



As fontes no *rock*: uma análise dos elementos tipográficos em capas de discos¹

Mércia Barros Pereira Lopes²

CESBAM – AESO – Centro de Estudos Superiores Barros Melo

Resumo

Com o passar do tempo, o texto ganhou novas formas e funções. Além de transmitir uma mensagem, o texto pode ilustrar graficamente e chamar a atenção do leitor. A partir de então, a tipografia tornou-se um rico campo de exploração para os *designers*. O presente trabalho reuniu três temas que costumam chamar a atenção: a tipografia, o *rock* e as capas de discos. Através do estudo de algumas tendências da criação tipográfica pós-moderna, apresenta alguns exemplos de sua aplicação em capas de discos de *rock*, relacionando esse movimento musical à nova postura dos *designers* gráficos nas últimas décadas.

Palavras-chave

Tipografia; *rock*; capas de discos; pós-modernidade.

1. Tipografia Pós-Moderna

Com o tempo, o *design* desenvolveu suas técnicas e aplicações e permitiu à tipografia que transmitisse algo a mais do que a simples mensagem. Inicialmente em corpos pequenos para leitura corrida em livros, os caracteres ganharam novas formas a partir da revolução industrial. Era necessário anunciar os produtos para que fossem vendidos aos consumidores e para isso, o texto precisava estar em destaque, com maior corpo, peso e novas formas.

No século XX surgiram mais experimentos tipográficos com os movimentos vanguardistas. Até que foi criado o Funcionalismo Suíço iniciando uma nova era com “os ideais de uma tipografia universalmente neutra, compreensível e funcional”. (FARIAS, 2003, p. 23). Buscando clareza, legibilidade, discrição, formas simples e geométricas, esse estilo pode ser representado por tipos como *Univers* e *Helvetica* que foram largamente utilizados na comunicação visual de multinacionais, na publicidade e por editoras de livros. Após um longo uso desses tipos, os *designers* estavam cansados dessa monotonia e falta de expressividade. E no final da década de 60 surge uma mudança nesta linguagem gráfica, uma ruptura com os ideais funcionalistas.

Wolfgang Weingart, professor da Escola da Basileia, foi um dos pioneiros nessa revolução, disseminando esses novos ideais para *designers* do mundo todo. Surgiram

¹ Trabalho apresentado à Sessão de Temas Livres no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Publicitária e pesquisadora – CESBAM – AESO – Centro de Estudos Superiores Barros Melo.
mercialopes@hotmail.com

movimentos como o psicodelismo, caracterizados pelas cores vibrantes e letras distorcidas, e o *punk*, marcado pela estética suja, desconstruída, desarrumada. Além dessa nova postura rebelde dos *designers*, surgem os microcomputadores, que facilitaram a editoração, instalando o *desktop publishing* e impulsionando a criação tipográfica. Resultando assim, em milhares de tipografias das mais variadas formas e estilos, disponíveis na internet para *download* (gratuito ou não), em *sites* de *typefoundries*³ ou de distribuidores.

Com a chegada da tecnologia, foi possível dar maior sustento a essa desvalorização dos princípios da racionalidade, organização, perfeição e clareza. A tipografia dita pós-moderna é experimental, imperfeita, desordenada, mutante e eclética porque é capaz de reunir diversas tendências e estilos, todas possuindo uma característica em comum, como diz Farias: “[...] a rejeição em maior ou menor grau ao paradigma racionalista, estabelecido a partir da Bauhaus”. (2003, p. 29).

Como esta nova tendência pretende chocar e chamar a atenção, os caracteres possuem duas características marcantes: a expressividade e a ilegibilidade. Segundo Niemeyer (2003, p. 13), a tipografia vem suprir a expressividade e a ênfase necessárias à comunicação, como ocorre na comunicação interpessoal com os recursos da linguagem gestual (postura, expressão fisionômica, movimentos, etc.) e da oral (as variações de altura, ritmo e tom da voz). Para esta nova postura dos *designers*, quanto mais ilegível, melhor, pois se despende um maior tempo para reconhecer esses novos caracteres, atraindo o leitor por sua irreverência nas formas, chamando sua atenção.

