



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE

NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO

CURSO DESIGN

LUA CLARA DE FRANÇA PIMENTEL

MÚSICA E DESIGN:

Projeto de uma identidade visual de um bloco infantil baseado no Frevo de Rua

CARUARU

2019

LUA CLARA DE FRANÇA PIMENTEL

**MÚSICA E DESIGN: Projeto de uma identidade visual de um bloco infantil
baseado no Frevo de Rua**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Design
como requisito parcial para obtenção
do título de Bacharel em Design.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Paula Valadares

Caruaru

2019

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

P644m Pimentel, Lua Clara de França.
Música e Design: Projeto de uma identidade visual de um bloco infantil baseado no frevo de rua. / Lua Clara de França Pimentel. – 2019.
77 f. il. : 30 cm.

Orientadora: Paula Vivana de Rezende e Valadares.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Design, 2019.
Inclui Referências.

1. Artes gráficas. 2. Identidade visual. 3. Frevo. 4. Carnaval. 5. Sinestesia. I. Valadares, Paula Vivana de Rezende e (Orientadora). II. Título.

CDD 740 (23. ed.) UFPE (CAA 2019-169)

LUA CLARA DE FRANÇA PIMENTEL

**MÚSICA E DESIGN: Projeto de uma identidade visual de um bloco infantil
baseado no Frevo de Rua**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Design
como requisito parcial para obtenção
do título de Bacharel em Design.

Aprovada em 05/07/2019

BANCA EXAMINADORA

Prof^o. Dra. Danielle S. Simões-Borgiani
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^o. Dr. Ricardo Oliveira da Cunha Lima
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^o. Dra. Maria Cristina Ibarra
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico esse trabalho a Lizanita Maria Almeida de França, minha mãe, Natacha Yasmin de França Oliveira Rocha, minha irmã e Hilda Marques Almeida de França, minha tia, por todo apoio a mim dedicado durante os infinitos obstáculos enfrentados, por toda a confiança em mim depositada e por oferecerem uma base familiar sólida. A Liz de França Pimentel Corrêa, minha filha, Lucas de França Oliveira Jordão, Gustavo de França Oliveira Jordão e Caio de França Oliveira Rocha, meus sobrinhos, por serem minha fonte de inspiração e crença no futuro, que guiam o ser humano que sou hoje.

AGRADECIMENTOS

A UFPE, por sempre ter me acolhido e compreendido enquanto estudante. A Paula Vivana de Rezende e Valadares, por me servir de inspiração e pelo apoio e direção durante todo o processo inicial de pesquisa nos estudos do frevo. Aos autores os quais me serviram como fonte de conhecimento para este estudo. Ao frevo, pelo legado. Aos meus verdadeiros amigos, os quais tiveram muitas faces durante toda a minha trajetória, oferecendo sua amizade em troca de tão pouco. A todos aqueles que me influenciaram e contribuíram para a minha formação acadêmica e pessoal. A Danielle Simões-Borgiani, por me guiar nos momentos finais deste projeto com paciência e atenção.

Feliz aquele que transfere o que sabe e
aprende o que ensina.

Cora Coralina

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso consiste na criação de uma Identidade Visual do Bloco Carnavalesco Infantil “Mini Bloco Soul Feliz”, inspirado na sonoridade do Frevo de Rua. O projeto tem como objetivo desenvolver uma identidade visual para um bloco de rua infantil que represente o conteúdo musical do frevo de rua, remetendo a sonoridade e contexto o qual está inserido, com base em experimentos sinestésicos. O projeto apresenta uma pesquisa teórica com base na Origem do Carnaval, Frevo, Sinestesia e Design, que servem como base para o desenvolvimento da Identidade Visual. O processo de design utilizado é o de Bruno Munari (1983), tendo como resultado um projeto gráfico que explora a relação sinestésica entre visão e audição, traduzindo as propriedades sonoras do frevo-de-rua (vibração, agudo) e os sentimentos que ele pode provocar. Gerando, desta forma, uma Identidade que busca incentivar a imaginação da criança.

Palavras chave: Design Gráfico. Identidade Visual; Sinestesia. Frevo. Carnaval.

ABSTRACT

The present Work of Conclusion of Course consists in the creation of a Visual Identity of the Child Carnival Block "Mini Bloco Soul Feliz", inspired by the sound of Frevo de Rua. The project aims to develop a visual identity for a children's street block that represents the musical content of street frevo, referring to the sonority and context that is inserted, based on synesthetic experiments. The project presents a theoretical research based on the Origin of Carnival, Frevo, Synesthesia and Design, which serve as a basis for the development of Visual Identity. The design process used is that of Bruno Munari (2008), resulting in a graphic project that explores the synaesthetic relationship between vision and hearing, translating the sound properties of the street frevo (vibration, acute) and the feelings that it can cause. Generating, in this way, an Identity that seeks to encourage the imagination of the child.

Keyword: Grafic Design. Visual Identity. Synaesthesia. Frevo. Carnival.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1-	Clube de máscaras Galo da Madrugada	20
Figura 2-	Sede da troça carnavalesca mista Cariri olindense	22
Figura 3-	Estandarte da troça carnavalesca Ceroula de Olinda	22
Figura 4-	Troça carnavalesca mista Pitombeira dos Quatro Cantos	22
Figura 5-	Identidade Visual Clube Carnavalesco Misto Elefante de Olinda .	22
Figura 6-	Troça carnavalesca mista Marim dos Caetés	22
Figura 7-	Clube de alegoria e crítica Homem da Meia Noite	22
Figura 8-	Grêmio Líteo Recreativo Cultural Misto Carnavalesco Eu acho é Pouco	24
Figura 9-	Clube carnavalesco misto Vassourinhas	26
Figura 10-	Clube carnavalesco misto Lenhadores	26
Tabela 1-	Correspondência tonalidades maiores – afetos	32
Tabela 2-	Correspondência tonalidades menores – afetos	33
Tabela 3-	Correspondência cor-som de Scriabin	34
Figura 11-	Impressão III, Wassily Kandinsky	35
Figura 12-	Broadway Boogie-Woogie, Mondrian	35
Figura 13-	Animação Fantasia, Oskar Fischinger	35
Figura 14-	A invenção da cor, Hélio Oiticica	35
Figura 15-	Sequência com menor saturação	37
Tabela 4-	Comentários dos entrevistados	38
Figura 16-	Processo de Design	51
Gráfico 1-	Interesse dos pais por frevo de rua e carnaval	53
Gráfico 2-	Interesse pelo frevo de rua por parte das crianças	53
Gráfico 3-	Contato dos filhos com o frevo de rua	54
Gráfico 4-	Meios de contato dos filhos com o frevo de rua	54

Gráfico 5-	Recursos mais utilizados para o contato das crianças com o frevo de rua	55
Gráfico 6-	Grau de importância	55
Gráfico 7-	Maiores dificuldades para incentivar as crianças com o frevo de rua	56
Gráfico 8-	Dispositivos e oportunidades	56
Figura 17 a 26-	Identidades visuais e estandartes de agremiações carnavalescas infantis	57
Quadro 1-	Modelo de catalogação	58
Quadro 2-	Análise da identidade visual	59
Quadro 3-	Requisitos do trabalho	60
Quadro 4-	Geração de alternativas	61
Figura 27-	Brainstorming	62
Figura 28-	Playlist do frevo de rua	63
Figura 29 a 31-	Resultado da técnica de criatividade de afastamento	63
Figura 32-	Paleta de cores	64
Figura 33-	Fonte do alfabeto institucional	65
Figura 34-	Lettering Mini Bloco Soul Feliz	66
Figura 35-	Símbolo figurativo da identidade visual	66
Figura 36-	Identidade visual Mini Bloco Soul Feliz	67
Figura 37-	Material institucional do Mini Bloco Soul Feliz	67

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	OBJETO DE ESTUDO	14
1.1.2	Objetivo geral	14
1.1.3	Objetivos específicos	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1	FREVO	17
2.1.1	Origem e história	17
2.1.2	Carnaval de Olinda	19
2.1.3	Representação visual	25
2.1.4	Frevo de Rua	27
3	SINESTESIA	28
3.1	O QUE É SINESTESIA	28
3.1.1	Música visual	29
3.1.2	Música visual na arte	31
3.1.3	Experimentos musico-visuais	36
4	DESIGN	38
4.1	DESIGN GRÁFICO E SIGNIFICAÇÃO	38
4.2	IDENTIDADE VISUAL	41
4.2.1	Elementos do sistema de identidade visual	42
4.2.1.1	<i>Elementos primários</i>	43
4.2.1.2	<i>Elementos secundários</i>	46
4.2.1.3	<i>Elementos acessórios</i>	47
5	MÉTODO	48
5.1	MÉTODO DE PROCEDIMENTO	48
5.2	PROCESSO DE DESIGN	48

6	PROJETO	52
6.1	PESQUISA COM O USUÁRIO – PAIS E CRIANÇAS	52
6.1.1	Questionário	52
6.1.2	Resultado do Questionário	53
6.2	ANÁLISE DE SIMILARES	56
6.2.1	Localização	57
6.2.2	Seleção	57
6.2.3	Modelo de catalogação	58
6.2.4	Modelo de análise	58
6.2.5	Resultado da Análise da Identidade Visual	59
6.3	REQUISITOS DO PROJETO	59
6.4	GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	61
6.4.1	Geração Sinestésica	61
6.4.1.1	<i>Brainstorming</i>	61
6.4.1.2	<i>Afastamento</i>	62
6.4.2	Geração dos elementos da identidade visual	64
6.5	VERIFICAÇÃO E REFINAMENTO	67
6.6	PROJETO FINAL	67
6.7	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	68
7	CONCLUSÃO	69
	REFERÊNCIAS	71
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	74
	APÊNDICE B - MODELO DE CATALOGAÇÃO	77
	APÊNDICE C - MODELO DE ANÁLISE	77

1 INTRODUÇÃO

Sabemos que, antes de qualquer outro sentido, a visão é responsável pela maior parte dos estímulos percebidos pelo homem. Nosso primeiro processo de aprendizagem, enquanto criança, se dá por meio da experiência sensorial através da consciência tátil. Além desse conhecimento manual, o reconhecimento inclui outros sentidos – olfato, audição e paladar – numa vivência que busca desenvolver nossas habilidades em contato intenso com o meio ambiente. Contudo, esses sentidos são brevemente superados pelo campo imagético – “a capacidade de ver, reconhecer e compreender, em termos visuais, as forças ambientais e emocionais”, fazendo nossas necessidades e prazeres, preferências e temores passarem a ser organizadas com base naquilo que vemos (DONDIS, 1997).

Todos os nossos caminhos estão marcados por símbolos, “a imagem e a percepção ajudam a criar valor; sem uma imagem, não existe percepção” (DAVIS, s/d *apud* WHEELER, 2008).

A visão é veloz, de grande alcance, simultaneamente analítica e sintética. Requer tão pouca energia para funcionar, como funciona, à velocidade da luz, que nos permite receber e conservar um número infinito de unidades de informação numa fração de segundos (GATTEGNO, s/d *apud* DONDIS, 1997).

A visão é algo natural ao homem, tal qual a música. Mário Andrade (1980) descreve que o som e o ritmo, dois elementos constitutivos da música, são intrínsecos ao homem e podem ser percebidos elementos rítmicos nos batimentos do coração, na respiração, no ato de andar ou batucar com as mãos. A voz, por sua vez, produz o som. Hans de Bülow observou que o ritmo é uma qualidade essencial da organização humana, tanto social como individual.

Dentre os mais diversos gêneros musicais, encontra-se o frevo, uma forma de expressão popular que se dá através de vários aspectos, além da música em si - dança, indumentária, estandartes, organização das agremiações e comportamento social e faz parte da identidade da cultura pernambucana (VALADARES, 2007).

A Imagem e produção de sentido são aspectos que se relacionam com qualquer povo e qualquer manifestação. Neste contexto, a imagem e a música estão

intimamente ligados no que corresponde o frevo, ao passo que a música ia se estabelecendo mutuamente um repertório imagético foi sendo construído. Dentro desse universo, “imagem e letra são expressões gráficas que representam conjuntamente o universo simbólico da cultura dentro do design” (*Ibidem*).

Os produtos da cultura material refletem características da sociedade. No âmbito do design, a identidade visual é um importante veiculador de comunicação, e, por isso, foi o suporte de divulgação de música escolhido para ser abordado neste trabalho, que tem o frevo de rua como seu representante.

A música é um processo multi-sensorial, o que permite a exploração sinestésica, mediante conexões visuais à uma ideia musical, a fim de propor uma relação entre a música, no caso o frevo de rua, e a criação de uma identidade visual, objetivando incentivar o contato das crianças com a mesma. Observando a importância da influência da cultura local no convívio da criança e o desenvolvimento de uma pesquisa neste campo, se acredita que este trabalho se justifica.

1.1 OBJETO DE ESTUDO

Identidade visual do frevo de rua.

1.1.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma identidade visual para um bloco de rua infantil que represente o conteúdo musical do frevo de rua, remetendo a sonoridade e contexto o qual está inserido, com base em experimentos sinestésicos.

1.1.2 Objetivos Específicos

1. Fazer uma pesquisa bibliográfica sobre o frevo, suas manifestações e representações visuais;
2. Estabelecer a relação entre a sonoridade, ritmo etc., com suas possíveis representações gráficas;
3. Propor a criação de uma identidade visual a partir dos estudos entre o frevo de rua para um bloco infantil.

A abordagem deste trabalho se faz através do método dedutivo para a compreensão do objetivo geral por meio da análise de bases teóricas sobre o tema proposto ao decorrer do trabalho: identidade visual do frevo de rua.

Em relação aos métodos de procedimento, foram usados: 1. método comparativo, que tem como estrutura o estudo comparativo das semelhanças e diferenças entre grupos, sociedades ou povos com o intuito de melhor entender e explicar o comportamento humano. Desta forma, este método permite uma análise da estética do frevo de rua e suas possibilidades gráficas, comparando-as e entendendo de que forma o frevo pode ser representado. 2. método monográfico, com a finalidade de se obter generalizações, o método monográfico consiste no estudo de indivíduos, profissões, condições, instituições, grupos ou comunidades, partindo do princípio de que qualquer caso que se estude em profundidade pode ser considerado representativo de muitos outros ou até de todos os casos semelhantes (LAKATOS, 2010). 3. método histórico, por meio da investigação e discursão das origens e contexto histórico do frevo e do carnaval de rua.

Para o desenvolvimento projetual da identidade visual, o método escolhido foi o de Bruno Munari (2008), mediante algumas adaptações. A definição do problema dá início ao processo, seguida de uma base teórica composta por os três pontos principais do problema: O frevo, a sinestesia e o design. Para conhecer um pouco melhor os usuários, foi realizado um questionário com os pais de crianças de três a nove anos. E para conhecer melhor o mercado local nessa área, foi realizado uma análise de similares, com base no modelo que catalogação de Valadares (2007), no qual outras identidades visuais de agremiações carnavalescas foram avaliados.

Posteriormente foram estabelecidos o conceito e os requisitos para o desenvolvimento do projeto gráfico, indicando o direcionamento para a geração de alternativas. Esta etapa foi dividida em uma geração experimental (sinestésica) e uma geração técnica, composta pelos elementos da identidade visual, como cor, tipografia, etc. A partir daí, foram selecionadas as melhores ideias, foi dado início à identidade visual do bloco carnavalesco infantil “Mini Bloco Soul Feliz”, que passou pela validação do orientador deste trabalho, constatando quais possíveis alterações mais pertinentes para o objetivo do projeto.

