dos conceitos descritos acima, foi de fundamental importância para o surgimento da chamada “cultura pop” dos anos de 1960. Segundo Velasco (2010. p. 3) o termo é usado, “como sinônimo de cultura de massa”. Ainda segundo o autor, esta cultura se forma por meio de hibridizações, diálogos com culturas marginais e reprocessamento de definições mercadológicas, ao tratar a massa consumidora não mais de forma homogênea, mas segmentando o mercado por meio de gêneros, faixa etária, classes entre outros. De acordo com Anderson (2006), embora ainda exista demanda pela “cultura de massa”, os mercados

O pop, nos anos 1960, não era apenas uma manifestação artística das belas artes, mas um novo estilo de vida dos jovens que tinha a ver com o rock, o culto a rebeldia, o movimento hippie, as drogas e as manifestações ligadas a subcultura e culturas underground.

de consumo a partir dos anos de 1970, começaram a fragmentar-se, originando assim uma “cultura de nichos”. Huyssen (2006 apud VELASCO, 2010. p.119) descreve que,

A cultura pop contribuiu de forma decisiva no processo de globalização dos anos de 1990, no cenário internacional e nacional, bem como as músicas e a cultura desta época. Assim, a produção das capas de discos nos tempos atuais está diretamente relacionada com estes fatores (REYNOLDS, 2011).

### 3. GLOBALIZAÇÃO E SEUS EFEITOS

Os anos de 1990 se tornam relevantes para este estudo, visto que esta época marca uma divisão considerável para o assunto abordado neste estudo. Os discos que, por muitos anos se constituíram como símbolo cultural e do consumo no mundo da música, estavam gradativamente sendo substituídos pela nova mídia de suporte e reprodução sonora: o CD, inventado pela Philips em 1979 e que só veio a ter uma grande incursão comercial a partir de 1982 com o disco CD *The Visitors* (Figuras 1 e 2) da banda ABBA.

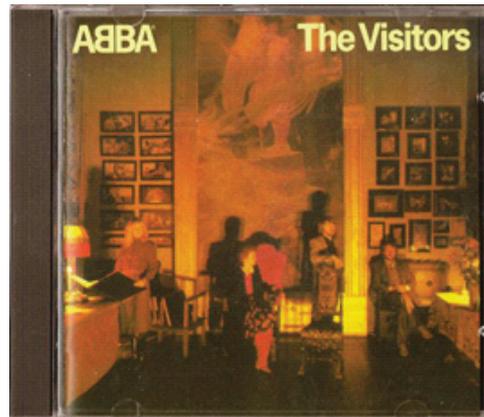


Figura 1: Capa do primeiro CD, criado pela Philips e lançado pela Polydor em 1982.

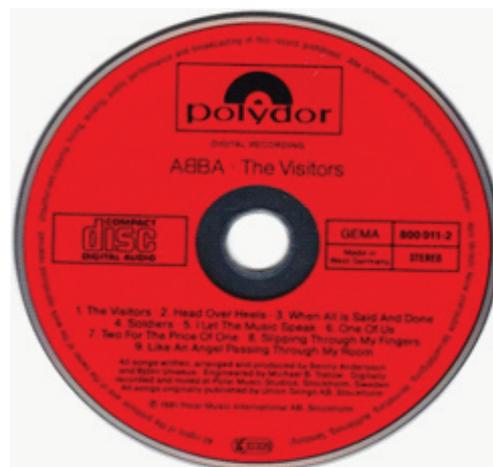


Figura 2: Aspecto visual do primeiro CD.

Apesar de tal substituição, diversas bandas no Brasil ainda utilizavam o LP durante os anos de 1990. De acordo com Fenerick (2007), embora fosse um suporte fonográfico com maior tempo de reprodução do que o LP, a nova mídia ainda resultava de um custoso processo de produção, tendo essa mudança se tornado mais acentuada, à medida que a tecnologia avançava. Ainda segundo o autor, no início deste período, foram lançados no Brasil somente títulos de música erudita, Jazz e MPB no suporte fonográfico CD.

A razão para estas alterações na produção e distribuição, bem como no barateamento destes processos, se deve ao fato de que os anos de 1990 marcam o desenvolvimento tecnológico no país e a abertura global no mercado. A globalização difunde a cultura pop, por meio da indústria cinematográfica e fonográfica norte americana (VELASCO, 2012). Porém este evento histórico, não é recente e não se limita ao período em questão, podendo ser considerado um processo em curso que não se limita a fronteiras nacionais. Ao integrar e unir comunidades e organizações num mesmo espaço-tempo encurta distâncias e promove eventos que têm impacto imediato em diferentes regiões do globo. A principal característica da globalização é seu poder de exercer influência nas identidades culturais (HALL, 2006).

Jameson (2001 apud FENERICK, 2007. p. 125), caracteriza a globalização em cinco níveis,

[...] no tecnológico são marcantes o assombroso desenvolvimento dos novos meio de comunicação e a revolução da microinformática; no político, a questão predominante é a do Estado Nação (ele ainda existiria? Teria ainda um papel importante a desempenhar?); no nível cultural, o aspecto central se coloca na iminente possibilidade de standardização, com culturas locais e tradicionais sendo varridas do planeta por uma cultura hegemônica (leia-se norte-americana); no econômico observa-se a predominância do capital financeiro sobre o capital produtivo; e no social ocorre a mundialização da sociedade do consumo, desenvolvida inicialmente nos Estados Unidos e em outros países do chamado primeiro mundo, mas agora se alastrando sistematicamente pelo mundo todo.

As mudanças nos paradigmas ditos anteriormente, também marcam o avanço imponente da tecnologia digital. Enquanto na década de 1980, ainda se investia de forma vigorosa no aperfeiçoamento de equipamentos de som e imagem analógicos,

a década seguinte se mostrava como um campo promissor para as tecnologias digitais, motivado pelas conquistas no campo da informática (FENERICK,2007).

Embora tenha se intensificado o desenvolvimento industrial, por meio da inserção aomodelomacroeconômicodemercado,segundoDiniz(2007),empaisesditosperiféricos comooBrasil,algumasquestõescomoaexclusãosocialouinflaçãoaindaeram pertinentes em razão dos fracassos dos planos econômicos: Plano Cruzado (1986) e os planos Collor I e II (1990 e 1992 respectivamente) que culminaram com o impeachment do presidente do país, à época. O cenário econômico brasileiro só voltaria a ter uma considerável ascensão a partir da implantação do Plano Real em 1994, daí a razão para o CD ser difundido fortemente no cenário fonográfico nacional ao decorrer da década (FENERICK, 2007).

É nesse contexto de abertura econômica, da inserção do cenário cultural norte americana no país, de rearranjo na produção industrial e inovações tecnológicas, que torna-se relevante tratar da música e suas influências na cultura do século XX.

#### **4. MÚSICA E RELAÇÕES CULTURAIS**

Embora seja a música o principal produto de venda, no mercado musical, as capas de disco precisam comunicar a um determinado público, o que está contido nestes (TADA; BALEEIRO, 2012). A influência da música na produção das capas se torna perceptível à medida que se conhece os aspectos que definem o que entendemos por música e como eles estão organizados no contexto de uma cultura. A música é antes de qualquer coisa, uma onda, um fenômeno físico, que é captado pelo ouvido e traduzido sob a forma de som pelo cérebro, gerando sentidos (WISNIK, 2017), podendo ser considerada já enquanto fenômeno físico, como parte de uma concepção cultural. Em razão disto, ao mesmo tempo ela pode ser entendida como o som culturalmente organizado, ao nos apresentar o modo de viver, o comportamento dos determinados indivíduos e seu cotidiano (OLIVEIRA PINTO, 2001). Segundo Melo (2008, p.40), “a música é uma das principais expressões de uma cultura capaz de influenciar e sendo influenciada por fatores como inovações tecnológicas, indumentária, hábitos de consumo entre outros”.

As manifestações mais remotas da música aconteceram em razão das tentativas do homem primitivo em reproduzir os sons da natureza e em tentativas de comunicação por meio de sons rítmicos, sendo dessa forma resultado de vivências individuais e

sociais (SCHAEFFNER, 1958 apud SCHERER, 2010). Neste mesmo sentido, ela também está relacionada com as primeiras manifestações religiosas em consequência da crença que os homens que viviam em cavernas davam aos sons, atribuindo-os em forma de rituais, como agradecimento pelas descobertas, a abundância da caça ou a fertilidade da terra (LIEVEN, 2008 apud LOUREIRO, 2009). De igual maneira, ao levar em consideração o aspecto sensorial provocado pelos sons e como uma arte capaz de transmitir emoções, sentimentos percepções e experiências vividas ou compartilhadas, a música nos dias atuais, é utilizada também como uma alternativa no tratamento para distúrbios comportamentais como depressão, entre outros (LOUREIRO, 2009).

Conforme explica Fischer (1983, p. 215), “A música cuja significação é em si mesma, a expressão de sentimentos, ideias, sensações e experiências possibilita uma nova atitude e um novo sentido de vida”. Nesta construção de sentidos, representar visualmente o acontecimento musical em um contexto mercadológico, se torna uma atividade bastante desafiadora (MELO, 2008). Estes fatores refletiam-se diretamente no mercado fonográfico.

## **5. MERCADO FONOGRAFICO**

O mercado fonográfico está diretamente relacionado ao desenvolvimento da indústria fonográfica que segundo Viana (2009) pode ser dividida em quatro fases: a mecânica<sup>3</sup>, a elétrica<sup>4</sup>, a eletrônica<sup>5</sup> e a digital<sup>6</sup>. Deste desenvolvimento tecnológico, surgem as gravadoras de música e os estúdios, estes últimos, inicialmente incorporados as gravadoras.

No Brasil, a indústria e o mercado fonográfico têm início em meados dos anos de 1900, com a venda de fonógrafos sendo realizada por meio de Fred Figner e sua empresa, a Casas Edison, situada no Rio de Janeiro, dando origem assim a primeira fábrica a produzir fonogramas na América latina, a Odeon Records, em 1913 (LAUS, 1998).

Do surgimento deste mercado, com a reprodução e comercialização da

---

3. Marcada pelo surgimento dos cilindros e dos reprodutores fonográficos.

4. Surgimento da estereofonia e do microsulco, que permitiu as gravações dos LPs.

5. Surge em meados dos anos 1960 com a criação de aparelhos portáteis e estúdios multicanais

6. Fase iniciada com o surgimento do CD e da utilização de softwares no processo de produção musical.

música no início do século XX, surgiram e se consolidaram também as grandes gravadoras, conhecidas como majors, que controlavam e orientavam desde a vestimenta dos músicos ou das bandas, até a forma de diálogo destes com seu público. A partir do surgimento dos meios digitais, e motivado por questões político-econômicas, esse monopólio fonográfico findou por se diluir, dando a possibilidade da reorganização do processo de produzir<sup>7</sup> música, alimentando um mercado fonográfico independente, dando origem a um novo grupo de gravadoras menores chamadas Indies, em alguns casos denominados selos<sup>8</sup> assim como também, permitindo o surgimento de novos nichos de mercado da música (ANDERSON, 2006).

No Brasil, embora o conceito de gravadora independente tenha surgido com Severino Leonetti e João Gonzaga, nos anos de 1910, é somente com a produção em massa e o surgimento de novos gêneros musicais, a partir dos anos de 1950, que o tema se torna mais relevante para a indústria fonográfica. Assim, durante os anos de 1970, o mercado fonográfico brasileiro ganhou notável investimento, promovido especialmente pela lei de incentivos fiscais Disco é Cultura, que concedia um abatimento nos impostos pagos pelas grandes gravadoras internacionais, quando investiam em artistas locais (VICENTE, 2006).

A nova organização do mercado fonográfico que surgiu em razão de tais investimentos, permitindo que o produtor musical pudesse abrir seu próprio estúdio, dando origem assim as Indies, permitiu que os artistas de gêneros antes considerados marginais, pudessem ser incorporados ao mercado global, facilitando a inovação musical, por meio da mescla dos diferentes gêneros musicais (OLIVEIRA, 2002).

Embora tenha ocorrido o surgimento do que pode ser considerada uma democratização da produção do mercado musical, os grandes canais de distribuição de entretenimento ainda permaneciam sobre controle dos grandes grupos da indústria fonográfica, os chamados Blockbusters, tendo em vista que estes possuíam os recursos financeiros para promover os artistas por meio da propaganda de rádio e televisão (VICENTE, 2000).

Neste contexto, alguns destes selos tornaram-se ao decorrer dos anos de 1980

---

7. Refere-se ao processo de gravação e mixagem musical

8. Gravadoras independentes que trabalham com um gênero específico de música ou também com diversos gêneros.

subsidiários das gravadoras, encarregando-se de recrutar e produzir os álbuns dos artistas do underground musical para serem repassados para as grandes gravadoras, surgindo daí uma terceirização do serviço de produção musical afirmando a posição dos novos nichos de mercado. Além disto, era mais fácil gerenciar custos e lucros, trabalhando com menores nichos de mercado do que investir em uma única banda ou artista (ANDERSON, 2006).

Dessa maneira, as majors libertaram a imagem da gravadora, à associação das bandas e artistas. Caberia apenas investir seu capital em um produtor musical, que se preocupava agora, com a inovação por meio de sua criatividade fonográfica (VICENTE, 2000).

Além disto, cabe ressaltar aqui que a nova organização do mercado fonográfico, contribuiu indiretamente com o processo de pirataria, à medida que facilitou a aquisição de determinados equipamentos e a distribuição do material sonoro, ao mesmo tempo em que o poder de compra avançava com o desenvolvimento econômico, a exemplo, o surgimento de tecnologias como a fita cassete, nos anos de 1970, e o CD nos anos de 1980. Dos suportes fonográficos existentes até meados dos anos de 1990, a fita cassete ainda era o mais forte dentro do mercado ilegal de distribuição fonográfica. Segundo o IFPI<sup>9</sup> o comércio de produções piratas em 1998 já representava um faturamento mundial de 5,5 bilhões de dólares, o que correspondia a cerca de dois bilhões de unidades de suporte (cassete e CD) e um percentual de 33% do comércio musical do mesmo ano (VICENTE, 2000).

De acordo com Lessig (2004 apud VIANA, 2009 p. 11), “muitas formas de pirataria são úteis e produtivas, seja para produzirem conteúdo novo ou para criarem novas formas de negócios”, assim, ao deixar de pagar direitos ou impostos sobre os suportes fonográficos, a pirataria contribuiu para a difusão de intérpretes e bandas independentes, facilitando a aquisição do material fonográfico.

É necessário destacar também, que o CD apesar de permitir a gravação em um suporte fonográfico menor e sendo assim, mais prático de se guardar e transportar, ainda era caro no começo dos anos de 1990, tornando difícil para os produtores independentes e pequenas bandas, prensarem a música neste tipo de material (FENERICK, 2007).

---

9. Federação Internacional da Indústria Fonográfica

Além destes fatores, é válido ressaltar que, embora atualmente o vinil esteja tendo um consumo considerável no mercado, os aparelhos usados para sua reprodução ainda são caros, o que leva o vinil a permanecer no domínio do mercado informal como sebos e bancas de rua.

## **6. PRODUÇÃO MUSICAL**

Segundo Macedo (2007), a produção musical é composta por cinco etapas: pré-produção, gravação, edição, mixagem e masterização. Esse processo é realizado por trabalho em conjunto de profissionais como produtores, cantores, instrumentistas, arranjadores, técnicos e engenheiros de som. Em razão do desenvolvimento tecnológico, especialmente pelo surgimento da fita magnética e a técnicas como overdubbing, criada por Les Paul nos anos de 1950, a mixagem e aos gravadores multitracks, cada instrumento poderia ser gravado separadamente. Antes destas tecnologias de edição, não havia a possibilidade de manipular o material gravado sendo que a produção musical, dependia unicamente de uma boa performance dos músicos.