Há uma liberdade nas formas das letras. Os caracteres não seguem um padrão como os tipos da *Univers*: Ora estão em caixa alta, ora em caixa baixa, ou inclinados à direita, enquanto outros estão à esquerda, com diferentes pesos, etc. É possível observar estes pontos comparando duas tipografias: A *Univers* e a *Ghetto-Blasterz*.

Univers
abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz
1234567890

GHELLA-BLASTERZ
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

³ Termo em inglês, que deriva da imprensa de tipos móveis em metal e que significa fundição de tipos. Mesmo não havendo a fundição do metal, o termo foi apropriado pelo universo digital tipográfico e é utilizado para designar as empresas especializadas na criação de tipografias digitais.



2. Uma Capa Pra Quê?

O mercado fonográfico transformou o simples ato de ouvir uma música em um rico mercado produtor e consumidor de diversos gêneros, gerando anualmente milhões em todo o mundo. Assim, a música deixou de ser apenas arte e tornou-se um produto de consumo, sendo exposto nos meios de comunicação, gerando vendas e conseqüentemente, lucro para o seu fabricante.

O disco é cuidadosamente elaborado, utilizando as ferramentas do composto de *marketing*. Os músicos têm sua imagem trabalhada e o produto final, um amplo material de divulgação como cartazes, *displays*, adesivos de chão, propagandas em TVs e revistas, além da exibição de videoclipes, entrevistas, comentários da crítica, execuções em rádios, etc.

Mas antes de surgir todo esse aparato promocional, a capa do disco desempenhava esse importante papel. Torna-se difícil afirmar atualmente, se a capa influencia o consumidor no ato da compra. Como afirmam Barros, Coutinho e Vieira (1999, p. 36):

Com o advento tecnológico, outras mídias apareceram para reforçar a venda do disco. A música toca no rádio, na TV, nos *shows*, o artista aparece na divulgação do produto disco, existe todo um trabalho de *marketing* direcionado para a venda. Além disso, o consumidor pode ouvir o produto antes da compra.

Entre tantos discos, aquele que for mais atrativo será retirado da prateleira pelo cliente, nem que seja para uma simples e rápida examinada na própria loja. E essa atração não precisa necessariamente vir de algo esteticamente belo, mas algo diferente, chamativo e que mesmo caracterizando o feio, seja eficaz em seus objetivos. E com a chegada do *compact disc*, houve uma maior liberdade de criação para os *designers*, que têm não somente a capa, mas a contra-capas, encarte, fundo, etc.

Com a evolução da capa, que continha inúmeras informações e o surgimento do CD, toda a informação técnica migrou para o interior do disco, ou seja, encontra-se no encarte. As capas geralmente contêm duas informações básicas: o nome do artista e o título da obra, que são o que mais interessa no ato da compra.

No desenvolvimento de uma capa de disco, há muitas vezes, um choque de idéias entre os músicos, que desejam que o projeto gráfico traduza o trabalho concebido, e a gravadora que limita a criação, reduzindo os custos ou estabelecendo regras como, por exemplo, exigindo a imagem do artista na capa.

3. O *Rock*

O mundo viu surgir um ritmo que veio a ser um marco para a música e para a sociedade do século XX. Um ritmo que fez com que jovens do mundo todo se identificassem e que não se restringiu apenas ao aspecto sonoro. O *rock* envolve uma série de fatores que fazem com que, até hoje, seus fãs sejam identificados em várias partes do mundo. E, para continuar vivo ainda hoje, o *rock* se adapta de geração a geração, de acordo com os anseios do público e da sociedade. Consegue reunir diversas manifestações e estilos em um único grande grupo.

Apesar de ter se tornado um produto de consumo apoiado pela mídia, o *rock* reflete, inicialmente uma insatisfação de jovens com os modelos rígidos, conservadores e tradicionais da sociedade. “[...] procuravam um novo veículo, onde pudessem exprimir o que pensavam a respeito de coisas concretas como família, escola, poder, amizade, drogas e especialmente, amor”. (CHACON, 1985 p. 29).

