



GRBANÍAS

Expressões urbanas em um álbum de música

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Comunicação Visual Design

Escola de belas Artes

Urbanize: A expressões urbanas em um álbum de música

Joseph Guimarães Reis

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola
de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como parte dos requisitos necessários à obtenção do
grau de bacharel em Comunicação Visual Design

Orientação: **Maria Luiza Fragoso**

CIP - Catalogação na Publicação

R375u Reis, Joseph Guimarães
URBANIZE: expressões urbanas em um álbum de
música / Joseph Guimarães Reis. -- Rio de Janeiro,
2023.
75 f.

Orientador: Maria Luiza Fragoso.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de
Belas Artes, Bacharel em Comunicação Visual Design,
2023.

1. Design. 2. Arte. 3. Sinestesia. 4. Álbum
musical. 5. Urbanidade. I. Fragoso, Maria Luiza,
orient. II. Título.

Universidade Federal do Rio de Janeiro
Comunicação Visual Design
Escola de belas Artes

Urbanize: A expressões urbanas em um álbum de música Joseph Guimarães Reis

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Comunicação Visual Design

Orientação: **Maria Luiza Fragoso**

Aprovado em: 2023

W. W. Mayo

Maria Luiza Fragoso (orientador)
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Two-dimensional fixed

Irene Peixoto
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Kavē Marcos

AGRADECIMENTO

Em primeiro lugar, a minha família pelo esforço diário para que eu pudesse ter oportunidades, em especial a minha mãe Fabiana. Obrigado por todo amor e suporte. Ao meu parceiro Victor por todo apoio e ajuda tanto na idealização e realização deste projeto mas também por me fornecer refúgio e acolhimento sempre que preciso. Aos queridos professores da EBA que me abriram a mente ao mundo das artes pelo qual me apaixono todos os dias. À professora orientadora deste projeto Malu, não só por me guiar mas também por diversas vezes credibilizar este trabalho e não me deixar desistir mesmo quando duvidava de mim mesmo.

RESUMO

O seguinte trabalho de conclusão aborda a relação entre visual e música em álbum musical e enfatiza a importância da atmosfera na compreensão de uma obra pelo público-alvo. O objetivo do projeto final do curso é criar um álbum de artista fictício usando da sinestesia para expressar visualmente as sensações rítmicas de temas relacionados à urbanidade. O foco não está em propor soluções para problemas complexos, mas em promover a conscientização e a discussão por meio da expressão visual e artística. O projeto explora diferentes estilos musicais e expressões artísticas urbanas, e busca o diálogo com movimentos marginalizados da sociedade, como o hip-hop e o punk. O resultado é uma expressão pessoal e pública da experiência urbana que questiona o que significa ser "urbano".

Palavras-Chave: Design, Álbum musical, Identidade visual, Urbanidade, Música

ABSTRACT

This project addresses the relationship between visuals and music in a musical album, emphasizing the importance of atmosphere in the audience's understanding of a work. The goal of the course's final project is to create an album for a fictional artist using synesthesia to visually express rhythmic sensations related to urban themes. The focus is not on proposing solutions to complex problems but on promoting awareness and discussion through visual and artistic expression. The project explores different musical styles and urban artistic expressions, aiming to engage with marginalized movements in society, such as hip-hop and punk. The result is a personal and public expression of the urban experience that questions what it means to be "urban."