O produtor musical, responsável por coordenar a equipe que trabalha com o projeto da concepção musical do artista ou banda, quando contratado por uma gravadora, torna-se o intermediário entre esta e o artista e quando trabalha como profissional autônomo, ele realiza a intermediação entre o artista e o mercado ou com as gravadoras interessadas. Além disto, ao contrário do que ocorre nas grandes gravadoras, nas Indies este profissional trabalha sozinho, sendo ao mesmo tempo produtor e engenheiro de som (MACEDO, 2007).

Diante desta compreensão, segundo Marques (2005), as fronteiras entre os gêneros musicais diminuíam já que determinados estilos de música tinha nitidamente traços sonoros de outros, resultado das influências culturais e sonoras dos músicos e bandas. Ainda segundo o autor, os gêneros musicais são processos temporais que ocorrem em contextos específicos e que criam seus padrões sonoros, por meio da busca incessante pela diferença, dos padrões estabelecidos e pela busca da originalidade.

As músicas dos anos de 1990 foram definidas assim, pela união de diversos gêneros musicais, como Rock, Hip-Hop, Punk e entre muitos outros, promovidos por bandas como Faith No More, 311, Deftones, Korn e Limp Bizkit, que trabalharam com

produtores como Rick Rubin e Ross Robinson. No Brasil, houve uma fusão desses gêneros musicais com os regionais como o forró, maracatu ou com sons rítmicos indígenas, que deram origem a bandas como Raimundos, Sepultura e Chico Science & Nação Zumbi, destacando-se o trabalho de produtores como Carlos Miranda, Léo bigode e Rick Bonadio. Os resultados musicais obtidos, destacaram-se no mercado musical, garantindo sucesso para as bandas que aderiram a essas inovações, ao mesmo tempo em que contribuíam para eliminar qualquer discriminação que houvesse em relação a mistura de diferentes estilos musicais.

## **7. OS JOVENS COMO AGENTES DE TRANSFORMAÇÃO CULTURAL**

Os jovens tornaram-se o principal alvo das estratégias mercadológicas ocorridas a partir do surgimento da cultura pop. Para Hobsbawm (1995), a revolução cultural, na segunda metade do século XX, foi promovida em grande parte pela juventude que se constitui numa fatia importante do mercado consumidor, impulsionando a indústria da moda e o mercado fonográfico. Nesse contexto, ainda de acordo com Hobsbawm (1995), o poder econômico do público jovem, podia ser medido pelas vendas de discos que passaram de 277 milhões de dólares, especialmente quando o Rock surgiu em meados de 1955, para 600 milhões em 1959 e 2 bilhões em 1973. No Brasil, segundo Morelli (1991) este consumo só viria a ter uma considerável relevância comercial, a partir dos anos 1980, já que este público era considerado um mercado ainda em formação e não dispunha de tanto poder de compra.

Devemos levar em conta também, que os jovens da chamada Geração X, tornaram-se os principais agentes de transformações culturais deste período. Segundo Santos (2011), esta geração está representada pelos nascidos entre os anos de 1960 e 1980 e cresceram acompanhando movimentos de lutas políticas e sociais. Presenciaram a guerra fria, a queda do muro de Berlim e as mudanças de conceitos existentes nas sociedades anteriores, o que contribuiu para os ideais de liberdade, presente nesta geração, que tinham a música como representante destes valores, ainda que vivessem marcados pela censura de imprensa, a exemplo do Brasil, durante o regime militar em meados dos anos 1960 e 1970. Ainda de acordo com Santos (2011) essa geração de jovens foi marcada pela influenciada televisão em sua formação cultural, que apresentava aos consumidores como as pessoas de diferentes níveis sociais estavam

vivendo. O desenvolvimento dos aspectos da música, em especial o Rock, acompanhou o desenvolvimento tecnológico das mídias digitais e foram marcados pelo aumento exacerbado dos apelos consumistas. Assim, a representação da geração desta época, se tornou essencial para o desenvolvimento cultural, na medida em que as novas tecnologias fomentaram o surgimento de novos subgêneros musicais do Rock, tais como o grunge, o pop punk e o New metal. Em razão disto é notável, uma correlação de influência tanto da cultura na música, quanto da música na cultura, como ferramentas essenciais das transformações ocorridas na segunda metade do século 20 e em especial da década de 1990, por parte destes jovens. De acordo com Mira (1997), isso ocorre porque a música é um meio que permite aos jovens se socializarem, expressarem suas emoções, fazer amizades e assim criarem suas identidades ou, em outras palavras, tribalizar-se. É por meio da música, que os indivíduos constroem suas identidades e estilos, definindo assim seus aspectos culturais (CERTEAU, 1990 apud CASTRO, 2001).

Segundo Sheth (2001) nos últimos 80 anos, considerando neste período o momento em que os discos se popularizaram em meados dos anos 1920, houveram significativas mudanças nos valores atribuídos pelos usuários aos produtos, saindo de uma orientação de mercado funcional e econômica para a preocupação de valores pessoais manifestadas pelas gerações seguintes. As gerações que surgiram antes dos anos de 1950 prezavam mais pela funcionalidade e qualidade dos produtos, enquanto que as gerações posteriores prezavam pelos chamados “valores não funcionais”, tais como satisfação social e emocional. Ainda de acordo com o autor, os indivíduos das gerações Baby boomers e a Geração X cresceram em uma sociedade que prezava mais pelo atendimento e pela conveniência do que a qualidade dos produtos, motivados principalmente pela estabilização financeira das gerações anteriores.

Atualmente, o mercado de consumidores de vinil não está limitado ao público mais velho. Segundo Gauziski (2013), existem consumidores jovens que passaram a adquirir os discos LPs a partir dos 14 anos, reforçando assim seu valor que, segundo Quines (2012), está relacionado com a ressignificação dos hábitos de consumo das gerações anteriores.

Os fatores culturais e mercadológicos acima mencionados influenciam e contribuem significativamente na produção das capas de discos, que são classificadas como embalagens que protegem o produto fonográfico. Cabe, portanto, tratar da função da capa de disco enquanto embalagem.

## 8. A EMBALAGEM

Os produtos culturais tais como livros ou filmes, embora necessitem de embalagens específicas, pois possuem concepções distantes de uma embalagem de outro ramo de consumo, também são resultados de um projeto e até certo ponto apresentam as mesmas funções. Faz-se necessário então uma reflexão histórica para compreender como as capas de disco se diferenciam das demais embalagens. Negrão (2008, p.23) descreve que, em sua etimologia, embalar é “[...] acondicionar (mercadorias ou objetos) em pacotes, fardos, caixas etc., para protegê-los de riscos ou facilitar seu transporte”. Dantas (1998, p.66) complementa que “[...] a embalagem carrega em si o espaço de sua criação, atestando tecnologias emergentes ou processos tradicionais, aliados à personalidade cultural dos grupos”. Tais descrições nos revelam que a produção de uma embalagem envolvem atividades pós-industriais como logística, distribuição, design, marketing entre outros, além de ações promocionais e de ponto de venda (MESTRINER, 2002). A partir da contextualização histórica do processo de embalar, podemos notar sua relevância para o mercado e como ela se associou à atividade do designer.

Conforme explica Mestriner (2002), as embalagens são utilizadas desde os primórdios da humanidade com a intenção de conter, proteger ou transportar produtos. As primeiras embalagens que se tem conhecimento, surgiram a mais de 10 mil anos a.c., em função do desenvolvimento das primeiras civilizações tribais e o cerceamento das atividades nômades. Nesse contexto, elas eram elaboradas inicialmente de forma artesanal com materiais disponíveis na natureza como troncos de árvores, folhas, conchas entre outros materiais naturais, sendo que ao longo de seu uso, foram realizadas pequenas mudanças em sua estrutura para proteger alimentos e possibilitar o transporte de itens líquidos, de uma região para outra no território (TOGA, 1985 apud NEGRÃO, 2008).

Com o desenvolvimento do modo de vida do homem, das relações de troca de comércio entre civilizações e dos meios de produção, fez-se necessário novas formas de identificação e diferenciação das embalagens. Segundo Mestriner (2002, p.14),

[...] as embalagens inicialmente, eram identificadas exclusivamente por suas formas, devido a limitações técnicas, constituindo assim, os primeiros pilares da linguagem visual da embalagem. Porém, a forma estrutural por si só não podia identificar a variedade dos produtos existentes, sendo necessária então, a designação de seu conteúdo.

Desse modo, as definições dos parâmetros para o desenvolvimento da embalagem, foram sendo ampliados à medida que o comércio e o trânsito de mercadorias cresciam. Os aspectos do desenvolvimento dos movimentos artísticos do período, também se fizeram presentes na embalagem. Segundo Negrão (2008, p.26),

Se observarmos os aspectos estéticos e comunicacionais do desenvolvimento do setor, vamos constatar que, até o início do século 20, as embalagens estavam estreitamente relacionadas a movimentos artísticos e seus rótulos refletiam estas referências visuais. Podemos reconhecer nas embalagens do período, movimentos como o Art Nouveau e o Art Déco. Em alguns casos, não havia sequer o nome do produto estampado no rótulo. O aspecto visual restringia-se ao caráter estético. Não existia ainda dimensão mercadológica do produto. As indústrias não tinham descoberto o conceito de marca como valor agregado ao produto.

Após as duas grandes guerras, as disputas por novos mercados foram estimuladas por meio do consumo, dando assim maior poder de decisão aos consumidores no ato da compra. Surgia então, a ideia de “Autosserviço” (do inglês Self-Service) que seria aplicada inicialmente aos estabelecimentos de varejo e posteriormente aos supermercados e hipermercados. O autosserviço, de acordo com Varotto (2006, p.89),

[...] apareceu pela primeira vez na Califórnia por volta de 1912, caracterizando o formato de alguns estabelecimentos de varejo na época. [...] se consolidou nos Estados Unidos após a grande depressão de 1929 em função de sua capacidade de redução de custos fixos, menor utilização de mão-de-obra e capacidade de ofertar os melhores preços e mais variedade para o público. Essa forma de ofertar a embalagem para os consumidores, porém, só ganhou força nos anos pós segunda guerra, já que após esse período surgiram diversos estabelecimentos nessa modalidade de vendas como os supermercados Sirva-se S.A. (1953), Peg-Pag (1954), Mapps (1957) e o Pão de Açúcar (1959), Makro (1976) e o Carrefour (1975).

A embalagem então deveria “se vender sozinha, necessitando assim criar uma imagem de valor, de marca e do produto contido, na mente do consumidor”. (TAMBINI, 2004, p. 242). Além das novas necessidades da indústria nos anos 1960, a

crescente utilização da tecnologia de computadores, apresentaram as empresas novas possibilidades de criação para a embalagem como o uso de plástico polietileno, PET<sup>10</sup> e o desenvolvimento de sistemas de abertura como rip top e ringpull (DANTAS, 1998). Mestriner (2002) também ressalta que nos anos pós-segunda guerra mundial, visando um equilíbrio sustentável entre a indústria, os consumidores e o meio ambiente, outro paradigma foi agregado à embalagem: a sustentabilidade. Essa nova discussão trouxe assim, a responsabilidade social ao desenvolvimento das embalagens.

As evoluções tecnológicas promoveram mudanças na cultura e, conseqüentemente, nos hábitos das pessoas, criando um novo estilo de vida, pelo desenvolvimento dos meios de transporte, telecomunicações, eletrodomésticos e dos computadores. Surge então, a necessidade de embalagens de produtos alimentícios de consumo rápido, para atender a esse novo estilo de vida, como as comidas prontas congeladas e as redes de Fast-Food. Este novo modo de consumo, influenciou significativamente os estilos dos indivíduos.

Nos anos de 1990, com a crescente confluência de culturas promovidas pela globalização, com a intenção de conquistar novos nichos de mercado (não apenas o regional, mas sim, o mercado global), as empresas investiram nos aspectos formais da embalagem, visando criar novos padrões e se estabelecer comercialmente.

## **9. FORMATOS DIFERENCIADOS**

Desde os primórdios da humanidade, o homem se apropria de determinadas construções formais para satisfazer suas necessidades, como por exemplo, construir um artefato para perfurar um alimento ou para produzir símbolos em um determinado suporte com o propósito de se comunicar visualmente. O estudo do aspecto formal ganhou notória importância na antiga civilização grega, que tem seus aspectos rebuscados durante o período histórico conhecido por Renascimento e chega ao conceito de produção em escala industrial, por meio da chamada arte moderna (ARNHEIM, 1989).

De acordo com Gomes Filho (2009), a forma pode ter várias definições e representa os limites externos da matéria, por meio de elementos como ponto, linha, plano e

---

10. PET: Polietileno tereftalato, é um polímero termoplástico utilizado principalmente na forma de fibras para tecelagem e produção de embalagens para bebidas.

volume. O formato quadrado, utilizado convencionalmente por designers e artistas de capas de discos, revela a importância desta configuração geométrica, que se apresenta naturalmente como um espaço de equilíbrio e repouso, podendo sua representação ser visual ou tátil.

De acordo com Dondis (2007), o olho humano opta por uma varredura circular no campo visual, tendo início preferencialmente pela parte superior esquerda, passando pelo lado inferior esquerdo e superior direito. No caso das capas de disco, o sistema de leitura visual é semelhante, sendo que o peso visual ou a configuração formal da embalagem tende a convergir para centro do espaço, além de que tal forma de ler a imagem é feita na maioria das vezes, inconscientemente. De acordo com Arnheim (2002), esta maneira de ler é inconsciente e realizada pelo cérebro, como uma tentativa de eliminar os excessos do espaço e restabelecer um equilíbrio, uma harmonia entre os elementos que o circundam (Figura 3).

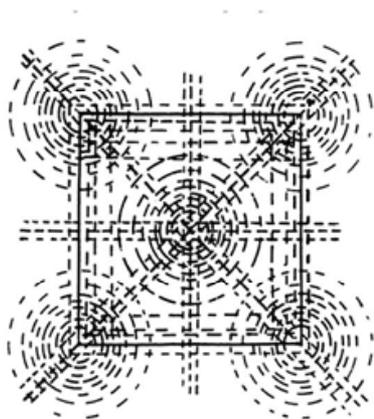


Figura 3: Esqueleto estrutural do quadrado proposta por Rudolf Arnheim.

Tal aspecto pode ser observado na capa do disco da banda Boston (Figura 4), projetada pela artista e designer gráfica Paula Scher, em que o peso da imagem, embora esteja circundado por diversos elementos visuais, tende a convergir para o centro do quadrado.

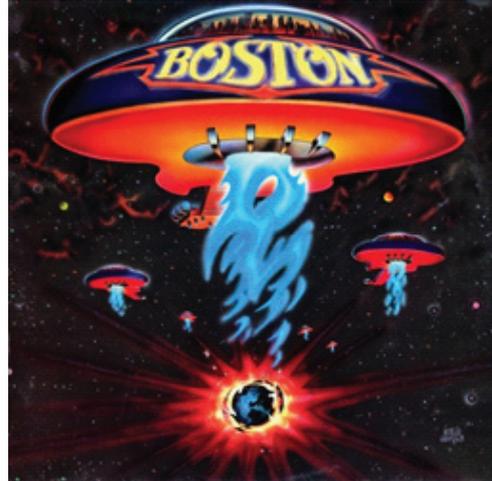


Figura 4 - capa do álbum  
"Boston" (1976) da banda Boston.

O mercado da embalagem também se apropriou de novas configurações formais para inovar os produtos e, neste contexto, as capas discos que atendem a um segmento de mercado também se inseriram nesta lógica e sofreram mudanças estruturais, a exemplo, o disco Transa, de Caetano Veloso (Figura 5) que com suas linguetas unidas formam um prisma.



Figura 5: Capa de disco Transa,  
de Caetano Veloso (1972).

Algumas capas inovaram pelo conceito formal e material, a exemplo a capa do disco Ogdens' Nut Gone Flake da banda Small Faces (Figuras 6 e 7) ou do disco Stick fingers da banda Rolling Stones, onde a idéia de um zíper abrir a capa do LP, embora afirmasse uma interatividade com o consumidor, infelizmente arranhava o disco (Figuras 8 e 9).



Figura 6: Capa do disco Ogdens' Nut Gone Flake, da banda Small Faces (1968).



