

Box “O que Vem de Dentro” – Uma Narrativa Através da Música¹

Cecília Elsa Costa OLIVEIRA²
Karine Felipe OLIVEIRA³
Gustavo Luiz de Abreu PINHEIRO⁴
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O presente trabalho, desenvolvido por alunas do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, tem o objetivo de apresentar o Box “O que Vem de Dentro” e seu caráter narrativo através de um suporte nada convencional, um Box de CDs. É possível observar que desde a escolha das cores até a utilização de ilustrações tem uma motivação específica e a principal finalidade do Box é representar os sentimentos e ser parte integrante das situações amorosas daqueles que o possuem. Este trabalho detalha o desenvolvimento do conceito e do processo de produção, apresentando as técnicas utilizadas.

PALAVRAS-CHAVE: narrativa; imagens; sentimentos; Box de CDs.

1 INTRODUÇÃO

O Box “O que Vem de Dentro” foi concebido na disciplina Direção de Arte, do 4º semestre do curso de Publicidade e Propaganda, no qual era preciso elaborar um produto cultural como um dos trabalhos da cadeira, sendo possível desenvolver individualmente ou em grupo. O presente Box foi pensado e desenvolvido em dupla e tem como sua principal proposta a de metaforizar os sentimentos e essa associação foi demonstrada de uma forma linear, contando-se uma história, com a proposta de se fazer parte integrante de certos momentos da vida daqueles que o adquirissem.

Para se entender melhor o contexto em que o trabalho foi desenvolvido, é preciso conhecer o responsável por organizar as cinco coletâneas presentes no Box. Todas as coletâneas são reais, foram elaboradas pelo site Musicoteca⁵ e podem ser obtidas sem custo, fazendo-se download no site. É importante ressaltar que os nomes das coletâneas foram

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Comunicação e Inovação.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: oliveira.ceciliaec@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: karinefelipe2@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: pinheirogustavo@hotmail.com

⁵ Acesso em: <www.amusicoteca.com.br>

preservados, porém a identidade visual foi reformulada, mas com a preocupação de manter o conceito em que o álbum foi gerado.

Falando-se sobre o organizador, o site Musicoteca é caracterizado por ser um espaço para se mostrar e conhecer a nova música brasileira. Esse espaço distingue-se por não definir rótulos, categorias ou ter preconceitos com a estética musical da nova geração, essa característica sendo percebida pela variedade de estilos musicais dos artistas lançados.

Nesse site é possível saber mais sobre novos cantores brasileiros, muitas vezes ainda desconhecidos de grande parte da população por não terem contratos com grandes gravadoras. Estes artistas fazem parte do que chamam de “Nova Produção Independente” e a Musicoteca é uma forma de dar visibilidade para eles, pois é possível enviar seu disco e, assim, ter um espaço de divulgação de seus trabalhos no site. Este é, portanto, um espaço de incentivo para produção cultural brasileira.

Além de lançar novos cantores, a Musicoteca também organiza coletâneas com cantores diversos. Essas coletâneas são organizadas pelo criador ou um dos colaboradores do site, com músicas e artistas variados, de acordo com uma temática que é a inspiração para a escolha das músicas e para o nome e apresentação dos CDs. E é nesse espaço de coletâneas que surgem as cinco escolhidas para compor o Box: *Janta Comigo?*; *Caixa de Doces*; *Música Pra Coisar*; *Na Fossinha* e *Fim do Mundo*. O Conceito de cada álbum será mais bem relatado no decorrer deste trabalho.

Por identificação com o site, pelo seu caráter de incentivo à cultura e pelas coletâneas existirem apenas no mundo virtual, decidiu-se tornar concretos esses álbuns e construiu-se uma narrativa para que fosse possível escolher entre tantos álbuns disponibilizados no site. Esta narrativa será mais bem discutida mais adiante neste trabalho.

2 OBJETIVO

O objetivo do exercício na disciplina de Direção de Arte foi o de aplicar os conceitos aprendidos em sala em um produto cultural, além de desenvolver as habilidades dos alunos na realização e aplicação de um conceito, assim como aplicar noções de produção gráfica, que já tinham sido aprendidas em outra cadeira, do semestre anterior.

