

CD Duplo Cazuza: Exagerado e Ideologia¹

Diogo Ricardo da COSTA NETO²
Fernando Vítor Procópio CHAVES³
Tarcísio Bezerra MARTINS FILHO⁴
Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, CE

RESUMO

O CD duplo *Cazuza: Exagerado e Ideologia* foi o projeto final apresentado na disciplina de Produção Gráfica do curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade 7 de Setembro. O projeto é constituído por uma embalagem para os dois principais cds do cantor Cazuza. Por meio dele, é possível relembrarmos a vida marcante desse artista, através das fotos e da dinâmica do trabalho. Este trabalho aborda o processo criativo de desenvolvimento da embalagem do CD. Utiliza-se autores como Rafael Sampaio (1999), Giles Calver (2009), Ellen Lupton (2006), dentre outros. Ao final, observa-se que a melhor forma de absorver e aplicar o conteúdo da disciplina é produzindo um material real, acompanhando o processo desde a sua concepção até a sua materialização.

PALAVRAS-CHAVE: Design de embalagem; Design; CD; Cazuza; Produção gráfica.

1 INTRODUÇÃO

A música é uma arma de poder informacional e de entretenimento importantíssimo em uma sociedade, um forte instrumento de comunicação e persuasão. Quando em mãos ou vozes talentosas, ela leva multidões a entoar canções que parecem atuais em qualquer tempo. O músico, compositor, interprete e poeta Cazuza representa perfeitamente todas essas características, se tornando notável e referência no cenário musical atual mesmo depois de quase 30 anos de sua morte. Agenor de Miranda Araújo Neto ou Caju usou e ousou de suas letras e voz para verbalizar todas os seus pensamentos e sentimentos, alçando voo do romantismo para movimentos políticos, agregando valor a sua arte. Cazuza quando mais novo já tivera contato com o universo musical, pois seu pai atuava como empresário do ramo, por esse motivo adiou por anos a ideia de entrar na indústria fonográfica. Em 1981 Cazuza cede e entra para a banda Barão Vermelho, se encaixando no rock de garagem, estilo proposto pelo grupo. A união da banda durou pouco. Nas gravações do quarto disco,

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Projeto Transdisciplinar, modalidade Embalagem.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: diogoricardo@outlook.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: fernandovitor96@gmail.com

⁴ Professor de Produção Gráfica e orientador do trabalho, email: tarcisiobmf@gmail.com

Cazuza rompe a parceria e decide entrar em processo de produção e criação do seu primeiro álbum solo, intitulado “Exagerado”, o mesmo nome dado à música de abertura do disco.

Após o lançamento do primeiro disco as primeiras suspeitas de AIDS começaram a aparecer e, com isso, o músico amadurece suas composições e músicas e lança o álbum ideologia, o seu terceiro álbum solo. Já debilitado e notavelmente abatido pela doença, Cazuza busca abrir os olhos do povo brasileiro no ângulo da concepção político-social.

O projeto acadêmico aqui produzido pretende retratar um pouco o que foi a vida desse artista por meio de fotos que marcaram sua carreira e dos dois álbuns que apresentam dois momentos pessoais distintos.

O produto que aqui será descrito é uma embalagem de CD duplo produzido como avaliação final da disciplina de Produção Gráfica, ministrada pelo professor Tarcísio Bezerra, no 4º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade 7 de Setembro (Fa7). Nesta avaliação, foi solicitado que pensássemos e produzíssemos uma embalagem para CD ou DVD com mais de um disco. Para isso seria necessário utilizar-se de um cantor, banda, série ou filme.

Outro aspecto solicitado nessa avaliação foi pensar em algo diferente e, ao mesmo tempo, que fosse prático, funcional e produzível conforme os critérios gráficos aprendidos na disciplina. O relatório deste projeto segue na sequência deste trabalho.

2 OBJETIVO

Ao decorrer da disciplina de Produção Gráfica, com todos os conceitos ensinados, vimos nesse projeto a oportunidade de aplicar tudo o que havia sido visto em sala. Com isso, tínhamos como objetivos na realização desse trabalho: exercitar o uso da produção gráfica no design de embalagem, trabalhar processos de impressão, corte, acabamento, pensar em criatividade também em uma embalagem de CD, em funcionalidade e praticidade para o consumidor final, entrar em contato com gráficas, solicitar orçamentos, ou seja, conhecer e viver a rotina e funções de um produtor gráfico. Mas além de objetivos relacionados somente a essa disciplina, queríamos também aplicar ensinamentos de outras disciplinas, pois uma se torna complemento da outra.