Figura 7: Verso da Capa do disco Ogdens' Nut Gone Flake da banda Small Faces (1968).



Figura 8: Capa do disco Stick fingers da banda Rolling Stones (1971).



Figura 9: Detalhe do zíper que abre a capa do disco Stick fingers da banda Rolling Stones.

Outras soluções criativas foram bem aceitas e cativaram seus públicos como o disco Physical Graffiti da banda Led Zeppelin, a qual possuía elementos vazados no local das janelas, para que os consumidores pudessem interagir com a capa e demais elementos gráficos aplicados no disco (Figuras 10 e 11). Segundo Evans (2016) o disco atrasou meses o seu lançamento devido sua embalagem elaborada e custosa.



Figura 10: Capa do LP Physical Graffiti da banda Led Zeppelin (1975).



Figura 11: Capas internas do LP Physical Graffiti da banda Led Zeppelin (1975).

As capas de CD, também não ficaram de fora das inovações formais, a exemplo o disco Pulse da banda Pink Floyd (Figura 12) que possuía uma lâmpada LED na lateral da capa. Além destas, o LP também passou por propostas inovadoras como o da banda Cansei de Ser Sexy, que embora tenha formato quadrado, conhecido por Lo-fi (Figura 13), seja apenas uma reconfiguração do formato convencional.



Figura 12: Capa do CD Pulse da banda Pink Floyd (1995).



Figura 13: Disco LP Lo-Fi da banda Cansei de Ser Sexy (2006).

Nesse contexto de inovações, a embalagem segundo Negrão (1998, p. 13), “é uma das atribuições do designer que exemplificam bem a tênue divisão que existe entre o projeto de produto e o projeto gráfico”.

## **10. MATERIAIS PARA EMBALAGENS E CAPAS DE DISCOS LP**

De acordo com Twede (2010), a seleção de materiais e a forma das embalagens estão diretamente relacionadas, já que dependendo da embalagem proposta, deve ser levado em conta que estas passam por diferentes métodos de manufatura, produção e em alguns casos, tratamentos de pós-produção, a fim de aperfeiçoar suas propriedades. Conforme o autor, o papel juntamente com o papelão, é o material mais utilizado para confecção de embalagens, representando um percentual de 34% na composição estrutural, muitas vezes revestidas ou laminadas com plásticos. Estes últimos por sua vez, representam 30% da composição das embalagens. O papel oferece muitos benefícios: bom desempenho a um custo baixo, rígido e opaco, bom suporte de impressão e versátil. Pode ser produzido de diversas formas naturais de celulose como a madeira, o algodão ou gramíneas. A espessura do papel é determinada pela quantidade de fibras que são adicionadas a pasta de celulose durante o processo de aglutinação que ocorre por meio do processo industrial conhecido por calandragem, em que o papel passa por um conjunto de rolos metálicos aquecidos. Ainda de acordo com o autor, não existe um acordo universal que determina o que é papelão ou papel sendo que, a norma ISO determina a transição a partir de 250 g/m<sup>2</sup> de espessura.

Os primeiros discos LP, ainda produzidos em goma-laca, segundo Sastre (2016), eram protegidos por um envelope de papel Kraft de gramatura fina. Com o surgimento do disco de vinil, o Duplex<sup>11</sup> tornou-se o papel utilizado na confecção das capas.

O Duplex, é composto de uma fina camada de papel branco descorado sobre outra camada mais, fruto de uma combinação de propriedades químicas, físicas e estéticas, sendo o mais adequado para quase todas as aplicações de embalagem (TWEDE, 2010).

---

11. É uma variação do papelão, que surgiu e dominou o mercado de embalagens de autosserviço no século XX..

## 11. AS CAPAS DE DISCO

As capas de discos podem ser definidas como uma embalagem informativa e personalizada que contém o produto fonográfico (LAUS, 1998). Em sua construção sociocultural e tecnológica, também se tornaram produtos únicos, dignas de evocar desejos de posse e admiração a seus consumidores e colecionadores, características essas que transpassam seu tempo histórico (TADA; BALEEIRO, 2012). Estes aspectos se refletem nos tempos mercadológicos atuais, tendo em vista que empresas como a Sony, pretendem retomar a produção de discos LP. Isto reforça a ideia de que a existência destes discos e, conseqüentemente de suas capas, ainda perdurará por muito tempo, adaptando-se às futuras novas tecnologias sem perder sua essência.

Os princípios de configuração das primeiras capas estiveram ligados essencialmente a estrutura do primeiro suporte fonográfico, capaz de gravar e reproduzir sons: o fonógrafo de Thomas Edson criado em 1877 (Figuras 14 e 15). Surge daí os cilindros fonográficos. Estes cilindros eram produzidos com cera de carnaúba, na qual a música era gravada. Este processo permitia a raspagem e uma nova gravação, permitindo assim a reutilização do cilindro. Essa prática poderia ser traduzida nos anúncios do empresário brasileiro Fred Figner, o principal responsável pela chegada da música gravada no Brasil: na compra de um cilindro gravado, a entrega de um usado garante um substancial desconto (CARDOSO, 2005).



Figura 14 - Thomas Edson e sua invenção: o fonógrafo.



Figura 15 - O fonógrafo.

Os cilindros eram vendidos, em uma embalagem de mesmo formato e se resumiam em um invólucro com algumas poucas informações como o nome do fabricante, da gravadora e em alguns casos era possível observar a foto do Thomas Edson, além da diferenciação por cores de acordo com os modelos de fabricantes (Figuras 16 e 17). A principal forma de divulgação, antes do surgimento da televisão e do marketing, era o boca a boca das pessoas, que compartilhavam as informações sobre os bons intérpretes entre si. No caso das orquestras, essa divulgação ocorria, principalmente, pelos frequentadores de teatros. O apelo visual e criativo das capas até então, não eram percebidos como o grande fator de diferenciação e motivador de compra dos discos.



Figura 16 - Embalagem de cilindros para fonógrafo.

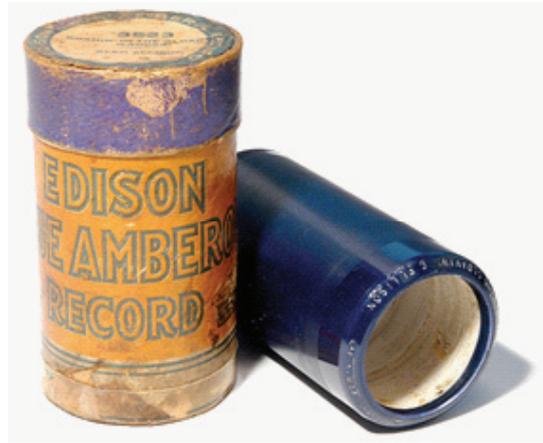


Figura 17 - Embalagem de cilindros para fonógrafo.

Alexander Graham Bell (1847-1922) apresentou em 1880 um sistema parecido com o de Thomas Edson, porém com o uso de agulhas flutuantes, chamadas assim na época, que serviam para ler o suporte fonográfico. Posteriormente, Emile Berliner (1851-1929) criou e comercializou, por volta de 1888, o Gramophone (Figura 18 e 19), um sistema que fazia uso de chapas gravadas, produzidas com goma - laca ao invés dos cilindros e que seriam conhecidos como discos<sup>12</sup> ao longo da história da música.



Figura 18 - Gramophone de Emile Berliner.

---

12. O termo “Disco”, neste trabalho será usado como referência ao suporte fonográfico onde a música é gravada



Figura 19-Gramophone.

Com a possibilidade de serem gravadas em apenas um lado, estas chapas tinham aproximadamente 17 cm de diâmetro (Figura 20) e giravam a 70 RPM<sup>13</sup>, o que contabilizava aproximadamente 2 minutos de gravação. Posteriormente os discos seriam prensados nos 2 lados da chapa e poderiam rodar a 78 RPM dando possibilidade de gravações de até 5 minutos (CARDOSO, 2005). O processo de industrialização que permitia as cópias, só ocorreu por volta de 1893. Neste contexto, foi criado um novo mercado que mudava para sempre a maneira de ouvir música, visto que é mais fácil produzir em larga escala um disco do que um cilindro<sup>14</sup> (BRAIN, 2001), criando assim o que pode ser chamado de indústria do entretenimento (CARDOSO, 2005).

As músicas instrumentais e de ópera, consideradas as músicas populares da época, não estavam mais restrita a lugares específicos como o teatro. Agora era possível comprar o fonograma<sup>15</sup>, o aparelho para reproduzi-los e escutar a música na sala de estar. Em razão de ser uma nova tecnologia, da mesma maneira que acontece com o CD, podemos perceber que o fonógrafo, não era um produto disponível a todas as classes sociais, sendo restrito apenas à pessoas com um considerável poder de compra.

---

13. Rotações Por Minuto.

14. Tradução do autor: [...] it's a lot easier to mass produce a flat disk than a cylinder.

15. Suporte fonográfico onde a música é gravada



Figura 20: Discos de goma-laca de 70 RPM.

As primeiras, agora de fato, capas de discos, apresentavam características semelhantes umas às outras: um envelope com círculo vazado no meio, papel similar ao kraft, impresso em tipos móveis, com poucas ilustrações e vinhetas, impressão em tinta preta ou, em casos especiais, em cores (Figura 21). O projeto das capas até aquele momento era considerado adequado, visto que, o que interessava era apenas a identificação das faixas no disco e o rótulo do disco. No rótulo, informações numa tipografia quase sempre abaixo do corpo 14, em texto corrido com letras com ou sem serifa e a parte superior contendo a marca da gravadora (Figura 22).

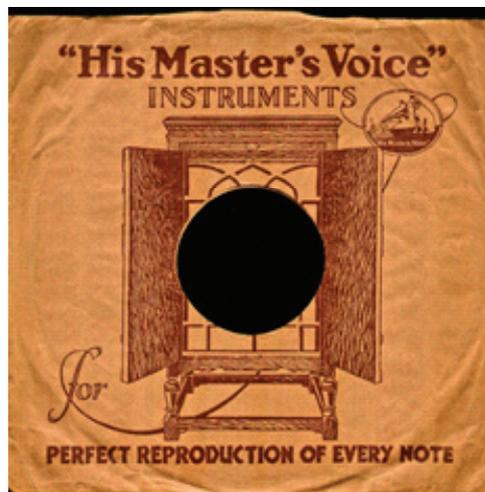


Figura 21: Primeiras capas de discos de goma-laca.



Figura 22: Rótulo de disco.

A música gravada chega ao Brasil no início do século XX, em razão de um contrato entre Fred Figner e sua empresa, as Casas Edison, com a companhia alemã International Talking Machine em 1902. Surge então a primeira fábrica de discos da América latina sob a denominação de 'Disques Odeon', que posteriormente se tornaria a 'Odeon Records'. A partir da segunda metade do século XX, seria conhecida mundialmente como 'EMI Records' (LAUS, 1998). Assim, começam a ser apresentadas ao público as primeiras capas de discos no Brasil (Figuras 23 e 24). Segundo Laus (1998, p. 120),

[...] os indícios sugerem que os discos fabricados no exterior para a Casa Edison vinham embalados em caixas de papelão com um papel intercalado, sem nenhuma embalagem individual. Estas eram então produzidas e impressas aqui no Brasil usando um papel pardo semelhante ao Kraft, com gramatura fina, em formato do envelope quadrado com abertura num dos lados.



Figura 23: Discos embalados em papel pardo.



Figura 24: Primeiras capas de discos no Brasil.

Antes de tratar aqui do surgimento das capas temáticas e do surgimento do LP de fato, se faz necessário apresentar um conceito presente nos discos, que seria reutilizado e adaptado anos mais tarde com o surgimento do CD: “os álbuns”. Inspirados no conceito de álbum fotográfico, estes surgiram como necessidade para guardar os discos das músicas de concerto das orquestras, que exigiam diversas unidades, já que os discos de 78 RPM não rodavam mais que 5 minutos de gravação. Associa-se também a tradição

“[...] norte americana de utilizar palavra ‘álbum’ como sinônimo para LP” (CARDOSO, 2005. p. 305). A embalagem era produzida com material tecido encerado semelhante ao couro, com diversas divisões internas que comportam aproximadamente até 12 envelopes de discos (Figura 25, 26 e 27). Alguns continham estampas prateadas ou simplesmente o nome dos proprietários e das obras com número na lombada e página de rosto. Estes álbuns eram comercializados vazios não tendo nenhuma relação com a produção fonográfica. Apenas em 1939, surgiram alguns artistas com seus primeiros álbuns personalizados com as letras das músicas impressas em uma folha ou mais, que formavam os libretos<sup>16</sup>, que seriam retomados com o surgimento do CD (CARDOSO, 2005).



Figura 25: Álbum de discos.



Figura 26: Álbum de discos.

---

16. Texto a partir de onde são compostos óperas ou oratórias



Figura 27: Álbum de discos.

Por volta de 1920, um acidente de laboratório, possibilitaria o surgimento de um novo material, que seria aperfeiçoado anos mais tarde para gravar as músicas. Tratava-se do Vinilite, que ficou conhecido anos depois como PVC<sup>17</sup> e mais tarde, simplesmente como vinil. O Vinilite, durante esse período, foi utilizado como material de encape dos fios e tubulações de navios. Em 1929, a quebra da bolsa de valores de Nova York provocou uma histórica recessão econômica, afetando os principais comércios do mundo e conseqüentemente, os mercados consumidores de discos. Com a recessão econômica no cenário internacional, o consumo interno de discos passa a aumentar consideravelmente no mercado brasileiro. O surgimento do cinema falado, do rádio e incentivo a propaganda durante o governo de Vargas, tornam-se fatores fundamentais na difusão fonográfica brasileira. Segundo Laus (1998, p.119) “[...] na entrada dos anos 1930, já podemos começar a olhar para o disco com a visão do designer gráfico”.

Apesar do conturbado cenário econômico, empresas concorrentes como a RCA-Victor e a Columbia Phonograph Corporation faziam pesados investimentos na busca por novas tecnologias que produzissem um suporte fonográfico com melhor qualidade e que permitisse um maior tempo de gravação. É assim que em 1931 surge o que é considerado o precursor do vinil já com a tecnologia do microsulco: um disco produzido pela RCA-Victor e chamado de Victrolac, com rotação de 33 e 1/3 para ‘profissionais’. Seu uso comercial foi impedido por diversos fatores sendo que um destes foi justamente a falta de um player apropriado, para um mercado ainda pouco preparado para inovação (LAUS, 1998).

---

17. Policloreto de Vinila

## 11.1 O LP E SUAS CAPAS

Em meio a este período de turbulência econômica, enquanto são definidos os caminhos da indústria fonográfica como conhecemos e procurando uma nova forma de atrair os consumidores para o consumo de discos no mercado musical, Alex Steinweiss diretor da Columbia sugere aos executivos da empresa uma nova forma de atingir tais objetivos: adicionar desenhos e pinturas nas capas. Inspirado por cartazes alemães e franceses que ele havia visto. Assim as capas da Columbia Records começam a sair de fábrica com papéis coloridos e ilustrações coladas nas capas e que posteriormente se tornaram as capas de discos LP produzidas de fato (Figuras 28 e 29). Surgem assim, as primeiras configurações visuais das capas de discos LP, da forma como conhecemos atualmente.



Figura 28: Alex Steinweiss em seu estúdio.



Figura 29: Capa de disco LP criada por Alex Steinweiss.

Por volta de 1940, após os discos da Columbia começarem a apresentar ilustrações bem trabalhadas pelas mãos de Alex Steinweiss, surge no Brasil as primeiras capas personalizadas pela gravadora RCA-Victor: as capas para os discos de carnaval de 1945 (Figura 30).



Figura 30: Discos para carnaval de 1945 da RCA-Victor.

Na mesma época começam a serem produzidas as capas temáticas para o público infantil pela gravadora Continental (Figura 31 e 32), lançados em disco colorido (Figura 33) para atrair atenção do público infantil (LAUS, 1998).



Figura 31: Capa de disco infantil produzido pela Continental: O chapeuzinho vermelho e história da baratinha (1949).