Keywords: Design, Musical Album, Visual Identity, Urbanity, Music

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Le fotografie dipinte di François-Marie Banier	23	Figura 26 : Capa do álbum Motomami	40
Figura 2: passagem ao muro	23	Figura 27 : Contracapa do álbum Motomami	40
Figura 3: Fotografia no metrô	24	Figura 28: O Nascimento de Vênus	41
Figura 4: Porta metrorio	24	Figura 29 : Página 2 do encarte do álbum Motomami	42
Figura 5: SEM TÍTULO Alan Schaller	25	Figura 30 : Página 7 do encarte do álbum Motomami	42
Figura 6: Plataforma escura	25	Figura 31: Foto Acidental Pré Edição	53
Figura 7: foto em tons de cinza de baixo ângulo do edifício alto	26	Figura 32: Foto Acidental Pós Edição	53
Figura 8: Predios vista de baixo	26	Figura 33 : Apresentação Projeto Tipográfico	54
Figura 9: Pichação Urbana	28	Figura 34 : Projeto URBANO	54
Figura 10: Intervenção SP Arte	28	Figura 35 : Teste Digital	55
Figura 11: Cédulas distribuídas na Intervenção	29	Figura 36 : Foto Metrô del castilho	56
Figura 12: Capa do álbum Born this way	33	Figura 37 : Foto Metrô Passando	56
Figura 13: Contracapa do álbum Born this way	33	Figura 38 : Página 3 primeiro encarte	57
Figura 14: Poster liberado nas redes sociais	34	Figura 39 : Página 5 primeiro encarte	57
Figura 15: Poster de divulgação do álbum	34	Figura 40: Mockup Capa URBANIZE	60
Figuras 16: Take do video clipe da faixa Born This Way A	35	Figura 41: Mockup Contra Capa URBANIZE	60
Figuras 17: Take do video clipe da faixa Born This Way B	35	Figura 42 : Mockup Cd Aberto URBANIZE	61
Figuras 18: Página 2 do encarte do álbum Born This Way	37	Figura 43 : Mockup Página 1 e 2 URBANIZE	62
Figuras 19: Página 3 do encarte do álbum Born This Way	37	Figura 44 : Mockup Página 3 e 4 URBANIZE	63
Figuras 20: Página 4 do encarte do álbum Born This Way	37	Figura 45 : Mockup Página 5 e 6 URBANIZE	64
Figura 21: Imagem de vídeo clipe Judas	38	Figura 46 : Mockup Página 7 e 8 URBANIZE	65
Figura 22: Imagens promocionais do single Hair	38	Figura 47 : Mockup Página 9 e 10 URBANIZE	66
Figura 23: Imagens promocionais do single Marry The Night	38	Figura 48 : Mockup Página 11 e 12 URBANIZE	67
Figuras 24: Imagens da Born This Way Ball A	39	Figura 49 : Mockup Página 13 e 14 URBANIZE	68
Figuras 25: Imagens da Born This Way Ball B	39	Figura 50 : Mockup Página 15 e 16 URBANIZE	69
		Figura 51 : Mockup Página 17 e 18 URBANIZE	70



INTRODUÇÃO **09**

1. IMAGEM E SOM 10

- | | |
|---|-----------|
| 1.1 Sinestesia | 11 |
| 1.2 Imagem e som na cultura audiovisual | 13 |
| 1.3 magem e som na videografia | 17 |

2. SER URBANO 20

- | | |
|-----------------------------------|-----------|
| 2.1 As Margens das cidades | 21 |
| 2.2 Expressões artísticas urbanas | 27 |

**3. SONORIDADE DE
QUEM NÃO PERTENCE 31**

- | | |
|---------------------------------------|-----------|
| 3.1 Álbum e a identidade visual | 32 |
| 3.2 Ritmos e conceitos visuais | 33 |
| 3.2.1 A Estética no álbum audiovisual | 44 |

4. URBANIZE 45

- | | |
|---------------------|-----------|
| 4.1 Concept Album | 46 |
| 4.2 Produção Visual | 52 |

CONCLUSÃO **71**

REFERÊNCIAS 72

INTRODUÇÃO

A relação entre a visualidade e a música presentes em álbuns musicais é algo recorrente na indústria fonográfica. A criação da atmosfera em um álbum é importante para que o seu público alvo compreenda e se relacione com o trabalho. A sinestesia desenvolvida nas relações entre música e imagem acerca de um determinado tema é capaz de gerar tal proximidade e identificação, uma vez que reflete por meio de expressões artísticas e culturais uma ideia conceitual que constrói uma experiência visual e sonora.

Com base nesses conceitos, o *URBANIZE* tem como objetivo por meio da sinestesia conceber um álbum de um artista fictício, relacionando som e imagem expressando as sensações rítmicas pela visualidade a respeito de temas associados à urbanidade e seus debates. O objetivo geral do projeto não é propor a solução de problemas complexos como estes, e sim trazer à tona, promover, a consciência e a discussão por meio da visualidade e expressão artística gerando sentimentos de identificação positivos ou negativos. Explorar os altos e baixos da vida urbana evocando diversas sonoridades e estilos abrangendo suas expressões artísticas urbanas como o grafismo e a pichação. Com a finalidade de dialogar com grupos às margens da sociedade que historicamente relatam os mesmos temas com seu próprio estilo visual e sonoro. O projeto é a expressão pessoal e pública das experiências de urbanidade, sendo colocadas em contexto, invertendo e questionando o significado de ser "urbano".