Unindo todos esses aprendizados obtidos durante os semestres agregamos a vontade de disseminar o material artístico do músico Cazuza, materializando o conceito: exagerado e ideologia, em uma embalagem de CD duplo.

Assim sendo, o objetivo deste trabalho é: desenvolver um material que pudesse surpreender o consumidor final de forma estética e dinâmica.

E mais especificamente:

- Aplicar os conceitos vistos ao longo do curso;
- Apresentar um produto possível de ser materializado e vendável;
- Produzir um material diferente dos comercializados, buscando instigar a curiosidade do consumidor com uma faca de corte que gere uma dinâmica diferente;
- Acompanhar o processo de impressão e produção da embalagem e disseminar a cultura musical brasileira por meio do artista Cazuza.

3 JUSTIFICATIVA

Em nosso projeto, utilizamos o Cazuza como protagonista, pois acreditamos no valor cultural e político que o mesmo carregou e por ser um símbolo de uma geração capaz de lutar e reivindicar pelos seus direitos, mas, ainda, dentro de uma vida regada de paixões e levezas de uma vida boêmia. Os discos apresentam uma simbologia importante na carreira do artista, por isso a escolha dos álbuns Exagerado e Ideologia. Exagerado foi o primeiro disco de Cazuza depois da saída da banda Barão Vermelho, nele o músico experimenta novos estilos e gêneros, se lançando além do rock presente na sua última experiência não solo. O trabalho ideologia é o que apresenta maior conceito político e crítico, se tornando um álbum atemporal e se adaptando facilmente aos períodos que sucederam o seu lançamento. Podendo ser considerado o com maior peso social e munição para as atuais reivindicações políticas e sociais.

Buscamos fazer algo que agrupasse os discos dos dois álbuns, sem que parecesse algo difícil de manusear e de carregar. É importante que pensemos bem antes de elaborar uma embalagem, pois esta tem que suprir as necessidades do público de acordo com a época que estamos vivendo.

Segundo Calver (2009, p. 10) “o desenvolvimento da embalagem foi afetado ao longo dos séculos por avanço nas áreas de tecnologia e transportes e por mudanças sociais”. Vivemos em um tempo em que a indústria está cada vez mais evoluída, o público cada vez mais exigente e rápido, no sentido de que, com a evolução tecnológica e das redes sociais, informações são transmitidas de forma mais direta e rápida, pois caso não siga essas

características o interesse é perdido. Devido a isso, é essencial que o pensamento do criativo ao pensar numa embalagem também acompanhe essas mudanças.

Embalagem, segundo Calver (2009, p. 7), é “uma ferramenta de vendas ativa cuja presença pode ser sentida por uma multidão e utilizada para vender um produto no ponto-de-venda”. Para Mestriner (2002, p. 11) “A embalagem é uma ferramenta de marketing e nos produtos de consumo é também um instrumento de comunicação e venda”.

Assim, entendemos embalagem como o primeiro contato visual e tátil que o consumidor terá, gerando uma das primeiras impressões do público em relação ao produto envolto, servindo, também, como mídia de comunicação.

Sendo assim: a embalagem abrange outros aspectos que vão além do simples fator de proteger ou transportar algo, influenciando na percepção de identificação do consumidor, chamando atenção para suas características visuais. A embalagem acaba sendo um dos fatores relacionados à precificação do produto, já que fará o papel de seduzir o público.

Por tudo isso, nosso projeto é atrativo, simples, mas principalmente, prático e funcional. Vimos que precisamos atrair o público com efeitos visuais que o façam se interessar pelo que estão vendo. Além disso, embalagens muito trabalhadas e repletas de elementos, nem sempre são úteis dependendo do público que se deseja conquistar. No nosso caso, Cazuzza era exagerado, mas, ao mesmo tempo, simples e direto. Um comunicador nato da sua obra e ideias. Portanto, o que importa para o nosso público é a questão de reviver a pessoa que ele era, preservar e torná-lo foco principal da embalagem.