Figura 32: Verso do disco O chapeuzinho vermelho e história da baratinha (1949).



Figura 33: Disco 78 RPM da continental para o público infantil

Mais tarde com o fim da segunda guerra mundial, havia no mercado um novo material disponível para ser estudado e aplicado ao comércio de produtos. A indústria fonográfica (em especial os estudos desenvolvidos pela CBS/ Columbia records) tratou de aproveitar propriedades técnicas do Vinilite, desenvolvendo assim em meados de 1948 o LP, também chamado popularmente anos depois no Brasil, como Bolachão. (CARDOSO, 2005). O LP, chega ao Brasil três anos depois, a partir de uma licença da gravadora Sinter para importar os discos por meio do selo Capitol, produzindo discos para o carnaval, tornando o Brasil o quarto maior consumidor de discos depois dos Estados Unidos, Inglaterra e França. Por volta dos anos de 1950, segundo Evans (2016) surgem e ganham destaque os principais movimentos musicais da época tais como o Jazz e o Rock 'n Roll, criando novos nichos de mercado.

Neste novo mercado consumidor, artes gráficas ganham um impulso significativo com a busca de profissionais aptos a trabalharem com ilustração e fotografia. Muito destes profissionais vinham de agências de publicidade instaladas no Brasil. Cabe ressaltar aqui, que a fotografia já havia sido utilizada primeiramente nos fonogramas e logo depois, em alguns envelopes de discos por volta de 1940. Elas aparecem de forma minuciosa (Figura 34) e quando passam a relacionar o repertório de determinados artistas em determinadas quantidade, ou seja, o seu volume de títulos produzidos justificava o seu uso (CARDOSO, 2005).



Figura 34: Fotografia começa a ser usada nos discos.

Até o final dos anos de 1950, os formatos mantidos no Brasil acompanhavam o padrão internacional: rodando a 78 RPM com dez polegadas de diâmetro (25 cm) para a música popular e 12 polegadas (31 cm) para a música clássica. O formato de 12 polegadas é adotado definitivamente a partir de 1958, definindo também assim as dimensões padrões das capas (32 x 32 cm), adotadas neste período em diante. O surgimento do Rock e do mercado consumidor dos jovens marca no cenário brasileiro o despertar da Bossa Nova e ampliam as possibilidades de criação das capas. Cesar Villela se destaca neste cenário por produzir capas que apresentariam uma característica própria de suas produções para o selo Elenco: uma capa geralmente em preto e branco com um ponto vermelho (Figura 35) definia a arte que compunha seu projeto de capa de discos (CARDOSO, 2005).

Baseadas nos trabalhos de Steinweiss, no contexto dos novos gêneros musicais e nos novos mercados, surgem as capas de LP e álbuns temáticas, não mais apenas com uma ilustração que remetesse ao conteúdo do disco LP ou que tivesse uma ilustração com cores vibrantes, além disto, as capas conceituais serviriam de referência para todas as outras produções de capa ao longo da segunda metade do século XX, à exemplo, conforme Evans (2016),aquele que é tido como o primeiro álbum e capa conceitual da história, "In the wee small hours", do cantor de Jazz Frank Sinatra, de 1955que apresenta o

músico em uma rua sem grandes movimentos provavelmente tarde da noite (Figura 36).



Figura 35: Capas de discos LP produzidas por Cesar Villela para o selo elenco na década de 1950.



Figura 36: Frank Sinatra, In the wee small hours (1955).

## 11.2 OS MOVIMENTOS CULTURAIS A PARTIR DE 1960

Os anos de 1960 tornaram-se determinantes para as grandes transformações visuais das capas de discos. É neste período que surgem os movimentos da contracultura, Sob os aspectos da cultura pop, além da expansão comercial do Rock. Este período foi marcado por manifestações de cunho político, surgimento de drogas como o LSD, além da difusão de ideias de liberdade individual promovidas essencialmente pelo público jovem da época. Tais mudanças culturais podem ser notadas no lançamento do disco "Sgt. Peppers lonely hearts club band" (Figura 37) dos Beatles em 1967 bem

como o aspecto psicodélico nas capas de outros artistas do período (Figura 38). Apelos às imagens dos artistas, intérpretes e bandas, por meio de fotografias publicitárias, seriam aplicados de forma tênue à produção das capas ao longo das próximas décadas, como forma de reforçar a imagem destes artistas, que eram os portadores das vozes dos movimentos de cunho sócio-político.



Figura 37: Capa do LP Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band, dos Beatles, (1967).

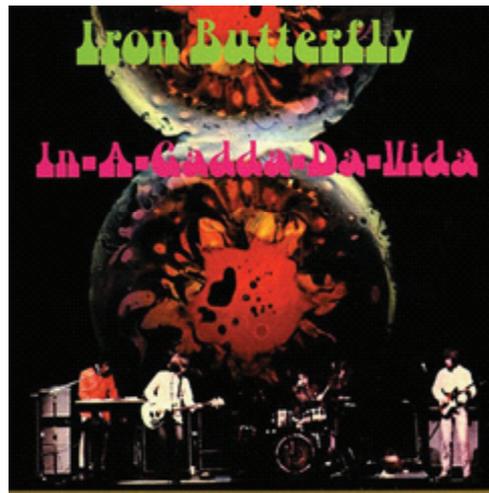


Figura 38: Capa do LP In-A-Gadda-Da-Vida do grupo Iron Butterfly, (1968).

No contexto brasileiro, o movimento Jovem Guarda, expressava suas características principalmente por meio da música, inspirados nos movimentos como o Rock (Figura 39). Segundo Melo (2008, p. 46),

Utilizando-se da linguagem visual das vanguardas internacionais, a Jovem Guarda encontrou em elementos como guitarras, o automóvel e no nível comportamental, a revolução na moda - com uso de adornos e nos estilos dos músicos - os pilares para a determinação das primeiras modificações na cultura visual desenvolvida até aquele momento. Tudo isso, trabalhado e desenvolvido para contribuir com o consumo de massas estabelecidos nos períodos pós-segunda guerra mundial.



Figura 39: Capa de disco da Jovem Guarda (1965)

Surge daí artistas como Roberto Carlos, Wanderléa, entre outros. A Jovem guarda, abre caminho para o surgimento da Tropicália, que embora tenha durado apenas dois anos, contribuiu para a criatividade nas capas de discos da época. Enquanto na Bossa Nova as expressões visuais das capas se apresentavam com poucos elementos, a exemplo as capas de Cesar Villela, na tropicália, elas são transmitidas por meio de uma linguagem visual alegórica e complexa. Esta nova expressão, estabeleceu suas diretrizes gráficas apoiadas nos elementos da cultura pop e do psicodélico (MELO, 2008).

A influência do contexto internacional as capas dos discos dessa época, podem ser notadas ao compararmos a capa que marca o início do movimento (Figura 40) à capa dos Beatles de 1967. Tipografias exclusivas, cores em demasia, apelo à figura publicitária da banda ou intérprete, apresentavam o cenário da produção nacional, em que as capas eram assinadas por nomes como Rogério Duarte e Rubens Gerchman (Figura 41).



Figura 40: Primeira capa de disco do movimento tropicalia (1968).



Figura 41: Primeiro disco de Caetano Veloso. Projeto gráfico de Rogério Duarte. (1968).

Na década de 1970 e o início dos anos de 1980, continuariam presentes os reflexos dos movimentos sociopolíticos iniciados anteriormente. Neste contexto, três novos gêneros musicais, surgem para moldar mais uma vez os paradigmas das capas: o movimento Punk, o Hip-hop e a introdução da música eletrônica ao contexto das bandas de rock, na década de 1970. Cada um destes estilos musicais ofereciam seus principais elementos como suporte para a configuração visual das capas de LPs: o Punk oferecia suas produções independentes movidas por ideais de contestação política, caracterizadas pelas imagens produzidas com recortes de jornais e revistas que acabaram se refletindo nas capas de discos deste gênero musical (Figura 42); o hip hop ofereceu a arte urbana do Graffiti e suas tipografias exclusivas e a música eletrônica, seu visual futurista enraizado nos aspectos do design gráfico modernista que predominava na linguagem visual da época, apoiado nas novas tecnologias, com

o uso das manipulações fotográficas e o surgimento do computador pessoal na década de 1980 (HOLLIS, 2005). Estes dois fatores tornaram-se partes essenciais na expressão gráfica da década (Figuras 43, 44 e 45).



Figura 43 - Kraftwerk, Die menschmaschine (1978).



Figura 44: Rótulo do LP Die mens-  
maschine da banda Kraftwerk (1978).



Figura 45: Capa do LP do grupo de Hip-  
Hop, De La Soul (1989).

Apesar do surgimento de outros gêneros musicais, a música popular no contexto nacional, era a vertente mais forte de expressão da época além de que não houveram significativas mudanças nos aspectos das capas da época da tropicália para as capas de LP dos anos de 1970 e 1980. A ampliação do mundo pop, os filmes underground, a contracultura, a arte fora dos museus e a literatura fora das academias, todo este cenário era reproduzido nas capas de discos (Figura 46), reforçando a idéia de que as capas, eram o campo de experimentação perfeito para as inovações formais e gráficas da embalagem (RODRIGUES, 2006).



Figura 46: Capa do disco “As aventuras da Blitz” (1981).

A censura, um dos aspectos que marcou o contexto cultural brasileiro nesta época, além do chamado milagre econômico, contribuiu para a delimitação e ampliação da criatividade nas capas. Novas formas de apresentar determinados símbolos, tanto nas letras quanto nas capas dos discos, precisavam ser repensadas para ludibriar os censuradores. A capa do disco “Jardim elétrico”, da banda Mutantes, exemplifica a criatividade empregada neste propósito (Figura 47). A figura de uma planta com olhos grandes simbolizava um enorme pé de maconha estilizado, que apenas quem era familiarizado com o assunto poderia notar (RODRIGUES, 2006).

Aspectos como este, demonstram claramente os rumos adotados pela expressão visual das capas de discos entre 1970 e 1980 que podem ser resumidas nas palavras de Rodrigues (2006, p.83),

O design das capas nesse período vai reproduzir o imaginário cultural que permeava o período em questão. Desenhos alucinógenos, fotos em que os detalhes tem importância maior (predominantemente as partes do corpo humano, associadas ao prazer), muitas cores, imagens metafóricas, alegorias e poesia. As imagens se tornam espaço de discussão de gênero, sexualidade - subversão da linguagem e do comportamento.



Figura 47: Capa do disco “Jardim Elétrico”, da banda Mutantes (1971).

### 11.3 AS CAPAS DE DISCOS LP EM 1990

Os anos de 1990 marcaram o gradual desaparecimento do LP em razão do surgimento do CD. As expressões gráficas das décadas anteriores, mencionadas ao longo deste trabalho, encontram nesta época a liberdade para se tornarem, uma única expressão. A fusão de diversos gêneros musicais dava a possibilidade da criação de um estado na arte da criatividade nas capas de discos (Figuras 48 e 49), sendo esta fusão marcada pelo surgimento de um novo subgênero do Rock: o New Metal. Neste contexto, a linguagem visual da época era compreendida como eclética e se consolidava como um design gráfico híbrido, que de acordo Poynor (2010), era descrita como uma “desconstrução” gráfica e esta teria se tornado popular para o período.



Figura 48: Capa do CD Significant Other da banda Limp Bizkit (1999). Uma banda de rock expressava em sua capa características expressões visuais da cultura Hip-Hop.



Figura 49: Encarte do CD Significant Other da banda Limp Bizkit (1999). Uma banda de rock expressava em sua capa características das expressões visuais do Hip-Hop.

À medida que a década avança, o LP desaparece aos poucos das prateleiras e suas características vão sendo reorganizadas conjuntamente com as expressões culturais da época para consolidar as características visuais do CD. Surge novamente o uso dos libretos, também chamados de Encartes, utilizados nos primeiros discos LP, para apresentar as letras, fotos dos intérpretes e bandas, além de informações comerciais como contatos para shows, entre outros (Figuras 50, 51, 52).

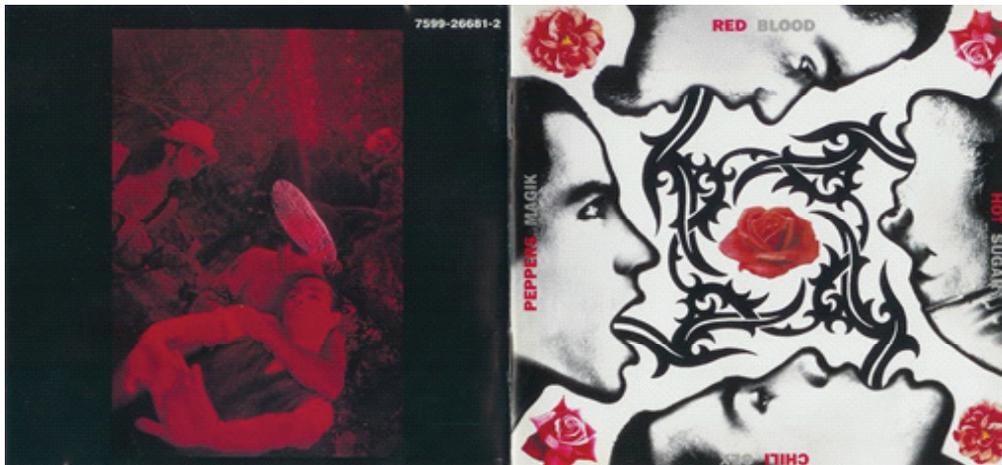


Figura 50: Capa do CD Blood Sugar Sex Magic da banda Red Hot chilli Peppers (1991).

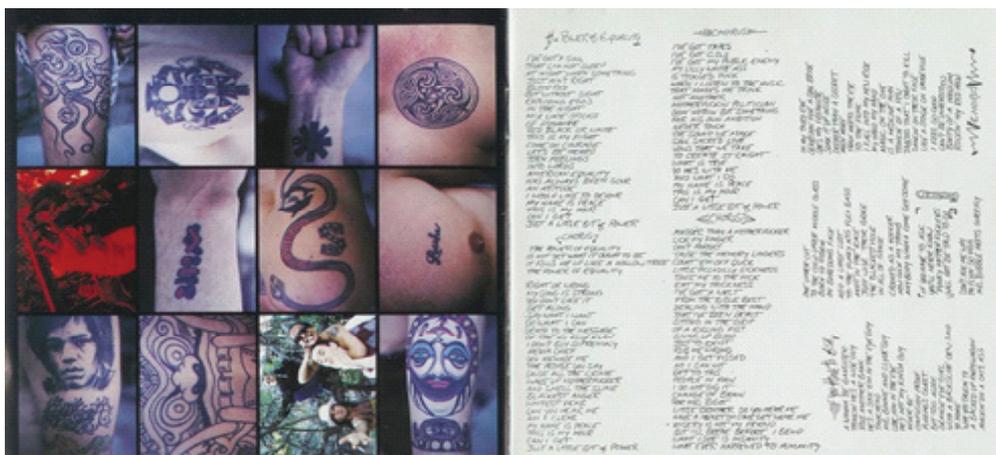


Figura 51: Encarte do CD Blood Sugar Sex Magic da banda Red Hot chilli Peppers (1991).



Figura 52: Encarte do CD Blood Sugar Sex Magic da banda Red Hot Chili Peppers (1991).

Embora já houvesse uma tendência de substituição pelo CD, durante os anos de 1990 no Brasil, alguns discos ainda eram produzidos no formato LP como “O papa é pop” (1990) da banda Engenheiros do Hawaii (Figura 53) e “Eletricidade” (1991) da banda Capital Inicial (Figuras 54 e 55).