Iniciado pelo conceito da sinestesia abordados no capítulo 1, é discorrendo sobre seus efeitos e suas características. Se apoiando também na relação histórica da visualidade e do som dentro da indústria musical, abordando desde o surgimento do da gravação em disco, passando pela materialidade do CD, até a digitalidade do mp3 se difundindo na internet

e nas plataformas digitais. Além de reconstruir brevemente a trajetória histórica da fotografia dentro de um projeto musical, e qual a relação da visualidade e música com a sinestesia.

Seguido para o capítulo 2 discorrendo os conceitos de urbanidade e suas problemáticas, ressaltando aqui o formato social e geográfico das metrópoles, as quais à medida que se expandem, ascendem em problemas sociais que desafiam a integridade física e mental do habitante urbano. Destacando os conceitos Benko da geografia de lugar nenhum, efeitos claros da hiperglobalização, despersonalizando a cidade e o cidadão. Ainda neste capítulo é relatado como arte se fortalece em ambientes hostis, impulsionando movimentos artísticos e culturais como o *HIP HOP* e o *PUNK*.

Unificado-se ambos os temas o capítulo 3 ressalta a visualidade e o conceito de um álbum musical dentro da perspectiva do marketing mas também da narrativa da arte, se colocando por meio da sinestesia para compor um trabalho coeso. Nesta etapa é discorrido não só a temática visual mas também como esta é um reflexo claro da cultura, colocando exemplos como Lady Gaga em seu álbum *Born This Way* e Rosalia com seu álbum *Motomami* destacando seus impactos na cultura da arte. Ressaltando também trabalhos visuais conceituados e profundos em suas raízes culturais como o trabalho de Beyoncé em seu disco *Lemonade*.

O Resultado transparece no projeto *URBANIZE* no capítulo 4, destacando o conceito da trajetória do álbum e a construção sonora e visual do álbum, exemplificado nas jornadas e desafios de pré e pós produção visual e montagem do encarte, as quais estruturaram o trabalho. Neste capítulo carrega todas as etapas fundamentais para este projeto, ressaltando os erros e os acertos, os quais foram expressos em um encarte de CD físico exemplificado nos mockups.

1. IMAGEM E SOM

No presente capítulo discorreremos a interação da imagem e o som, usando a sinestesia como base para compreender os efeitos que essa interação, além disso percorreremos a trajetória histórica da interação da imagem e do som dentro da cenário musical desde suas imagens estáticas à videografia moderna

1.1 SINESTESIA

A sinestesia consiste na percepção neurológica de estímulos multissensoriais no ser humano, isto é, a captação simultânea dos sentidos, a capacidade de "enxergar" cheiros ou "ouvir" imagens são exemplos dessa percepção. Neste artigo não será debatido as funções e atributos neurológicos da sinestesia, e sim seus efeitos na imersão e interpretação da arte.

Segundo Basbaum, a natureza da sinestesia vem do fator evolutivo fazendo-se essencial para a sobrevivência da espécie humana (BASBAUM, 2003). A percepção sinestésica segue uma série de características definidas pela neurociência que tornam-as reconhecidas como tal. A principal delas sendo a associação involuntária, ou seja, a percepção multisensorial ocorre de maneira irracional e instantânea. Outra característica é essa percepção se expressar de maneira única e exclusiva de cada indivíduo mesmo que o estímulo apresentado seja o mesmo (CYTOWIC Apud. BRAGANÇA. 2014).

