



Design Gráfico na análise contextual do CD Back to Bedlam de James Blunt¹

Anne Louize Pontes Andrade²

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará.

RESUMO

Os conceitos, funções e características de Comunicação Visual e de Design Gráfico estão presentes neste artigo, bem como a dificuldade que temos em defini-los e delimitá-los. Este presente artigo também faz uma análise dos elementos gráficos e influências culturais e semióticas da capa do CD Back to Bedlam de James Blunt que serão identificados, expostos e contextualizados ao longo desse trabalho. Este artigo também irá perpassar entre o que vemos e o que interpretamos quando estamos cientes do contexto cultural por trás dos elementos da capa do disco.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Visual; Design Gráfico; James Blunt; Back to Bedlam.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A comunicação visual e o trabalho do design gráfico estão em toda a parte, até mesmo na caneta que estaria a escrever este artigo se não fosse o avanço tecnológico que está intrinsecamente ligado a esses conceitos.

Não podemos afirmar de modo preciso o início da comunicação visual, pois esta vem desde a pré-história, porém faremos uma perspectiva mais contemporânea sobre o seu conceito, função e características, bem como será tratado sobre a função do design gráfico nas artes, na indústria, principalmente no tocante à indústria fonográfica.

COMUNICAÇÃO VISUAL

É difícil delimitar ou definir o que é comunicação visual, pois ela está espalhada por toda a parte, na TV, na internet, no céu, no jardim de casa. Segundo Munari (1997), a comunicação visual é composta por imagens que têm uma significação dependendo do

¹ Trabalho apresentado no Intercom Jr – Publicidade e Propaganda do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFC, e-mail: louizepontes@gmail.com



contexto em que estão inseridas, gerando informações diferentes de acordo com o contexto. O autor também afirma que a comunicação visual é dividida em casual ou intencional, a primeira ocorre quando não se tem a ideia de comunicar, mas acaba por levar a informação de acordo com a percepção do receptor, a intencional é, como diz a própria palavra, quando se tem o intuito de levar a informação que pode ser passada de modo prático sem um componente técnico, como uma foto 3x4, ou transmitida de uma forma estética, que analisa mais as formas dadas e em que é bem mais complexa, pois existem incontáveis tipos de estética, que por muitas vezes é particular a cada povo, ou até mesmo a cada indivíduo.

Para que haja uma comunicação visual eficiente, é necessário que se tenha uma compreensão do receptor que se dá por meio de uma identificação do sentido da mensagem visual enviada, que deve ser filtrada por ele, em filtros que Bruno Munari os classificou em três categorias, são elas: o filtro de caráter sensorial, que se refere a possíveis limitações corporais do receptor para receber aquela determinada mensagem, o filtro funcional, no qual são levadas em conta as características específicas ao tipo do receptor em relação à mensagem, por exemplo, uma pintura pela qual se espera uma resposta complexa, varia de acordo com a idade e o acúmulo cultural do receptor, aspecto esse que constitui o terceiro filtro que é definido como cultural e depende justamente da cultura sob a qual o indivíduo está inserido.

Passando por uma zona de ruídos visuais, outra de filtros internos e particulares a cada um, o receptor chega à outra zona, a zona emissora do receptor, nela o receptor responde à mensagem visual do emissor, seja de maneira interna ou externa. As mensagens visuais ao, serem analisadas, são decompostas em informação e suporte visual, suporte esse que dá a visibilidade necessária à informação, que pode ser constituído de um, dois ou todos os elementos que são estudados em busca da melhor maneira de transmitir a mensagem e são eles: textura, forma, estrutura, módulo e movimento.

Além das zonas e filtragens estudadas por Bruno Munari (1997), segundo Donis A. Dondis (2007), enviamos e recebemos as mensagens visuais em três níveis, o representacional, em que é identificado devido à experiência e ao ambiente em que se está inserido, o abstrato, no qual, se é colocado o em evidência os meios mais



emocionais e primitivos e o simbólico que consiste em utilizar símbolos de conhecimento mútuo entre o emissor e o receptor, respectivamente. Esses níveis acima citados constituem a anatomia da mensagem visual (por ser relacionado ao contato com a mensagem visual), em que interagem entre si, interligando-se e sobrepondo-se uns aos outros.

A comunicação visual também se conecta à psicologia por meio da corrente Gestalt, que se baseia principalmente em analisar imagens através da sua decomposição de imagens em elementos constitutivos, na tentativa de elaborar uma análise aprofundada do processo de criação daquela mensagem, obtendo assim uma melhor interpretação dela e analisando também de acordo com os objetivos de quem produziu a mensagem.