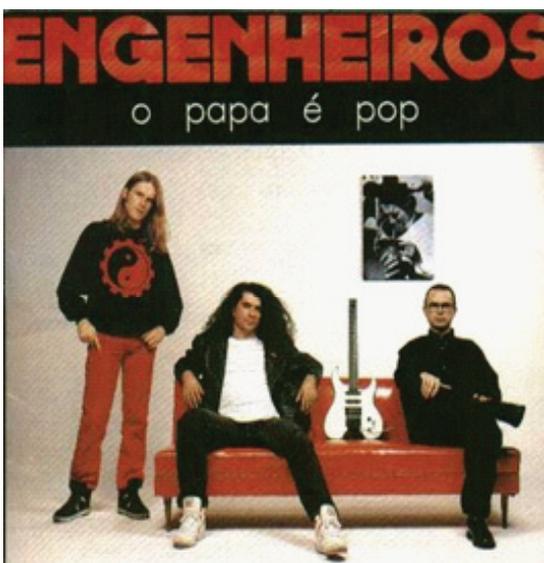


Figura 53: Capa do disco “O papa é pop” dos Engenheiros do Hawaii (1990).

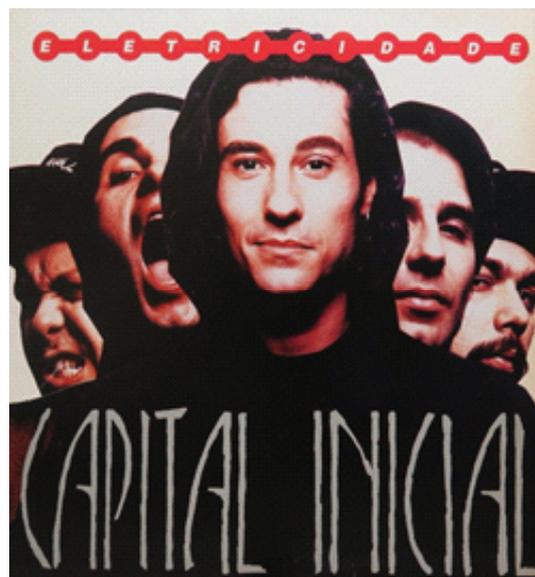


Figura 54 - Capa do disco “Eletricidade” da banda Capital Inicial (1991).



Figura 55 - Capa interna do disco "Eletricidade" da banda Capital Inicial (1991).

Além disto, outro fator se tornou protagonista na produção de discos LP no Brasil: as novelas. O último disco prensado em formato LP foi o volume um produzido pela gravadora Som Livre, para a trilha sonora da novela "A indomada" (Figura 56), no ano de 1997.



Figura 56: Capa do último LP prensado no Brasil, trilha sonora da novela "A indomada" (1997).

Além destas, a capa do CD do Barão Vermelho (Figura 57) de 1998, apresentava a diversidade simbólica que permeava o contexto das capas no cenário nacional.



Figura 57: Capa do CD “Puro Êxtase” da banda Barão Vermelho (1998).

A consolidação do CD no mercado internacional e no contexto nacional, nos anos de 1990, não determinou o fim da produção de LPs, sendo que a produção ficou restrita aos colecionadores até o ano de 2006, quando apresentaram um considerável retorno ao mercado de discos. A retomada dos LPs nos anos seguintes se deve em razão do seu caráter simbólico de expressão cultural, visto que a sua produção e comercialização, sobreviveram até a data mencionada anteriormente, por meio dos sebos e pedidos de colecionadores. Ainda que seja um suporte comercialmente mais viável que o LP, o CD não chegou a durar ao menos 25 anos como principal suporte fonográfico das mídias digitais, desde sua comercialização nos anos de 1980, sendo rapidamente substituído pelos serviços de música online (QUINES 2012).

Embora seja possível criar capas criativas para outros suportes fonográficos, é a materialidade do vinil e suas capas que o tornam símbolos culturais únicos, que de acordo com Gauziski (2013) pode ser uma comprovação de seu retorno ao mercado.

## 12. PROJETO: CRIAÇÃO DE UMA CAPA PARA DISCO LONG PLAYING.

A partir da revisão bibliográfica apresentada ao longo deste trabalho, foi possível conhecer os aspectos que norteiam a criação de uma capa de disco LP. Baseado nesta compreensão será descrita a seguir os métodos utilizados na elaboração deste projeto bem como as adaptações realizadas e as ferramentas para auxiliar o projeto, necessárias para se chegar ao objetivo proposto.

O tema selecionado para a capa do LP será referente ao subgênero musical do Rock, o New Metal, que dominou o mercado musical dos anos 1990. Em sua formação, esta vertente do Rock, agregou aspectos de outros gêneros musicais, tais como: Hip-Hop, Reggae, música eletrônica, Punk dentre outros. As bandas deste estilo musical, tendo como pioneira o grupo “Korn” (Figura 58), caracterizavam-se por seus integrantes que estavam em constante busca por inovações tanto em moda, marcados pelo uso de cabelos coloridos, vestimentas de estilos marginalizados e excêntricos em determinadas culturas (Figuras 59 e 60), quanto na mistura de diferentes instrumentos nas composições (Figuras 61 e 62).

Figura 58: Banda Korn.





Figura 59: Jonathan Davis, vocalista da banda Korn, vestindo Kilt em um show.

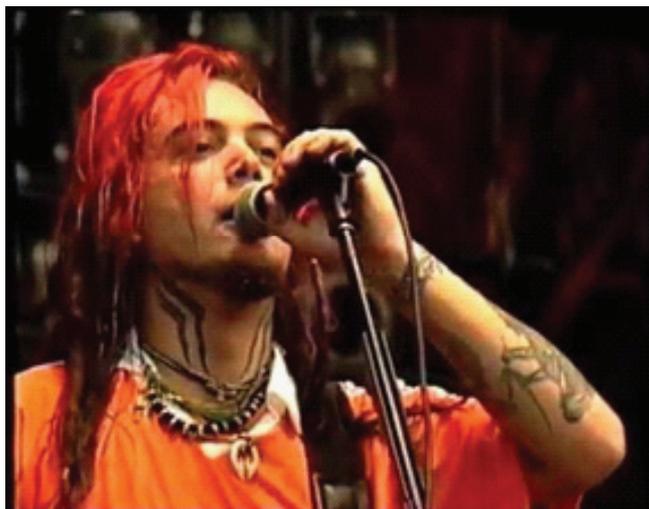


Figura 60: Max Cavalera, vocalista da banda Sepultura em 1996.



Figura 61: Vocalista da banda Korn tocando gaita de foles.



Figura 62: Mike Einziger, guitarrista da banda Incubus tocando o instrumento Pipa, durante um show.

No Brasil, este gênero teve sua grande influência, marcado pelo lançamento do disco Roots (Figura 63) da banda Sepultura e posteriormente deu origem a bandas do New Metal brasileiro, a exemplo: RodoX, Huaska, dentre outras.

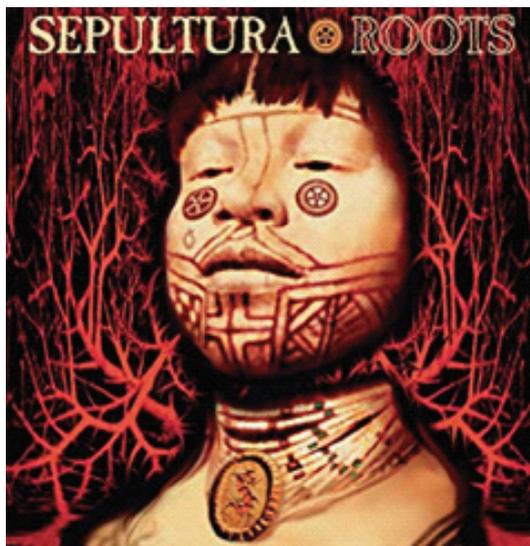


Figura 63: Capa do CD Roots da banda Sepultura (1996).

A linguagem gráfica utiliza-se de grafismos<sup>18</sup> e lettering<sup>19</sup>, além de uma inovação formal para se atingir o objetivo proposto neste trabalho. A partir das diretrizes expostas, estabeleceu-se a metodologia descrita a seguir.

### 13. METODOLOGIA

A metodologia utilizada para concretização deste trabalho será embasada em Mestriner (2002). Segundo o autor, o objetivo do método é permitir que o designer crie uma embalagem de forma consistente e consciente. A metodologia é organizada

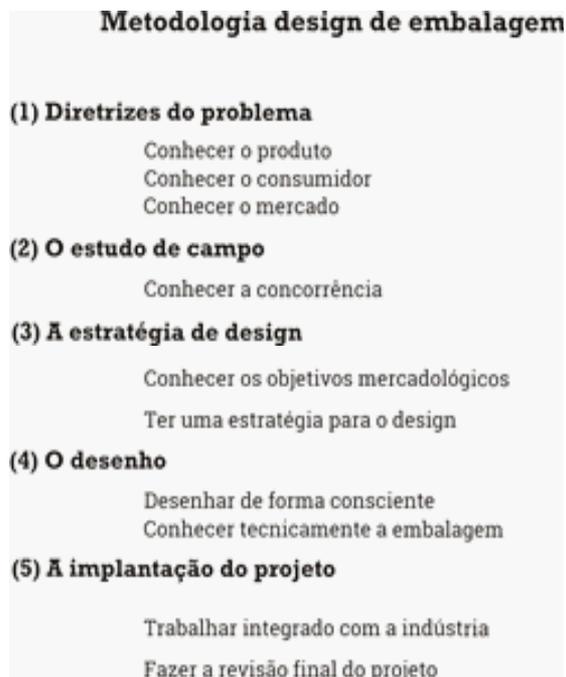
---

18. Expressão que se dá por meio de formas visuais.

19. Esse termo pode ser compreendido como a arte de desenhar letras, seja de modo manual (Handlettering) ou digital.

em cinco etapas: (1) Briefing, (2) Estudo de campo, (3) Estratégia de campo, (4) O desenho e (5) A implantação do projeto. Além disso, para contribuir com a eficiência da metodologia, Mestriner (2002) desenvolveu o que ele chamou de “10 pontos-chave”, que serão utilizados ao longo das etapas: Conhecer o produto, Conhecer o consumidor, Conhecer o mercado, Conhecer a concorrência, Conhecer tecnicamente a embalagem a ser projetada, Conhecer os objetivos mercadológicos, Ter uma estratégia para o design, Desenhar de forma consciente, Trabalhar integrado com a indústria e Fazer a revisão final do projeto. Para este trabalho as etapas e os pontos-chave apresentados foram adaptados de maneira a adequar-se ao projeto da capa de disco LP. Tais modificações serão apresentadas ao decorrer da metodologia. As etapas foram organizadas da seguinte maneira (Figura 64):

Figura64:Metodologia do design de embalagem com os pontos-chave distribuídos por entre as etapas.



## 13.1 DIRETRIZES DO PROBLEMA

A primeira etapa da metodologia foi alterada para “Diretrizes do problema” em razão de que o briefing se dá mediante a reunião de um cliente com o designer e que tal procedimento não existiu para elaboração deste trabalho. Tais diretrizes servirão de orientação para se atingir o objetivo pretendido. A seguir, são descritos os pontos-chave desta etapa.

### 13.1.1 Conhecer o produto

Segundo o processo descrito por Mestriner (2002), deve-se conhecer profundamente o produto: suas características, qualidades, diferenciais, processo de fabricação e principais atributos, além disto, conforme explica Mestriner (2002), saber o que é feito hoje e o que já foi tentado anteriormente evita tentativas infrutíferas na criação de novos produtos. Sendo assim, neste ponto-chave foram analisadas duas capas de discos LP, disponíveis no acervo do autor deste TCC. A escolha para a análise pautou-se pela disponibilidade das capas e a possibilidade do manuseio tátil da embalagem, observando-se o desgaste dos materiais utilizados na confecção bem como os problemas formais destas embalagens. A primeira delas foi do LP duplo, intitulado “Pelé, seus gols, sua vida” (Figura 65) lançada em 1962, que relata a trajetória e os gols feitos pelo jogador, narrados pela equipe esportiva, da rádio Bandeirantes. A partir da observação desta capa, foi possível identificar os seguintes problemas: desgaste das bordas da embalagem, produzida em papel Duplex (Figura 66); perfuração produzida pelo LP na dobra da embalagem que separa as duas abas (Figura 67); desgaste do papel interno que armazena o LP (Figura 68). Os problemas citados revelam a falta de resistência física do material.

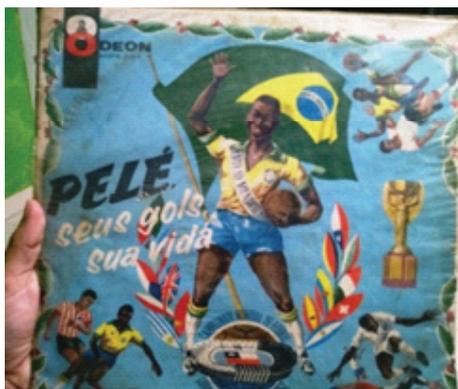


Figura 65: Capa do LP "Pelé, seus gols, sua vida" (1962).



Figura 66: Desgaste das bordas da capa.



67: Perfuração produzida pelo disco na dobra da capa.



Figura 68: Papel interno onde o LP fica armazenado.

A segunda capa analisada foi o LP duplo, Nothing Like The Sun (Figura 69) do cantor Sting, lançado em 1987. Desta capa foi possível observar alguns aspectos semelhantes à capa apresentada anteriormente: desgaste da embalagem nas bordas (Figura 70); desprendimento do plástico protetor da capa, que facilita para que seja rasgado (Figura 71).



Figura 69: Capa do LP Nothing Like the Sun (1987).



Figura 70: Detalhe das bordas da capa.



Figura 71: Desprendimento do plástico que envolve a capa.

A partir da observação e análise da estrutura das capas apresentadas, bem como dos materiais que estas foram produzidas, é possível concluir que o papel utilizado na confecção, o Duplex, tende a se deteriorar com o manuseio e o plástico sobreposto, que protege as capas dos LPs, não impede sua destruição.

### 13.1.2 Conhecer o consumidor

Saber quem consome o produto é essencial para se estabelecer um processo de comunicação efetiva. Para se estabelecer esta compreensão foram produzidos painéis de imagens visuais que se delineiam em Painel do estilo de vida, Painel da expressão do produto e Painel do tema visual. De acordo com Baxter (2011), os painéis de imagens visuais conseguem expor determinadas características do público-alvo e a partir deste entendimento podem-se estabelecer os parâmetros desejados de um novo produto. A partir desta perspectiva, foram produzidos inicialmente dois painéis de imagens visuais que expressam o estilo de vida do público-alvo durante os anos de 1990 (Figura 72), quando o New Metal surgiu no cenário musical, e o estilo de vida atual do público que consome músicas deste subgênero (Figura 73), respectivamente.



Figura 72: Painel do estilo de vida do público-alvo nos anos 1990.



Figura 73: Painel do estilo de vida do público-alvo em 2018.

A partir das expressões do estilo de vida, foram definidos dois aspectos desejados para a nova capa de LP: Entretenimento e Confiança. A partir disto produziram-se o Painel da expressão entretenimento (Figura 74) e o Painel da expressão Confiança (Figura 75).



Figura 74: Painel da expressão entretenimento.



Figura 75 - Painel da expressão confiança.

Definidas estas expressões, elaborou-se o painel do tema visual do entretenimento (Figura 76) e o painel do tema visual da confiança (Figura 77), que apresentam produtos que transmitem estes aspectos a seus consumidores.



Figura 76: Painel do tema visual entretenimento.



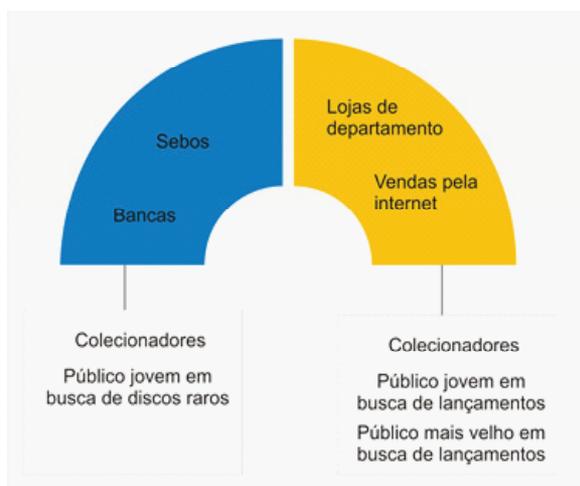
Figura 77: Painel do tema visual confiança.

