

Projeto gráfico - Coleção do Ruivão¹

Larissa HOLANDA²

Gustavo PINHEIRO³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

A música e o design gráfico estão juntos na composição do projeto gráfico “Coleção do Ruivão”. Com foco no público de fãs, colecionadores e apreciadores da música em geral, o projeto objetivou a criação de uma identidade visual para a coletânea de discos do cantor Nando Reis. Através dessa identidade, pôde-se desenvolver o design gráfico de um produto musical, composto por uma coleção de luxo de álbuns musicais e display de exposição.

PALAVRAS-CHAVE: design gráfico; identidade visual; música; Nando Reis; artigo de colecionador.

1. INTRODUÇÃO

A música e o desenho, ou design, caminham lado a lado. A ideia de representar visualmente um som vem de muito tempo atrás e foi evoluindo ao longo dos anos. Diversos e diferenciados estilos musicais foram utilizando diferentes tipos de linguagens, ilustrações, grafismos, enfim, variadas formas de comunicação para reproduzir visualmente as mais variadas sonoridades.

Ao falar da relação entre a música e o design, se pensa no lado artístico, na representação visual da música puramente pela arte, como expressão, e, principalmente no lado comercial, em que o design busca a representação da música com o objetivo de venda.

O design gráfico é uma forma de expressar visualmente um conceito, usando variadas técnicas. Comercialmente, é usado como estratégia forte de venda em que a forma em que o produto se mostra é utilizada para destacá-lo e chamar a atenção do consumidor, conduzindo-o ao ato da compra.

Trabalhar com o design gráfico de algo relacionado a músicas e sons é sempre um desafio: deve-se representar visualmente aquilo que se ouve e causar a identificação em quem vê com o tipo de som que o design representa. A música, como produto da indústria cultural,

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Transdisciplinar da Comunicação, modalidade design gráfico.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará (UFC), email: larissa.holanda@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará (UFC), email: pinheirogustavo@hotmail.com.

utiliza-se do design para atingir e atrair os consumidores. Para isso, o uso dos elementos visuais identifica o estilo musical, a linguagem, as referências, os tipos de sons, enfim, todo o conceito do produto em questão, seja ele uma única banda ou uma turnê inteira de um cantor ou banda.

No contexto atual, chega a ser mais difícil chamar a atenção dos consumidores para a música, não só pela enorme diversidade de estilos musicais, bandas, intérpretes, entre outros, mas principalmente pela facilidade de se obter produtos musicais com o advento da internet. É um desafio cada vez maior vender um CD, por exemplo, quando se tem todas as músicas disponíveis em sites.

Nesse contexto, a “Coleção do Ruivão” é um projeto de design gráfico que construiu uma identidade visual baseada no cantor Nando Reis e suas músicas, clipes, show, que visa agregar valor e atrair a aquisição da obra musical do artista na sua forma de produto.

2. OBJETIVO

A “Coleção do Ruivão” é um projeto de construção de uma identidade visual e desenvolvimento de design gráfico. Foi feito como um trabalho para a disciplina de Direção de Arte, ministrada pelo professor Gustavo Pinheiro, no curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará.

A proposta inicial era criar uma identidade visual relacionada ao universo musical que pudesse ser aplicada em um produto. Com isso, o projeto foi desenvolvido e o resultado final foi a criação de uma caixa de cds de edição de luxo, composta por seis compactos, os álbuns de estúdio, dispostas em um display de exposição.

O objetivo principal do trabalho é a conquista e identificação do público-alvo, os fãs, através da identidade visual. Como afirma Peón (2000, p.11) “(...) uma identidade visual mais forte leva nossa atenção ao objeto e, principalmente, faz com que nos lembremos dele quando virmos de novo – ou seja, dá maior pregnância ao objeto”.

A compra de um produto como esse é feita através da emoção. Segundo Cesar (2000, p. 197), “A compra pela emoção é aquela em que o consumidor é pego de surpresa. Identifica-se com o produto, gosta e é atraído por ele”. E é com esse objetivo que todos os elementos visuais da “Coleção do Ruivão” foram feitos: brilhar os olhos dos fãs. A criação de um conceito e uma identidade visual forte para o cantor Nando Reis, que seja aplicado no design gráfico da sua coleção de cds, é fator fundamental para a conquista desse público.