Assim, o resultado deste trabalho se dá após a etapa de refinamento, onde a identidade visual do bloco infantil busca contribuir socialmente entre o envolvimento das crianças na cultura local, incentivando não só o contato com a música, mas

contribuir com o repertório imagético do frevo-de-rua utilizando o design gráfico como ferramenta sinestésica.

Este trabalho é dividido em cinco capítulos, o qual os três primeiros tratam a Fundamentação Teórica: abordando o frevo, a sinestesia e o design; Método: dedica-se a metodologia de procedimento e detalha o método de Bruno Munari (2008); Projeto: que apresenta as etapas do processo de criação e o resultado final.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 FREVO

2.1.1 Origem e história

O frevo e o carnaval estão ligados intimamente. É necessário, portanto, devido a essa associação, que entendamos a origem e história do frevo-de-rua como parte integrante do carnaval.

O carnaval teve sua origem no entrudo, manifestação portuguesa trazida para o Brasil durante o período colonial. A festa, que precedia a Quaresma, era conhecida pelo exacerbado consumo de vinhos, da carne e do sexo. Costumava-se utilizar do espaço público como cenário para brincadeiras, estando nítida a participação do povo, e assim considerado uma expressão popular. Estas brincadeiras eram aplicadas entre amigos e por diversas vezes se tornavam violentas, onde as pessoas arremessavam umas nas outras, baldes de água, ovos, limões-de-cheiro¹, tangerinas, pastelões, luvas cheias de areia, assim como se esbarravam com vassouras e colheres de pau. Também eram comuns nesta época as pessoas se sujarem com farinha, gesso e tinta (VALADARES, 2007, p. 47).

Com a proposta de tornar uma festa mais civilizada, e motivado pelas atitudes violentas no entrudo, o governo proibiu em 12 de fevereiro de 1863 a comemoração da festa nas ruas de todo o território nacional (DUARTE, 1968 *apud* VALADARES, 2007). A música e a dança foram introduzidas aos clubes, mas em desacordo, somente o Estado de Pernambuco não cumpriu a nova ordem, continuando a comemorar a manifestação tanto no espaço urbano, quanto nos clubes (VALADARES, 2007).

A elite recifense aproveitava os festejos em bailes denominados mascaradas. Visando desfrutar mais do potencial da cidade, logo começaram a ocupar as ruas com luxuosos espetáculos de agremiações. Os clubes de alegoria e crítica, como eram chamados tais espetáculos, se tratavam de um modelo de exibição excludente, restrito à aristocracia e aos intelectuais (Dossiê de Candidatura, 2006, p. 22).

¹ Bolas de cera contidas de água perfumada.

Durante as apresentações havia muita repressão policial à mobilidade das massas nas ruas da cidade, que se restringiam a expectadores dos desfiles, que tinham um discurso moralizador e culto, realidade que não condizia com as camadas populares. Esses agentes limitadores sofreram grande resistência e a partir da década de 1880 a participação do povo tornou-se mais marcante e efetiva, o que resultou em uma ‘democratização’ da festa, trazendo implicações também na música (ARAÚJO, 1997).

Com maior condição de se manifestar, da periferia, dos trabalhadores do cais, dos capoeiras, das prostitutas e dos marinheiros, principalmente, derivaram os primeiros clubes pedestres os quais se incorporou a atmosfera fervorosa e agressiva que a cidade transparecia, usando-a como palco para a celebração (Dossiê de Candidatura, 2006).

Das mais representativas agremiações do carnaval, os clubes de rua derivam de vários elementos. Os desfiles de bandas militares, a capoeira e as procissões serviram como inspiração para a construção desses tipos de agrupamentos da forma como os conhecemos atualmente, como cita José Ataíde de Melo (1982 *apud* NASCIMENTO, 2008), “Hoje, como antigamente, os mesmos que dirigem as entidades carnavalescas, dirigem também, as entidades religiosas. As chamadas irmandades”.

Prioritariamente chamados de clubes pedestres, os clubes de rua eram conduzidos pelos mestres de cerimônia e estandartes, a reverenciar outros clubes e personalidades de estima, seguidos dos brincantes que constituíam o maior volume do cortejo acompanhado da banda de metal (OLIVEIRA, 1985, p. 20). Por fim se tem o cordão, que era constituído pelos sócios devidamente uniformizados formando a linha de trás, cada qual com o símbolo do seu respectivo clube, em seus respectivos desfiles e assim iam à visita dos bairros e ruas da cidade do Recife (ARAÚJO, 1997, p. 208).

O frevo é proveniente das procissões, festas religiosas e desfiles das bandas marciais, que segundo Oliveira (1985, p. 83-85), eram acompanhadas por uma banda de música e pelos capoeiras, escravos recém-libertos que usavam a dança para abrir caminho na linha de frente do conjunto de músicos, além de causar enfrentamentos motivados por interesses pessoais e políticos.

O ritmo foi se estabelecendo como caráter próprio do grupo social urbano, que compartilhava das brincadeiras nos dias que precediam a quarta-feira de cinzas. Essa troca colaborativa e espontânea entre as orquestras e os foliões frenéticos que os acompanhavam deu origem à marcha carnavalesca pernambucana, que viria a ser chamada de frevo (ARAÚJO, 1997, p. 210).

É certo que a maioria de seus compositores não são nascidos na cidade, mas é necessária intimidade com sua atmosfera para que o frevo seja executado com destreza e lealdade.

Reclama, a execução do frevo, sangue pernambucano nas veias. Não é tarefa para quem nunca o ouviu, num terceiro dia de carnaval, no Recife. Nem valores individuais pesam, isoladamente, na balança, como, de resto, em nenhuma orquestra. [...] É preciso um cachet² especial, de cada músico em particular e do conjunto global, para emprestar ao frevo seu corte rítmico inconfundível. [...] Como há de suceder com dezenas de músicas, cantos e danças por esse mundo afora, o frevo possui moldura própria – o Recife, seu clima próprio – o das ruas do Recife, o seu espírito próprio. [...] Compreendam-se bem as razões: o frevo não é espetáculo [...], mas participação do povo. Se não há povo participante, em quantidade e, sobretudo, em qualidade, que lhe dê corpo e alma, desfilará um ajuntamento de virtuosos ou pseudo-virtuosos, não frevo (OLIVEIRA, 1985, p. 54-56).

Assim, o frevo nasceu na rua, criado para o povo, e se tornou um dos mais importantes gêneros da cultura popular pernambucana. O carnaval e o povo tiveram papel principal enquanto agentes influenciadores na criação dessa identidade, se apossando de forma mútua um do outro (BENK, 2008). Foi desse processo que nasceu o frevo, como produto da expressão do povo e da legitimidade ao contexto sociocultural da cidade do Recife e Olinda, transformando-se em uma característica identitária nacional (Dossiê de Candidatura, 2006, p. 118-119).

2.1.2 Carnaval de Olinda

Os carnavais de Olinda e Recife tiveram a mesma origem, contudo, o tempo, a estrutura geográfica e o desenvolvimento econômico das duas cidades contribuíram para que a comemoração da festa fosse marcada por algumas diferenças. Este capítulo busca mostrar como Olinda passou a ser o centro do Carnaval de Rua Pernambucano e suas especificidades.

² A palavra francesa 'cachet' sugere no texto o charme de cada músico empregado à orquestra.

Segundo Silva (1991 *apud* HARCHAMBOIS e PONTUAL, 2007), na década de 1950 passou a ser papel de a Prefeitura Municipal organizar o carnaval de Recife. Essa mudança fez com que o carnaval-espetáculo (de passarela) recebesse maior incentivo e apoio que o carnaval-participação (de rua), prestigiando então as escolas de samba, em detrimento dos clubes de frevo, blocos, caboclinhos e maracatus. A conduta dos organizadores do carnaval estava fazendo da festa pernambucana uma imitação da carioca, levando Gilberto Freyre a advertir que o carnaval recifense estaria correndo “perigo de morte”.

A partir 1979, os organizadores começaram a tentar restaurar o carnaval de rua, suprimindo a passarela. Foi durante essa época que nasceu a Frevioca e o Clube de Máscaras “Galo da Madrugada” (1978) (figura 1), hoje uma das maiores agremiações o qual concentra uma multidão de foliões no sábado de carnaval. Contudo, em 1984 os espetáculos de passarela voltam a ganhar força, devido às pressões da Federação das Escolas de Samba à Fundação de Cultura da Cidade do Recife, centralizando os festejos na passarela instalada na Avenida Dantas Barreto (SILVA, 1991 *apud* HARCHAMBOIS e PONTUAL, 2007).



Figura 1. Clube de máscaras Galo da Madrugada. Fonte: Arnaldo Carvalho, acervo JC Imagens.

Motivados por vários fatores ligados ao desenvolvimento comercial e mudanças na infraestrutura, as ruas do Recife passaram a ficar vazias durante o carnaval, fazendo com que os brincantes migrassem cada vez mais para Olinda durante este período, como nos mostra o depoimento do folião Alcides de Oliveira Galhardo:

[...] O carnaval de Olinda ‘engoliu’ o brilho do carnaval recifense. Uma série de fatores contribuiu para isso. O desenvolvimento comercial fez com que milhares de pessoas deixassem de morar no centro da cidade. No carnaval as ruas estão desertas. Apenas o bairro de São José ainda tem a

frequência de carnavalescos porque permanecem em algumas ruas que não sofreram desapropriações, para a construção de avenidas. Em Olinda a Cidade Alta está livre dessa consequência porque está tombada por lei. (depoimento transcrito por MELO, 1982 *apud* HARCHAMBOIS e PONTUAL, 2007).

Em Olinda, particularmente, existem também os clubes de boneco, a exemplo do Homem da Meia Noite, criado em 1932, que se trata de uma figura especial para os olindenses, que constitui uma relação identitária e afetiva muito expressiva. A origem dos bonecos se deu em Belém, mas Olinda foi a cidade onde eles cresceram e se multiplicaram, por conta da relação íntima e diária dos moradores e transeuntes com a arte e o artesanato, que facilitou o aprendizado e aperfeiçoamento fazendo brotar a grande geração de bonecos gigantes (NETO, 1992 *apud* NASCIMENTO, 2008).

Como cenário mais importante do carnaval de rua, Olinda tem acompanhado o crescimento efetivo da festa. Os moradores do Sítio Histórico vem mantendo as características essenciais do carnaval de forma espontânea, porque é feito pelo autêntico carnavalesco de forma improvisada e respeitando as possibilidades dos brincantes, blocos e todos os elementos que o compõem. Outra justificativa à não descaracterização do carnaval Olindense, foi sua desinstitucionalização, em 1970, que concentrou nos residentes da cidade a organização da realização das comemorações carnavalescas, sempre promovido por pessoas que tem intimidade com o folguedo (MELO, 1982 *apud* HARCHAMBOIS e PONTUAL, 2007).

Devido a sua popularidade e importância social, nas décadas de 1960 e 1970 os brincantes de Olinda iam em busca do frevo durante os dias que aconteciam a festa, tendo a sua disposição troças como Cariri Olindense, Ceroula e Pitombeira dos Quatro Cantos, clubes pedestres como Elefante de Olinda e Marim dos Caetés e clubes de boneco como o Homem da Meia Noite (figura 2 - 7).



Figura 2. Sede da Troça carnavalesca mista Cariri Olindense. Fonte: Acervo Mônica Siqueira.

Figura 3. Estandarte da Troça carnavalesca Ceroula de Olinda. Fonte: Arnaldo Carvalho, acervo JC Imagens.



Figura 4. Troça carnavalesca mista Pitombeira dos Quatro Cantos. Fonte: Acervo G1.

Figura 5. Identidade Visual Clube Carnavalesco Misto Elefante de Olinda. Fonte: Júlio Klenker.



Figura 6. Troça carnavalesca mista Marim dos Caetés. Fonte: Acervo Arlindo Siqueira.

Figura 7. Clube de alegoria e crítica Homem da Meia Noite. Fonte: Felipe Ribeiro, acervo JC Imagens.

Em Pernambuco, como visto anteriormente, desde o início do século existem os chamados clubes pedestres – termo designado em função da forma como as agremiações se apresentavam – a pé – que tinham como membros pessoas de grupos sociais menos abastados, originados da periferia. Em Olinda, havia surgido uma configuração de clube que trazia na sua estrutura a mesma composição de bandas de metal, mas ‘substituíram’ os estandartes por bonecos de 3 metros de altura feitos de materiais como papel marchê, fibra e tecidos, como a mulher do dia, o menino da tarde e o homem da meia noite (MORIM e VERAS, 2015).

Inicialmente o carnaval olindense era promovido pelos próprios moradores, com a presença de poucos turistas e visitantes do Recife, embora continuasse proporcionalmente animada (BEZERRA; VICTOR, 2004, p. 27-28). Naquela época o carnaval era festejado de forma mais conservadora, com a preocupação em preservar as tradições e identidade pernambucana. Ao longo do tempo, outros questionamentos que surgiam com a juventude passaram a integrar a brincadeira, com expectativas e valores bem diferentes dos pais e que faziam da festa carnavalesca espaço de exposição de suas formas de ver o mundo.

Em meio a este cenário, os processos históricos por que passava Pernambuco pareciam convergir para a decadência da festa. Segundo o historiador Diogo Barreto Melo, não só os anos de chumbo e sua tentativa de repressão e vigilância serviram como fator para o desaparecimento das tradições carnavalescas que justificavam a fama e a força cultural do carnaval local, havia a concorrência da música do frevo com o rock and roll, o ‘frevo elétrico’ de Dodô e Osmar e Moraes Moreira, a Tropicália e, por fim, as escolas de samba, esta última passou a ser vista como uma invasão do carnaval carioca de grande popularidade no Estado, e vista por Gilberto Freyre como uma “despernambucanização” da festa (MELO, 2011).

O carnaval abria espaço para outras vivências e experiências que permeavam o universo juvenil, como o uso excessivo do álcool, a liberação sexual e exposição do corpo, a libertinagem, o rir e o fazer rir, o uso da maconha e do lança-perfume, que muitas vezes eram mal vistos pelos mais tradicionais e pelo governo (*Ibidem*).

Olinda, assim como Recife, foi um dos principais cenários dos adeptos da contracultura em Pernambuco, que almejavam celebrar as conquistas por eles conquistadas, a liberdade do corpo, expressar-se e experimentar mais profunda e

livremente. Havia uma juventude integrada politicamente com o movimento internacional de contestação política e comportamental, que usava basicamente cabelos longos, roupas coloridas, servindo este modo de conviver como objeto de crítica política aos anos de chumbo. A juventude 'engajada' se inspirava nos ideais comunistas, que defendia a necessidade das resoluções dos problemas políticos e sociais como caminho para a libertação coletiva (NAPOLITANO, 2014, *apud* MORIM e VERAS, 2015).

Essa atmosfera que pairava sobre nas cidades de Olinda e Recife daria aos jovens o vislumbre de usarem o carnaval como meio de expressão às críticas políticas ao Regime e à época, de uma forma implícita e discreta o suficiente para não serem submetidos à repressão. É o caso das agremiações Nós sofre mas nós goza, no Recife, e o Língua Ferina e Eu acho é pouco (figura 8), em Olinda, que surgiram na década de setenta como resistência e ironia à Ditadura, e era constituído por indivíduos de classe média integrantes do movimento estudantil, ex-presos políticos, artistas e militantes de esquerda.



Figura 8. Grêmio Littero Recreativo Cultural Misto Carnavalesco Eu acho é pouco. Fonte: Arnaldo Carvalho, acervo JC Imagens.