Mestriner (2002, p. 10) aponta que “no caso do design de embalagem, entra também como fator decisivo no projeto a compreensão da linguagem visual da categoria a que o produto pertence”. A embalagem em si já deve transmitir o sentido e o conceito do que está sendo guardado. Por isso, a área externa da nossa embalagem possui uma estampa característica do Cazuzza: a estampa vermelha de sua principal bandana. Além de ser um marco dele, gera rapidamente a identificação por parte do público que o admira.

Buscando unir o universo musical e ideológico de Cazuzza e todas as técnicas aprendidas durante os semestres concluídos, demos vida a um material que se expande em suas formas mostrando informações e entretenimento de forma simples e funcional.

A embalagem, em suma, é um elemento muito importante de nossa sociedade, afinal, conforme aponta Calver (2009, p.7) “é, muitas vezes, a incorporação viva dos valores e da personalidade de uma marca” e Mestriner (2002, p. 18) “Ao longo da sua

evolução, a embalagem acompanhou e contribuiu para o desenvolvimento da indústria e da sociedade de consumo como um todo”.

Em suma, a embalagem é entendida, neste trabalho, como de fator importantíssimo para o desenvolvimento das marcas nas sociedades contemporâneas. Para além de suas funções de proteção e identificação, a embalagem carrega em si sua função de troca, razão pela qual seu valor atrativo, enquanto artefato de design liga-se aos interesses mercadológicos e aos aspectos e razões de venda.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Como todo projeto, há uma necessidade de organizar todas as etapas que estarão presentes no desenvolvimento do produto final. Através dessa percepção dividimos nosso projeto em três fases, que se inicia no planejamento do tema ao produto final materializado.

4.1 Fase 1: Pesquisa e Conceito

A pedido do professor, seguindo o *briefing*, que tem o significado segundo Rafael Sampaio (1999, p 317) “Documento contendo a descrição da situação da marca ou empresa, seus problemas, oportunidade, objetivos e recursos para atingi-los”, teríamos que escolher uma temática, podendo sê-la musical, com foco em um cantor ou videográfica, série ou filme. Optamos por trabalhar com a música, em específico o músico Cazuza, que é referência e se tornou símbolo da música popular brasileira.

Partindo desse ponto demos início a um processo chamado *brainstorming*:

Tempestade cerebral, em inglês. Técnica utilizada para gerar ideias publicitárias. Consiste em propor e relacionar todo tipo de associações que vierem à cabeça, sem nenhuma análise sobre sua pertinência, para avaliação posterior. Geralmente é feita por duas ou mais pessoas, em conjunto (SAMPAIO, 1999, p. 317).

Buscamos nos informar sobre a carreira, músicas, composições e todas as referências envolvidas na vida do músico. A partir da análise feita sobre o tema escolhido chegamos a um conceito para desdobrarmos e criarmos o produto: exagerado e ideologia. A partir do conceito, iniciamos a digitalização das ideias, onde novas adaptações foram surgindo na fase 2 do projeto.

4.2 Fase 2: Projetação

Com todas as informações e conceito definido iniciamos o processo de criação da identidade visual usando as ferramentas: *Photoshop* e *Illustrator*. Segundo Sampaio (1999, p. 337), identidade visual é um “conjunto de símbolos e cores que identificam uma empresa ou marca, como logotipo e logomarca, alfabeto, papelaria de frota, padrões visuais de embalagem e de propaganda etc.”

Buscando uma identidade visual que cativasse o consumidor final de forma emotiva através de um conjunto de elementos, utilizamos figuras simbólicas de momentos distintos e marcantes do cantor, além de cores e tipografia fortes que chamem e prendam a atenção do público na embalagem.

As tonalidades escolhidas buscam conectar o público as memórias do músico e aflorar os sentimentos que os discos transmitem.

A cor representa uma ferramenta poderosa para a transmissão de ideias, atmosferas e emoções, e pode captar a atenção do público de forma forte e direta, sutil ou progressiva, seja no projeto arquitetônico, industrial (design), gráfico, virtual (digital), cenográfico, fotográfico ou cinematográfico, seja nas artes plásticas. (BARROS, 2009, p. 15)

O vermelho se faz presente em todo a embalagem. No primeiro contato temos a estampa de *Paisley*, constantemente usada nas bandanas do cantor, em um fundo vermelho. Esta cor simboliza o lado exagerado de Cazuza, presente no álbum intitulado com o mesmo nome da música. Caracteriza todas as letras que falam de suas paixões, instigando a percepção visual do consumidor com os tons quentes presentes. O tom quente do amarelo simboliza a sua circunstância ideológica, onde Cazuza chama a atenção das pessoas para alertar sobre as situações políticas, presente no álbum de 1988. Dondis (2000, p. 64) cita que “cada uma das cores tem inúmeros significados associativos e simbólicos. Assim, a cor oferece um vocabulário enorme e de grande utilidade para o alfabetismo visual”. Na Figura 1, abaixo, é possível ver a paleta de cor utilizada.