Na realização do Box, o principal intuito foi mostrar a relação intrínseca entre os sentimentos, as emoções humanas e a música e, para isso, revelar os passos de um novo

relacionamento amoroso, desde sua primeira abordagem, sua paixão à flor da pele até o fim e como o mundo da pessoa acabar se desfazendo depois de uma decepção amorosa.

3 JUSTIFICATIVA

O Box foi pensando de uma forma em que fosse possível contar uma história. Começando pela caixa – preta com o desenho de um coração – até chegar ao último dos cinco álbuns. Essa narrativa se dá, principalmente, pelos desenhos das capas e do interior das embalagens dos CDs. De acordo com Reis e Lopes, as ilustrações são um dos suportes expressivos em que a narrativa se encontra, das diversas situações funcionais e contextos comunicacionais que existem.

A postulação modal do conceito de *narrativa* não pode alhear-se de outro fato: que a *narrativa* não se concretiza apenas no plano da realização estética própria dos *textos narrativos literários*; ao contrário, por exemplo, do que ocorre com a *lírica*, a *narrativa* desencadeia-se com frequência e encontra-se em diversas situações funcionais e contextos comunicacionais (narrativa de imprensa, historiografia, relatórios, anedotas etc.), do mesmo modo que se resolve em suportes expressivos diversos, do verbal ao icônico, passando por modalidades mistas verboicônicas (história em quadrinhos, cinema, narrativa literária etc.). (REIS e LOPES, 1988).

A narrativa inicia com o desenho de um coração, onde popularmente estão guardados os sentimentos humanos, o preto da caixa representando silêncio. Ao abrir a caixa, percebe-se a riqueza de cores, essa riqueza representando a pluralidade de cores que os sentimentos podem trazer. O primeiro CD se chama “*Janta Comigo?*”, que é o primeiro passo para se desenvolver o relacionamento amoroso. Quando esse relacionamento evolui, alcança-se fase doce da paixão, que é simbolizado pelo álbum “*Caixa de Doces*”. Este representa o amor e a fase imaterial do relacionamento.

O CD “*Música pra Coisar*” representa a fase física do amor, o ápice da paixão, por isso sua cor é o vermelho intenso, vivo. Depois da bonança, chega-se ao momento de declínio e o álbum “*Na Fossinha*” representa a dor que é o rompimento de um relacionamento. Por fim, tem-se o CD “*Fim do Mundo*”, em que se encerra o ciclo do relacionamento e um novo recomeço para quem estava sofrendo. Cada álbum possui músicas pensadas para serem suas companheiras em cada uma dessas fases do relacionamento acima descritas. A proposta dessa narrativa é de ela ser vivida pessoalmente, sendo confundida com a sua própria realidade da pessoa.

A caixa do Box, assim como as embalagens dos CDs tem suas essências traduzidas através dos desenhos. Esses desenhos foram pensados a partir de situações cotidianas que elucidassem como o sentimento principal de cada álbum é externalizado pelo ser humano. Esses desenhos advêm de experiências pessoais, assim como projeções no senso comum. Como sinaliza Rodrigues,

[...]as imagens mentais que obtemos de nossa relação com mundo podem ser armazenadas, constituindo nossa memória, podem ser analisadas por nossa reflexão e podem se transformar numa bagagem de conhecimento, experiência e afetividade. E mais, desenvolvemos técnicas que nos permitem expressar todo esse movimento interno, mental e subjetivo através de outras imagens, estas criadas por nós. (RODRIGUES, 2007).

Os desenhos tem a função de gerar essa relação de identificação com aquelas que possuem o Box, pois as imagens são capazes de ativar múltiplas camadas de leituras, elas são, portanto, polissêmicas, ou seja, possuem diversos significados. Como assinala Rodrigues, os significados podem ser conotativos ou denotativos, os últimos referindo-se àquilo que a imagem representa no seu sentido real. Já os primeiros referem-se àquilo que a imagem sobrepõe ao referente, no qual é possível interpretar em determinados contextos, levando-se em conta o sentido figurado e simbólico.

As ilustrações também podem ser consideradas projeções de situações da coletividade, pois, de acordo com Lopes (apud Rodrigues) “é preciso entender a representação imagética enquanto produto cultural de uma sociedade, com múltiplas diferenciações entre os diversos grupos sociais.” (LOPEZ, 2000, p. 44). Então, se elas fazem parte da nossa cultura e podem ser assimiladas com seus significados, elas podem representar um sentimento.