Embora houvessem inúmeros conflitos de pensamento e comportamento entre os mais ortodoxos e a juventude, se acredita que pelo menos a convivência carnavalesca, sobretudo em agremiações como essas, era possível. “Podemos inclusive dizer que por trás deste simplificado dualismo, havia identidades mais

fluidas e mutantes unidos na perplexidade do devir histórico” (MORIM e VERAS, 2015, p. 122).

2.1.3 Representação visual

Reiterando o primeiro capítulo, por estar associado ao carnaval pouco a pouco se foram relacionando imagens e objetos que constituíram a memória da sociedade como repertório visual do frevo.

Segundo Rafael Cardoso (2012, p. 62), o significado se dá pela percepção dos usuários, da sua relação com os artefatos, numa troca ininterrupta de informações e atribuições. Esse processo de significação se deu durante o nascimento e consolidação do frevo como parte integrante da cultura pernambucana.

As primeiras apropriações estavam ligadas às apresentações de rua. Durante as festas era comum o uso de estandartes, insígnias de clubes, indumentárias e acessórios - guarda-chuvas ou chapéu-de-sol como é descrito por Valdemar de Oliveira em sua obra *Frevo, Capoeira e Passo* (1985, p. 112-118). O guarda-chuva caracteriza o passista e tinha diversas funções. Usado por vezes para equilíbrio durante as acrobacias, outras vezes como arma, os capoeiras ludibriavam a polícia como sendo um mero acessório. Eram feitos de ferro com canos pontiagudos, que em momento de algum enfrentamento serviria para defesa e ataque.

A este repertório foram introduzidas também características de ordem religiosa e militar, que expressava riqueza e luxo em suas fantasias. Outras características marcantes do segundo eram as referências de símbolos e elementos como espadas, capacetes, tricórnios, das figuras masculinas e de cordões de lanceiros e soldados (REAL, 1990 *apud* VALADARES, 2007, p. 52).

Os estandartes eram provavelmente os mais importantes artefatos da expressão visual dos clubes, contendo todas as informações ligadas ao mesmo. Estavam marcados com a presença de símbolos ligados ao ofício de seus fundadores ou grupo a que o clube pertencia, como vassouras para o Clube Vassourinhas (figura 9) e machados para o Clube Lenhadores (figura 10) (VALADARES, 2007, p. 52).



Figura 9. Clube carnavalesco misto Vassourinhas. Fonte: DOSSIÊ DE CANDIDATURA, 2006.

Figura 10. Clube carnavalesco misto Lenhadores. Fonte: Sérgio Bernardo.

A alusão ao trabalho, contudo, embora fundamental, era apenas um entre os múltiplos significados que os nomes de batismo dos clubes populares comportavam. Pincel, vassoura, espanador, vasculhador, ciscador, abanador pertenciam a uma classe de utensílios cuja principal função era limpar, espanar, cair, clarear, lustrar, assear. Neste ponto, os clubes pedestres filiavam-se a uma antiga noção de Carnaval, segundo a qual a festa representava um momento especial na vida da coletividade, um tempo destinado a passar a limpo os fatos ocorridos na sociedade no ciclo de um ano. Enfim, tratava-se de fazer, a seu modo e com as *armas* de que dispunham, a crítica aos costumes e à moral. Demonstravam, assim, partilhar de práticas e valores que as elites julgavam e pretendiam exclusivas a seus pares (ARAÚJO, 1997).

Nesse contexto, a dança e a música já tinham um discurso consistente que vinha sendo divulgado pelos impressos desde os primórdios do Frevo. À imprensa se atribuiu um papel essencial na construção de imagens relacionadas ao carnaval, que corroborou na disseminação do frevo junto à população e aos novos suportes de expressão visual que surgiriam com a Revolução Industrial e a reprodução de produtos em grande escala. Novas imagens começaram a ser estampadas principalmente em capas de discos, que funcionavam como mídia para divulgação do frevo.

Dos mais importantes marcos visuais são os locais onde aconteciam as manifestações (Bairros de Santo Antônio e São José) que viriam a ser registrados pelas fotografias, e, posteriormente, pela indústria cinematográfica. Esses suportes conseguiam exprimir todos os elementos constitutivos do carnaval, as ruas onde

aconteciam as festas, as indumentárias usadas pelos componentes dos blocos, os passistas, o movimento dos brincantes, os carros alegóricos, os estandartes, as bandas (Dossiê de Candidatura, 2006, p. 45-51).

As roupas, por sua vez, até a década de cinquenta, trazia a expressão individual do passista, com uso de um traje que lhe permitisse a execução da dança do frevo da melhor forma. Naquela época eram geralmente visto pessoas com roupas longas, embora não houvesse um padrão determinado. A partir dos anos sessenta e setenta, com o advento da contracultura e os ideias de liberdade sexual, a exposição do corpo com roupas curtas e decotadas serviria como reflexo desse pensamento e como resistência carnavalizada (MELO, 2011).

2.1.4 Frevo de rua

Para este trabalho, que tem como finalidade compreender os aspectos visuais em decorrência da sonoridade do frevo-de-rua, é importante uma descrição concisa das características desse tipo, e, neste caso, as informações que se seguem abordam-no com mais atenção.

Considerado uma música popular, o frevo é uma expressão inerente a um corpo social urbano, nasceu do povo, e não tem origem na celebração do conjunto de produtos (tradições, crenças e/ou lendas) populares (TELES, 2012, p. 35). Reconhecido como uma das mais importantes manifestações culturais brasileiras é certa a possibilidade de tornar-se um gênero folclórico (OLIVEIRA, 1985, p. 41).

Esse ritmo, por assim dizer, se expressa por meio de diversos segmentos, que além da música, teve uma construção identitária também na dança, indumentária, estandartes, organização das agremiações e no comportamento social, o qual hoje é “reconhecido, vivido e explorado pelo povo, pela elite, pela indústria, pelos meios de comunicação e pelo Estado” (VALADARES, 2007, p. 16).

O frevo surgiu da mistura de diversos elementos da música europeia e africana em nossa cultura (BENK, 2008, p. 17). Os primeiros compositores do gênero faziam músicas bebendo de fontes como a modinha, o dobrado, a quadrilha, a polca e o maxixe, ritmos muito tocados pelas bandas militares em festividades no Recife à época. Essas bandas desempenharam um papel fundamental no desenvolvimento

do frevo, pois foi nos desfiles dessas bandas que o frevo, aos poucos, foi tomando forma (Dossiê de Candidatura, 2006, p. 37).

Eles apelavam para o uso de instrumentos de metal e aceleração das melodias, adquirindo uma sonoridade frenética (OLIVEIRA, 1985, p. 27). O primeiro frevo a surgir foi o de rua, e apesar do frevo-canção ter na sua introdução todas as características desse tipo, apresenta distinções nas partes onde entra o canto. O que difere, sobretudo, o primeiro do segundo, é que ele é essencialmente instrumental. Ele cresce, toma-se por uma nota aguda e diminui subitamente, como se arrastasse a punho quem estivesse pela frente (OLIVEIRA, 1985, p. 36). O frevo de bloco, por sua vez, tem uma configuração musical diferente, porque é acompanhado por instrumentos de corda e percussão (VALADARES, 2007, p. 51).

De personalidade forte e violenta, o frevo de rua configura-se um ritmo efervescente que impera nas ruas de Olinda durante os festejos de Momo, magnetizando e arrastando as pessoas que os ouvem. Sua personalidade é vista também em seus títulos, a exemplo “é de frevê!”, “freio de ar”, “furacão no frevo”, “bomba de sete estouros”, e ainda, nas músicas compostas durante as Guerras Mundiais, a primeira em 1914 e a segunda em 1939, como “canhão 75” e “lança torpedo” (OLIVEIRA, 1985, p. 37).

Existem, ainda, três tipos de frevo de rua, chamados de coqueiro, abafo e ventania. O primeiro é constituído de notas curtas e rápidas com sons muito agudos, de onde advém seu nome, o segundo é feito para abafar o clube adversário, contendo notas longas e dando força aos trombones e pistons quando ocorre o encontro. O terceiro, e último, tem o som apagado a poucos metros de onde é emitido, não aconselhado para tocar a céu aberto, ao contrário dos dois primeiros que foram feitos com essa finalidade (RODRIGUES, 1991 *apud* BENK FILHO, 2008, p. 33-34).

3 SINESTESIA

3.1 O QUE É SINESTESIA

A sinestesia³ é um fenômeno que pode ser abordado de duas maneiras distintas. A primeira abordagem corresponde à condição neurológica (fisiológica) onde um determinado sentido sofre algum tipo de estímulo e este desencadeia

³ Do grego *synaisthesis*, cujo *syn* significa “junção” e *aisthesis* quer dizer “sensação” (BRAGANÇA, 2010).

automaticamente outro sentido simultaneamente (CYTOWIC, 1993 *apud* PRESA, 2008, p. 12). Ou seja, pessoas acometidas por essa condição tem a capacidade involuntária de misturar as sensações, podendo ouvir cores, saborear formas e outras combinações pouco compreendidas por indivíduos tidos como ‘comuns’ (PRESA, 2008, p. 12).

A segunda abordagem, que tem mais conformidade com este projeto, corresponde ao uso da sinestesia como figura de linguagem, o que diz respeito à capacidade que os indivíduos têm em fazer analogias e associações voluntárias de ideias e sentidos, símbolos e metáforas multissensoriais (IGLESIA, 2013). A linguagem humana está repleta de metáforas sinestésicas, isso acontece quando atribuímos qualidades sensoriais diferentes a uma mesma expressão, ou seja, ao indicar uma qualidade à um objeto com a classe pertencente a outro sentido. Quando dizemos que o cheiro de algo está delicioso, sabe-se que o cheiro não tem gosto, mas isso realça qualidades positivas do aroma. Essas associações também dependem, de forma geral, dos condicionamentos culturais ou experiências artísticas os quais o indivíduo está inserido (OROZCO, 2015).

Qualquer pessoa com a mínima intimidade com o carnaval pode perceber que a festividade desperta mutuamente um turbilhão de sensações, os indivíduos que a vivenciam ao menos uma vez tem uma experiência multissensorial, que vai do sentir ao perceber, imaginar, ouvir e ver, o que deixa clara sua similaridade com as metáforas sinestésicas, e torna necessário a abordagem da relação entre o que se ouve e o que se vê (Música Visual) no desenvolvimento deste projeto.

3.1.1 Música visual

A música é um tipo de percepção que permite muitas associações sensoriais com outros sentidos. No livro *Visual Music: Synaesthesia in Art and Music Since 1900*, os autores afirmam que “a teoria da sinestesia tende a separar a percepção dos sentidos em unidades discretas, onde uma sensação encontrada é equivalente à outra”, o qual a música foi a percepção que permitiu essa analogia com maior exatidão.

Bragança (2010), estabelece a relação entre a sinestesia e a significação musical com base em três pontos de entendimento da significação musical proposto por Jean-Jacques Nattiez:

[...] Aquilo que denominamos "significações", quaisquer que sejam as formas simbólicas (linguagem, música, mito, cinema, pintura, etc.) em que aparecem, explicam-se semiologicamente por três princípios: todo signo é a remissão de um objeto a uma outra coisa (Santo Agostinho); o signo remete a seu objeto pelo intermédio de uma cadeia infinita de interpretantes (Peirce); estes interpretantes se repartem entre as três instâncias que caracterizam todas as práticas e as obras humanas: o nível neutro, o poiético e o estésico (Molino) (BRAGANÇA, 2010).

Os três pontos citados se tratam de dimensões de existência de um mesmo objeto simbólico, que discorre sobre o processo de criação e composição musical (nível poiético), a percepção do objeto simbólico (nível estésico) e a analogia do fenômeno simbólico em forma de matéria à outros objetos semelhantes (nível neutro) (MOLINO, s.d., *apud* BRAGANÇA, 2010).

A música escapa a uma descrição mais objetiva, e quando se trata de explicar esse tipo de percepção, de modo geral se recorre ao uso da sinestesia enquanto figura de linguagem para auxiliar nesse processo (BRAGANÇA, *op. cit.*). A partir da criação de analogias, associações, símbolos e metáforas multissensoriais se torna mais evidente a capacidade de relacionar o que se ouve com o que se vê (MAYER, 2015).

Segundo Nattiez (2004 *apud* BRAGANÇA, 2010) a música apresenta dois tipos de remissões: intrínseca e extrínseca, o qual a primeira mantém relação formal entre estruturas musicais (notas e regras), ao passo que a remissão extrínseca se associa à relação que o compositor faz entre a música e alguma sensação, emoção, imagem, ideologia ou qualquer outra referência, onde se dá a percepção musical e ocorre a sinestesia.

A sinestesia seria um primeiro passo para a remissão extrínseca, sugerindo que as significações externas à estrutura musical passam, geralmente, por associações entre a sensação sonora e outras sensações, como visuais (brilhos, cores, claro/escuro), movimentos (direcionais, circulares, estáticos, dinâmicos), densidades (denso, rarefeito), peso (leve, pesado) ou texturas (liso, áspero). Mesmo que tais associações nem sempre cheguem a se mostrar conscientes, elas influenciariam nossa percepção (BRAGANÇA, *op. cit.*, p. 82).

Esse processo sensorial que a música oferece sempre que existem associações de imagens e acontecimentos nos reafirma seu caráter experiencial e sinestésico irrefutável, e tem sido abordado diversas vezes na arte com a intenção de estimular ao máximo sensações diferentes (NAVARRO, 2004 *apud* PRESA, 2008).

3.1.2 Música visual na arte

A analogia entre pintura e música, cor e som, busca traçar um paralelo entre os dois elementos com o objetivo de provar a origem dos sentidos humanos. Compositores como Oliver Messien, Aleksandr Scriabin e pintores como Wassily Kandinsky foram alguns dos artistas que usavam o conceito da sinestesia para desenvolver as suas obras (POPPER, 2007 *apud* PRESA, 2008). Wassily Kandinsky, refletia em *The Effect of Color*, 1911, “a cor é o teclado, os olhos são os martelos, a alma é o piano com muitas cordas. O artista é a mão que toca, tocando uma tecla ou outra propositalmente, para causar vibrações na alma” (GUGGENHEIM, 2015 *apud* MAYER, 2016).

Desde o Renascimento, Leonardo da Vinci, Arquimboldo, Mersenne e Castel tentam corresponder a cor à altura (frequência), onde os dois últimos estabelecem uma relação entre ambos, o qual cores mais escuras estariam ligadas a sons mais graves e cores mais luminosas a sons mais agudos. Mersenne elaborou, ainda, um sistema de correspondência o qual atribui as notas mais graves à cor preta e as mais agudas à cor branca (CASNOK, 2008 *apud* OROZCO, 2015).

Esta relação foi largamente explorada durante o período Barroco (1600 – 1800), que teve como objetivo a “estimulação dos afetos ou paixões” por meio da música e poesia, e intensificada no século XVII, período marcado pela busca a uma linguagem musical que pudesse manifestar

os sentimentos (amor, tristeza) de forma efetiva, tornando o discurso do texto mais intenso. Esse pensamento ficou conhecido como “teoria” ou “doutrina dos afetos”⁴ (GATTI, 1997 *apud* OROZCO, 2015).

Gatti (1997, *apud* OROZCO, 2015), descreve resumidamente algumas relações feitas por teóricos do período barroco que compartilhavam dos pensamentos da “doutrina dos afetos” (tabela 1 e 2).