No entanto, alguns consensos decorrentes de pesquisas e práticas artísticas se consolidaram ao longo do tempo, como por exemplo a teoria das cores, sugerindo vermelho como uma cor quente ou azul como uma cor fria, estímulos visuais os quais se traduzem em sensações térmicas. Ao relacionar um sentimento com cores, outros exemplos de consolidações se dizem a respeito do som, melodias mais harmônicas e agudas sugerem uma percepção doces e leves enquanto sons mais graves são percebidos como pesados e densos (BASBAUM, 2003). Ao que diz respeito à sinestesia, essa relação multissensorial está interligada entre ideias e sentidos, sendo observado em estudos, como no exemplo do experimento de Jolij e Meurs em 2011, ao qual destacou a mudança de humor em relação das músicas e imagens apresentadas aos indivíduos estudados (JOLI apud. DANTE et al.). Segundo Basbaum, o estudo da sinestesia ocorre desde o século XVIII mostrando respostas relacionadas a estímulos diversos. Ainda em seu texto, Basbaum destaca a sinestesia como ferramenta principal para a imersão na arte. As pinturas se projetando cada vez mais realistas obedecendo a simetria e as perspectivas em verossimilhança, imergiram o observador nas obras. Seja pelo reconhecimento dos objetos, formas, cores, texturas, ou jogo de luzes e sombras, as obras usavam dessa verossimilhança para provocar a sinestesia imergindo o observador na experiência que a obra proporciona. Essa imersão nas obras se tornou algo tão forte e marcante que atribuiu à arte o conceito de aura. Características do mítico ao filosófico para explicar as sensações sinestésicas transmitidas pelas obras (BASBAUM, 2003).

A imersão na arte por meio da sinestesia se torna peça fundamental para a compreensão das obras, sendo assim, estudada e utilizada até os dias atuais em diversos âmbitos artísticos. Um exemplo característico é a evocação de sensações e sentimentos através das cores, formas e até texturas. Prática comum entre designers e arquitetos, favorece uma maior identificação do projeto com o consumidor final dos produtos. Há também exemplos do uso na sinestesia por meio do som, como utilizado em podcasts. Como no podcast da Rádio Novelo que em um dos seus quadros sobre histórias do brasil intitulado "*Radio Novelo apresenta:*" recorre da sonoplastia para ambientar as histórias que são contadas pelos convidados do podcast. Algo semelhante ocorria durante as radionovelas entretanto a sonoplastia das radionovelas ambientam as cenas protagonizadas pelos atores, já o podcast ele ambienta as histórias reais contadas por quem as viveu. A sonoplasta responsável pela produção sonora do podcast, Júlia Matos, revelou em uma palestra na Bienal do livro de 2023 no Rio de Janeiro, que ambientação dos relatos refletiu parte desta, pensada em detalhes para que a sonoplastia complemente e destaque o mesmo, para que o ouvinte se sinta como parte da crônica vivendo e ouvindo o que o relatante experienciou durante o ocorrido. Este artifício conecta e aproxima o público tanto com os relatos como com os restantes, tornando a história em áudio verossímil. (Informação Verbal¹).

¹ Fala da sonoplasta Júlia Matos na palestra Rádio Novelo Apresent, Bienal do livro, 2023

A associação entre música e imagem é fator de muitos estudos e usos a provocar as mais diversas sensações. Em 2012 a agência criativa Superuber executou uma exposição no Rio de Janeiro que trouxe aspectos da sinestesia em instalações multi sensoriais e interativas. Uma das obras consistia em uma mesa a qual era projetada quatro cores diferentes com peças no circulares no meio, a medida que o público interagia colocando as peças em uma das partes coloridas o software lia as informações geradas como uma espécie de código e reproduzia em forma de som. Dessa forma o público interagia criando a sua própria música através da sinestesia em estímulos visuais, sonoros e até táticos. Em outra instalações intitulada "caminho das notas" a Superuber em parceria com Stephen Malinowski, animador do projeto Biophilia da cantora Bjork, desenvolveu um software que gera animações a partir das músicas, desenhando em tela o caminho a qual as notas seguem em uma partitura. As animações expressavam por meio da sinestesia a sensação que temos a ouvir as notas, como exemplo na animação notas mais agudas faziam a bolinha subir e trilhar um caminho mais alto, já notas graves faziam-a descer e trilhar caminhos mais baixos. Sensações sonoras através da visualidade e do senso de direção (SUPER UBER, 2012)

Entretanto não é preciso recorrer a grandes estudos para observar as reações da sinestesia, uma vez que esta se apresenta de forma intrínseca e irracional podemos observar os seus efeitos diariamente. Seja por meio das séries e filmes, seja pela música ou podcasts, a percepção e construção de um sentimento através da sinestesia é amplamente utilizado principalmente para gerar identificação ou até prender a atenção do público.