Assim como é possível demonstrar sentimentos através de imagens, também é possível ler histórias com imagens, pois como afirma Costa,

[...] nós, observadores, somos dotados da competência para a leitura de imagens e que é essa competência que faz das imagens unidades coerentes e com sentido. Utilizamos nesse processo não só nosso olhar, mas nossa capacidade de comparação, de fazer analogias e de desenvolver memória visual. (COSTA, 2005. apud Rodrigues, 2007).

Com essa ótica de que narrativas podem ser contatadas e entendidas através de imagens, muito porque elas fazem parte da cultura da sociedade em que está inserida, e levando-se em consideração um suporte novo para essa narrativa, um Box de CDs, aqui se fundamenta este trabalho, pois ele se insere no enfoque de que é uma inovação no modo de

se conduzir uma narrativa. Esse novo suporte tem a particularidade de incentiva a experiência a ser vivida, pois ele foi desenvolvido para se incorporar à rotina daqueles que se identificassem com esse projeto.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a criação desse projeto, foram aplicados conhecimentos adquiridos na cadeira de Direção de Arte, como a utilização de tipografia, de composição visual e a utilização de cores, que serão melhores exploradas a seguir.

Começando pela tipografia, foram utilizadas três: uma para a elaboração do logotipo, outra para escrever os títulos nos álbuns e a terceira para usar em blocos maiores de textos. No logotipo foi usada uma manuscrita arredondada, pois ela passava ideia de fluidez, e foi pensando nisso que se elaborou o logotipo. Para os títulos dos álbuns e dos cartões, também foi utilizado uma manuscrita, mas esta com peso menor do que a do logotipo. Já para blocos de textos maiores, como a descrição do álbum e dos nomes das músicas e cantores, era preciso uma fonte que não conferisse leitura cansativa e que fosse neutra, para que ela não destoasse das manuscritas, por isso foi utilizada uma sem serifa tradicional, básica.



Logotipo do Box – O que Vem de Dentro

Os elementos gráficos utilizados para a construção desse trabalho foram, basicamente, formas orgânicas, ilustrações e tipografia. A composição visual, portanto, foi baseada e explorada a partir destes elementos.

Para a criação dos desenhos, pesquisou-se na Internet fotografias que representassem os sentimentos que se pretendia transmitir. Depois de achadas essas imagens, tomavam-nas como base para reproduzi-la em forma de ilustração, com o auxílio

do *software* gráfico *Illustrator*⁶. Os desenhos foram feitos com a mesma técnica pelas duas integrantes da equipe, mas isso não prejudicou na unidade das ilustrações.

Para a escolha de cores, nos baseamos no livro de Barros, mais precisamente em seus estudos na perspectiva de Kandinsky. Começando pela caixa preta, a proposta foi a de transmitir o silêncio absoluto, pois “quando há silêncio absoluto, percebemos qualquer manifestação com importância” (Barros, 2006.). O intuito foi mostrar que, assim como a música rompe o silêncio, as cores rompem o silêncio do preto.

A cor vinho do primeiro CD (*Janta Comigo?*) é, de acordo com Kandinsky, um vermelho com acréscimo de azul, no qual o faz uma cor mais fria e concêntrica, representando uma “paixão abafada”. Esse sentimento está diretamente ligado ao conceito do álbum, já que ele representa a fase inicial do relacionamento amoroso. Além disso, a cor faz analogia com a bebida comum que se tem em jantares: o vinho.

Já a cor do segundo álbum (*Caixas de Doces*), foi baseada em uma paleta de cores chamada “*candy colors*” (ou “cores doces”), em que se caracterizam por serem cores claras e tons pastel, que lembram doces de crianças. E o verde foi escolhido porque, de acordo com Kandinsky, com adição de amarelo – o que deixa o tom mais claro –, o verde torna-se jovem e alegre e ele passa o estado de satisfação e realização plena, o que condiz com o estado de “romance” que o CD propõe.