A partir da metade da década de 60, o *rock* começa a abordar assuntos mais sérios: torna-se intelectual. Ocorre um amadurecimento tanto na temática, que trata de assuntos sócio-políticos, como na técnica musical que ganha um aperfeiçoamento. Começam a surgir as experimentações com a guitarra e a preocupação com os conhecimentos musicais. Essa fase é marcada pelo consumo de drogas, principalmente por grandes astros do *rock* morrendo por *overdose*.

Contrariando o *rock* progressivo, “[...] que aliava as mais modernas técnicas de gravação ao virtuosismo de músicos oriundos de conservatórios musicais [...]” (JANOTTI, 2002, p. 57), surge o *punk*, sem a mínima preocupação com o estudo profundo da música e a favor da atitude, do lema “*do it yourself*” e do *rock* de garagem. Para Janotti, “[...] o *punk* revitalizou a idéia de que uma guitarra, um baixo, uma bateria e atitude são mais importantes do que vários anos de estudos musicais [...]” (2002, p. 59).

E além da música e do visual *punk*, caracterizado por roupas pretas, alfinetes, correntes, manchas, etc., o *punk* também influenciou o *design* através dos *fanzines*, jornais de baixa tiragem, produzidos pelos próprios fãs de modo artesanal. Para discutir o movimento, seus artistas e festivais, os fãs utilizavam colagens e máquinas de escrever, reproduzindo-os em máquinas xerográficas. O fato mais marcante nos *fanzines* foi a sua estética (ou a falta dela), pois esses jornais continham erros, letras agressivas, imagens em péssima qualidade, representando o verdadeiro caos editorial. E era exatamente isto que os *designers* buscavam: desordem, anarquia, caos.

Assim como o indivíduo de hoje, o *rock* consegue conviver com diversas identidades adequadas para cada momento. E assim, as bandas misturam seu som a outros ritmos, criando um hibridismo de culturas, sons, estilos, gerações, etc.

O *rock* é muito mais do que um tipo de música: ele se tornou uma maneira de ser, uma ótica da realidade, uma forma de comportamento. O *rock* é e se define pelo seu público. Que, por não ser uniforme, por variar individual e coletivamente, exige do *rock* a mesma polimorfia para que se adapte no tempo e no espaço em função do processo de fusão (ou choque) com a cultura local e com as mudanças que os anos provocam de geração a geração. (CHACON, 1985, p. 18).

O *rock* é a tradução do estado de espírito dos jovens frente aos acontecimentos da sociedade. É uma forma de chamar a atenção dos outros, seja pela música, pelas letras, pela maneira de se vestir, pela aparência física, etc. O *rock* é a rebeldia, a insatisfação, a oposição, o chocante.

4. Análise Tipográfica

Aqui serão apresentadas algumas das principais tendências para criação de tipografias digitais. Esta classificação foi baseada no artigo “Tipografia Digital Pós-Moderna”, de Flávio Cauduro. E as capas foram selecionadas e analisadas de acordo com esta classificação.

É importante lembrar que nem sempre uma capa de disco possui estes dois elementos: título e subtítulo, contendo geralmente, nome da banda e nome do álbum e que eles não precisam vir necessariamente nessa ordem: título – nome da banda; subtítulo – nome do álbum.

A tipografia escolhida tem que estar em sintonia com o projeto do artista, pois ela irá transmitir não apenas o sentido denotativo do texto, mas também o sentido conotativo, as idéias, os conceitos, que estão além do conteúdo explícito para reforçar e ilustrar a mensagem a ser passada. “O uso da imagem integrada ao nome da banda, remete ao consumidor a linguagem agressiva proposta nas músicas do disco”. (BARROS; COUTINHO; VIEIRA, 1999, p. 79).

Com o desenvolvimento da informática e da internet, o *designer* conta com uma infinidade de possibilidades tipográficas a serem exploradas. É possível também criar uma tipografia específica para uma determinada capa, transformando a obra numa marca, num ícone que irá identificar não apenas aquela obra, mas também a banda.