Como já dito anteriormente, a compra de produtos musicais está cada vez mais difícil, e pode-se exemplificar com o fato de que no site oficial do Nando Reis, estão disponíveis todas as músicas do cantor. Assim, a “Coleção do Ruivão” é algo diferente, original, que se destaca dos demais álbuns e coleções para ser objeto de desejo dos fãs, colecionadores e apreciadores de música. Mais do que apenas uma embalagem em um material de ponto de venda, o projeto de design busca a experiência do consumidor.

3. JUSTIFICATIVA

Uma vez que se busca a venda de um produto musical com foco em um público específico e de certa forma mais crítico, no caso, os fãs do Nando Reis, e do rock nacional, o uso de uma forte e conceitual identidade visual, e desenvolvimento um design gráfico funcional são imprescindíveis, principalmente para gerar a experiência de compra.

A justificativa para a escolha do Nando Reis para o desenvolvimento da “Coleção” foi primeiramente a identificação da própria autora do projeto, por ser ela fã do cantor e conhecer bastante sua história. Além disso, apesar do estilo musical do cantor estar em baixa, o número de fãs no Brasil é grande e eles são bastante “fiéis”, com características parecidas e bons conhecedores do cantor. As obras do Nando Reis são diversificadas e possuem bastante conteúdo, possibilitando a liberdade para a criação.

Poucas são as coleções de CDs de cantores brasileiros e o Nando Reis, apesar de possuir muitos álbuns no mercado, nunca produziu uma edição especial de seus CDs ou DVDs ou uma coletânea.

Assim, usar dessa temática permite a inovação e experimentação permite que se possa elaborar algo criativo, rico em detalhes e que remeta a um universo semântico que mexe com o pessoal, tanto do cantor, quanto dos fãs.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

4.1. Processo de criação do Projeto

A partir da decisão de fazer uma coletânea para o cantor Nando Reis, já justificada no tópico acima, iniciou-se uma pesquisa para aprofundar os conhecimentos sobre o cantor, suas histórias, músicas, enfim, tudo aquilo que pudesse influenciar a criação da identidade visual.

O Nando Reis sempre se utiliza de elementos de cidades de interior, carros antigos, desenhos, objetos velhos e desgastados, roupas antigas, coisas feitas à mão, colagens, símbolos de amor entre outros. Também há sempre referências ao fato de ele ser ruivo,

despreocupado e principalmente, um poeta. A identidade visual foi criada a partir desses elementos percebidos em seus cds, dvds, clips, propagandas e shows.



Figura 1. Elementos visuais relacionados ao Nando Reis

O nome “Coleção do Ruivão” foi escolhido para representar uma característica que é sempre destacada pelo cantor e pelas mídias, o fato dele ser ruivo. A rima deixa também um tom mais divertido e sonoro.

A identidade da coleção é feita a partir de elementos encontrados nas letras das músicas do cantor. A principal referência é a da música “E.C.T”, presente em dois de seus álbuns, que definiu toda a linha criativa do design gráfico. A música “E.C.T” foi escolhida pois fala sobre cartas de amor que se transformaram em música: “Mas esse cara tem a língua solta / A minha carta ele musicou / Tava em casa, a vitamina pronta / Ouvi no rádio a minha carta de amor” (REIS, 2000) As músicas do Nando Reis, são como cartas para alguém, ou sobre alguém ou algo, e em sua maioria, de amor. Assim, a música escolhida faz a coleção ser uma encomenda aos fãs, e cada cd é uma carta de amor. O consumidor, ao chegar na loja se depara com uma caixa de correio já com referências às músicas, tais como “Bairro das laranjeiras, 12º andar”, presente na música “All Star”, e a letra “A” pintada, referência à música “Letra A”. Na caixa de correio, encontra-se a caixa de cds, feita para parecer uma encomenda de correio. Dentro dela os seis cds se dispõem em formatos de envelopes de cartas, mas ao abrir o envelope, onde deveria ter a carta, há o cd. Há também referências às letras nas ilustrações presentes na parte interior dos cds.