No terceiro álbum (*Música pra Coisar*), foi escolhida a cor vermelha intensa, pois, ainda de acordo com Kandinsky, ela possui uma força em si mesma, ela expressa ardência, efervescência, transbordamento de vida. Sua temperatura é quente, que evoca força, energia e paixão. Por isso o vermelho foi escolhido para compor a coletânea que representa o amor na sua fase mais física.

Para a quarta coletânea (*Na Fossinha*), foi escolhido a cor roxa ou violeta, que na concepção de Kandinsky, é um vermelho que está inundado pelo azul e, portanto, é um vermelho sem energia, apagado, triste e doentio. Esse simbolismo para esta cor torna mais explícito a dor e o sofrimento que o fim de um relacionamento pode trazer, condizendo assim como o conceito do álbum.

⁶ Software gráfico editor de imagens vetoriais.

No último CD (*Fim do Mundo*), a cor laranja foi escolhida porque ela representa saúde e força para Kandinsky, que representa não apenas o final do ciclo de um relacionamento como a recuperação da saúde emocional e da força para se atirar novamente aos desígnios do amor. Ela também é uma cor quente e viva, que pode lembrar raiva, mas ela tem a particularidade de irradiar e expandir aos novos horizontes.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto é um Box de CDs que é composto por uma cinta, a caixa e os cinco CDs. A cinta fica por fora, encobrindo toda a caixa. A caixa possui uma “tampa” removível e, quando se abre, é possível ver a segunda parte da caixa, com um padrão de formas orgânicas pretas e brancas. Cada uma das cinco embalagens possui desenhos na capa e por dentro, um CD com textura de formas orgânicas e um compartimento (ou bolsa) em que é encontrado três cartões para se escrever e um cartão explicativo do porquê dos cartões.

A realização do processo se iniciou com a definição do conceito que guiaria todos os próximos passos na construção do Box. O Conceito encontrado foi “*A música é sentimento*”, e a sua principal proposta é metaforizar os sentimentos e as fases do relacionamento amoroso através das coletâneas. A ideia era fazer com que os CDs fizessem parte de cada momento da vida amorosa de quem o adquiriu.

O passo seguinte foi selecionar quais os *templates*⁷ que seriam utilizados na caixa e nas capas dos CDs, assim como definir o que traria em cada capa. Após muita pesquisa de referências, a caixa escolhida seria uma com corte transversal e “tampa” removível. Já as embalagens das coletâneas seriam formadas por capa, espaço para o CD e uma bolsa, na qual viria a explicação do conceito do álbum e dentro haveria cartões, com o intuito de ser presenteável e de promover interação.

Após definido o conceito e os *templates*, passamos para a criação do nome e da marca do Box. O nome escolhido foi “O que Vem de Dentro”, pois ele sintetiza a relação que a música tem com os sentimentos e, conseqüentemente, com o Box. Este nome também deixava margem à curiosidade do que viria de dentro da caixa, para aqueles que não conhecessem a proposta do projeto inicialmente.

⁷ Modelo plano em que ainda se vai colocar o layout da peça.

O próximo passo foi escolher, entre tantas coletâneas, aquelas que se adequariam melhor à finalidade de contar a história de um relacionamento com os nomes originais do site. Definimos que a história começaria com um primeiro encontro, passaria para a fase apaixonada, prosseguiria com a intensidade do amor físico, depois teria uma reviravolta com uma desilusão e, por fim, finalizaria com o término de um relacionamento, fechando o ciclo. Então, os álbuns escolhidos foram, em ordem: *Janta Comigo?*; *Caixa de Doces*; *Música Pra Coisar*; *Na Fossinha e Fim do Mundo*.

Depois de escolhido as coletâneas, passou-se para a fase de escolha dos elementos gráficos. Para que as imagens tivessem unidade e o mesmo traço, decidimos trabalhar com ilustrações que, de acordo com Ambrose e Harris, elas permitem “transmitir emoções e esclarecer ideias de que a fotografia não consegue” (2009, p. 36). Além disso, as ilustrações “podem transmitir a sensação de que algo é bastante pessoal, principalmente devido ao tempo que o ilustrador dedica para criar a imagem e ao fato de que foi criada à mão, não por algum aparelho mecânico (apesar de esse nem sempre ser o caso).” (AMBROSE e HARRIS, 2009, p 36.).