Nem sempre os títulos ocupam uma área específica e padronizada. Geralmente, por exigência das gravadoras, o título se localiza na área superior para facilitar a localização pelo consumidor nas prateleiras das lojas. (BARROS; COUTINHO; VIEIRA, 1999, p. 89) Mas tanto pode estar presente no centro da capa com letras em caixa alta, como ser encontrado com letras em caixa baixa em um pequeno detalhe da imagem.

4.1 Baixa resolução

São os tipos que possuem formas simplificadas, reduzindo os caracteres aos seus traços essenciais, pois facilita a leitura para os computadores. Quanto mais simples forem os caracteres, mais legíveis estes se tornam. Por não oferecer melhor qualidade, a tecnologia limitou as letras às suas formas básicas. Os tipos pixelados são um grande exemplo, mas também se enquadram os tipos desenvolvidos para os sistemas de leitura magnética, óptica e as fontes encontradas em telas de cristal líquido, como em relógios digitais, calculadoras, celulares e painéis eletrônicos.

A baixa resolução era vista inicialmente como uma limitação, mas passou a ser vista como um campo a ser explorado pelo *design* tipográfico logo após o surgimento do *desktop publishing* e também como uma opção estética tanto para o *design* gráfico, como principalmente para o *webdesign*.

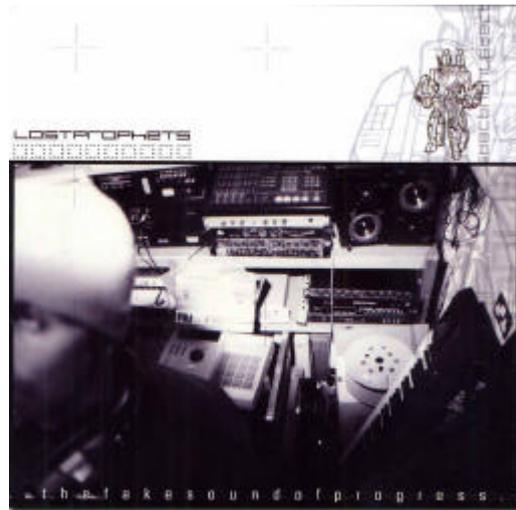
A banda *Dog Eat Dog*, em seu disco *Amped*, utilizou tipos presentes em *displays* de painéis eletrônicos compostos por pontos luminosos e geralmente em caixa alta. Os caracteres possuem a mesma altura e mesma extensão. O título segue a apresentação linear dos textos em *displays* eletrônicos, dando ao título e subtítulo o mesmo destaque.



4.2 *Techno*

É uma tradução do imaginário moderno, técnico, científico. Explora as formas geométricas, retilíneas, com traços de espessura uniforme e ângulos de 90°. Segundo Cauduro (2002, p. 4), são uma releitura de tipos encontrados em documentos técnicos como plantas de arquitetos e engenheiros e também muito utilizados em filmes de ficção científica por passarem a idéia de modernidade, avanços tecnológicos e científicos. Destacam-se as formas retas, extremidades pontiagudas, mas há casos em que os caracteres ganham curvas, são expandidos e até possuem a forma itálica.

O CD de *Lostprophets, The Fake Sound of Progress*, utiliza tipos retilíneos, sem curva alguma no título e no subtítulo. O título possui caracteres expandidos, o que dá aos mesmos uma forma geométrica retangular. O subtítulo contém outra tipografia com as mesmas características dessa tendência: caracteres com traços retos, ângulos de 90° e ausência de curvas.



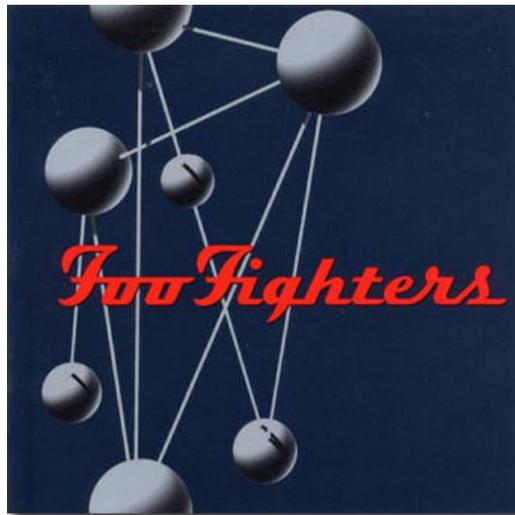
4.3 *Retrô*

São as fontes que se baseiam em estilos existentes em outras épocas e que não estejam mais em uso. Foi uma onda de conscientização do trabalho do *design* gráfico ao longo do tempo, em que diversos estilos, de diferentes épocas, foram valorizados.