	MATTHESON	QUANTZ	RAMEAU	CHARPETIER
Dó maior	Rude	Alegre	Alegre	Guerreiro
Ré maior	Alegre	Alegre	Alegre	Alegre
Mi maior	Penetrante	Alegre	Grandioso	Questionador
Fá maior	Generoso	Prazeroso	Majestoso	-
Sol maior	Amoroso	Prazeroso	Afetuosos	Doce, alegre
Lá maior	Brilhante	Alegre	Brilhante	-
Sib maior	Magnífico	Alegre	Intepestivo	-
Mib maior	Choroso	Cantábile	-	-

Tabela 1. Correspondência tonalidades maiores – afetos. Fonte: GATTI, 1997 *apud* OROZCO, 2015.

⁴ Do latim *Affectus* corresponde a palavra *phatos* e se refere ao estado de espírito humano (GATTI, 1997 *apud* OROZCO, 2015).

	MATTHESON	QUANTZ	RAMEAU	CHARPETIER
Dó menor	Triste	Melancólico	Lamentoso	Triste
Ré menor	Devoto	Terno	Compaixão	Devoto
Mi menor	Aborrecido	Terno	Terno	Lamentoso
Fá menor	Doloroso	Melancólico	Lamentoso	-
Sol menor	Encanto	Terno	Afetuosos	Magnífico
Lá menor	Honroso	Melancólico	-	-
Si menor	Melancólico	Melancólico	Terno	Melancólico

Tabela 2. Correspondência tonalidades menores – afetos. Fonte: GATTI, 1997 *apud* OROZCO, 2015.

As tabelas nos diz que os tons menores tem maior associação à sentimentos tristes, enquanto os tons maiores tendem a ser relacionados a sentimentos alegres. Contudo, os tons não são suficientes para determinar as sensações que um trecho musical pode transmitir, variando de acordo com a interpretação pessoal de cada compositor (OROZCO, 2015).

Contudo, foi no século XIX que o tema passou a ser mais discutido e difundido científica e artisticamente. Alexander Rimington projetara um instrumento que, de forma silenciosa, difundia cores. O “teclado de cores” (*color-organ*) acabou se tornando uma denominação comum entre outros instrumentos do gênero (OROZCO, 2015). Em 1910, o compositor Alexandre Scriabin compôs a sinfonia “Prometheus o poema de fogo” (tabela 3), a primeira com partitura própria para execução no teclado de cores (GONÇALVES, 2011).

NOTA MUSICAL	COR	SENTIMENTO/IMAGEM
C	Vermelho	Desejo humano
C#	Violeta	Desejo do espírito criativo
D	Amarelo	Alegria humano
D#	Cinza/púrpura (Steel)	Humanidade
E	Prata	Sonhos
F	Vermelho escuro	Diferenciação do desejo
F#	Azul marinho	Criatividade
G	Rosa alaranjado	Lúdico
G#	Púrpura	Descida do espírito à matéria
A	Verde	Materialismo
A#	Cinza-púrpura	Arrebatamento
B	Azul celeste	Sonhos

Tabela 3. Correspondência cor-som de Scriabin. Fonte: BASBAUM, 2002 *apud* OROZCO, 2015.

Wassily Kandinsky (figura 11), Mondrian (figura 12), Paul Lee e Kupka foram artistas contemporâneos que também buscavam incorporar em suas obras “a não materialidade da música, ritmo na pintura, para as construções abstratas e matemáticas, como que notas de cores repetidas, cores em movimento” (*Ibidem*). A arte é, portanto, o meio o qual o indivíduo propõe uma comunicação multissensorial e a sinestesia possibilita a vivência dessas múltiplas sensações (OROZCO, 2015).



Figura 11. Impressão III, Wassily Kandinsky. Fonte: Domínio Público.

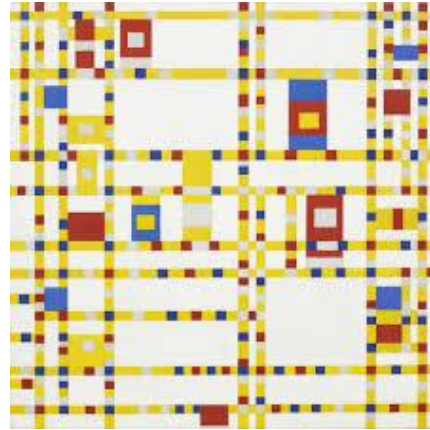


Figura 12. Broadway Boogie-Woogie, Mondrian. Fonte: Domínio Público.

O cinema e a animação também foram influenciados pelo caráter multissensorial que a sinestesia proporciona. Esses conceitos sinestésicos inspiraram a animação “Fantasia” (figura 13) de Oscar Fischinger, que permuta entre música e artes plásticas (GONÇALVES, 2011). Fantasia é um filme voltado para o público infantil, onde histórias são narradas exclusivamente através de imagens e inspirado na música clássica, o que corresponde quase totalmente com este trabalho, servindo, portanto, de exemplo para o mesmo.

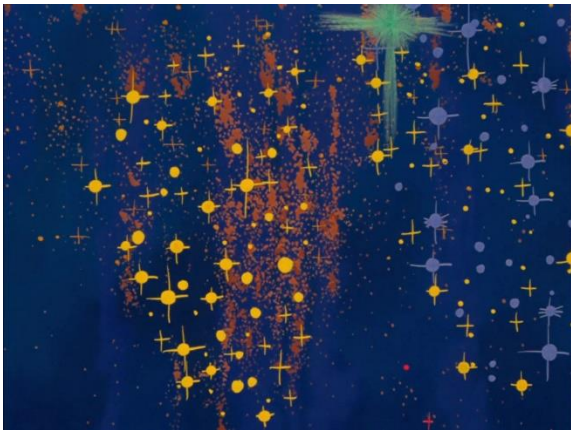


Figura 13. Animação Fantasia, Oscar Fischinger. Fonte: YouTube.



Figura 14. A invenção da cor, Hélio Oiticica. Fonte: Domínio Público.

O neoconcretismo emergiu no final da década de 50 para o início da década de 60, se sustentava numa filosofia marcada pela volta à tudo que é humano e sensível, e teve a “cor e seus múltiplos significados emocionais” como forma de se expressar (PINTO, 1994 *apud* OROZCO, 2015). Durante o movimento no Brasil, Hélio Oiticica

formulou o conceito suprassensorial, que teve como objetivo instigar os sentidos do espectador. Em sua obra “A invenção da cor” (figura 14) ele explora a coloração como agente influenciador às sensações humanas, onde a cor de cada parede, a interação mútua das cores e a incidência do sol causaria ao perceptor uma gama de sensações (OROZCO, 2015).

3.1.3 Experimentos musico-visuais

Assim como discutido no capítulo anterior, a composição musical, a partir da perspectiva sinestésica, apresenta hipoteticamente remissões extrínsecas em dois níveis, apresentadas sob a vista de remissões sinestésicas e evocações externas ao fenômeno musical, o qual, atuariam como uma música (sensação sonora) que provoca outros sentidos (tato, visão), evocando “uma imagem, um poema, uma vivência pessoal” (BRAGANÇA, 2010).

Alguns experimentos indicam como a música proporciona sensações ao expectador, os autores buscam através destes experimentos correlacionar sentimentos e sons. É interessante dar destaque aos dois trabalhos que serviram de base para este projeto. O primeiro pode ser encontrado em “Parâmetros para o estudo da sinestesia na música”, de Bragança (2010), onde o mesmo classifica os eventos musicais em categorias sinestésicas (brilhante, escuro).

É bastante usual a esses eventos menções à “densidade, pressão, movimento, calor e textura”, onde “em cada uma destas sensações, podemos encontrar, pelo menos, dois pólos opostos, que são, geralmente, extremos de um contínuo de possibilidades”. E, continua, descrevendo sobre as relações entre cores e elementos musicais, que embora permita um grau maior de subjetividade, sugere uma tendência a cores próximas ao vermelho serem associadas a elementos musicais mais agitados, densos e quentes, em contrapartida aos elementos musicais mais tranquilos que tendem a ser representados por tons mais frios, como o azul ou violeta.

As considerações citadas acima se deram a partir da análise da obra “*Turangalila – Joie du sang des étoiles*”, de Olivier Messian, que consistiu na descrição das sensações despertadas no autor enquanto ouvia a peça.

O segundo trabalho que servirá de referência para o desenvolvimento da identidade visual proposta por este projeto, “*Sinestesia: Musica y Color*”, de Daniel Alfayate De La Iglesia, propõe um experimento com cinquenta e três ouvintes não-sinestetas submetidos a trechos musicais extraídos de gêneros como eletroacústico, clássico, japonês tradicional e pop-rock, que os categorizaram dentro de uma paleta de cores e descrevendo as sensações que aqueles sons os traziam, com a finalidade de perceber algum tipo de padrão que não-sinestetas teriam sobre música e cor (IGLESIA, 2013).

Descreveu como sendo resultado às características analisadas (saturação e brilho, por exemplo) que, sons mais estridentes tendem ser associadas a cores mais vivas com maior saturação quando mais agudos e escuras e com menor brilho quando mais graves – desperta sentimento de insegurança e angústia. Sons mais melódicos evocam cores mais apagadas com menor saturação quando suaves ou cores mais claras e brilhantes quando agudos e provocam sentimentos de tranquilidade e alegria, correspondendo à ambientes de fantasia. Em caso de sequências monótonas são associadas a cores frias e opacas.

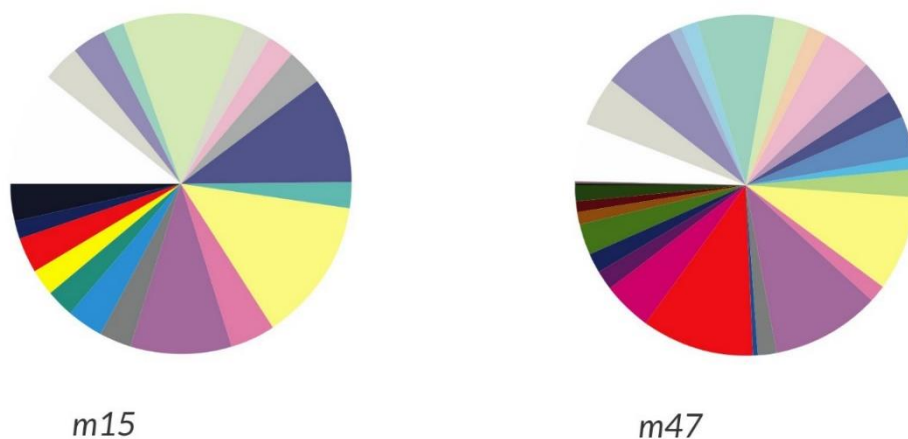


Figura 15. Sequências com menor saturação. Fonte: IGLESIA, 2013, p. 34.

Os gráficos (figura 15) demonstram a análise do autor quanto a ocorrência de cores a partir de trechos de música clássica. No que corresponde ao “m15” há um conjunto de cores não saturada e pouco vívidas, o trecho da música analisada predomina o uso de flauta e instrumentos de cordas, com sons agudos e tons suaves. Os gráficos

são semelhantes, porém o “m47” contém mais cores vivas, o trecho analisado tem um ritmo com tom agudo mais intenso, mas a harmonia musical se mantém (*Ibidem*).

SONIDO	COMENTÁRIOS					TONALIDAD Y GÉNERO
m43	Apasionado	Pareja discutiendo	Rojo			Mezcla Clásica
m47	Fantasía	Flores y pájaros	Cuento de hadas	Princesa		Aguda Clásica
m48	Alegria	Primavera	Bucólico	Colores vivos		Aguda Clásica
111	Vuelo sobre nubes	Libertad	Energía	BSO película	Esperanza de niño abriendo un regalo	Mezcla Clásica
	Mañana fresca	Cielos azules				

Tabela 4. Comentários dos entrevistados. Fonte IGLESIA, 2013, p. 43.

O autor relaciona na tabela sentimentos despertados pela música clássica (tabela 4), que vão da alegria, felicidade e angústia, mas que também abre espaço para o campo imagético a partir dos comentários “flores e pássaros” e “céu azul”. Assim como a música clássica, o frevo de rua (instrumental) tem uma gama imensa de possibilidades a serem exploradas.

4 DESIGN

4.1 DESIGN GRÁFICO E SIGNIFICAÇÃO

O design gráfico é um processo que se dá no campo imagético, através da articulação de elementos visuais, sendo uma área específica do conhecimento o qual foi definido por meio de um conjunto de objetos, práticas e informações, que envolvem o social, a técnica e também significações, que tem como objetivo comunicar – produzir um discurso, usando aspectos informativos, estéticos e persuasivos - fazendo uso de uma série de procedimentos e ferramentas (DOBLIN, 1980 *apud* MARQUES,2000).

Se trata de um processo criativo de elaboração de projetos e artefatos que tem por objetivo a interação entre usuários e objetos, buscando estabelecer uma relação

positiva entre ambos. O processo de criação dos projetos de design está intimamente ligado às condições socioculturais em que o indivíduo está inserido, e dependem diretamente do repertório e conhecimento histórico o qual o designer faz parte, que irão influenciar suas “capacidades de associação, organização e análise” (ASSIS, 2017). Esse repertório fica conservado em forma de experiência na memória, que é acessada sempre que necessário, como um banco de informações.

É evidente, portanto, que muitos projetos da comunicação visual tem como objetivo a preservação da memória individual ou coletiva e/ou prestar-lhe homenagem. A maior parte desses projetos visuais se preocupam em “registrar, preservar, reproduzir e identificar pessoas, lugares, objetos ou classes de dados visuais”, e tem como motivação de maior alcance “a utilização de todos os níveis dos dados visuais para ampliar o processo de comunicação humana” (DONDIS, 1997).

Rafael Cardoso (2012, p. 61) pontua que existe um conjunto de seis fatores que permeiam a significação dos artefatos: uso, entorno e duração, quanto à questão material; ponto de vista, discurso e experiência, quanto à percepção do usuário. Esses fatores incidem de forma mútua uns sobre os outros e sobre o objeto gerando o seu significado. ‘Uso’ corresponde ao funcionamento do artefato, sua operacionalidade; ‘entorno’ compreende os processos de modificações ao redor do artefato; ‘duração’ abrange todo seu ciclo de vida, desde a sua criação à sua destruição. Ponto de vista, discurso e experiência equivalem às perspectivas sobre o objeto, o repertório discursivo acerca do mesmo e a relação individual de cada usuário com o objeto, respectivamente (CARDOSO, 2012).

Um pôster para uma chamada de uma prévia carnavalesca do bloco, por exemplo, estaria desmembrado da seguinte forma: 1. Uso: O ato de comunicar o evento; 2. Entorno: Toda a paisagem que cerca o pôster quando fixado nas ruas da cidade, quase como um quadro vivo, que se modifica aceleradamente, seja pela substituição dos pôsters ao redor, seja pelas intervenções urbanas, e, posteriormente, quando saem do espaço público e são levados para espaços privados, seu significado passa de comunicar à objeto decorativo; 3. Duração: Quando da sua impressão à sua destruição, quanto maior tempo de conservação, maior a incidência do uso e entorno sobre ele; 4. Ponto de vista: O lugar de onde o observador se posta para ver o objeto, se consegue enxergar o todo ou suas partes, podendo influenciar na sua

capacidade de compreensão; 5. Discurso: O repertório transcrito em linguagens verbais e visuais, que agregam sentido à tradução do projeto pelo observador; 6. Experiência: A relação única e íntima que cada observador tem com o artefato em si.

O design gráfico se relaciona com a criatividade, tecnologia, significado e linguagem. O papel da linguagem e repertório é essencial para qualquer processo criativo e desenvolvimento de projetos. É por meio da linguagem que os seres humanos articulam seus pensamentos. A língua ou 'língua ampliada'⁵, portanto, se trata de um conjunto de significados perceptíveis sensorialmente como signos visuais e auditivos, que abrange não só a linguagem verbal, mas também a música, a plástica e a imagética (CARDOSO, 2012).