Para uma melhor e mais abrangente expressão visual do conteúdo, existem as técnicas visuais, por meio das quais, Donis A. Dondis caracteriza duas técnicas opostas, a de fragmentação e a de unidade, que podem dar vivacidade ou podem simplesmente estragar a imagem da informação, ou a mensagem a ser passada, tudo depende de como e em que contexto estas técnicas serão utilizadas. Existem muitas outras técnicas, além das citadas anteriormente, porém defini-las e enumerá-las seria impossível, então são sublocadas nessas duas técnicas mais abrangentes, que apesar de opostas não são excludentes, pois há casos em que as duas juntas conseguem causar a harmonia esperada na comunicação visual. As técnicas visuais não servem para “enfeitar”, elas possuem o objetivo de deixar a mensagem clara e simples, para que o receptor consiga entendê-la de maneira direta causando-lhe a impressão e reação necessária àquela mensagem passada.

Olhar uma imagem somente passando os olhos sobre ela significa ser um analfabeto visual. O alfabetismo visual consiste em olhar uma imagem e através dela analisar os elementos e estruturas da mesma. Donis A. Dondis faz uma comparação entre o alfabetismo verbal (no sentido de ler e escrever) e o visual, que são aprendidos durante um processo dividido em etapas, entretanto no verbal, não é necessário uma qualidade excepcional, surpreendente, para que se consiga êxito, diferentemente do visual que devido à maneira que foi se instalando, foi construída aos poucos com estudos que tinham por finalidade definir uma estrutura do seu modo visual.



DESIGN GRÁFICO

Assim como a comunicação visual, o design gráfico está espalhado por toda parte, segundo Newark (2009), ela é a mais universal de todas as artes. É algo que está inserido no cotidiano das pessoas desde a embalagem da escova de dente até uma placa anunciando uma oferta especial.

O design não é só um fenômeno moderno ou capitalista. Ruas repletas de sinais, emblemas, preços, ofertas de vendas, declarações oficiais e noticiário eram familiares para os antigos egípcios, para os italianos da Idade Média ou para a população russa soviética. (NEWARK, 2009, p. 6)

O termo design gráfico foi utilizado pela primeira vez em 1922, mas os primeiros passos que foram dados até chegar nesse conceito e nesse termo, com os escribas e impressores xilográficos chineses, mas o design gráfico começou a aperfeiçoar-se, mesmo sem ter essa designação nominal, com a Revolução Industrial e a divisão manufatureira no processo industrial (KOPP, 2004).

Seria o design gráfico outra de forma de se fazer arte plástica? Rudinei Kopp (2004) distingue a arte plástica do design gráfico por esta ser focada no público-alvo, no tempo e nos desejos do cliente, não tendo a liberdade do artista plástico, porém, esta linha que os distingue está cada vez mais estreita, pois as artes plásticas estão ganhando um significado mais comercial, interagindo com o design gráfico em propagandas e em designers de embalagens, encomendadas por grandes empresas ou agências.

Segundo Hollis (2005), as principais funções do design gráfico consistem em identificar, informar e instruir, que é conhecida com design de informação e apresentar e promover, fazendo com que sua mensagem se torne marcante e atraia a atenção do receptor da forma planejada. O design gráfico, segundo ele, possui um trabalho mais abrangente que o da publicidade:

O design gráfico se sobrepôs ao trabalho das agências e estúdios e hoje em dia abrange não apenas os anúncios publicitários, mas também o design das revistas e jornais em que estes são publicados. O designer solitário tornou-se parte de



uma equipe na indústria das comunicações – o mundo da publicidade, da publicação de revistas e jornais, do marketing e das relações públicas. (HOLLIS, 2005, p. 3)

O design gráfico é repleto de estilos (como Art Nouveau, Art Déco, Pop Art e etc.), que podem ser seguidos, agregados ou simplesmente “ignorados” pelos designers na confecção de seus trabalhos. A função do estilo é limitar escolhas (NEWARK, 2009), cria certas possibilidades, mas limita outras, por esse motivo, alguns designers, não seguem completamente a essas regras.

Escolhendo um estilo, o designer escolhe um padrão de tomada de decisão que oferece alguma latitude para tornar a obra especial, mas também explorar os valores que este estilo representa. Quando os valores mudam, é necessário um estilo novo. (NEWARK, 2009, p. 18)

O design gráfico é que dá vida, causa impacto visual, complementa a mensagem, ele pode ser o ponto crucial entre convencer ou não o receptor e passá-lo a mensagem desejada com o mínimo de ruídos possíveis. Muito se engana quem pensa que o design gráfico é um doidivanas, muitas vezes quando se pensa que algo não faz sentido, na verdade, tem uma lógica bem maior, por mais que tenha o intuito de confundir.