Dentre os diversos estilos re-explorados, destacam-se os tipos decorativos europeus das primeiras décadas do século XX, bem ornamentados e com curvas sinuosas, característicos do período da *Art Nouveau*. Esses tipos eram empregados em cartazes, postais, propagandas, placas, embalagens de produtos, etc. Já os tipos americanos do período pós-guerra (década de 50) fazem parte de outro estilo que fascina os *designers*. Eles marcaram uma época de desenvolvimento industrial,

crescimento na economia e no consumismo que traduzia o “*American Way of Life*”. Os tipos góticos da idade medieval e os psicodélicos do movimento *hippie*, (década de 60 e 70) também são exemplos da tendência retrô e foram bem explorados pela tipografia digital pós-moderna.

No álbum *The Colour and the Shape*, da banda *Foo Fighters*, o texto contendo o nome da banda se apresenta em um tipo que foi muito utilizado nos letreiros cromados dos carros dos anos 50. Alguns desses carros tinham seus modelos inspirados em aviões, o que faz com que esses tipos transmitam modernidade e velocidade, conceitos importantes para uma sociedade em plena expansão de seu mercado consumidor. São caracterizados pela inclinação das letras que têm formas retas e pela presença de ligaturas⁴ geralmente na linha de base. Nesse texto, o F inicial possui formas curvadas, pois pertence a outra tipografia, utilizada como marca para a banda.



4.4 Vernaculares

Caracterizada por tipos comuns à escrita popular e regional, típicos da literatura, do folclore e da arte popular, além dos painéis e placas pintados à mão e expostos nas ruas. Nessa tendência, Cauduro também enquadra os tipos que valorizam a baixa qualidade de impressão e reprodução, ressaltando detalhes como a falha nas formas, nos contornos, no preenchimento dos caracteres, ou ainda nos elementos adicionais, conhecidos como ruídos ou manchas gráficas. As tipografias que reproduzem os efeitos de xeroxes, carimbos, máquinas de datilografar, escrita a giz, letras de *stencil*, etiquetadores, etc., são exemplos dessa categoria.

⁴ Conexão entre dois ou mais caracteres.

O que é valorizado nesse estilo é o aspecto imperfeito, inacabado e irregular, contrário aos ideais do Funcionalismo Suíço que primava pela perfeição das formas, pela neutralidade, clareza, uniformidade e máxima legibilidade. Esses tipos vernaculares brincam com a possibilidade de inserir sujeiras e manchas em um alfabeto, dificultando um pouco sua leitura e a identificação dos caracteres.

Na capa do CD *Garbage*, da banda de mesmo nome, consta uma tipografia que simula a impressão de uma máquina de datilografar, ressaltando as falhas decorrentes da precariedade do método. A fita da máquina não consegue imprimir as letras perfeitamente, fazendo com que os ocios das letras sejam preenchidos pela tinta.



4.5 Personalizadas

São os tipos que reproduzem a escrita à mão. Cada fonte terá uma característica única, pessoal, própria da escrita manual. Assim são ressaltados traços desenhados com mais cuidado, mais esmero, resultando numa elegância formal em algumas fontes, em detrimento a letras informais, em certos casos, totalmente desleixadas, sem qualquer preocupação formal.

Uma expressão máxima da intersubjetividade abordada pela pós-modernidade e, conseqüentemente, pelo *design* tipográfico pós-moderno que expressa os gostos individuais dos *designers*. Assim é possível obter uma certa expressividade, espontaneidade e individualidade nos trabalhos, inaceitáveis para a Escola Suíça que idealizava um *design* impessoal, neutro e universal.