1.2 IMAGEM E SOM NA CULTURA AUDIOVISUAL

Para desenvolver a parte histórica desta monografia foi consultada como referência a tese de título "O Álbum Visual e a Reconfiguração de Formatos Audiovisuais na Cultura Digital" de autoria do teórico e pesquisador Leonan Casagrande Dalla Vecchia (DALLA VECCHIA, 2020). A partir da invenção do fonógrafo, em 1877, por Thomas Edison, no século XIX, a história da gravação e reprodução de músicas começa a se desenvolver. Apesar de sua invenção não ser inicialmente projetada com esse intuito, possibilitou com que o som pudesse ser registrado e reproduzido em uma escala audível para os ouvidos humanos. Anteriormente a execução das músicas requeria certa habilidade dos músicos, uma vez que eram transcritas em partituras e sua interpretação dependia da capacidade dos músicos. Posteriormente a invenção do fonógrafo foi aperfeiçoada de maneira que se permitia a comercialização. Entretanto, o material utilizado não possibilitava a reprodução em escala industrial. Dez anos depois, em 1887, Emile Berliner cria gramofone, fazendo as mesmas funções do aparelho anteriormente citado, mas desta vez mais eficiente e menos custoso. Uma das principais diferenças foi a troca do cilindro que era usado no fonógrafo por um suporte plano em formato de disco, o pontapé inicial para o formato que conhecemos. A adaptação deste formato permitiu diversos avanços como a qualidade do som gravado e pela sua superfície plana facilitou a replicação em massa deste material. Esses fatores foram primordiais para a comercialização em larga escala da performance gravada, se tornando padrões do início da indústria fonográfica. Entretanto os discos de goma laca não possuíam muita capacidade de armazenamento, as faixas limitavam-se entre 3 a 4 minutos em apenas um dos lados. O que ocasionou no investimento em massa de singles nesta época, consolidando o padrão comercial conhecidos até os dias de hoje pelas músicas de duração de 3 a 4 minutos. Mesmo apenas sendo possível a gravação de uma única música por disco, um formato de álbum como conhecido atualmente começou a se formar. Este formato consiste por uma coletânea de discos reunidos e comercializados juntos, nomeando como álbuns pois se equiparava a coletânea de fotografias juntas em um álbum fotográfico. Em sua forma primordial o design dos encartes mostrou-se desde essa época uma preocupação, uma vez que era necessário uma espécie de embalagem para comercialização desses álbuns. É interessante chamar atenção para este ponto pois a comercialização de singles ocorre até os dias atuais, obviamente em outros formatos, mas esta comercialização é bastante importante para a divulgação do trabalho do artista, chamando o público a consumir o álbum ou até divulgando outros artistas através de colaborações em singles.

Após a segunda guerra mundial os fabricantes de discos tiveram que se adaptar a outra realidade devido a falta da matéria prima , a resina, nos Estados Unidos. Foi a partir dali que surgiu o disco de vinil. Em meados de 1940 a indústria fonográfica passa por outra transformação trazendo um novo formato padrão a indústria o *Long Play* desenvolvido pela indústria norte americana a Columbia Records. O novo modelo implementado permitiu a gravação de faixas mais extensas e mais músicas dos dois lados de um mesmo disco, pois o vinil permitia a expansão de armazenamento, além disso melhorando a qualidade sonora do material. (DE MARCH Apud. DALLA VECCHIA, 2005, p. 10). Esse novo formato alterou completamente o que se conhecia como álbum, visto que com o LP as coleções das gravações poderiam ser agrupadas em um único disco.

A possibilidade de inscrição de uma maior quantidade de material sonoro nos discos de vinil trouxe mudanças estéticas significativas para a indústria fonográfica, a qual agora poderia trabalhar com uma nova unidade musical: o álbum. Não mais limitado a gravação de apenas uma canção, o campo artístico da produção fonográfica vislumbrou a possibilidade de criar trabalhos coesos em sua temática sonoro-musical, encarando o álbum de músicas enquanto a nova unidade conceitual da indústria. (DALLA VECCHIA, pg 43, 2020).

Assim consequentemente foi se criando uma identidade estética sonora em torno de um trabalho fonográfico permitindo a construção da assinatura do artista. Essa construção de uma identidade sonora se refletiu também na identidade visual dos discos, isto é, no material impresso de seus encartes, uma vez que se caracterizavam pela embalagem de um material coerente, para que pudesse ser apreciado e consumido pelo público alvo dos artistas.

Durante as primeiras décadas do século XX, o disco de 78 rpm era o principal suporte disponível para os consumidores de música (KEIGHTLEY, 2004). Em 1948, a Columbia lançou o disco Long Play (LP), de 33 1/3 rpm. Este suporte, de 12 polegadas, permitia que mais músicas fossem inscritas em cada lado. No ano seguinte, a RCA-Victor introduziu no mercado o disco de 45 rpm, de 7 polegadas.