A abordagem do termo linguagem trazida pelo Novo Dicionário Eletrônico Aurélio (*apud* BRAIDA, 2009) expõe que:

8. E. Ling. Todo sistema de signos que serve de meio de comunicação entre indivíduos e pode ser percebido pelos diversos órgãos dos sentidos, o que leva a distinguir-se uma linguagem visual, uma linguagem auditiva, uma linguagem tátil, etc., ou, ainda, outras mais complexas, constituídas, ao mesmo tempo, de elementos diversos.

Assim, é papel do designer desenvolver objetos de uso e sistemas de comunicação através de processos de significação, o que faz dele uma linguagem, onde “o sucesso da ação do designer está diretamente vinculado à materialização de suas idéias em produtos, que, pelas possibilidades de uso, gerem significação” (NOJIMA, 2006 *apud* BRAIDA, 2009).

Os condicionantes de significado guiam, portanto, as relações homem-produto, o qual a busca de designs cuja interação experiencial entre ambos, ou seja, a ligação afetiva do usuário com o objeto na elaboração dos projetos tem adquirido maior importância. O design passa a convergir materialidade com a experiência do usuário, dando atenção indispensável às sensações humanas, de modo a estimular o significado, sentimento, emoções e valor que o perceptor atribui ao artefato (SCHIFFERSTEIN e HEKKERT, 2007 *apud* PEREIRA, 2011, p. 105).

⁵ Expressão batizada por Dondis A. Dondis, que trata a língua como linguagem verbal, mas também a música, a plástica e a imagética (CARDOSO, 2012).

A humanidade está sempre criando uma paleta sensorial de expressão visual e verbal que é infinita. Sempre usou símbolos para expressar imensamente a individualidade, o orgulho, a fidelidade e a prosperidade. O poder dos símbolos continua fugaz e misterioso – uma simples forma pode engatilhar instantaneamente a lembrança e despertar as emoções (WHEELER, 2008).

Para tal, o designer precisa gerar no usuário um estímulo que desperte suas sensações a partir dos sentidos humanos, os quais a este trabalho dar-se-á principal atenção aos sentidos da visão e audição como agentes influenciadores dessa percepção sensorial decodificado como projeto de design.

4.2 IDENTIDADE VISUAL

O ser humano é um ser visual. “As imagens agem diretamente sobre a percepção do cérebro, impressionando primeiro para serem depois analisadas, ao contrário do que acontece com as palavras”. Todos os elementos visuais – cores, formas, texturas - notados pelos indivíduos comunicam alguma coisa. Em se tratando de comunicação, a civilização e o homem moderno privilegia a visão, em detrimento dos outros sentidos (STRUNK, 1989).

A identidade visual é algo intrínseco às coisas, em geral tudo que nos rodeia tem componentes que o identificam visualmente. “A identidade visual é o que singulariza visualmente um dado objeto; é o que o diferencia dos demais por seus elementos visuais” (PÉON, 2001).

“Enquanto as marcas falam de modo virtual para a mente e para o coração, a identidade da marca é tangível e apela para os sentidos”. A identidade expressa de forma sintetizada uma marca, dando apoio, comunicação e visibilidade de forma mais palpável. É a expressão visual e verbal de uma marca. O conceito da identidade se desdobra, dando origem a um nome e um símbolo, que evoluem e se tornam “uma matriz de instrumentos e de comunicação” (WHEELER, 2008).

Segundo Cullen (*apud* Wheeler, 2008), a identidade de uma marca se torna consistente quando consegue reunir elementos importantes para seus consumidores, como emoção, contexto e essência, a fim de torna-los perceptíveis para o público alvo, de forma a sintetizar os atributos da marca, tornando-a expressiva.

A ciência da percepção investiga como os indivíduos reconhecem e interpretam os estímulos sensoriais. O cérebro reconhece e memoriza primeiramente as formas. As imagens visuais podem ser lembradas e reconhecidas de forma direta, enquanto o significado das palavras tem que ser decodificado. A cor vem em segundo lugar. A cor pode incitar uma emoção e evocar uma associação de marca. O cérebro leva mais tempo para processar a linguagem, assim o conteúdo vem em terceiro lugar, depois da forma e da cor (*Ibidem*).

As diretrizes e elementos gráficos que definem as representações visuais da identidade de uma marca podem ser classificados em várias categorias e tem por objetivo expressar os valores fundamentais e a cultura própria do objeto e/ou empresa em questão. Esses elementos podem ser combinados a fim de propor uma unidade e identidade a todos os itens da apresentação de um dado objeto⁶ (WHEELER, 2008). O escopo deste trabalho consiste no projeto de uma Identidade Visual, o qual será abordado posteriormente suas características e desdobramentos.

Todo sistema de identidade visual tem objetivos específicos próprios, porém, alguns objetivos são comuns a todos, tendo como seus dois objetivos principais a identificação e memorização do objeto pelo público consumidor e a transmissão de uma mensagem o mais positiva possível (PÉON, 2001). Segundo Wheeler (2008) “uma identidade visual fácil de lembrar e imediatamente reconhecível viabiliza a conscientização e o reconhecimento de uma marca”.

4.2.1 Elementos do Sistema de Identidade Visual

O Sistema de Identidade Visual se divide em primário, secundário e acessórios, o qual o primeiro corresponde aos elementos que servem de base para seus desdobramentos, sendo de essencial importância para o sistema, são eles: o símbolo, o logotipo e a marca. Os secundários correspondem a elementos dependentes dos componentes primários, e são: as cores e o alfabeto institucionais. Os acessórios, por sua vez, não são elementos obrigatórios e se classificam em: grafismos, normas para layout e mascotes (PÉON, 2001).

É preciso observar com detalhe cada característica constituinte da Identidade Visual a fim de usar de forma coerente à favor do projeto gráfico. Neste tópico será abordado o símbolo como marca figurativa, o qual corresponde ao desenho, imagem e formas fantasiosas em geral.

⁶ “Objeto” pode se referir a uma empresa, grupo, ideia, produto ou serviço (PÉON, 2001).

4.2.1.1 Elementos primários

Símbolos

Um símbolo de forma sintetizada transmite uma imagem a ser mais facilmente assimilada, traduzindo com clareza mensagens desejadas (FRUTIGER, 2007). O símbolo deve contribuir para a leitura imediata e deve ter formas que facilitem sua reprodução. Segundo Wheeler (2008), é imprescindível que as formas sejam possíveis de identificação para que haja a ação de leitura, porém inversamente, “a leitura não é necessária para a identificação das formas”, pois “o cérebro reconhece formas distintas que fazem uma impressão mais rápida na memória”.

Os símbolos correspondem aos sinais gráficos que substituem o registro do nome da instituição e podem ser definidos de acordo com as seguintes categorias:

Tipográfico

Também conhecido como monograma, o símbolo tipográfico corresponde à um design único composto por uma ou mais letras de forma a contribuir para fácil assimilação da marca pela memória (WHEELER, 2008).

Os indivíduos tem uma pré-disposição a reduzir a escrita e a linguagem, essa tendência indica as possibilidades de associações possíveis de forma contínua e gradativa, seja em prol de empresas comerciais ou políticas, grupos éticos ou sociais. Nas “classificações técnicas complexas” também há uma propensão a se limitar às letras iniciais das palavras, o que torna sua legibilidade, escrita e leitura mais fácil. Desta forma, o objetivo do artista gráfico é propor novas formas expressivas que comunique de forma rápida e seja de fácil memorização pelo observador (FRUTIGER, 2007).

Figurativo

Também conhecida como pictórica, é representada por uma imagem de forma explícita, visando o reconhecimento imediato do mesmo. Pode corresponder às características da empresa ou aludir ao produto ou serviço que oferece (WHEELER, 2008).

Ideograma

Figura estilizada de um conceito, um atributo intangível. A representação de uma ideia através de um objeto, a fim de mostrar uma ligação da empresa, mesmo não tendo qualquer relação com o objeto desenhado, com significado simbólico que a identidade visual transmite.

Abstrato

Uma representação figurativa que foi estilizado de forma a perder o caráter figurativo, que não tem nenhum significado pré-existente (STRUNK, 1989).

Emblema

Os emblemas são acrescentados às marcas segundo a classificação de Wheeler (2008) e apresentam o nome da empresa integrado de um desenho pictórico, de forma que nunca são utilizados separadamente. Porém costumam apresentar problemas de legibilidade quando miniaturizados.

Logotipo

Logotipo se trata de uma ou mais palavras independentes correspondentes ao nome de uma empresa ou um acrônimo⁷. Logotipos bem desenvolvidos adotam uma palavra (ou palavras) de boa legibilidade de uma fonte tipográfica, podendo ou não integrar podem integrar elementos pictóricos ou abstratos (WHEELER, 2008).

Os logotipos podem ser feitos com fontes existentes ou com letras personalizadas. Atualmente, muitos deles têm várias versões para uso em situações diversas. Um logotipo faz parte de um programa de identidade mais abrangente, que o designer concebe como uma linguagem viva (e mutante) de acordo com as circunstâncias” (LUPTON, 2006).

Tendo como característica fundamental a obrigatoriedade de uma combinação de letras, o logotipo pode optar por conter números ou não. Esses elementos podem sofrer modificações de forma a serem adequados ao projeto, desde que sejam reconhecidos os fonemas e números originais. O objetivo de um logotipo é o de que

⁷ Palavra que se forma pela junção das primeiras letras ou das sílabas iniciais de um grupo de palavras, de uma expressão (*in Dicionário Aurélio*).

ele possa ser efetivamente lido, caso contrário, serão caracterizados como marcas figurativas (PÉON, 2001).

Os logotipos podem ser classificados, segundo a autora Maria Luísa Péon (2001) da seguinte forma:

Baseados numa família existente

O que dá identidade ao logotipo é a forma o qual os caracteres estão posicionados ou a peculiaridade da família tipográfica escolhida.

Formados por famílias modificadas

A família tipográfica escolhida é redesenhada total ou parcialmente ou sofrem alterações de ordem de leitura - do horizontal para o vertical – ou de espaçamento, objetivando tornar o logotipo mais exclusivo.

Formados por tipos desenhados especialmente para este uso

Se trata de caracteres desenhados para determinado logotipo e que posteriormente passam a integrar uma família, é um projeto que exige muito cuidado para não comprometer a legibilidade requerida.

Letterings

Outra técnica que tem adquirido mais espaço no universo dos logotipos, são os letterings. A ideia é usar as formas e pesos das letras para criar palavras com mais criatividade, originalidade e emoção. Maria Luísa Péon não faz menção aos letterings, porém a autora deste trabalho achou conveniente sua citação.

Logotipos conjugados a grafismos

Possuem alguns elementos gráficos acessórios, além dos caracteres. Tem papel coadjuvante a tal forma que não podem ser aplicados de forma isolada.

Logotipos exclusivamente tipográficos

Contém apenas caracteres em sua formação, independentemente se por uma fonte existente ou desenhada exclusivamente para o projeto.

Marca

A marca consiste em uma simples associação entre um símbolo e um logotipo, podendo o projeto exigir modificações mediante a combinação de ambos. A aplicação de todos os elementos da marca podem ser utilizados separadamente e ainda assim compor o significado (PÉON, 2001).

A marca é a promessa, a grande idéia e as expectativas que residem na mente de cada consumidor a respeito de um produto, de um serviço ou de uma empresa. As pessoas se apaixonam pelas marcas, confiam nelas, acreditam nelas, são fiéis a elas, compram e acreditam na sua superioridade. A marca é como a escrita manual. Ela representa alguma coisa" (WHEELER, 2008).

4.2.1.2 Elementos secundários

Cores institucionais

São formadas pela combinação de determinadas cores, devendo ser aplicadas sempre nos mesmos tons. As cores institucionais, embora configurem um elemento secundário, tem uma importância muito relevante na eficiência do sistema, pois tem um alto grau de predominância. Em geral se devem usar até três cores, pois o uso excessivo pode gerar problemas na eficiência do sistema, exceto quanto a originalidade (PÉON, 2001).

Alfabeto Institucional

A tipografia é um elemento que tem como principal objetivo a assimilação de conteúdo e, por isso, é necessário muita atenção em sua construção e/ou uso. Sendo uma importante ferramenta da linguagem visual, esses sistemas têm como função facilitar a compreensão do público ao conteúdo exposto de forma rápida e clara. (LUPTON, 2006, p.113).

O alfabeto institucional corresponde à família tipográfica que auxilia os elementos primários do sistema de identidade visual, devendo se relacionar de forma harmônica com estes.

4.2.1.3 Elementos acessórios

Grafismos

São elementos gráficos, geralmente abstratos, cuja função é destacar algum conceito ou auxiliar na organização visual de layouts.

Normas para layouts

Normas para o desenvolvimento de peças gráficas (folders, displays) a serem veiculadas pela instituição. Geralmente são utilizadas por sistemas extensos e completos, onde empresas de grande e médio porte tendem a produzir impressos de forma contínua e que devem obedecer um mesmo padrão (PÉON, 2001).

Mascotes

Personagens, em geral animais ou objetos humanizados, utilizados para chamar a atenção de um público-alvo específico da instituição. Buscam estabelecer uma identificação entre este público e a imagem corporativa, mediante exaltação de alguma propriedade positiva da empresa.

5 MÉTODO

5.1 MÉTODO DE PROCEDIMENTO

Este projeto tem como objetivo geral desenvolver uma identidade visual para um bloco de rua infantil que represente o conteúdo musical do frevo de rua, remetendo a sonoridade e contexto o qual está inserido, com base em experimentos sinestésicos.

O primeiro procedimento consistiu em investigar os clubes e como os mesmos tem sido representados nos dias atuais. Em seguida, foi necessário pesquisar e descrever com base teórica todos os elementos que compõem o mesmo, objetivando compreender as questões culturais e aspectos que seriam relevantes para este trabalho.

Em seguida foram abordadas as características sinestésicas e sua influência na arte, tanto quanto aos experimentos explorados por artistas e pesquisadores ao longo do tempo, que buscam uma convergência de sentidos (visão, audição) mediante a composição de suas obras, por analogia ou metáfora. A título de pesquisa, também foi desenvolvido uma etapa de especulação sobre o design e sua significação no meio gráfico contemporâneo, bem como os elementos que compõem uma identidade visual. Em paralelo se fez necessário obter registros fotográficos, através de levantamento pela internet e de visitas feitas às sedes dos clubes.

Finalizada a coleta iconográfica e as discussões teóricas, iniciou-se o projeto gráfico com foco no modelo de Munari, descrito mais detalhadamente na etapa de Processo de Design. Por conseguinte, se iniciou a criação e elaboração do projeto de Identidade Visual do bloco carnavalesco infantil “Mini Bloco Soul Feliz”, da conceituação à conclusão.

5.2 PROCESSO DE DESIGN

No campo do design todo projeto deve ser desenvolvido através de um método. Este, é formado por uma série de valores objetivos que ajudam o trabalho do projetista criativo, e deve ser flexível, podendo o método sofrer alterações ocasionais, caso ele encontre outras formas que melhorem o processo (MUNARI, 2008).

“Criatividade não significa improvisação sem método” (*Ibidem*). Faz parte da rotina do designer o trabalho direto com o conhecimento técnico de forma conjunta com a prática e a criatividade com o objetivo de desenvolver processos criativos. Para tal, é importante considerar o técnico e teórico, além da dedicação à experimentação e esforço quanto ao processo até a realização do projeto (ASSIS, 2017, *passim*).