### 13.1.3 Conhecer o mercado

É necessário também identificar os principais envolvidos no mercado do LP e como eles estão organizados. Segundo Gauziski (2013), existem dois segmentos de mercados para o vinil atualmente: o mercado dos LP usados e o de novos lançamentos. Ainda de acordo com a autora, o mercado de LPs usados, está relacionado à contracultura, aos sebos e bancas de rua onde a procura se dá essencialmente por discos que não estão mais disponíveis nas grandes lojas e onde se tem uma determinada fidelidade de compra entre o vendedor e o cliente que costuma colecionar tais discos. Por outro lado, o mercado de novos lançamentos está relacionado as grandes lojas e a vendas na internet, também utilizada por gravadoras Indies e lojas de departamento, em busca dos discos LPs lançados recentemente, além disto, este suporte é lançado dentro de uma lógica de mercado de complementaridade com versões em CD e formato

digital. Para auxiliar nesta compreensão, foi utilizado um “Mapa de Stakeholders” (Figura 78). Segundo Stickdorn (2010), esta é uma ferramenta de representação visual dos envolvidos em um projeto ou serviço e, por meio dessa representação, pode-se categorizá-los de acordo com sua importância e influência no objetivo de projeto.

Figura 78: Mapa de Stakeholders, representando os envolvidos no mercado de LPs.



De acordo com o mapa de stakeholders, os dois modelos de mercado tem igual importância ao consumo de vinil, estando limitado pelos objetivos de venda. Tendo em vista que este projeto objetiva a produção de um novo modelo de capa para LP, o público-alvo prioritário, são os jovens de faixa etária entre 15 e 19 anos, sendo que a proposta pode abordar um público secundário, formado por adultos de faixa etária entre 35 e 45 anos.

Tais indicadores reforçam o fato de que o mercado do LP se configura nos aspectos da cultura retrô, adaptando-se aos novos públicos, por meio de sua materialidade, sem perder a atenção dos antigos consumidores que se mostram como fiéis compradores (GAUZISKI, 2013).

Apartir da compreensão do estilo de vida do público-alvo, das definições de expressão desejadas para a nova capa de LP e quem são os principais consumidores abordados para

este trabalho, foram desenvolvidas duas personas (Figura 79). Segundo Stickdorn (2010), as personas são perfis fictícios que servem para representar aspectos de determinados públicos e permitem que os designers definam as características dos diferentes grupos de stakeholders dentro de um mercado-alvo, tornando explícitas as motivações e reações do público-alvo de um projeto. A primeira persona apresenta características de comportamento de um indivíduo que vivenciou o surgimento do subgênero musical nos anos de 1990 e a segunda persona, apresenta as características de um indivíduo jovem que passou a consumir LPs recentemente e ouvir as músicas do New Metal.

Figura 79: Ficha de personas.

PERSONA 1		PERSONA 2	
<b>Nome:</b>	Túlio	<b>Nome:</b>	Joana
<b>Idade:</b>	40 anos	<b>Idade:</b>	16 anos
<b>Profissão:</b>	Engenheiro	<b>Profissão:</b>	Estudante secundarista
<b>Gênero:</b>	Masculino	<b>Gênero:</b>	Feminino
<b>Educação:</b>	Ensino superior	<b>Educação:</b>	Ensino médio
<b>Mídias</b>	Utiliza diariamente as redes sociais e assiste à documentários do canal History.	<b>Mídias:</b>	Utiliza diariamente as redes sociais e lê a revista "Teen".
<b>Hobbies:</b>	Pratica natação, coleciona Lps e gosta de rock e MPB.	<b>Hobbies:</b>	Pratica Judô, gosta de ler e coleciona Lps de bandas de rock.

A partir da elaboração dos painéis, pode-se compreender que o público-alvo anseia pela criatividade na nova capa de LP, transmitindo a idéia de um produto digno de coleção, que expresse os aspectos de entretenimento e confiança em sua configuração formal. Além disto, baseado em tais aspectos foi desenvolvido o perfil de uma banda fictícia (Figura 80) para definir elementos que contribuiram com o processo de design gráfico. Estabelecidas estas informações, foram definidas as diretrizes do problema, apresentadas a seguir, que descrevem as razões para a elaboração do projeto bem como orientam as demais etapas.

Figura 80: Ficha de banda fictícia, Roque 84.

**Nome:** Roque 84  
**Gênero:** New Metal

Descrição:

A banda surgiu em Natal-RN em 2010 e pretende lançar seu primeiro disco sob o título "Direcionando...". O grupo optou por gravar o material em LP e com um novo design de capa, objetivando assim atrair tanto a atenção de seu público atual, formado essencialmente por jovens, quanto por pessoas mais velhas que apreciam ou colecionam Lps.

#### DIRETRIZES DO PROBLEMA:

- O formato quadrado das capas, contribuem para o desgaste das bordas do papel, devido a dobra em um ângulo de 90°, à medida que os usuários manuseiam e guardam as capas em locais inapropriados.
- Em um mercado competitivo, os modelos convencionais não mostram capacidade de atrair a atenção de novos públicos.
- O novo público consumidor de LP, anseia por inovação, confiança e entretenimento, aspectos ausentes nos modelos de capas convencionais.
- O subgênero New Metal, surgiu em meio ao desaparecimento do LP no mercado fonográfico, assim, as bandas deste estilo musical não tiveram lançamentos de discos neste suporte.

## 13.2 O ESTUDO DE CAMPO

Embora exista entre as gravadoras uma determinada concorrência na disputa pelo aumento do número de vendas de conteúdo musical em diferentes suportes, do analógico ao digital, intérpretes e bandas trabalham de forma incisiva para elaborar novos arranjos musicais na tentativa de criar um som único e em alguns casos, aprimorando trabalhos anteriores, fato que pode ser comprovado pelo lançamento de álbuns remixes e regravações. Nesta etapa da metodologia foi realizada uma análise das capas dos álbuns, lançados recentemente, das bandas do gênero New Metal, observando os aspectos gráficos utilizados na confecção das capas.

### 13.2.1 Conhecer a concorrência

Segundo Mestriner (2002), é preciso saber como se dará, essa concorrência. Pesquisas sobre qual o tipo de linguagem visual utilizada pelo segmento e sua consequente análise devem ser feitas com bastante critério. Assim, foram selecionadas e analisadas seis capas de discos produzidos em suporte CD das principais bandas do subgênero New Metal. Estas foram escolhidas tendo em vista que este subgênero surgiu paralelamente à redução da produção e consumo de LPs nos anos de 1990, tornando comercialmente inviáveis discos deste estilo musical lançados neste suporte e levando-se em consideração que estas capas, foram os discos de maior sucesso comercial lançados recentemente<sup>20</sup> pelas bandas do estilo, no período de 2011 à 2018.

---

20. Deve-se levar em conta que algumas bandas de rock, costumam passar anos sem lançar discos com músicas inéditas, ao mesmo tempo em que produzem álbuns remixes ou regravações para suprir este intervalo de tempo.

Figura 81 - Capa do CD1: The Serenity of Suffering da banda Korn, lançado em 2016.



Figura 82 - Capa do CD 2: Koi No Yokan da banda Deftones, lançado em 2012.

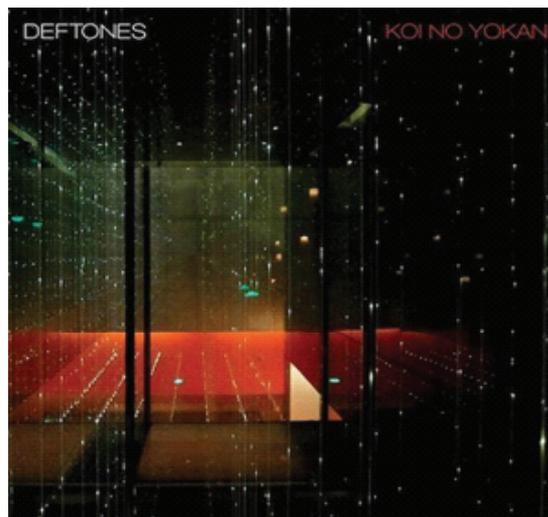


Figura 83 - Capa do CD3:Eight da banda Incubus lançado em 2017.



Figura 84 - Capa do CD4: Golden cobra da banda Limp Bizkit, lançado em 2011.



Figura 85 - Capa do CD 5: The Hunting Party da banda Linkin Park lançado em 2014.



Figura 86 - Capa do CD6: "Samba de preto" da banda Huaska, lançado em 2012.



A partir das capas selecionadas foi produzida a seguinte tabela com uma síntese dos elementos visuais que as compõem:

CRITÉRIOS	CD 1	CD 2	CD 3	CD 4	CD 5	CD 6
Fotografia		X				X
Ilustração	X		X	X	X	
Representação abstrata		X			X	
Posição do nome da banda	Próximo ao centro	Parte Superior esquerda	Centro	Parte superior/ lateral direita	Não existe na capa	Parte inferior direita
Posição do título do disco	Parte superior central	Parte superior direita	Centro	Não existe na capa	Não existe na capa	Parte inferior direita
Tipografia		X				X
Lettering	X		X	X		X
Cores / Matizes	Tons escuros / pouca luminosidade	Tons escuros / pouca luminosidade	Tons escuros / pouca luminosidade	Tons escuros / luminosidade mediana	Tons claros	Tons claros

Nesta tabela é possível identificar que as capas apresentam uma linguagem visual semelhante em escala de cores, com pouca luminosidade nos matizes, predominando as cores mais escuras, o que pode ser percebido pelo uso da cor preta em todas as capas apresentadas; há preferência pela ilustração com representações não abstratas na maioria das capas e pelo Lettering ressaltando a criatividade da composição em contraste com as cores utilizadas, além disto, o formato quadrado direciona o peso visual para o centro das capas.

### 13.3 A ESTRATÉGIA DE DESIGN

#### 13.3.1 Conhecer os objetivos mercadológicos

Definir as metas a serem alcançadas e avaliá-las comercialmente é um item fundamental na concepção de um projeto de embalagem. Tendo em vista que este trabalho de conclusão não se propõe a avaliar a aceitação do produto em um mercado, nem quantificar o número de vendas ou a opinião dos consumidores, este passo-chave não foi executado.

### 13.3.2 Ter uma estratégia para o design

A estratégia é que irá possibilitar o alcance dos objetivos mercadológicos e que todas as funções a serem desempenhadas pela embalagem sejam alcançadas; ela organiza e transforma as informações obtidas em dados que possam ser utilizados pelo designer para tornar o produto competitivo. Segundo Phillips (2007), a estratégia de design só poderá ser bem elaborada quando a natureza do problema e os objetivos estiverem claramente compreendidos. Ainda segundo o autor, a estratégia de design, permite evitar mal-entendidos durante o processo de projeto e, embora costume ser uma das fases mais demoradas, pode ser revisada a qualquer momento. A seguir as estratégias adotadas para solucioná-los.

Figura 87-Objetivos e estratégias de design

Objetivos	Estratégia
Eliminar ou reduzir o desgaste das bordas da embalagem	Desenvolver soluções que contribuam na redução do atrito.
Eliminar ou reduzir o desgaste do plástico sobreposto à capa.	Explorar outros materiais para proteção da capa.
Conciliar a linguagem visual com as atuais capas das bandas do gênero	Adotar um lettering e paleta de cores adequadas para tornar coerente o conjunto.

Apartir do levantamento de todos os dados anteriormente descritos, estabeleceram-se as seguintes diretrizes para o projeto que servirão de orientação para a produção das alternativas em desenho.

## DIRETRIZES DO PROJETO:

- A configuração formal da capa proposta para LP, deve procurar reduzir as dobras com ângulos de 90°, a fim de evitar o desgaste destas partes.
- A composição visual da capa para LP deve conter as informações necessárias para identificar a banda bem como as letras das músicas.
- Em razão apropriar-se de uma nova configuração formal, esta deve contar, se necessário, instruções de manuseio, a fim de evitar defeitos por mau uso, em sua embalagem.
- A configuração formal da capa proposta para LP deve ser criada, visando atrair e conquistar novos públicos que buscam por produtos com inovação e criatividade.

## 13.4 O DESENHO

### 13.4.1 Desenhar de forma consciente

De acordo com Mestriner (2002), o impulso criativo deve ser refreado para que a criatividade possa se alinhar à estratégia do projeto. Além disto, o designer deve desenhar a embalagem de forma consistente e consciente, orientado pelos objetivos do projeto. Assim, para auxiliar esta etapa visando à elaboração de ideias para a capa de disco LP, foi utilizada a ferramenta Brain Dumping Visual. Segundo Lupton (2013), esta ferramenta é adequada para a geração de alternativas em desenho, realizada individualmente. A autora sugere como exemplo que em um período de tempo pré-estabelecido de 20 minutos, sejam elaborados 20 desenhos, sem dar atenção aos detalhes, objetivando assim, apenas a criação das formas. Para elaboração das propostas de desenhos para nova capa de LP, foi utilizada uma playlist, contendo músicas das bandas do gênero New Metal. O tempo utilizado para cada desenho foi o período de repercussão de cada música. Foram produzidos nove desenhos que são apresentados a seguir com o nome de cada faixa musical.

Figura 88 – Esboço1: produzido sob audição da música “Outro Corpo” da banda 84 Gramas.

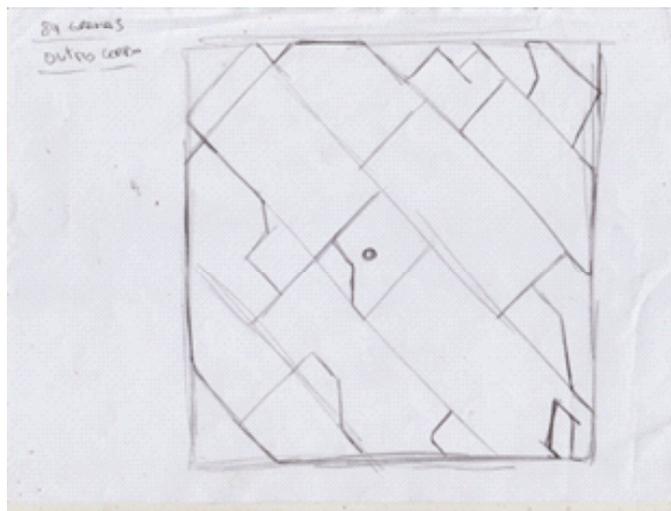


Figura 89 – Esboço2: produzido sob audição da música “Toxicity” da banda System Of a Down.

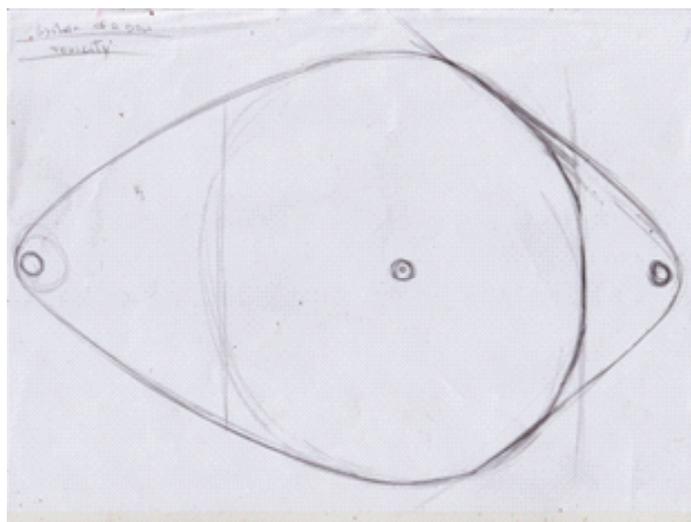


Figura 90 - Esboço3: produzido sob audição da música "Forget To Remember" da banda Mudvayne.