Também foi decidido, como elementos gráficos, a utilização de formatos orgânicos, estes “formados por curvas que fluem suavemente com transições imperceptíveis ou conexões salientes” (WONG, 1998.). A escolha por esses formatos deu-se porque eles possuem relação direta com a natureza, como afirma Samara:

Shapes that are irregular, complex, and highly differentiated are considered organic – this is what our brains tell us after millennia of seeing organic forms all around us in nature. [...] Conveying an organic message, therefore, means reinforcing these irregular aspects in a form, despite the underlying truth of geometry that actually might exist. [...] so irregularity in measurement or interval similarly conveys an organic identity. (SAMARA, 2007, p. 57).⁸

As cores foram trabalhadas com transparências para destacar as formas e, assim, atenuar as características orgânicas que possuíam. Assim como as formas que compõem as embalagens dos álbuns, o logotipo também foi pensado para transluzir sua característica orgânica, sendo utilizados fonte e grafismos com pontas arredondadas.

⁸ Tradução livre: Formas que são irregulares, complexas e altamente diferenciadas são consideradas orgânicas - é isso que o nosso cérebro nos diz depois de milênios vendo formas orgânicas à nossa volta na natureza. [...] Transmitir uma mensagem orgânica, portanto, significa reforçar estes aspectos irregulares na forma, apesar da verdade subjacente da geometria que realmente pode existir. [...] então irregularidade na medição ou intervalo semelhante transmitem uma identidade orgânica.

Para criar os desenhos, foi feita uma pesquisa na Internet procurando imagens que se encaixassem no conceito dos álbuns e, depois de achado essa imagem, os desenhos foram baseados nelas, de acordo com a técnica apresentada no tópico anterior. Todos os desenhos foram criados pela dupla, assim como as formas orgânicas.

Após escolhido as cores e as tipografia, melhor explicado no tópico anterior, o passo seguinte foi a diagramação das embalagens dos álbuns, da arte para o CD em si, dos cartões para presentear e os cartões explicativos que os acompanhavam e a caixa e a subcaixa que abrange as cinco coletâneas.

Concluído a fase de criação gráfica, passamos para a fase de impressão do trabalho. As embalagens dos álbuns foram impressas em duo design, assim como os cartões, mas estes em gramatura menor e a caixa foi em tríplex, todos com laminação total fosca.

6 CONSIDERAÇÕES

A categoria “Comunicação e Inovação” dá a possibilidade de apresentar projetos que vão além do produto final, no caso deste trabalho um Box de CDs, concedendo a oportunidade de detalhar o principal mote do projeto.

Desde a sua concepção, houve a preocupação de embasar todos os passos em um contexto, para que fosse possível haver uma narração coerente. Além disso, houve o cuidado de tornar as ilustrações dos álbuns algo que fosse próximo da realidade, para que a pessoa se identificasse e tivesse a experiência de vivenciar também o que estava nos desnhos – ou nas músicas.

A produção deste trabalho funcionou não apenas para aprimorar conhecimentos adquiridos em sala de aula, mas também para aperfeiçoar a construção e o desenvolvimento de um conceito, para que ele conseguisse ligar todos os pontos necessários para sustentar toda a narrativa e a linha criativa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBROSE, Gavin e HARRIS, Paul; tradução Francisco Araújo da Costa. **Imagem**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BARROS, Lilian Ried Miller. **A cor no processo criativo: um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

PERRONI, Maria Cecília. **Desenvolvimento do discurso narrativo**. São Paulo: M. Fontes, 1992.

REIS, Carlos e LOPES, Ana Cristina M. **Dicionário de Teoria Narrativa**. São Paulo: Ática, 1998.

RODRIGUES, Ricardo Crisafulli. **Análise e tematização da imagem fotográfica**. *Ci. Inf* 36.3 (2007): 67-76. Acesso em < <http://www.scielo.br/pdf/ci/v36n3/v36n3a08.pdf>>

SAMARA, Timothy. **Design Elements: A Graphic Style Manual: understanding the rules and knowing when to break them**. Beverly, MA : Rockport Publishers, 2007.

WONG, Wucius. **Princípios de forma e desenho**; tradução de Alvamar Helena Lamparelli. São Paulo: Martins Fontes, 1998.