Na indústria do design gráfico, está incluída também a produção de CDs que se diferencia dos demais produtos, por não precisar de informações triviais contidas em rótulos, As capas de CD são criadas para identificar o novo álbum de uma banda ou cantor e as informações reveladas, são em um nível mais emocional, não tão técnico com o nas embalagens dos outros produtos. (CALVER, 2009)

DESIGN PÓS MODERNO E O ÁLBUM DE JAMES BLUNT

O álbum Back to Bedlam (2005) do cantor James Blunt lhe rendeu diversos prêmios e, no período de três anos, vendeu mais de três milhões de cópias. O disco possui dez faixas, que segundo o cantor, ao contrário de muitas canções presentes na indústria fonográfica atual, são canções que dizem uma história.



Ao analisar a capa que será mostrada a seguir, não se pode definir uma escola que a compõe, mas podemos fazer uma breve associação com o design gráfico pós-moderno em que:

A geometria é utilizada de forma descontraída, ou seja, pouca ou completamente despreocupada com a clareza e legibilidade. Passa a usar formas livres e flutuantes (diferentes do triângulo – círculo – quadrado). Tendência a fragmentar imagens e criar múltiplas camadas (fotos sobre textura, por exemplo). Uso de espaçamentos tipográficos aleatórios e mistura de pesos e estilos dentro da mesma palavra. Opção por colagens, paródias e citações históricas do design e da arte. Inclusão do ruído [...] como elemento visual. (KOPP, 2004, p. 73)

Como vimos na citação acima, esses elementos presentes no design pós-moderno estão inseridos no design da capa do disco, com formas não geométricas, com várias camadas, com presença de plano de fundo, com referência histórica, e a inclusão do ruído como elemento visual, esses aspectos serão mais detalhados posteriormente.

A seguir serão estudados os traços, elementos e contexto histórico que compõe a capa do primeiro CD gravado pelo cantor inglês James Blunt, intitulado “Back to Bedlam”.

ANÁLISE DA CAPA DO DISCO

Back to Bedlam foi o álbum de estreia do cantor James Blunt, e como se estivesse em 2005 na cidade de Londres em uma loja de CDs na seção “indie e folk” frente a essa capa de um cantor ainda desconhecido, será feita a análise de seus traços e interpretá-la somente por meio de alguns conhecimentos em design e em semiótica.



Fig.1: Capa do CD “Back to Bedlam” de James Blunt
Fonte: Wikipedia

O primeiro elemento a ser notado é a cor vermelha que “significa algo, mesmo quando não tem nenhuma ligação com o ambiente” (DONDIS, 2007, p. 64) com o nome do cantor. A cor vermelha está em destaque perante o azul que é a cor predominante na peça.

Até mesmo por curiosidade, logo em seguida, nota-se o título do CD que vem logo abaixo, Back to Bedlam, significa em tradução para o português “de volta para a balbúrdia” ou “de volta para Bedlam”. Bedlam também é o nome de um manicômio inglês fundado em 1247, este termo foi incorporado e atualmente é associado como sinônimo de hospícios e também tem a tradução para o português como balbúrdia, confusão. Quanto à grafia, a fonte apesar de manter o clássico da serifa, mescla com curvas inusitadas em seu contorno, quebrando o conservadorismo e dando um tom moderno ao título do disco.

Um elemento que também pode chamar atenção primordialmente é a figura de um homem vetorizada em tom de azul mais escuro fluindo em um degradê no sentido



de baixo para cima. Em sentido oposto de degradê, está o conjunto de símbolos que parecem sair da mente do personagem, que fluem na extremidade direita e pela extremidade inferior. Na cor amarela, que é quente, estes ícones contrastam com o azul terno nesse fluido de símbolos que, com o alargamento e estreitamento de suas dimensões, remetem a uma brisa que transpassa o rosto do personagem.

Depois da visualização desses elementos principais, há os detalhes, as simbologias nessas pequenas ilustrações, que em grande maioria remetem à liberdade, sonhos, família e amor. Por último é observado a camada de fundo que também possui a cor azul em degradê de cima para baixo com a textura de vários olhos chorosos que simbolizam extrema melancolia e tristeza.

De posse dessas informações inferidas, ao olhar a capa, pode-se chegar à conclusão que a mesma trata-se de um homem sensível e melancólico com os seus pensamentos esvaindo de sua cabeça e, devido ao degradê, pode-se atingir à interpretação de que esses pensamentos vão se saindo de seu controle à medida que vão perdendo peso na cor. É notável também a hierarquia de elementos que aparentemente podem voar na parte superior (incluindo um bebê de braços abertos, que, apesar de nenhuma comprovação, aparentemente remete ao CD Nevermind do Nirvana, o significado de nirvana é plenitude, libertação). Homem esse, que está de volta para a confusão, confusão de pensamentos, de sentimentos e etc.