Enquanto o primeiro deu origem à estética do álbum, o segundo originou a estética do single (DE MARCHI, 2005; CARVALHO & RIOS, 2009). Enquanto um formato cultural, o álbum possui uma série de características materiais que foram exploradas de formas bem peculiares por seus usuários. O álbum representa uma totalidade, constituída não somente pelas músicas inscritas no disco, mas também pelos seus "paratextos" (STRAW, 2012, p. 234), ou seja, os elementos não musicais incorporados ao suporte, como a embalagem, a arte da capa, o encarte, os textos de apresentação, a ordem das faixas, o título, as informações técnicas etc. Esse material remete-nos à ideia do álbum como um "produto fechado" (SÁ, 2006, p.8), onde "os discos passam a serem vistos como uma obra de arte em si" (DE MARCHI, 2005, p. 13). Por conta do fortalecimento dessa estética nos anos 50, Carvalho & Rios (2009, p. 81), atentam para a sua permanência, mesmo com a digitalização da música em suportes como o CD. (WALTENBERG, 2013, p. 5).

Isto é, as melodias bem como sua ordem, precisavam dialogar diretamente com a estética visual do álbum para que se criasse uma atmosfera coerente que permitisse o consumidor imergir e apreciar de fato as obras artísticas produzidas pelos cantores e compositores. Ainda seguindo a linha temporal descrita por Dalla Vecchia, destaco o próximo evento histórico. Na década de 80, mais especificamente em 1980, a indústria fonográfica passou por uma nova reconfiguração como consequência do surgimento das mídias digitais. Com isso o novo formato digital possibilitou ainda mais armazenamento e, além disso, a reprodução por meio digital garantia a durabilidade, uma vez que a forma analógica deteriorava o disco e as fitas que, com o passar do tempo, ocasionava na dispersão massiva da música. A partir do auge na reprodução digital, o formato do LP perde sua relevância. Apesar do advento digital a música ainda precisava se dissipar por meios físicos, visando que nesta época a rede de computadores ainda estava em sua ascendência, e ainda não era acessível para a maior parte do público. A partir dali surge e se consolida o formato do *Compact Disc*, popularmente chamado de CD se estabelecendo como o novo padrão de reprodução musical. No que diz aspecto da visualidade dos encartes, em comparação com o LP, o CD ainda mantém o esforço de transmitir as sensações de imersão pelas visualidades, só que desta vez se consolidando em um novo formato.

No CD ainda havia um esforço por parte da indústria fonográfica de criar uma experiência musical em consonância com os aspectos materiais do álbum, tais como o encarte e a imagem de capa do disco. O formato em longa duração, com uma estrutura composta via de regra por mais de dez faixas musicais, organizadas em determinada ordem e que pressupunham um certo protocolo de escuta (STRAW, 2011) específico continuam se aplicando aqui, tornando a experiência de fruição do álbum de músicas (ainda que no formato do disco compacto) continuasse sendo uma peça essencial das dinâmicas de produção, circulação e consumo da música gravada deste período histórico. Podemos considerar o CD como um segundo estágio de desenvolvimento do álbum, com a vantagem de que a música digitalizada se tornava um campo aberto de possibilidades estéticas com relação a produção musical. (DALLA VECCHIA, pg 52, 2020).

Apesar da qualidade do CD trazer uma experiência mais imersiva sonoramente, já que permitia compactação das músicas sem perdas e ainda possibilitar a transição das músicas mais suaves, ainda se concentrava em materialidade. Isto é, ainda era preciso adquirir a forma física do CD para ouvir a música, o que manteve o padrão de reprodução e promoção estético na visualidade do álbum.

O próximo avanço na linha temporal remonta a toda a forma de reprodução e consumo da música refletindo como consumimos música até hoje. Em 1990 o pesquisador alemão Karlheinz Brandenburg consegue sintetizar um método que compilava os arquivos produzidos em CD quase que de forma original, método o qual o pesquisador passou décadas de aperfeiçoamento pensando em uma transmissão massiva. Paralelamente os métodos de compressão de áudio para vídeo desenvolvidos pelo grupo alemão *Moving Picture Experts Group* (MPEG) ganhava mais notoriedade ao se adequar em tecnologias de áudio e vídeo que começavam a surgir como o DVD.