“A inspiração súbita e irracional não é uma força aceitável no *design*. O planejamento cuidadoso, a indagação intelectual e o conhecimento técnico são necessários no *design* e no pré-planejamento visual. Através de suas estratégias compositivas, o artista deve procurar soluções para os problemas de beleza e funcionalidade, de equilíbrio e do reforço mútuo entre forma e conteúdo. Sua busca é extremamente intelectual; suas opções, através da escolha de técnicas, devem ser racionais e controladas” (DONDIS, 1997).

Sendo assim, este trabalho tomou como base o processo de design de Bruno Munari, apresentado em seu livro “Das coisas nascem coisas” (2008), e parte de um conjunto de operações, dispostas em ordem lógica com a intenção de chegar a uma solução através de experimentação e verificação de modelos que pode ser utilizado por qualquer projeto de design e se divide em doze partes: 1. Problema; 2. Definição do problema, fase que determina o limite o qual o designer deve trabalhar; 3. Componentes do problema; 4. Coleta de dados; 5. Análise de dados, serve como guia do projeto 6. Criatividade, nesta fase o designer deve gerar alternativas para o problema; 7. Materiais e tecnologia, fase da produção gráfica. 8. Experimentação de materiais e técnicas; 9. Modelo em tamanho real para avaliação do projeto (mockup); 10. Verificação e validação do projeto. 11. Desenho de construção, informações necessárias para a construção do protótipo; 12. Solução, produção da peça gráfica.

As três primeiras partes do método apresentado (Problema, Definição e Componentes) está descrito na Introdução deste trabalho sob a denominação *Problema*, onde o problema foi identificado e definido juntamente com os objetivos e a justificativa. A coleta de dados se deu através de duas fases: 1. Uma pesquisa bibliográfica acerca de três grandes temas: frevo, sinestesia e design, que dão sustentação teórica ao trabalho e foi feita com base em livros, dissertações e artigos. 2. Um levantamento de dados composto por duas etapas: uma entrevista com o público-alvo e uma análise de similares.

A entrevista com o público-alvo consiste em um questionário direcionado a pais e crianças entre 3 e 9 anos, que objetiva o conhecimento sobre o quanto a criança é exposta à música do frevo-de-rua e qual o referencial imagético sobre o tema, podendo servir de base para a criação da identidade visual. Essa técnica de coleta de dados direciona com eficácia um conteúdo sistemático de conhecimentos, e é uma ferramenta que conduz o pesquisador à resultados satisfatórios em pouco tempo (ROSA; ARNOLDI, 2006, p.17 *apud* OLIVEIRA, 2017).

A análise de similares é realizada com dez amostras de agremiações carnavalescas infantis – clubes de frevo, troças, blocos e clubes de bonecos – e seus aspectos gráficos, com base na catalogação a partir de uma adaptação do modelo de Valadares (2007) e o modelo de análise baseado na adaptação de Valadares (2007), que se baseia em Joly (1996), Santaella (2005) e Dondis (1997) e Bringhurst (2005).

O resultado destas pesquisas é comentado na etapa que consiste os *Requisitos do Projeto*, o qual faz a análise dos dados coletados, que direcionará o projeto em conteúdo da sinestesia, abordagem do público alvo e composição do projeto, e segue a linha de sustentação do trabalho Flávia Mayer (2016), em seu projeto do livro infantil ilustrado, “No coração da orquestra”.

A etapa seguinte aborda as três fases do método de Bruno Munari (2008) nomeadas “criatividade, materiais e tecnologia e experimentação”, que propõe uma *Geração de alternativas*. Serão feitas as avaliações dos materiais coletados a serem usados no desenvolvimento do projeto, além de usar a técnica de criatividade de afastamento disposta por Flávia Mayer no trabalho citado acima, “que consiste em um estranhamento e a invenção de novas hipóteses, buscando inspirações em lugares não tão óbvios” (*Ibidem*).

Posteriormente vem a fase de *Desenho de construção* da Identidade Visual que consiste na criação do projeto em si. E então, a etapa de *Verificação* por meio da avaliação do orientador deste projeto a respeito dos objetivos estabelecidos e se os mesmos foram alcançados mediante a solução encontrada pela autora.

6 PROJETO

6.1 PESQUISA COM O USUÁRIO – PAIS E CRIANÇAS

A pesquisa serve como base metodológica para obtenção de respostas para problemas a partir de um processo formal e sistemático. Marconi e Lakatos (s/d, *apud* CHAER *et. al.*, 2013) pontuam que “a pesquisa tem importância fundamental no campo das ciências sociais, principalmente na obtenção de soluções para problemas coletivos”.

Essa pesquisa pode ser feita com base em três formas de envolvimento com o usuário: informativo, consultivo ou participativo. A pesquisa tem caráter informativo quando o usuário é visto como fonte direta de informação, a de caráter consultivo, tende a buscar a opinião do usuário para tomadas de decisão sobre o projeto, nos dois casos são usadas técnicas de observação, questionário e entrevista. Finalmente, a pesquisa de caráter participativo apresenta uma interação maior com o usuário, o qual o envolvimento com o mesmo pode originar uma tomada de decisão pode ser feita por ele, usando técnicas de brainstorming (CYBIS, 2003).

No presente trabalho optou-se pela pesquisa de caráter informativo com o usuário indireto - pais de crianças de 3 a 9 anos, por se tratar das principais pessoas que intermediam o contato das crianças com o frevo-de-rua através dos blocos de carnaval infantil, afim de proporcionar aos filhos maior conhecimento sobre cultura. O questionário visa obter informações sobre a presença do frevo-de-rua na vida dos usuários diretos – crianças, quais formas de contato com o mesmo e a importância desse convívio com o frevo e o carnaval de rua.

6.1.1 Questionário

Entre as diversas técnicas de coletas de dados, o questionário é fácil de ser viabilizado e é uma escolha bastante pertinente à ser empregada quando o objetivo ao problema proposto correspondem a questões de cunho empírico, que tratam a “opinião, percepção, posicionamento e preferências dos pesquisados” (CHAER *et. al.*, 2013).

Se trata de uma técnica de investigação que contém um conjunto de questões cujo objetivo é obter informações sobre diversos aspectos das pessoas as quais são submetidas, como “conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc” (GIL, 1999).

Neste projeto o questionário foi dividido em duas partes, os quais os usuários foram submetidos a sete questões de múltipla escolha, cinco questões abertas e quatro de escala linear, com o total de dezesseis perguntas direcionadas primeiramente aos pais, com o título “sobre você” e posteriormente acerca dos filhos, “sobre seus filhos”, que trata sobre a relação das crianças com o frevo-de-rua.

O questionário foi compartilhado com os usuários online através do *Google Drive* e *WhatsApp* (apêndice 1). A análise objetivou compreender como o frevo-de-rua interage com pais e crianças, e como um bloco infantil de carnaval poderia incentivar esse contato. A seguir, serão comentados os resultados dos questionários, através de gráficos.

6.1.2 Resultado do Questionário

Com um total de vinte e cinco respostas, dos quais vinte e três disseram ter filhos entre três e nove anos, o questionário busca esclarecer a relação de pais e filhos com o frevo de rua. Dentre os pesquisados, vinte e três pessoas demonstraram ter bastante interesse pelo gênero musical (gráfico 1), enquanto apenas dois se disseram não interessados. É possível observar quanto o frevo de rua ainda faz parte do imaginário do adulto, o que pode ter decorrido do contato na infância.



Gráfico 1. Interesse dos pais por frevo de rua e carnaval. Fonte: Autora.



Gráfico 2. Interesse pelo frevo de rua por parte das crianças. Fonte: Autora.

Em relação aos filhos (gráfico 2), foram consideradas crianças entre três e nove anos. A maioria dos pais que responderam o questionário tem filhos de cinco e nove anos, o qual 7 responderam que seus filhos ter interesse pelo frevo de rua, contra cinco indicam pouco interesse e cinco nenhum interesse, equivalendo a cerca de 52,1% (somados), o que corresponde a mais da metade.

Somente estas questões já demonstram que as crianças não tem muito acesso ao frevo (gráfico 3), o qual 34,7% dos pais informaram que os filhos tem bastante contato, contra 65,1% (somados) responderam que seus filhos tem pouco ou nenhum contato com o frevo de rua. Isso pode decorrer devido as mudanças no ensino infantil, que retirou as bandas escolares de quase todas as instituições, culminando num afastamento das crianças com a música, e sucessivamente a perda de interesse, como sugere um dos pais na questão descritiva de número 15:

Por ser cultura do nosso país/estado deveria ser inserido em nosso dia a dia em salas de aula, em espaços culturais, em movimentos sociais como mais uma fonte de conhecimento para a essa nova geração, daí com essa inclusão na grade curricular da escola comece a despertar nas crianças o interesse e conhecimento sobre o mesmo.

Isto é reforçado no gráfico 4, onde quatorze pais disseram que o maior contato dos seus filhos com o carnaval é em eventos de frevo, contra quatro em aulas de musicalização nas escolas e quatro em eventos com a família em casa.



Gráfico 3. Contato dos filhos com o frevo de rua. Fonte: Autora.

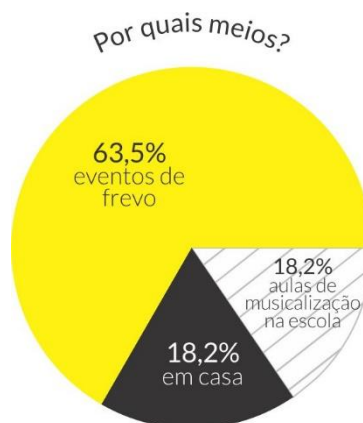


Gráfico 4. Meios de contato dos filhos com o frevo de rua. Fonte: Autora.

Dentre os recursos mais utilizados para esse contato (gráfico 5), a forma mais utilizada são os blocos de carnaval, seguidos de discos, cds e/ou dvds e, por último, aplicativos digitais para tablets, celulares e smartphones. Percebemos aí que o

principal contato que as crianças têm com o frevo de rua é nos folgedos de carnaval, por meio dos blocos. A maioria deles considera essa interação importante para o filho, como demonstra o gráfico 6 e ressaltam que uma política pública de incentivo seria primordial para a criação de um imaginário sobre o frevo no repertório dos indivíduos:

Creio que faltam políticas públicas de incentivo ao frevo de rua. Com mais incentivos governamentais e da iniciativa privada, a cultura do frevo seria mais disseminada e estimulada em nossas crianças, que levariam a memória do frevo ao longo da vida, perpetuando-a, que fortemente influencia o povo pernambucano trazendo-lhe uma identidade marcante e única no mundo.

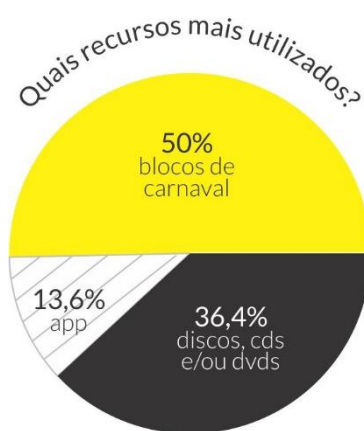


Gráfico 5. Recursos mais utilizados para o contato das crianças com o frevo de rua. Fonte: Autora.

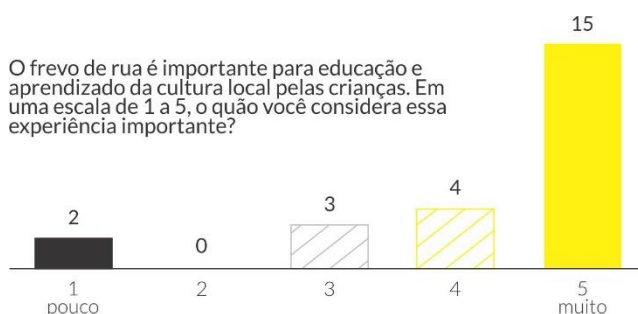


Gráfico 6. Grau de importância. Fonte: Autora.

Quanto às maiores dificuldades encontradas para o contato das crianças com o frevo de rua (gráfico 7), avaliada na pergunta 13 do questionário, a maior parte dos pais avaliou a falta de um ambiente propício para crianças no carnaval o que diminuiria o contato com o gênero, além da falta de divulgação de entretenimento de agremiações carnavalescas infantis, seguido da falta de incentivo à musicalização nas escolas. De acordo com a análise feita à respeito, entendeu-se que essa responsabilidade deve ser dividida entre as escolas e o acesso a mais blocos de cunho infantil, para a segurança e experiência completa e positiva por parte das crianças.



Gráfico 7. Maiores dificuldades para incentivar as crianças com o frevo de rua. Fonte: Autora.

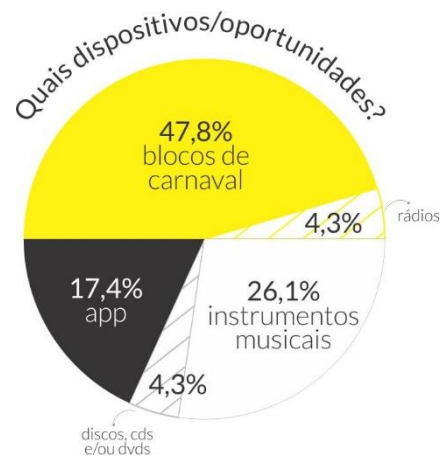


Gráfico 8. Dispositivos e oportunidades. Fonte: Autora.

A questão 14 direciona quais dispositivos/oportunidades os pais gostariam de ter acesso para possibilitar a interação dos filhos com o frevo de rua. Quase 50% acreditam que os blocos de carnaval ainda são os melhores meios para gerar esse contato, enquanto o resto se divide em instrumentos musicais, aplicativos digitais, discos, cds e/ou dvds e rádios.

De modo geral, todos os participantes veem no frevo de rua a possibilidade de conhecimento e propagação sobre a cultura local, cerca de 98% acreditam na importância do gênero e da festividade no repertório dos filhos, como veiculador da identidade cultural pernambucana, embora haja algumas dificuldades quanto o acesso das crianças à esse universo. Assim, o bloco de rua é um disseminador imprescindível no contexto avaliado, proporcionando mais incentivo aos pais e filhos pelo frevo.

6.2 ANÁLISE DE SIMILARES

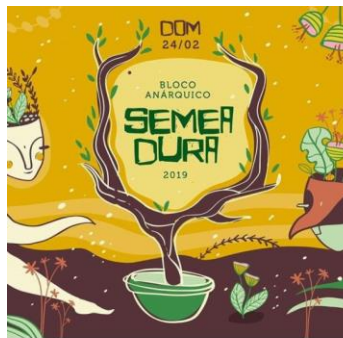
Neste capítulo serão analisadas a seleção de amostras de blocos de carnaval infantil, com o objetivo de observar quais elementos utilizados na identidade visual dos mesmos. A análise de similares busca avaliar as propostas disponíveis para problemas de design, avaliando, neste caso, diversos aspectos do design gráfico.

6.2.1 Localização

Foi feita uma seleção das agremiações carnavalescas que se apresentam no carnaval de Olinda e Recife, em seguida foi feita uma coleta das artes gráficas encontradas em pesquisas na internet e nos acervos dos autores.

6.2.2 Seleção

O critério de seleção se com base na relação mais coerente com o projeto, portanto foram escolhidas agremiações carnavalescas que se apresentam no carnaval de Olinda e Recife, de preferência infantis. Do total coletado, dez foram selecionados para análise, que se enquadrava nesse critério, porém nem todos os clubes tem identidade visual e a base de análise se deu através dos estandartes.



Figuras 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26. Identidades visuais e estandartes de agremiações carnavalescas infantis. Fonte: Google Images.