A partir desse ponto será dada uma continuidade à análise, porém incluindo o máximo de conteúdo possível sobre biografia do cantor e a discografia de Back to Bedlam. James Blunt é um cantor e compositor inglês de 38 anos. Suas músicas são famosas por todo mundo e falam sobre assuntos relacionados a James e a sua visão da vida. James Blunt tem origem nobre e sua família é tradicionalmente militar, o que fez James seguir um período de carreira militar aeronáutica, tema que é constantemente implicitamente retratado nas entrelinhas de boa parte das 10 faixas de seu primeiro disco Back to Bedlam. A capa do CD também tem muito a dizer sobre quem é James Blunt.

A primeira questão a ser analisada na capa do CD é o personagem vetorizado, que não se trata de um homem qualquer, como analisamos de forma imparcial à

semiótica que existe aliada ao design gráfico da capa. Trata-se da vetorização de uma foto do próprio cantor, o que nos leva a concluir que esses elementos, que parecem sair de sua mente e o rodeiam como uma brisa são impressões da vida do autor, que serão comprovadas com a biografia do autor e impressas nas letras de suas músicas.



Fig 1.1: Zoom e print screen de parte da figura 1.

Começando pelos elementos da parte inferior dos símbolos em degradê podemos notar a presença de um macaco, que é justificado porque durante a estadia de James no exército, ele imitava um macaco para distrair seus companheiros. Há também um homem que representa a musicalidade na alma do cantor. Recorrente nesse fluido são os símbolos que remetem à família e sonhos com a presença de estrelas ilustrando momentos familiares. Essa imagem pode refletir a frustração pela distância e a saudade de James Blunt, que estudou em internato por grande parte de sua infância, só saindo de lá aos dezessete anos.



Figura 1.2: zoom e print screen de parte da figura 1.

Na parte superior, temos a ideia de liberdade, com a presença de elementos que voam e um homem montando em um animal alado, essa paixão pelas alturas e pelo céu (é notável a constante presença de estrelas na capa) tem origem na sua formação



acadêmica em Engenharia Aeroespacial, James tirou a licença para pilotar aos dezesseis anos. Há também a constante presença de emblemas que fazem referência à realeza inglesa, país de origem do cantor, como no balão da figura 1.2.

Elementos gráficos, formas não geométricas, mesclagem de cores frias com cores quentes, fonte serifada, porém posta de maneira mais moderna com um pouco de curvas e uma fundição diferenciada entre os elementos da letra, são alguns dos principais elementos dos quais foram citados nos parágrafos acima. Eles juntamente com as análises interpretativas semióticas dão característica à peça.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender as estruturas da comunicação visual para assim chegar ao design e algumas de suas ramificações e logo em seguida analisar a capa de um CD. Foi um processo em etapas que nem sempre eram interligadas diretamente, mas em um contexto majoritário, fez-se um completo sentido.

De um modo geral a capa do CD Back to Bedlam é um aparente fruto da tecnologia, com o uso de muitos recursos do design pós-moderno, em que “o designer quer evitar a completa e absoluta ironia de todo o estilo desprovido de sentido” (NEWARK, 2009, p. 18), ironia que provavelmente não vimos em James Blunt, na capa encontramos diversos elementos da vida e da obra do cantor, além de elementos gráficos que nos revela modernidade e tecnologia associada ao ritmo da música folk.



BIBLIOGRAFIA

BLOG. **Curiosidades sobre James Blunt.** Disponível em <<http://jamesbluntcuriosidades.blogspot.com/>>. Acesso em 06 de nov. de 2010.

CALVER, Giles. **O que é design de embalagens?** Porto Alegre: Bookman, 2009.

DONDIS, Donis A.. **Sintaxe da Linguagem Visual.** 3ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

HOLLIS, Richard. **Design Gráfico: Uma história concisa.** São Paulo: Martins Fontes, 2005.

KOPP, Rudinei. **Design Gráfico Cambiante.** 2ª edição Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2004.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual: Contribuição para uma metodologia didática.** São Paulo: Martins Fontes, 1997.

NEWARK, Quentin. **O que é Design Gráfico?** Porto Alegre: Bookman, 2009.

WIKIPEDIA. **File: Back to Bedlam.** Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/file:Back_To_Bedlam.jpg>. Acesso em: 04 de nov. de 2010.