Para a produção, usou-se materiais diferentes para chamar a atenção dos consumidores e remeter ao universo semântico do cantor e dos correios.

4.2 Técnicas

A “Coleção do Ruivão” contou com a experimentação, no sentido de buscar, através de diversas técnicas, uma inovação. Além das técnicas, a experimentação se fez no uso de formatos diferenciados e aplicações de outras estruturas (selos, botões e barbante).

O uso da técnica de simplicidade, apresentada como “(...) baixo numero de informações e elementos visuais. A simplicidade se caracteriza por organizações formais fáceis de serem assimiladas” (GOMES, 2000) está bastante presente no projeto. A caixa de correio, caixa de cds e capa dos cds possui os elementos visuais necessários.



Figura 2. Elementos de referência

A Sobreposição, “organização de elementos uns em cima de outros” (GOMES, 2000), foi usada na colagem de selos, e aplicação da marca em relação à borda inferior das capas dos cds.

A assimetria está presente na forma em que a marca e as ilustrações são dispostas em relação ao fundo, o que pode remeter também a um desequilíbrio. Dentro das caixas, há diversas ilustrações que, de forma desorganizada, como uma estampa, formão uma fragmentação: “decomposição de elementos ou de unidades em peças separadas que se relacionam entre si, porem, conservando seu caráter individual” (GOMES, 2000).

4.3 Principais elementos

O logotipo da “Coleção do Ruivão” é conjugado a grafismo: “(...) além dos caracteres possuem algum ou alguns elementos gráficos acessórios” (PEÓN, 2000). Assim, além do que é escrito, há o desenho de quadrados que remetem a um selo postal. É simples, facilita a leitura e reconhecimento pelo consumidor e pode ser aplicado em diversas cores.

A tipografia escolhida parece ser escrita a mão, já que a proposta é que a coleção remeta à cartas escritas. A tipografia é concordante, ou seja, é sempre a mesma.

A forma dos produtos de design, no caso a caixa de correio, a caixa de cds e os cds, são fundamentais para atingir o objetivo proposto. O expositor (também pode ser visto como

material de ponto de vendas) possui um formato diferenciado, remetendo a uma caixa de correio, comumente presente em casas. Esse formato inovador chamará a atenção dos consumidores e dará mais destaque à caixa de cds, principalmente se for disposta no exterior de lojas de cds. A caixa de cd, e as caixinhas de cds (encartes) vistas como uma embalagem, possui também a característica de uma forma inovadora. São feitas com corte especial para se assemelhar à uma carta.

Sobre as cores, tem-se que:

As cores são importantes na identificação do mundo físico para o ser humano e, principalmente, para o universo das embalagens de papel: além dos aspectos formais, dos movimentos, das configurações e das texturas, a cor pode atribuir contrastes, identidades e personalidades aos objetos e embalagens. (PEREIRA, 2003, p.74).

Para a caixa de correio, usou-se cores mais neutras, o branco e o marrom. A escolha dessas cores se deu primeiramente para remeter a caixa de correio padrão, que é branca, mas parecendo que ela foi personalizada, com frases e desenhos em marrom. Em segundo lugar em razão de constituírem cores mais neutras, que contrastam com a caixa de cds que está dentro dela, e lhe confere mais destaque.

As cores da caixa de cd são vermelho e azul. Foram escolhidas por mostrar a dicotomia presente nas músicas do Nando Reis, como: Homem e mulher, sim e não, noite e dia, sol e lua, entre outros. O vermelho é uma cor mais viva, ligada à mulher, ao fogo, ao movimento, já o azul é uma cor fria, referente à água, ao homem, à tranquilidade. Em relação à funcionalidade, o azul é uma cor de destaque quando se pensa em correios e os elementos em vermelho lembram os carimbos usados pelos correios, como os de frágil e confidencial. Dentro da caixa de cd, há seis caixas de cds, uma para cada álbum musical. A cor é fundamental, pois cada cd tem uma cor que o representa, constituindo assim um sistema de identificação.