6.2.3 Modelo de catalogação

Serão analisados dez agremiações carnavalescas infantis afim de obter um panorama sobre seus aspectos gráficos. A análise de similares se deu através da adaptação do modelo de catalogação (apêndice 2) incorporado por Valadares (2007), foram feitos acréscimos e exclusões de acordo com a melhor forma de se adequar aos objetivos desta pesquisa. Os itens que se mantiveram inalterados foram: título, local, designer/artista plástico. Houveram mudanças nos itens: 1. Coleção/localização, substituído por fonte/localização; 2. Modo de captação, por captação. Permaneceram na etapa de captura das imagens e catalogação os itens data e responsável.

CATALOGAÇÃO	
Agremiação carnavalesca:	Grêmio lútero recreativo cultural misto carnavalesco
	Eu acho é Pouco
Título:	Eu acho é Pouquinho
Local:	Olinda
Fonte localização:	Internet
Captação:	-
Responsável:	Lua Clara de França Pimentel
Data:	11/06/2019
Designer Artista plástico:	Petrônio Cunha, Geraldo Gomes, Antônio Amaral e Maria Alice



Quadro 1. Modelo de catalogação. Fonte: Autora.

6.2.4 Modelo de Análise

A análise das identidades visuais das agremiações carnavalescas também segue o modelo de análise adaptado de Valadares (2007), que se baseia em Joly (1996), Santaella (2005) e Dondis (1997) e Bringhurst (2005), com eventuais exclusões e acréscimos, baseados nas necessidades da pesquisa.

A análise da identidade visual adotou os seguintes itens: fundo, formas, traços, cores (cores e efeitos), tipografia (avaliar a fonte utilizada ou o seu tipo), símbolo (definir quais tipos de elementos a marca utiliza ou não) e contraste (nivelamento e aguçamento). Foram excluídos os itens: Quadro, enquadramento, ângulo, movimento e estilo.

ANÁLISE DA IDENTIDADE VISUAL

Fundo: ☒ liso ☐ padronagem ☐ texturizado ☐ outro:

Formas: ☐ orgânicas ☐ geométricas ☒ misto

Traços: ☒ monolineares ☐ variante ☐ contínuo ☐ descontínuo

Cores: ☒ quentes ☐ frias ☐ neutras ☐ terrosas ☐ p&b ☐ pastéis ☒ saturadas ☐ escuras
☒ vermelho ☒ amarelo ☐ azul ☐ verde ☐ laranja ☐ roxo ☐ rosa ☐ marrom ☐ preto ☐ branco

Tipografia: Lettering

Símbolo: ☒ sim ☐ não | Qual tipo: Figurativo

Contraste: ☐ nivelamento ☒ aguçamento

Quadro 2. Análise da identidade visual. Fonte: Autora.

6.2.5 Resultado da Análise da Identidade Visual

O fundo das identidades visuais são predominantemente lisos, com cores uniformes, em sua maioria há o uso da cor vermelha e branca. As formas utilizadas são majoritariamente mistas, e os traços mesclam entre variante e contínuo. Muitos dos símbolos são usados com cores chapadas, sem traços.

Quanto às cores, são usadas muitas variações. Não há uma cor que predomine entre todas as identidades visuais, há uma abordagem bastante diversa, embora mais da metade das agremiações selecionadas empreguem as cores amarelo e dourado.

As tipografias são na maioria constituídas de fontes pré-existentes. Os blocos infantis geralmente são derivados das agremiações para o público adulto e utiliza a mesma identidade visual, às vezes com o emprego de fontes similares à identidade original, que é o caso da *Trinquinha de Às*. A predominância é pelo uso de caixa alta.

O que prevalece no contraste é o aguçamento, que causa uma sensação de vibração à composição.

6.3 Requisitos do Projeto

Este trabalho tem como objetivo criar uma identidade visual pra um bloco de carnaval infantil denominado *Mini Bloco Soul Feliz* como forma de contribuir para o

contato das crianças com o frevo de rua. A partir do levantamento de dados, foi possível perceber que o interesse das crianças pelo frevo de rua é inferior aos dos pais e essa realidade pode ser mudada através de incentivos que busquem interação entre as pessoas e o gênero musical desde a infância. A proposta de identidade visual para o bloco de carnaval infantil deste trabalho se apresenta como um instrumento para esse incentivo. A abordagem do frevo de rua se dá de forma subjetiva (sinestésica), o que propõe instigar não só o interesse pelo gênero musical, mas também que a criança explore diferentes sentidos. Os sentidos da audição e visão será explorada a partir recursos gráfico-visuais (cores, elementos da identidade visual, traços, entre outros), ou seja, as propriedades do som, dos instrumentos, da composição musical serão traduzidas através da representação visual.

Essa mistura de sentidos é o diferencial do projeto, e para auxiliar na fidelidade com os conceitos da sinestesia, foram elaboradas diretrizes para um melhor direcionamento do projeto.

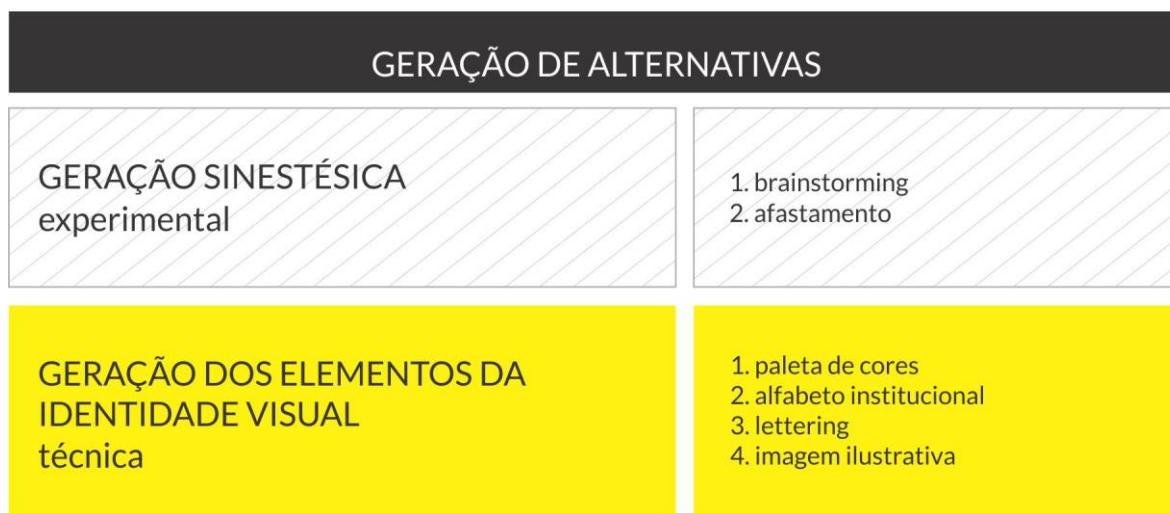
Foi feita uma síntese dos requisitos para o projeto de identidade visual do bloco Mini Bloco Soul Feliz (quadro 3) a partir do cruzamento de dados da análise de similares com os elementos de identidade visual (3.3), trabalhando os componentes técnicos e sinestésicos.

SÍNTESE DOS REQUISITOS	
COMPONENTES TÉCNICOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de imagem figurativa; 2. Nome do bloco infantil <i>Mini bloco soul feliz</i> será explorado em forma de lettering, objetivando transmitir o sentimento causado pelo frevo de rua.
COMPONENTES DIFERENCIADORES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cores saturadas, carregam emoções e auxiliam na tradução dos sentimentos transmitidos pelo som; 2. Explorar imagens interligadas em posições sequenciais, dando o sentido de movimento; 3. Usar uma tipografia com boa legibilidade como fonte de apoio do projeto.

Quadro 3. Requisitos do trabalho. Fonte: Autora.

5.4 Geração de alternativas

Esta etapa aborda as fases de “criatividade, materiais e tecnologia e experimentação” do método de Bruno Munari (2008) e a técnica de criatividade de afastamento disposta por Flávia Mayer (2016) e, portanto, estará dividido em duas fases: geração sinestésica e geração dos elementos da identidade visual.



Quadro 4. Geração de alternativas. Fonte: MAYER, 2016 (adaptação da autora).

O modelo de geração de alternativas de Mayer (2016) sofreu alterações (quadro 4) de acordo com as necessidades deste projeto. O item *moodboard* foi substituído por *brainstorming* na etapa de geração sinestésica e a geração dos componentes editoriais por geração dos elementos de identidade visual e seus respectivos elementos.

6.4.1 Geração Sinestésica

Esta etapa da geração de alternativas consiste a busca na criação de forma experimental, onde a sinestesia foi usada como ferramenta para propor uma relação entre o frevo de rua e as expressões gráficas que ele nos transmite, conectando-os.

6.4.1.1 Brainstorming

Primeiramente foi feito um *brainstorming* (figura 27) com o frevo de rua. A intenção era a busca de uma atmosfera que passasse o sentimento do frevo de rua, uma relação sinestésica com as sensações, características e elementos que ele pode nos causar.



Figura 27. Brainstorming. Fonte: Autora.

6.4.1.2 Afastamento

Esta fase da geração de alternativas é pautado na técnica de criatividade *afastamento* proposto por Flávia Mayer (2016), que consiste em obter referências e inspirações em lugares não habituais. A técnica se trata de uma experiência sinestésica entre os sentidos da visão e audição.

Primeiramente, é preciso estar em um ambiente tranquilo, longe de qualquer fonte de desvio de atenção, apenas o aparelho utilizado como fonte de música - neste trabalho foi utilizado o notebook como ferramenta. Também é necessário que sejam deixado à disposição materiais que ajudem a expressar os sentimentos de forma visual: lápis de cor, marcadores, papéis.

Foi criada uma *playlist* (figura 28) de frevo de rua, que tocaram continuamente durante duas sessões de introspecção, cada uma levando em torno de duas horas. Os materiais foram usados para expressar da forma mais inconsciente possível as

músicas, com o objetivo de traduzir por um processo sinestésico o som em elementos visuais.

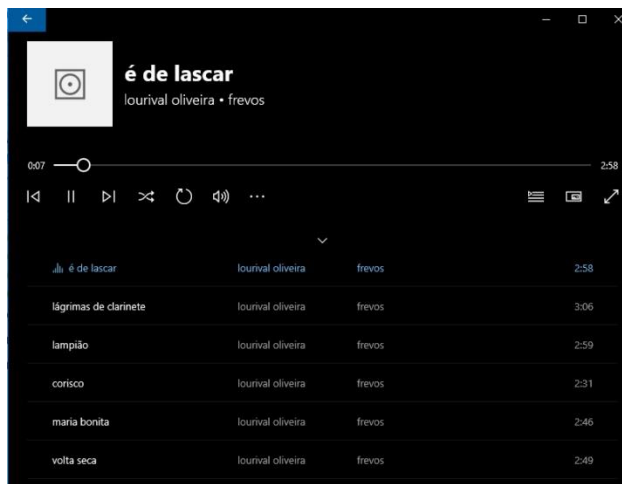


Figura 28. Playlist de frevo de rua. Fonte: Autora.

Enquanto ouvia os frevos de rua que tocavam – cabelo de fogo, corisco, lágrimas de clarinete, etc. - foram feitos alguns quadros (figuras 29 – 31), onde em todos eles dá para se ter uma conexão entre as formas, ora onduladas, ora retas, mas sempre havendo uma continuidade. É possível perceber também que as formas ora crescem, ora decrescem, os tons das cores, ora são mais fortes, ora mais sutis.



Figura 29, 30, 31. Resultado da técnica de criatividade de afastamento. Fonte: Autora.

Os tons de amarelo estão presentes em todos os quadros selecionados. A cor saturada emite uma ideia de vibração mais aguda/agitação, e geralmente é explorada em forma de riscos rápidos, que traduz a velocidade do gênero musical. Outros tons também foram explorados em músicas que a autora fez uma associação com as ondulações da água (figura 30).

6.4.2 Geração dos elementos da identidade visual

Após a parte de geração sinestésica, foi construída a parte mais técnica do projeto, abordando elementos da identidade visual: paleta de cores, alfabeto institucional, *lettering*, imagem ilustrativa e composição.

Paleta de cores

As referências quanto as cores se deu através de todo o processo de brainstorming e na técnica de afastamento, além dos dados coletados na fundamentação teórica (2.2.2), onde Bragança (2010), sugere uma tendência a cores próximas ao vermelho serem associadas a elementos musicais mais agitados, densos e quentes, e é complementado por Iglesia (2013), que descreve uma associação entre sons mais estridentes e agudos tenderem a cores mais vivas com maior saturação. Portanto, a paleta de cores (figura 32) escolhida para o projeto apresenta cores mais saturadas, que foram combinadas ao preto que além de ressaltar as demais cores, representa a diminuição súbita característica dos frevos de rua após uma nota aguda.

A escolha do amarelo e azul se deu mediante o método de afastamento, o qual o uso do amarelo é unânime. Já o azul foi utilizado em quadros que caracterizaram músicas específicas, como lágrimas de clarinete de Lourival de Oliveira.

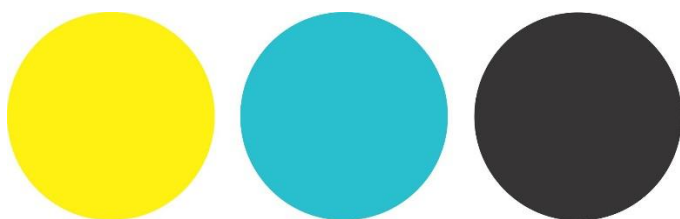


Figura 32. Paleta de cores. Fonte: Autora.

Alfabeto institucional

A tipografia de apoio foi escolhida baseada nas definições de Lupton (2006), segundo a importância do uso de fontes que facilitem a compreensão do público ao conteúdo exposto de forma objetiva. Portanto, foi escolhida a fonte Lato Regular (figura 33) de designer Lukasz Dziedzic, uma fonte sem serifa com boa legibilidade, atendendo aos requisitos do projeto.

Lato



Figura 33. Fonte do alfabeto institucional. Fonte: Google Fontes.

Lettering

Para o nome do bloco optou-se pelo uso do *lettering*. A referência para sua construção, assim como a paleta de cores, se deu através do processo de geração sinestésica, buscando manter uma relação entre as descrições citadas: 1. Brainstorming: altos e baixos, atitude e sincronia; 2. Afastamento: formas ora onduladas, ora retas, que ora crescem, ora decrescem.

O *lettering* (figura 34) corresponde à um projeto autoral, baseado no repertório da autora na criação de *letterings* e no estudo teórico e prático dos caracteres tipográficos mediante trabalhos na UFPE, Laboratório de Tipografia e no âmbito profissional.

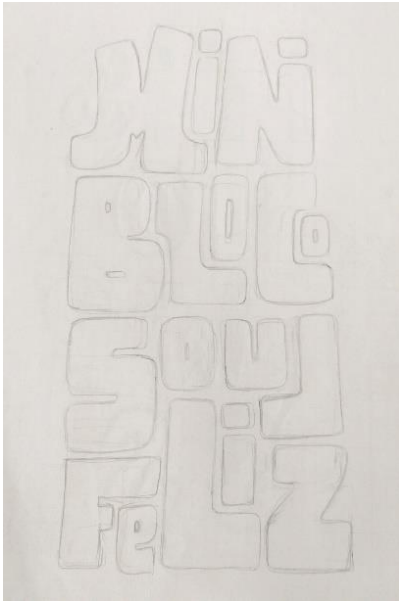


Figura 34. *Lettering Mini Bloco Soul Feliz.* Fonte: Autora.