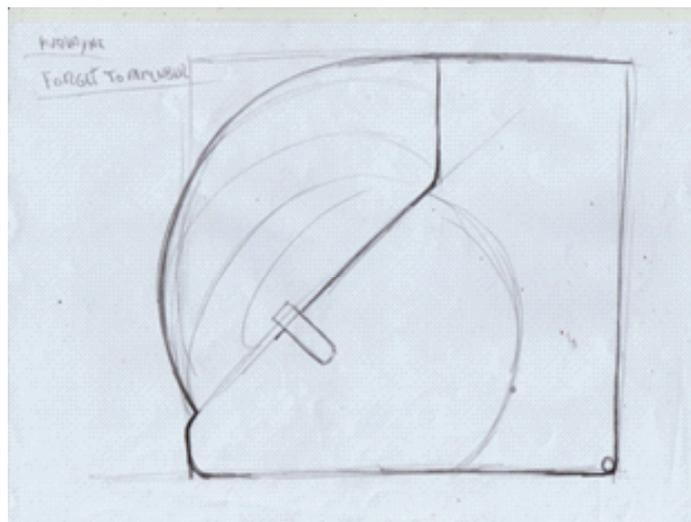


Figura 91 - Esboço 4: produzido sob audição da música "Denial" da banda Sevendust.

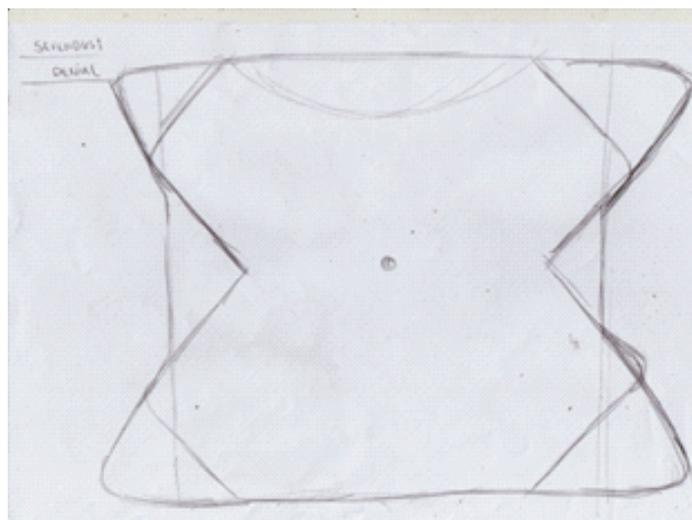


Figura 92 - Esboço 5: produzido sob audição da música "Broken Home" da banda Papa Roach.

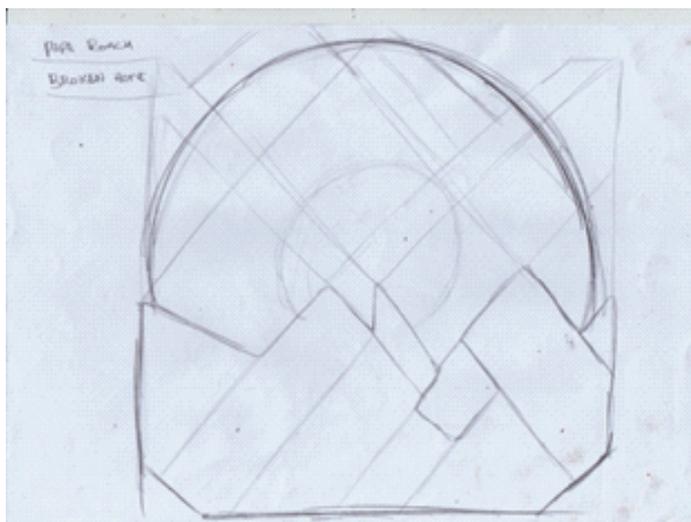


Figura 93 - Esboço 6: produzido sob audição da música "A.D.I.D.A.S" da banda Korn.



Figura 94 - Esboço 7: produzido sob audição da música "Real Situação" da banda Piuke.

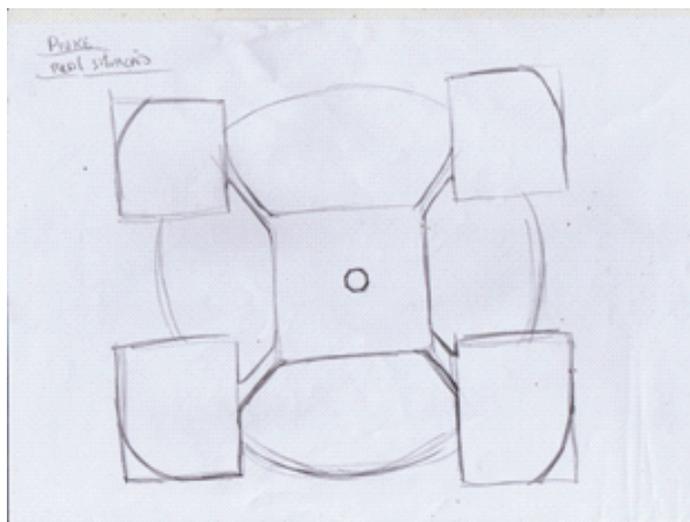


Figura 95 - Esboço 8: produzido sob audição da música "Stricken" da banda Disturbed.

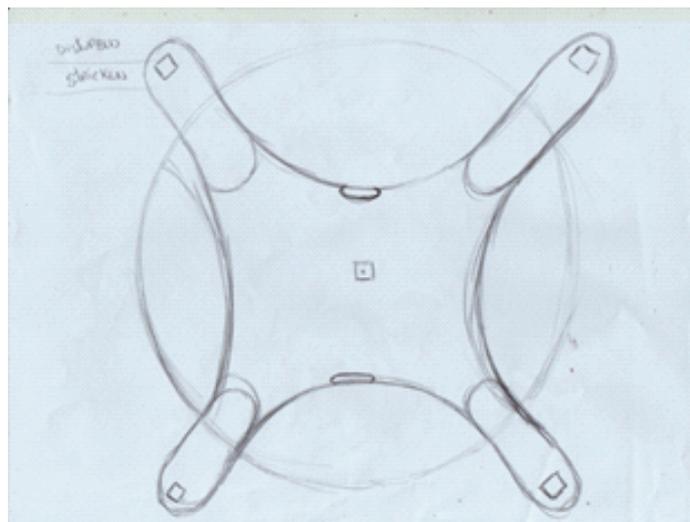
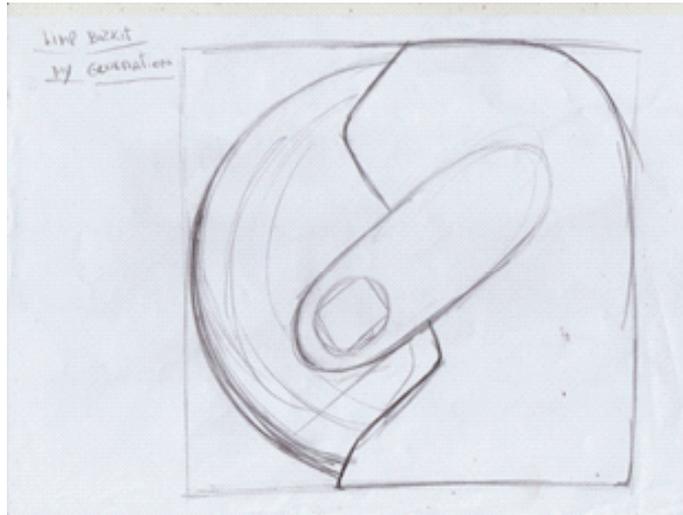


Figura 96 - Esboço 9: produzido sob audição da música “My Generation” da banda Limp Bizkit.



Dentre estes desenhos, o esboço dois foi selecionado devido ao fato de se apresentar como um caminho para solucionar os problemas descritos nas diretrizes do problema, tais como a eliminação do formato quadrado com bordas em ângulos de 90° e inovação do produto dentro de um mercado competitivo. Baseando-se do nas características deste esboço, foi produzido um segundo modelo de desenho (Figura 97) com intuito de realçar as características que melhor se ajustam ao objetivo proposto.

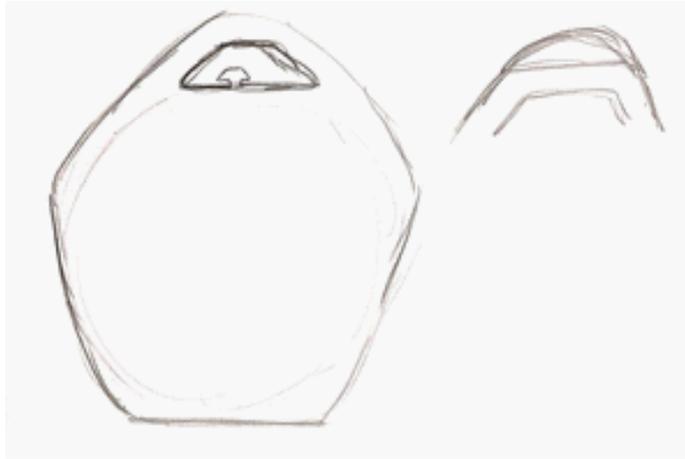


Figura 97: desenho definido para produção da capa de disco

### 13.4.2 Design Gráfico

Para escrever o nome da banda e o título do disco, utilizou-se do lettering, em concordância com os modelos de capa das bandas do gênero New Metal analisadas anteriormente. A escolha do lettering também serviu para tentar captar a atenção do público consumidor. A proposta da capa foi desenhada a partir de um matiz escuro juntamente com algumas cores complementares (Figuras 98 e 99). A escolha cromática reforça a identidade visual e estabelece uma conexão com o público-alvo, conforme já descrito.



Figura 98: vista frontal da capa de disco.

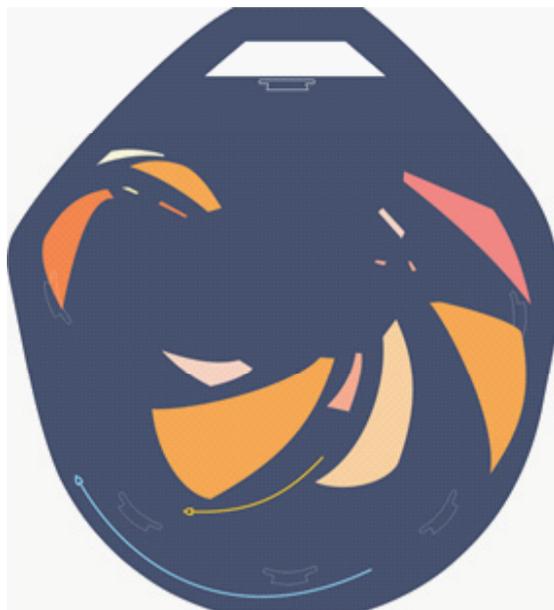
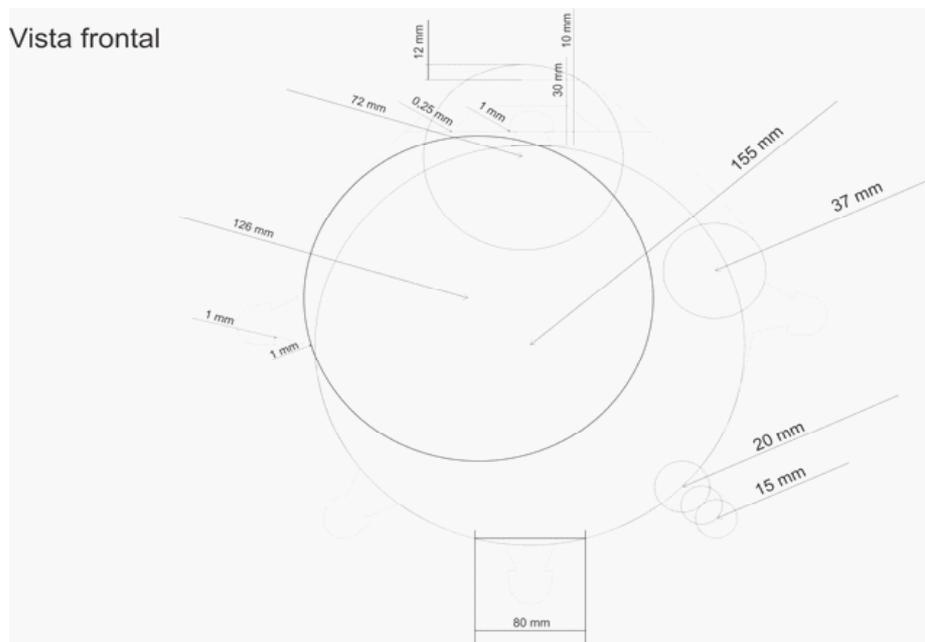


Figura 99: Vista posterior da capa de disco.

### 13.4.3 Conhecer tecnicamente a embalagem

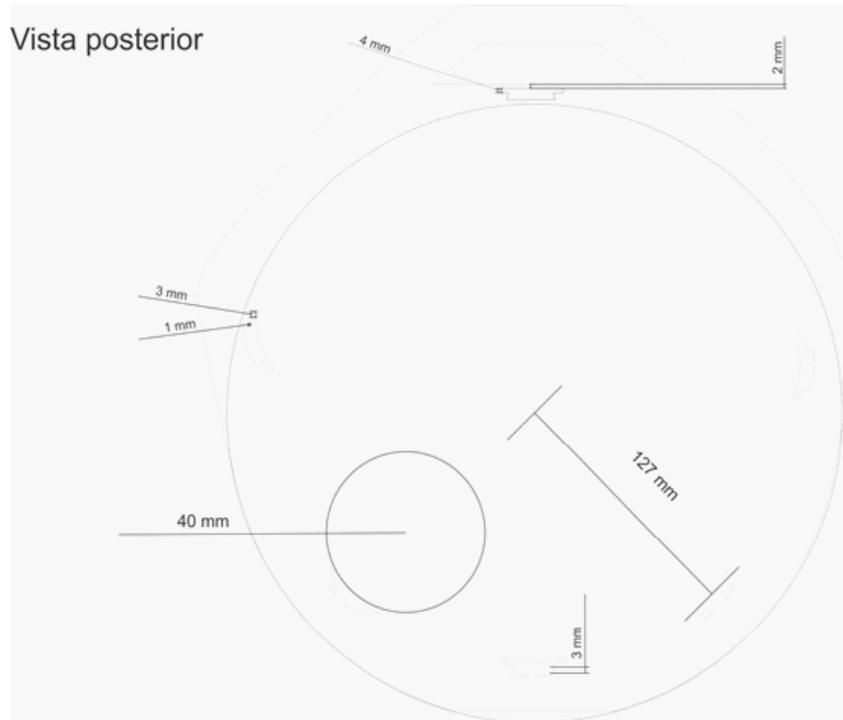
De acordo com Mestriner (2002), sem o conhecimento das possibilidades e limitações do material que se pretende utilizar, a qualidade do projeto e o desenvolvimento de possíveis diferenciais podem ficar comprometidos. Em razão disto, para compor o produto final, fez-se necessário estudar as características de materiais alternativos e propensos à produção da nova capa. Além disto, foi produzido o desenho técnico da embalagem (Figuras 100 e 101) para orientar o processo de impressão, cortes e vincos. O modelo final serviu para avaliar o projeto e seus encaixes. Neste TCC, não foi possível fazer um protótipo<sup>21</sup>, bem como escolher os materiais finais para produção seriada.

Figura 100 - Desenho técnico da vista frontal da capa de disco.



21. Compreende-se por protótipo, um modelo usado para testes, produzido com os materiais finais da produção seriada. Assim, para este trabalho, foi produzido um modelo com papel duplex com adesivo vinil sobreposto, que simula a capa proposta para o disco LP.

Figura 101 - Desenho técnico da vista posterior da capa de disco.



### 13.5 A IMPLANTAÇÃO DO PROJETO

Em razão da embalagem proposta neste trabalho não poder ser avaliada comercialmente e nem ser produzida em série, os passos-chave **Trabalhar integrado com a indústria** e **Fazer a revisão final do projeto**, não foram executados neste TCC.

## 14. DESIGN DE EMBALAGEM: MODELO PARA CAPA LP

A partir da metodologia de trabalho e seus passos-chave, ao longo deste projeto, é apresentada a seguir o modelo proposto para capa de LP.