Com o objetivo de fazer do consumo da “Coleção do Ruivão” uma experiência para os consumidores, fez-se o uso da textura através da escolha do papel kraft madeira. Na caixa de cd e nas caixas menores dos álbuns. “A textura é o elemento visual que com frequência serve de substituto para as qualidades de um outro sentido, o tato” (DONIS, 1999). Assim, além do uso da textura deixar o produto mais bonito em relação à estética e cores, o consumidor vai sentir a vontade de tocar, de sentir.

No conjunto da obra, existem ilustrações, tanto do Nando Reis, quanto de diversas figuras que são citadas nas músicas do cantor. A ilustração do cantor, presente na caixa de cd foi

vetorizada de uma ilustração já existente. As figuras presentes no interior dos cds e na caixa de correio foram feitas pela autora do projeto. A presença dessas ilustrações nas obras faz parte de conceitos sempre usados pelo cantor, de coisas feitas à mão, desenhos e rabiscos.

A “Coleção do Ruivão” conta com a presença de elementos de apoio que servem para aumentar a expressividade do design gráfico. A caixa de cd abre e fecha através de um dispositivo feito por dois botões e um barbante, comumente usado em envelopes, cartas e encomendas. Nas caixas de cd dos álbuns, há aplicação de dois selos, para aumentar a veracidade da proposta de ser uma carta. Há também um suporte plástico para encaixar o cd no interior das caixas menores.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O projeto gráfico em questão constitui-se de: um display expositor, uma caixa para cds e seis caixas de cds.

O display expositor é feito em forma de uma caixa de correio americana. Possui um suporte em forma cilíndrica marrom, que é a base para a caixa de correio. As cores são branca, com elementos em marrom e uma “alça” azul. O material usado é o pvc, tanto na caixa como no suporte cilíndrico. As dimensões são: 240mm de comprimento, 142mm de largura, 195,5mm de altura para a caixa de correio e 1m para o suporte cilíndrico.

A caixa para cds possui o formato de uma encomenda. É retangular, e possui um fecho feito pela aplicação de dois botões e barbante. As cores são azul e vermelho e o material é o papel kraft madeira. As dimensões são: 48 mm de comprimento, 142 mm de largura e 125mm de largura.

Dentro da caixa para cds há seis caixas de cds. Elas são em formato de envelope, porem sem fechar nas laterais. Possuem a aplicação de dois selos em cada uma. Cada caixa de cd possui uma cor, são elas: verde, roxo, vermelho, azul, cinza e rosa. O material usado é o mesmo da caixa para cds, papel kraft madeira. Acoplado à ela, há um material em plástico para o encaixe do cd. As dimensões da caixa são: 125mm de comprimento, 142 de largura e 8mm de altura

Os cds são revestidos de papel kraft madeira com a logo e a cor de cada cd. O tamanho é de um cd padrão.

6 CONSIDERAÇÕES

A "Coleção do Ruivão" é um projeto gráfico de profundo aprendizado. A presença do experimentalismo foi fundamental para a criação e concepção de uma identidade visual para a coletânea de obras do cantor Nando Reis. O tema escolhido possibilitou que a autora

explorasse a criatividade em busca da inovação e interação entre os elementos caracterizadores do músico. O projeto objetivou a identificação e, principalmente, a conquista do público-alvo, com a criação de um conceito e identidade visual que atraísse o consumidor a adquirir um produto que, não obstante constituir-se da relevante obra musical realizada pelo cantor Nando Reis, apresenta-se também como um objeto que atrai desejos pela sua estética visual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PEÓN, M. L. **Sistemas de identidade visual**. Rio de Janeiro: Ed. 2AB, 2000.

CESAR, N. **Direção de Arte em propaganda**. São Paulo: Ed.Futura, 2000.

GOMES, J. **Gestalt do Objeto: Sistema de Leitura Visual da Forma**. São Paulo: Escrituras Editora, 2000.

Infernal. Nando Reis. N. 092740188-2 Warner Music Brasil / Compact Disc / CD

DONIS, A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1999

PEREIRA, J. L. **Planejamento de Embalagens de Papel**. Rio de Janeiro: D. 2AB, 2003