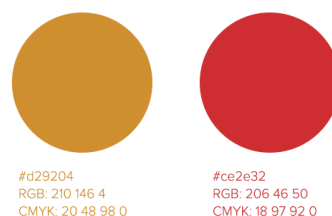


Figura 1. Paleta de cor do projeto. Fotos nossas.

Trabalhamos, principalmente, com fotos e tipografias. Essa combinação tornou o visual do nosso projeto mais atrativo e rapidamente compreendido. A proposta na utilização das imagens serviu para contar a história de Cazuza em cada álbum. O músico foi sinônimo de mutação, mesmo mantendo algumas características visuais presentes ao longo de sua carreira, por conta da doença seu corpo sofreu algumas transformações perceptíveis: sendo essas mostradas através das imagens. Quando falamos em música, não há nada melhor do que chamar a atenção do público para as composições do cantor/banda, utilizando tipografias características.

A tipografia é uma ferramenta com a qual o conteúdo ganha forma, a linguagem ganha um corpo físico e as mensagens ganham um fluxo social (LUPTON, 2006. p. 08). No nosso caso, nos textos principais, utilizamos uma fonte forte, explosiva, exagerada. Mas, ao mesmo tempo, com um aspecto manual, para darmos a ideia de algo mais humano, próximo do consumidor final. Nos textos de apoio, utilizamos uma fonte mais geométrica e fina, para que a leitura seja mais fácil e não haja nenhum ruído na hora de absorver o conteúdo, mas ainda mantendo a proposta inicial do conceito: exagerado e ideologia. Sendo facilmente identificado a fonte “Brush” com o lado exagerado de Cazuza e as linhas retas da outra simbolizando a importância da temática política abordada em um dos discos. A Figura 2 abaixo ilustra a tipografia.



Figura 2. Fontes tipográficas utilizadas. Fotos nossas.

Os dois elementos juntos, cor e tipografia, são essenciais no projeto, pois dão a embalagem uma das características essenciais: o valor, podendo sê-lo financeiro e, ou, emocional.

4.3 Fase 3: Prototipação e otimização

Nessa etapa do projeto pensamos em quais materiais poderíamos utilizar para dar vida ao produto final, pensando também na faca de corte e na durabilidade do material. As

medidas foram feitas para aprimorar o conceito da embalagem se tornar algo compacto, mas efetivo.

Realizar esse projeto nos possibilitou uma proximidade maior com a construção de uma embalagem e no pensar criativo desta, além disso, foi possível relembrar e disseminar a história de vida, tanto pessoal quanto profissional, do Cazuza, por meio desse trabalho. As dificuldades que encontramos ao longo do processo foram mais técnicas, no que diz respeito às medidas e a proporcionar ao projeto uma identidade única. Por meio disso, tivemos que refazer o protótipo, devido a essa necessidade de padronizar o conteúdo visual a fim de que os elementos de todas as partes da embalagem tivessem uma conexão e a identificação de que pertencem a um só projeto fosse facilmente percebida.

Testes foram feitos para chegarmos à conclusão na utilização de materiais, processos de impressão e cores para o sucesso do produto final. Com todas essas fases concluídas o material foi enviado para a gráfica, para que fosse feita a confecção da embalagem. É importante salientar que o protótipo do projeto foi confeccionado de modo experimental e prototipado. A versão final manteria os seguintes dados: Título do material, dois CDs, uma pequena biografia e as músicas de cada álbum,

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A embalagem desenvolvida suporta dois CDs e todos os materiais desenvolvidos trazem uma harmonia visual de identidade do músico Cazuza. No estudo do cantor observamos a presença de alguns elementos e símbolos, que fazem parte da história do mesmo. De início demos ao consumidor um contato com imagens selecionadas de acordo com o momento de cada álbum, fazendo uma conexão direta com as pessoas e o cantor por meio da capa da embalagem. No mesmo local mostramos também o nome do projeto: Exagerado e Ideologia, para introduzirmos o consumidor aos próximos contatos que o espera.