Os tipos apresentam detalhes típicos dos suportes utilizados, como o excesso de tinta formando traços grossos e até borrões, contrastando com os traços bem finos ou a textura imperfeita do preenchimento e do contorno das letras desenhadas por pincéis ou

bico de pena. Apresentam ainda a inserção de elementos decorativos, o rebuscamento das formas, curvas sinuosas ou a escrita desleixada com traços duplos, riscos, etc.

Em *Adore*, de *Smashing Pumpkins*, observa-se a informalidade da escrita: as formas livres com a presença de caixa alta e caixa baixa na mesma palavra. Os traços dos caracteres possuem espessura variável: as extremidades são bem mais finas que o restante das letras. Não há uma preocupação com letras perfeitas; detalhes como a ascendente da letra D possuindo um oco ou a letra O sem estar totalmente fechada, expressam a fluidez da escrita e essa despreocupação.



4.6 Grunges

Tendência que permite uma maior liberdade às formas das letras. Está em perfeita sintonia com o espírito inovador e desafiador dos *designers* nas últimas décadas. Propõe um *design* livre da rigidez formal e da neutralidade. No lugar da discrição, entra a desconstrução e, do funcionalismo, o experimentalismo, chegando até à ilegibilidade. Os tipos deixam de ter formas limpas, harmoniosas, imparciais para ganharem traços livres, fragmentados, formas confusas e desorganizadas.

Optando por um *design* sujo, defeituoso, grosseiro e caótico, os tipos *grunges* são representados por pichações, grafites, colagens, raspagens e deteriorações, retratando uma estética rebelde, como as pichações feitas nos muros das ruas. Com um visual agressivo, feio e mal acabado, os caracteres aparentam formas desleixadas e negligentes, rompendo com os rigores funcionalistas. As fontes são marcadas pela irregularidade das formas e das espessuras dos caracteres que ora se encontram grossos; ora, finos. Também contam com a presença de ruídos e manchas para dificultar ainda mais sua legibilidade.

Na capa de *Roorback*, da banda Sepultura, o nome do disco apresenta uma escrita irregular e desleixada. O subtítulo segue a estética da ilustração da capa: algo feito às pressas, rabiscado, inacabado, cheio de traços e sem uma forma definitiva delineada. As letras não possuem uma uniformidade: ora são constituídas por muitos traços, ora por poucos, formando um contraste entre as áreas grossas e as áreas finas, como na letra O.



4.7 Manipuladas

São as fontes já existentes que sofreram alguma modificação em sua forma, através das ferramentas dos programas do *desktop publishing* como os editores de imagens e os *softwares* vetoriais. Os caracteres ganham uma nova aparência com formas distorcidas, letras desfocadas ou com texturas, etc.

As fontes manipuladas são o resultado da exploração dos recursos disponibilizados pelos computadores e seus *softwares* de editoração. Com essa manipulação eletrônica, é possível obter “efeitos inéditos de sombra, texturização, transparência, fusão de formas, distorções, composição de palavras em linhas curvas e em espirais, etc.” (CAUDURO, 1998, p. 97), além de inserir a perspectiva e a tridimensionalidade nas letras.

O álbum *Nevermind* de Nirvana possui os caracteres do subtítulo distorcidos, dando a impressão de que uma lente passou sobre o texto e o deformou. A tipografia provavelmente era linear, pois não possui serifas e, com o efeito, ganhou traços totalmente amorfos, criando uma nova aparência.



5. Conclusão

Com essa pequena amostra de capas de bandas de *rock*, foi possível perceber a variedade das fontes existentes e como são amplas as possibilidades para a criação de um *layout*. O *designer* tem uma imensa lista de opções tipográficas, onde deve ele escolher a mais adequada ao trabalho e ao público naquele dado momento. É interessante destacar que as necessidades e o gosto desse público podem ser modificados com o passar do tempo.

Na era do pós-modernismo, tudo é possível. Diversos estilos convivem simultaneamente até em um mesmo projeto. Atualmente é possível encontrar de tudo ao mesmo tempo. Não há um padrão estabelecido a seguir.