Figura 102 - Modelo da capa de disco proposta.



Figura 103 - Modelo da capa de disco proposta.



Figura 104 - Modelo da capa de disco proposta.



Figura 105 - Modelo da capa de disco proposta.

## 15. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A concepção da nova capa de disco apresentada neste trabalho revela a complexidade da tarefa, uma vez que a mesma permeia diferentes conceitos culturais, sociais, tecnológicos, dentre outros. As capas sejam de LPs ou de outros formatos fonográficos, do mesmo modo que diversos outros produtos, são passíveis de novas configurações formais, novas técnicas e novos materiais. O design e seus métodos se apresentam como possíveis intermediadores nesse processo.

A metodologia utilizada mostrou-se como um caminho adequado ao objetivo proposto, juntamente com outras ferramentas de projeto que serviram para detalhar melhor algumas características das etapas, como o mapa de stakeholders, usado para

determinar os agentes envolvidos no mercado de LPs, bem como outras ferramentas anteriormente aqui mencionadas, que também ajudaram no desenvolvimento deste projeto.

Além disso, esta pesquisa permitiu conhecer um pouco sobre o subgênero New metal, que contribuiu com a formação de novos padrões de estilo entre seu público.

No entanto, alguns pontos da proposta não puderam ser executados em razão do tempo e de recursos materiais disponíveis, tais como detalhes formais, do sistema abre e fecha e o material final para produção de um protótipo.

Por fim, a concretização do objetivo proposto não cerceia o tema deste trabalho em relação a outras pesquisas que poderiam ser realizadas a respeito do mesmo. Pelo contrário, espera-se ter proporcionado novas possibilidades de reflexão a respeito da criação de capas de discos e, assim, contribuir com novas configurações para esses artefatos que se mostram como forte produto de representação cultural.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. **A cauda Longa:** do mercado de massa para o mercado de nicho. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. 5º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. Disponível em: <https://colivre.net/articles/colivre/0001/6303/a-cauda-longa-chris-anderson.pdf>. Acesso em: 2 de Agosto de 2018.

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual:** uma psicologia da visão criadora. Tradução: Ivone Terezinha de Faria. São Paulo. Editora: Pioneira Thomson Learning, 2002.

ARNHEIM, Rudolf. **Intuição e intelecto na arte.** Tradução: Jefferson Luiz Camargo. São Paulo. Editora: Martins Fontes. 1989. Disponível em: <[https://monoskop.org/images/0/03/Arnheim\\_Rudolf\\_Intuicao\\_e\\_intelecto\\_na\\_arte\\_1989.pdf](https://monoskop.org/images/0/03/Arnheim_Rudolf_Intuicao_e_intelecto_na_arte_1989.pdf)>. Acesso em: 10 de novembro 2018.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto:** guia prático para o design de novos produtos. Tradução Itiro Iida. 3º ed. São Paulo: Blucher, 2011.

BLACKING, John. **How musician is a man?**.6 ed. Editora: University of Washington Press, 2000. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/104131606/How-Musical-is-Man-John-Blacking>.

Acesso em: 16 Maio 2018

BRAIN, Marshall. **How work stuffs: Telecommunications.** Disponível em: <<http://teacherengineer.weebly.com/uploads/2/0/2/8/20282305/telecoms-howstuffworks.pdf>> Acesso em: 18 de Maio de 2018.

CAMPBELL, Collin; BARBOSA, Livia (org). **Cultura, consumo e identidade.** Rio de janeiro: Editora FGV, 2006.

CARDOSO, Rafael. **O design Brasileiro Antes do Design.** Editora: CosacNayf, 2005.

CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade:** mídia, cultura de consumo e estilos. Campinas, SP,2001.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano.** Petrópolis: Editora vozes, 1998. Disponível em: <<https://gambiarre.files.wordpress.com/2010/09/michel-de-certeau-a-invinc3a7c3a2o-do-cotidiano.pdf>>. Acesso em 25 de Maio de 2018.

CONSTANTINO. Paulo Roberto Prado. **Apreciação de gêneros musicais no contexto do ensino médio: possíveis percursos.** Dissertação de mestrado- Faculdade de

Filosofia e Ciências, UNESP,2011 Disponível em: <[https://alsafi.ead.unesp.br/bitstream/handle/11449/91163/constantino\\_prp\\_me\\_mar.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://alsafi.ead.unesp.br/bitstream/handle/11449/91163/constantino_prp_me_mar.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 01 junho de 2018.

DANTAS, Denise. **Parâmetros para a avaliação da qualidade de embalagens de consumo: O caso das embalagens de água sanitária**. Dissertação de Mestrado - FAU, Universidade de São Paulo, 1998. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/34252572\\_Parametros\\_para\\_avaliacao\\_da\\_qualidade\\_de\\_embalagens\\_de\\_consumo\\_o\\_caso\\_das\\_embalagens\\_de\\_agua\\_sanitaria](https://www.researchgate.net/publication/34252572_Parametros_para_avaliacao_da_qualidade_de_embalagens_de_consumo_o_caso_das_embalagens_de_agua_sanitaria)>. Acesso em: 05 Jan 2018

DINIZ, Elis (org). **Globalização, estado e desenvolvimento: dilemas do Brasil no novo milênio**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007. Disponível em:<[https://books.google.com.br/books?id=Q0BnKP-pOn8C&pg=PA271&lpg=PA271&dq=diniz+199+globaliza%C3%A7ao+brasil&source=bl&ots=EGvSnWE1VM&sig=JK3JNN7lRU6xO3cZ\\_DWOIXiV2U0&hl=ptBR&sa=X&ved=0ahUKEwiiJut2NXbAhXJkJAKHTpsCj0Q6AEIYDAG#v=onepage&q=diniz%20199%20globaliza%C3%A7ao%20brasil&f=false.>](https://books.google.com.br/books?id=Q0BnKP-pOn8C&pg=PA271&lpg=PA271&dq=diniz+199+globaliza%C3%A7ao+brasil&source=bl&ots=EGvSnWE1VM&sig=JK3JNN7lRU6xO3cZ_DWOIXiV2U0&hl=ptBR&sa=X&ved=0ahUKEwiiJut2NXbAhXJkJAKHTpsCj0Q6AEIYDAG#v=onepage&q=diniz%20199%20globaliza%C3%A7ao%20brasil&f=false.>)>Acesso em: 09 de Junho de 2018.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. Tradução: Jefferson Camargo. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

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

FAGGIANI, Kátia. **O poder do design: da ostentação à emoção**. Brasília: Thesaurus, 2006.

FENERICK, José Adriano. A globalização e a indústria fonográfica na década de 1990. **Rev. do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia**. Uberlândia, MG, 2007. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/artcultura/article/view/1501>>. Acesso em: 09 de Abril de 2018.

FISCHER, Ernst. **A necessidade da arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1983. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/264787012/Ernst-Fischer-a-Necessidade-Da-Arte>>. Acesso em: 25 de Maio de 2018.

GAUZISKI, Débora. O resgate do vinil: uma análise do mercado atual e dos colecionadores na cidade do Rio de Janeiro. **Rev. C-legenda**, nº28, 2013. Disponível em:<<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/viewFile/627/344>>

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. 8ª ed.

São Paulo: Escrituras editora. 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. Trad. Marcus Santarrita. São Paulo: Companhia das letras, 1995.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo. Editora: Martins Fontes, 2005.

LARAIA, Roque de B. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1988.

LAUS, Egeu. A capa de disco no Brasil: os primeiros anos. **Rev. Arcos**. V. 01, 1998.

LOUREIRO, Vivian M. R. **Música para os ouvidos, fé para a alma, transformação para a vida: música, fé e construção de novas identidades na prisão**. Dissertação de mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <[https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/Busca\\_etds.php?strSecao=resultado&nrSeq=14619@1](https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/Busca_etds.php?strSecao=resultado&nrSeq=14619@1)>. Acesso em: 04 Fev. 2018.

LUPTON, Ellen (org.). **Intuição, ação e criação**. Tradução: Mariana Bandarra. São Paulo: Editora G. Gili, 2013.

MACEDO, Frederico Alberto Barbosa. O processo de produção musical na indústria fonográfica: questões técnicas e musicais envolvidas no processo de produção musical em estúdio. **Rev. eletrônica de musicologia**. V. XI. 2007. Disponível em: <[http://www.rem.ufpr.br/\\_REM/REMr11/12/12-macedo-gravacao.html](http://www.rem.ufpr.br/_REM/REMr11/12/12-macedo-gravacao.html)>. Acesso em 3 de outubro 2018.

MARQUES, Fernanda. Frágeis fronteiras: discussões sobre gêneros musicais no cenário alternativo. **Rev. Contemporânea**. Vol. 3. Nº 2. 2005. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/17147>. Acesso em: 5 de outubro de 2018.

McCRAKEN, Grant. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **Rev. de administração de empresas**. V. 47. n º 01. 2007.

MELO, Chico Homem de. **O Design Gráfico Brasileiro Anos 60**. 2º ed. Editora: Cosac Naysf, 2008.

MESTRINER, Fábio. **Design de embalagem: curso básico**. Editora: Pearson Education, 2002.

\_\_\_\_\_. A embalagem e as necessidades da sociedade humana. 2013. Disponível em: <<https://maua.br/files/artigos/a-embalagem-e-as-necessidades-da-sociedade-humana.pdf>>. Acesso em: 05 de Janeiro de 2018.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: o caso da editora Abril**. Tese de doutorado, Instituto de filosofia e ciências humanas. Universidade estadual de Campinas. Campinas, 1997. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280039?mode=full>>. Acesso em: 04 de Fevereiro de 2018.

MORELLI, Rita C. L. **Indústria fonográfica: Um estudo antropológico**. Campinas, Editora da Unicamp, 1991. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/281994?mode=full>>. Acesso em: 04 de Fevereiro de 2018.

NEGRÃO, Celso. **Design de embalagem: do marketing a produção**. São Paulo: Novatec Editora, 2008.

NORMAM, Donald. **Design emocional: porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Editora Rocco, 2008.

OLIVEIRA, Laerte Fernandes de. **Em um porão de São Paulo: O Lira Paulistana e a produção alternativa**. São Paulo: Annablume. Fapesp, 2002. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?id=Gllbmuu74qEC&pg=PA107&lpg=PA107&dq=selo+fonogr%C3%A1fico+criado+por+severino+leonetti+e+jo%C3%A3o+gonzaga&source=bl&ots=5-eDwEIHVvk&sig=CGwevMXBhvQty5\\_oWl1Y97mxf58&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiOi4zV7M\\_eAhVCjZAKHQ\\_SAmkQ6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage&q=selo%20fonogr%C3%A1fico%20criado%20por%20severino%20leonetti%20e%20jo%C3%A3o%20gonzaga&f=false](https://books.google.com.br/books?id=Gllbmuu74qEC&pg=PA107&lpg=PA107&dq=selo+fonogr%C3%A1fico+criado+por+severino+leonetti+e+jo%C3%A3o+gonzaga&source=bl&ots=5-eDwEIHVvk&sig=CGwevMXBhvQty5_oWl1Y97mxf58&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiOi4zV7M_eAhVCjZAKHQ_SAmkQ6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage&q=selo%20fonogr%C3%A1fico%20criado%20por%20severino%20leonetti%20e%20jo%C3%A3o%20gonzaga&f=false)>. Acesso em: 6 Novembro de 2018.

OLIVEIRA PINTO, Tiago de. Som e música: Questões de uma antropologia sonora. **Revista Antro**. Vol. 44 no 1. São Paulo, 2001. Disponível em:

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-77012001000100007](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012001000100007). Acesso em: 01 Maio de 2018.

PHILLIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. Tradução: Itiro Iida. São Paulo: Editora Blucher, 2007.

PORTO, Luísa de Melo. **Tecnologia determina ou condiciona?** São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www2.faac.unesp.br/publicacoes/anais-comunicacao/textos/27.pdf>>. Acesso em: 20 de Maio de 2018.

POYNOR, Rick. **Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo**. Trad. Mariana

Bandarra. Porto Alegre: Bookman, 2010.

QUINES, Sarah Oliveira. Admirável vinil novo: o retorno dos discos na era mp3. **Rev. contemporânea**, 2012. Disponível em: <[http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed\\_20/contemporanea\\_n20\\_06\\_QUINES.pdf](http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_20/contemporanea_n20_06_QUINES.pdf)>. Acesso em: 20 de Junho de 2018.

REYNOLDS, Simon. **Retromania: Pop culture's Addiction to its Owns Past**. Editora: Faber and Faber inc. Nova York, 2011.

RODRIGUES, Jorge Luís Caê. Tinindo, trincando: o design gráfico no tempo do desbunde. **Revista Conexão- comunicação e cultura**, Caxias do Sul, nº10, V. 5, 2006.

SANTOS, Cristiane Ferreira. et al. O processo evolutivo entre as gerações x, y e Baby boomers. **Seminários em administração**, 2011. Disponível em: <<https://originaconteudo.com.br/arquivos/Artigo-geracoes-X-Y-e-Baby-boomers.pdf>> Acesso em: 04 de abril de 2018.

SASTRE, Ricardo M; MARTEL, Marcelo. Do vinil ao Mp3: análise evolutiva das embalagens de discos no Brasil. **Rev. Arcos Design**. V. 9, nº 1, Junho, 2016, p. 121-136.

SCHERER, Cleudete de Assis. A contribuição da música folclórica no desenvolvimento da criança. **Rev. do Programa de Pós-Graduação em Educação**, Goiânia, v. 13, nº2, p. 247-260, 2010. Disponível em: <<http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/educativa/article/view/1416>>. Acesso em: 03 de Fevereiro de 2018.

SHETH, Jagdish N. et. al. **Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor**. Editora: Atlas. São Paulo, 2001.

SPINELI, Patrícia Kiss; PFUTZENREUTER, Edson Prado. Otto Stupakoff: fotógrafo de capas de disco. **Rev. Triade**. Sorocaba, SP. V. 5, n. 9. 2017. Disponível em: <http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php/triade/article/view/2960>. Acesso em: 13 agosto de 2018.

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob (orgs.). **Isto é design thinking de serviços**. Tradução: Mariana Bandarra. Editora Bookman. Porto Alegre, 2010.

TADA, Elton Vinicius S; BALEEIRO, Cleber Araújo S. O que nos dizem as capas dos discos? análise semiótica de um diálogo entre pop culture e estudos da religião. **Rev. correlativo**. V. 11, nº 12. São Paulo, 2012.

TAMBINI, Michael. **O design do século: o livro definitivo do design do século XX**. Editora: Ática, 2004.

TWEDE, Diana; GODDARD, Ron. **Materiais para embalagens**. 2º ed. São Paulo. Editora: Blucher, 2010.

VAROTTO, Luís Fernando. Ponto de vista: história do varejo. **GV executivo**. Nº1. V.5. Editora FGV, 2006.

VELASCO, Tiago. Pop: em busca de um conceito. **Rev. Interamericana de Comunicação Midiática**. Nº 17.Vol. 9. Santa Maria, 2010. Disponível em:<<https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/2376>>. Acesso em: 02 Junho 2018.

VIANA, Lucina Reitenbach. Indústria cultural, indústria fonográfica, tecnologia e cibercultura. **X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. Blumenau, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-0582-1.pdf>>. Acesso em: 06 de Junho 2018.

VICENTE, Eduardo. **A INDÚSTRIA DO DISCO NO BRASIL: um breve relato**. Manaus, 2000. Disponível em: <<https://slidex.tips/download/a-industria-do-disco-no-brasil-um-breve-relato>>. Acesso em: 11 Janeiro de 2018.

VICENTE, E. A VEZ DOS INDEPENDENTES (?): um olhar sobre a produção musical independente no país. **Rev. e-compos**. V. 7. nº 11. 2006. Disponível em: <<http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/100>>. Acesso em: 03 de Novembro 2018.

WISNIK, José Miguel. **O som e o sentido: uma outra história das músicas**. 3º ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2017. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/129438983/o-som-e-o-sentido-jose-miguel-wisnik>>. Acesso em: 02 de junho 2018.