Com a embalagem ainda fechada, temos, na parte de trás, uma textura reconhecida pelo consumidor nas bandanas usadas por Cazuza em seus shows. Ao abrir a embalagem levamos o consumidor a um outro estágio, onde uma imagem do cantor dividida em dois protege um dos lados dos CDs e já anuncia as divisões. Ainda nessa fase de descobrimento do projeto fazemos uma conexão emotiva com uma das músicas de maiores sucessos do músico, fazendo a citação da letra codinome beija-flor. Toda a embalagem foi pensada para transmitir os conceitos apresentados nos dois álbuns, sempre havendo um equilíbrio de

informações e espaço para as ideias dos dois discos. Podemos perceber sutilmente essa observação ao abrir uma das fases da embalagem, onde de um lado temos uma das imagens mais icônicas de cazuza em um dos seus momentos do álbum ideologia e ao lado temos uma letra de uma canção do disco exagerado. Na Figura 3 e Figura 4 abaixo, podemos ver as aplicações do projeto.



Figura 3. Parte interna da embalagem aplicado na arte da faca de corte. Fotos nossas.



Figura 4. Parte interna da embalagem aplicado na arte da faca de corte. Fotos nossas.

O projeto da embalagem nos permite interagir com as situações de cada álbum, podendo a pessoa escolher qual álbum será apresentado primeiro, apenas elevando uma das abas onde existe a imagem do cantor ou caso queira, pode subir as duas partições e observar de uma forma ampla todo o conteúdo dos CDs e do produto.

Seguindo a ordem cronológica e da esquerda para direita temos a apresentação do disco exagerado, que contém imagens daquele período do cantor e embaixo a capa do álbum original e uma pequena descrição em uma tonalidade vermelha se conectando ao filtro de mesmo tom das imagens a cima. O mesmo acontece ao lado, no CD ideologia, as imagens se referem ao dado momento vivido por Cazuza no período de criação, desenvolvimento e divulgação do disco e embaixo uma breve descrição no fundo amarelo, servindo como tom para o filtro das imagens superiores.

Olhando de uma visão ampla temos uma embalagem com tons e figuras harmônicas, que caracterizam toda a identidade musical e pessoal de Cazuza. Na parte superior, fizemos uma pequena linha do tempo dos dois álbuns, que apesar das diferenças sonoras e poéticas se conectam por serem obras do mesmo autor, sendo assim; trazendo a identidade do mesmo. Nessa mesma linha do tempo encontramos as mídias dos CDs, que funcionam como um quebra cabeça, evidenciando os principais momentos do cantor com as mesmas imagens impressas na embalagem e com o nome de cada álbum e uma frase, para cada disco, de uma música de sucesso do álbum.

6 CONSIDERAÇÕES

Esse projeto foi uma ótima oportunidade de aplicar o conhecimento e as técnicas adquiridas tanto na disciplina de Produção Gráfica como também nas demais disciplinas do semestre relacionadas, como exemplo, a de Comunicação Visual. Outro fator importante foi a liberdade criativa. Tivemos total liberdade tanto na escolha da temática quanto na criação propriamente dita, tendo apenas, com o professor, orientações que guiassem o caminho para o sucesso do projeto.

Vale ressaltar ainda que, para criarmos uma embalagem para qualquer produto não é necessário que utilizemos todas as ferramentas e técnicas possíveis. O visual e a dinâmica da embalagem dependem, principalmente, do público alvo e do que queremos transmitir ou informar a quem irá adquiri-la, ou seja, a base de todo bom design é a pesquisa. Após isso é que pensamos o “como” as melhores formas do interlocutor receber aquela mensagem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, Lilian. **A Cor no Processo Criativo**. 4 ed. São Paulo: Senac, 2011.

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

DONIS, Dondis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Escrituras, 2000.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guias para designers, escritores, editores e estudantes**. Tradução: André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

MESTRINER, Fábio. **Design de Embalagem: curso básico**. 2ª edição. São Paulo: Pearson, 2002.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. Rio de Janeiro: Campus: ABP, 1999.