Imagem ilustrativa

À identidade visual foi incorporado o elemento primário denominado símbolo figurativo (figura 35) descrito por Péon (2001) na abordagem dos sistemas de identidade visual. Houve a preocupação no reconhecimento da criança com a imagem.



Figura 35. Símbolo figurativo da identidade visual. Fonte: Autora.

6.5 Verificação e Refinamento

Nesta etapa foram feitas correções no projeto, como *Kerning*⁸ e finalização da ilustração.

6.6 Projeto Final

Como resultado de todas as etapas abordadas neste trabalho, a solução de design para a identidade visual do bloco carnavalesco infantil *Mini Bloco Soul Feliz* pode ser conferida a seguir (figura 36), assim como os materiais institucionais (figura 37) a serem utilizados – cartão de visitas, camisa e papel timbrado - sua principal função corresponde a apresentação do bloco:



Figura 36. Identidade visual do Mini Bloco Soul Feliz. Fonte: Autora.

Figura 37. Material institucional do Mini Bloco Soul Feliz. Fonte: Autora.

⁸ *Kerning* se trata do espaçamento que se dá entre pares de letras.

6.7 Discussões e resultados

O método abordado para o desenvolvimento do projeto, apesar de longo por ter sido inserido etapas sinestésicas, se mostrou eficaz para o desenvolvimento da identidade visual. Houve um pouco de dúvidas nas primeiras etapas, quanto a ordem metodológica, o que posteriormente acabou sendo entendido como partes de um todo, onde a autora poderia voltar eventualmente as etapas, se necessário, para melhor compreensão.

O experimento sinestésico se mostrou surpreendentemente proveitoso, dando um direcionamento ao projeto, antes não cogitado. Ele foi inserido na metodologia projetual de forma fácil, sem muitas complicações. De resto, é um processo gradativo, que acaba seguindo de forma fluida e contínua.

Todas as etapas do processo foram importantes para gerar o resultado obtido, desde o questionário até o projeto final, o que mostrou que a fase projetual é essencial para o desenvolvimento de soluções de design de forma mais estruturada, evitando fases desnecessárias no processo. A concepção do projeto se deu em cerca de 4 a 5 dias, entre a assimilação de informações, rascunhos e finalização.

7 CONCLUSÃO

Este projeto foi pensado como forma de usar o frevo de rua como ferramenta para criação de uma identidade visual de um bloco carnavalesco infantil. Porém, se mostrou bem mais que o esperado, demonstrando que essa pesquisa pode contribuir não só para a teoria do design, mas também se tratando de uma ferramenta de inserção do gênero ao universo da criança, ocasionando maior contato com a cultura pernambucana.

Todos os conceitos abordados na fundamentação teórica foram essenciais para a construção do projeto e o esclarecimento sobre a relação do carnaval e do frevo com o povo e como eles caminham junto dos eventos sociais e políticos, não podendo ser desassociados em muitos momentos. A sinestesia também se mostrou importante para a exploração entre visão e audição na construção do projeto final, onde alguns elementos são explorados segundo os quadros produzidos na técnica de afastamento. A abordagem do design e significação possibilitou enxergar como o design vem sofrendo mudanças graduais, onde a significação passou a ter mais espaço dentro dos projetos, direcionando o designer se preocupar com as sensações que os artefatos e peças gráficas poderão provocar no público. Além de agir sobre a memória dos indivíduos, o que faz do design uma ferramenta para a manutenção e preservação da cultura.

Quanto ao cumprimento dos objetivos específicos, foi possível realizar todos seus requisitos, embora tenham sido enfrentados limitações de tempo, foi possível criar uma identidade que atendesse as diretrizes previamente estabelecidas: desenvolver uma identidade visual para um bloco de rua infantil que represente o conteúdo musical do frevo de rua, remetendo a sonoridade e contexto o qual está inserido, com base em experimentos sinestésicos. Embora, durante o desenvolvimento foi vista também a necessidade de desenvolver um projeto o qual a criança pudesse se reconhecer, para que o projeto pudesse conectar o público alvo com o frevo de rua, através do bloco, tornando-se um objetivo intrínseco ao objetivo proposto.

A metodologia viabilizou de forma satisfatória o projeto, principalmente as etapas de afastamento e o método de catalogação e análise, que forneceu as bases para observar as características formais dos blocos dispostos no cenário pernambucano.

Por fim, a parte projetual possibilitou a execução da ideia inicial, aplicando todos os temas abordados. Concluindo-se, que a partir de uma base teórica e método adequados pode-se conceber um projeto de um artefato que atenda todas as suas necessidades específicas.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Rita de Cássia Barbosa de. **Carnaval do Recife: a alegria guerreira.** Estudos Avançados, v. 11, n.29, 1997, p. 203-216.

ASSIS, Simone Pereira de. **Práticas criativas no design gráfico contemporâneo.** 1ª ed. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, 2017, 124f.: il.

BENK FILHO, Ayrton Müzel. **O frevo-de-rua no Recife: características sócio-historico-musicais e um esboço estilístico interpretativo.** 2008. 155 f. Tese (doutorado) – Escola de Música, Universidade Federal da Bahia, Bahia.

BRAIDA, Frederico. **Design como forma simbólica e como fenômeno de linguagem: uma conceituação possível.** 2009.

BRAGANÇA, Guilherme. **Parâmetros para o estudo da sinestesia na música.** Per Musi, n. 21, jan-jul 2010, p. 80-89.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo.** São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CHAER, Galdino; DINIZ, Rafael Rosa Pereira; EVIDÊNCIA, Elisa Antônia Ribeiro. **A técnica do questionário na pesquisa educacional.** Araxá, v. 7, n. 7, p. 251-266, 2011.

DOSSIÊ DE CANDIDATURA (2006). **Frevo Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil.** Recife, Iphan.

DONDIS, Donis A. [tradução Jefferson Luiz Camargo]. **Sintaxe da Linguagem visual.** 2a ed. Coleção a. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

GIL, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo, Atlas:1999.

GOLÇALVES, W. **Performances Audiovisuais.** Revista do Colóquio de Arte e Pesquisa do PPGA-UFES, v. 1, n. 1, 2011. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufes.br/colartes/issue/view/Col%20N>> Acesso em: 27 de maio de 2018.

HARCHAMBOIS, Mônica A. M. PONTUAL, Virgínia. **As ameaças do carnaval de massa ao patrimônio de Olinda**. Olinda: Centro de Estudos Avançados da Conservação Integrada, 2007. (Textos para discussão).

IGLESIA, Daniel Alfayate de la. **Sinestesia: música y color**. 2013, 60 f. Dissertação de Mestrado (em Postproduccion Digital) Universidad Politecnica de Valencia, Gandia, 2013.

MARQUES, Estevan B. **Desenvolvimento de uma nova marca e identidade visual para a empresa CETRIC**. Xanxerê: Universidade do Oeste de Santa Catarina, 2009. 78 f.

MAYER, Flávia. **Sinestesia, música e ilustração: Um livro ilustrado sobre música clássica**. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2016. 166 f.

MED, Bohumil. **Teoria da música**. 4. ed. rev. e ampl. Brasília: Musimed, 1996.

MELO, Diogo Barreto. **Brincantes do silêncio: a atuação do Estado Ditatorial no carnaval do Recife (1968-1975)**. 2011. 333 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em História Social da Cultura Regional) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife.

MORIM, Júlia. VERAS, Luciana. **Como o carnaval se vestiu de vermelho e amarelo**. 2015.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. [tradução: José Manuel de Vasconcelos]. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

NASCIMENTO, Eliane M. V. **Memória de Olinda: história, psicanálise, paixão e arte**. Salvador: EDUFBA, 2009.

OLIVEIRA, Valdemar de. **Frevo, capoeira e passo**. 2. ed. Pernambuco: Companhia Editora de Pernambuco, 1985.

OROZCO, Tayane. **Melodia das Cores: o sensível, o audível e o visível**. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2015. 88 f.

PÉON, Maria Luísa. **Sistemas de Identidade Visual**. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

PEREIRA, Joana Ramos. **Design e Música: presença do som no design**. 2011, Lisboa: Universidade de Lisboa. 144 f.

PRESA, Carla P. M. **Sinestesia na Arte**. 2008. 98 f. Dissertação de Mestrado (em Design Multimédia). Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2008.

STRUNK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores**. Rio de Janeiro: Ed. Rio Books, Ed. 3ª, 2007.

TELES, José. **Do frevo ao mangubeat**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2012.

VALADARES, Paula Vivana de Rezende e. **O frevo nos discos da Rozenblit: um olhar de designer sobre a representação da indústria cultural**. 2007. 167 f. Dissertação (mestrado) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

VALADARES, Paula V. R.; COUTINHO, S. G. **Um modelo de análise para pesquisas históricas de design gráfico: em busca de características e significados**. In: 3º Congresso Internacional de Design da Informação, 2007, Curitiba. Anais do 3º Congresso Internacional de Design da Informação, 2007. v. 1. p. 1-11.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

MÚSICA E DESIGN

Este questionário faz parte de um trabalho de conclusão de curso de Design da UFPE/CAA, que tem como objetivo traçar um panorama sobre a presença do frevo-de-rua na vidas das crianças, para o desenvolvimento de uma Identidade Visual de um Bloco de Carnaval Infantil.

LEGENDA

Responda de acordo com a escala de 1 a 5, sendo 1 considerado pouco importante e 5 muito importante.

SOBRE VOCÊ

1. 1. Nome:

2. 2. Gênero

Mark only one oval.

- ☐ Feminino
☐ Masculino

3. 3. Profissão

4. 4. Você tem interesse por frevo de rua e carnaval?

Mark only one oval.

- ☐ Sim
☐ Não

SOBRE SEU FILHO

5. 5. Você tem filhos entre 3 e 9 anos?

Mark only one oval.

- ☐ Sim
☐ Não

6. 6. Se sim, qual a idade dele(s)?

7. 7. Seu(s) filho(s) tem interesse por frevo-de-rua?

Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. 8. Seu(s) filho(s) tem contato com o frevo-de-rua?

Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. 9. Se sim, por quais meios?

Mark only one oval.

- ☐ Aula de musicalização na escola
- ☐ Aulas de musicalização na escola de música
- ☐ Aulas de instrumento musical
- ☐ Em atividades ou reuniões em casa
- ☐ Em eventos de frevo
- ☐ Other: _____

10. 10. Se sim, quais recursos mais utilizados?

Mark only one oval.

- ☐ Instrumentos musicais
- ☐ Discos, CDS e/ou DVDS
- ☐ Aplicativos digitais (para celulares, tablets e computador)
- ☐ Blocos de carnaval
- ☐ Other: _____

11. 11. O frevo-de-rua é importante para educação e aprendizado da cultura local pelas crianças. Em uma escala de 1 a 5, o quão você considera essa experiência importante?

Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. 12. Qual o grau de contato do seu filho com o frevo-de-rua?

Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. 13. Quais você acredita serem as maiores dificuldades para incentivar o contato de crianças com o frevo-de-rua?

Mark only one oval.

- ☐ Falta de conhecimento por parte dos pais e professores
- ☐ Falta de incentivo das escolas em aulas de musicalização
- ☐ Falta de um ambiente propício para a criança durante as festividades de carnaval
- ☐ Falta de divulgação
- ☐ Falta de recursos como discos, CDS, DVDS e/ou aplicativos
- ☐ Other: _____

14. 14. Que tipo de oportunidades/dispositivos os pais gostariam de ter acesso para possibilitar essa interação dos filhos e pais com o frevo-de-rua?

Mark only one oval.

- ☐ Instrumentos musicais
- ☐ Discos, CDS e/ou DVDS
- ☐ Aplicativos digitais (para celulares, tablets e computador)
- ☐ Blocos de carnaval
- ☐ Other: _____

15. 15. Qual sua visão acerca do tema? Qual sua opinião sobre as formas de incentivo da criança com o frevo-de-rua?

16. 16. Que imagens você relacionaria ao frevo-de-rua?

APÊNDICE B - MODELO DE CATALOGAÇÃO

catalogação	
REGISTRO	
Código para catálogo:	N. de registro:
Coleção/Localização:	
Classe:	Subclasse:
Gênero:	
Estado de conservação:	<input type="checkbox"/> ruim <input type="checkbox"/> razoável <input type="checkbox"/> bom
PRODUTO	
Técnica:	Impressão:
Título:	Autor/cliente:
Tema:	Designer:
Ano:	material:
Local:	dimensão:
CAPTURA	CATALOGAÇÃO
Modo de cores:	Responsável:
Modo de captação:	Local, Data:
Captura:	OBS:
Arquivo digital:	
descrição	
<hr/> <hr/> <hr/>	

APÊNDICE C - MODELO DE ANÁLISE

análise plástica	Reconhecer as qualidades da composição. Traços, cores, pesos, texturas, hierarquia, diagramação, estilo, estética. Não relatar figuras. Investigar as sugestões, evocações que se apresentam e os sentimentos provocados. Procurar relações de semelhança. O que remete. Subjetivo. Impreciso.	etapa 1
MENSAGEM PLÁSTICA		
Quadro	Moldura <input type="checkbox"/> Inscrito <input type="checkbox"/> Sangramento <input type="checkbox"/>	
Enquadramento	paisagem <input type="checkbox"/> ambiente <input type="checkbox"/> corpo <input type="checkbox"/> americano <input type="checkbox"/> close <input type="checkbox"/>	
Ângulo	superior <input type="checkbox"/> inferior <input type="checkbox"/> Esquerdo <input type="checkbox"/> Direito <input type="checkbox"/> Central <input type="checkbox"/>	
Formas	organicas <input type="checkbox"/> geometricas <input type="checkbox"/> misto <input type="checkbox"/>	
Linhas	curvas <input type="checkbox"/> retas <input type="checkbox"/> irregulares <input type="checkbox"/> finas <input type="checkbox"/> espessas <input type="checkbox"/>	
Traços	monolineares <input type="checkbox"/> variante <input type="checkbox"/> contínuo <input type="checkbox"/> descontínuo <input type="checkbox"/>	
Superfície	lisa <input type="checkbox"/> granulada <input type="checkbox"/> rabiscada <input type="checkbox"/> outra <input type="checkbox"/>	
Cores	quentes <input type="checkbox"/> frias <input type="checkbox"/> color <input type="checkbox"/> neutras <input type="checkbox"/> terrosas <input type="checkbox"/> P&B <input type="checkbox"/> claro <input type="checkbox"/> escuro <input type="checkbox"/> brilhosa <input type="checkbox"/> opaca <input type="checkbox"/> pasteis <input type="checkbox"/> saturadas <input type="checkbox"/> verm <input type="checkbox"/> ama <input type="checkbox"/> azul <input type="checkbox"/> verd <input type="checkbox"/> laranj <input type="checkbox"/> roxo <input type="checkbox"/> rosa <input type="checkbox"/> marrom <input type="checkbox"/> pto <input type="checkbox"/> bco <input type="checkbox"/>	
Contraste	composição <input type="checkbox"/> formas <input type="checkbox"/> escala <input type="checkbox"/> tom <input type="checkbox"/> cor <input type="checkbox"/>	
Movimento	estático <input type="checkbox"/> dinâmico <input type="checkbox"/> sobe <input type="checkbox"/> desce <input type="checkbox"/> Esquerdo <input type="checkbox"/> Direito <input type="checkbox"/>	
Estilo	primitivo <input type="checkbox"/> expression. <input type="checkbox"/> classis. <input type="checkbox"/> ornam. <input type="checkbox"/> funcional <input type="checkbox"/>	
Contraste	nivelamento <input type="checkbox"/> aguçamento <input type="checkbox"/> técnica explorada: _____	
Análise das Qualidades - Contemplar		
<hr/> <hr/> <hr/>		