Enquanto a inovação tecnológica é introduzida e os elementos resultantes desses avanços são enaltecidos, há uma valorização das técnicas mais primitivas de impressão. Tanto podem ser encontrados tipos que passam a idéia de modernidade, tecnologia, com formas retas, contornos bem desenhados, como fontes que reproduzem formas precárias de impressão ou reprodução, com falhas nas bordas e no preenchimento dos caracteres ou ainda com a presença de manchas gráficas. Ou seja, o que antes era considerado o erro, agora é uma opção estética.

Foi possível perceber que houve uma revalorização dos estilos antigos, tipografias muito utilizadas em outras épocas, como também houve a inserção de novos estilos com a chegada do computador. E percebeu-se principalmente o quanto esta tecnologia facilitou e enriqueceu a criação tipográfica com seus recursos e efeitos na editoração eletrônica.



A tipografia adquiriu mais personalidade e passou a reforçar a mensagem transmitida por meio dos signos que podem ser extraídos do seu visual. E assim a imagem e o texto conseguiram formar um conjunto que agrada, que chama a atenção e que pode fazer o consumidor parar em uma prateleira da loja, escolher e examinar o disco.

Os *layouts* das capas de *rock* estão adequados à nova linguagem gráfica e tipográfica, atendendo aos anseios dos artistas e do público-alvo que espera projetos mais ousados, atrativos e diferentes.

A tipografia não é escolhida por acaso. Conhecendo o espírito do projeto, seus autores e seu público, o *designer* será capaz de desenvolver não apenas uma capa de disco, mas qualquer outro trabalho gráfico que traduzirá, através das imagens e da tipografia, o conteúdo do mesmo. Com este trabalho é possível perceber que a tipografia merece uma atenção especial, tanto por quem cria a peça gráfica como por quem a recebe.

Referências Bibliográficas

BARROS, Denize; COUTINHO, Solange; VIEIRA, Rosangela. **O Design da Capa de Disco no Brasil: um Estudo de Caso**. 1999. 96 f. il. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 1999.

BIVAR, Antônio. **O que é Punk**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1984. 120 p. (Coleção Primeiros Passos).

CAUDURO, Flávio Vinícius. Tipografia Digital Pós-Moderna. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 25., 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: INTERCOM, 2002. CD-ROM.

_____. Desconstrução e tipografia digital. **Revista Arcos**, Rio de Janeiro: ESDI, v. I, n. 1, 1998. Disponível em: <[http://www.esdi.uerj.br/arcos/imagens/artigo_flavio\(76a101\).pdf](http://www.esdi.uerj.br/arcos/imagens/artigo_flavio(76a101).pdf)>. Acesso em: 24 abr. 2004.

CHACON, Paulo. **O que é Rock**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983. 79 p. (Coleção Primeiros Passos).

FARIAS, Priscila L. **Tipografia Digital: o impacto das novas tecnologias**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001. 116 p.



HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999. 102 p.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder Silveira. **Heavy-Metal e as Mídias: das comunidades de sentido aos grupamentos urbanos**. 2002. 393 f. il. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2002.

JAQUES, João Pedro. **Tipografia Pós-Moderna**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998. 42 p.

LAUS, Egeu. A Capa de Disco no Brasil: os primeiros anos. **Revista Arcos**, Rio de Janeiro: ESDI, v. I, n. 1, 1998. Disponível em:
<[http://www.esdi.uerj.br/arcos/imagens/acervo_egeu\(102a126\).pdf](http://www.esdi.uerj.br/arcos/imagens/acervo_egeu(102a126).pdf)>. Acesso em: 24 abr. 2004.

NIEMEYER, Lucy. **Tipografia: uma apresentação**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003. 100 p.

ROCHA, Cláudio. **Projeto Tipográfico: análise e produção de fontes digitais**. 2. ed. São Paulo: Edições Rosari, 2003. 142 p.

VILLELA, César G. **A História Visual da Bossa Nova**. Rio de Janeiro: [s.n.], 2003. 62 p.