Formado por especialistas de imagem em movimento, o MPEG se estabeleceu como um comitê criado pela Organização Internacional para Padronização (ISO) com o intuito de padronizar a compressão de vídeo digital. Porém com o avanço tecnológico foi se percebendo a necessidade de estabelecer padrões para arquivos digitais em áudio, visando adequação para computadores e outras tecnologias de transmissão e consumo. Com isso, em 1990 o *Moving Picture Experts Group* proporcionou um concurso entre as patentes para estabilizar um novo formato padrão. Dentre os competidores estava Brandenburg representando o Instituto Fraunhofer com seu novo método. Em meio aos quatorze competidores três se destacaram o primeiro nomeado de *Moving Picture Experts Group, Audio Layer 1* trazendo um método de compressão para fita cassete digital, formato o qual já estava obsoleto. O segundo grupo trazendo o Musicam que a partir dali conhecido como MP2 e o grupo de Brandenburg a partir dali chamado de e *Moving Picture Experts Group, Audio Layer 3* conhecido hoje como MP3. Desenvolvidos simultaneamente no mesmo período, o MP2 e o MP3 entraram em disputa para se consolidar como o novo método de compressão. Contudo pela tecnologia do MP3 preservar quase totalmente a qualidade original do CD, este se consolidou como o novo método.

O surgimento do MP3 impactou o formato da música mas não foi o suficiente para revolucionar de fato a forma com que esta é comercializada. O avanço tecnológico e o acesso a estes recursos impulsionaram o novo formato, diante dessa situação surge o Napster uma das primeiras plataformas de compartilhamento P2P a qual permitia que os usuários fizessem o download da músicas em formato MP3 comprimidas por outros usuários compartilhando através da rede de internet. Apesar de facilitar o acesso à música, a indústria fonográfica tentou impedir o compartilhamento através da rede na tentativa de manter a música como produto exclusivo embutindo códigos nas cópias dos CDs comercializados alegando principalmente violações a respeito dos direitos autorais dos artistas. Na mesma época se popularizou os CDs pirateados os quais eram gravados em CDs virgens em MP3 e comercializados sem autorização da indústria. Mesmo com o constante crescimento da rede e da tecnologia, não eram todas as pessoas que poderiam ter acesso a computadores e a rede por volta dos anos 2000. Portanto a materialização do CD ainda se mantinha entretanto, no consumo pirata a qualidade deste decaía pois o intuito era baratear o máximo possível sua especificação. Normalmente o encarte não se preocupava muito com as questões estéticas, podendo apenas conter o CD com o nome do arquivo ou quando muito cópias xerocadas em papel almaço do encarte original. Cópias estas sem muita qualidade e resistência ao deterioramento do passar do tempo.

Diante do cenário da explosão digital e a comercialização dos produtos não licenciados, a indústria fonográfica tomou diversas providências para tentar barrar a pirataria mas sem sucesso. Percebendo que se tornava quase que impossível lutar contra a internet, a indústria começou a estudar a possibilidade de inserir o mercado fonográfico dentro da internet. Assim surgiu o primeiro e o mais bem sucedido aplicativo de música, o iTunes. Lançado oficialmente em 2001 por Steve Jobs o iTunes servia como uma loja de CDs digitais que funcionava para os usuários da Apple, a qual esses podiam comprar o CD digital e fazer o download no próprio aplicativo podendo escutar a música livremente. Este novo formato comercial mudou completamente o consumo da música. Se estabelecendo completamente como novo padrão de vendas. O formato de vendas através do iTunes se consolidou tanto que foi colocado como medidor de sucesso entre os artistas, aqueles que tinham mais downloads estavam entre os mais ouvidos se tornando os mais aclamados. O iTunes juntamente ao Spotify, o qual será abordado adiante colaboraram implicitamente para o declive do consumo dos CDs físicos mundo a relação entre a música e visual presente no encarte impactando na forma ao qual o consumidor consome e assimila a obra.

Alguns autores sublinham o fato de que "as mudanças que afetaram a esfera do consumo musical quando as atividades relacionadas à música digital começaram a passar através da tela do computador geraram uma sensação de perda de significado e valor cultural em torno da experiência musical" (MAGAUDA, 2011, p. 29)61. Este senso de volatilidade torna-se parte integrante da retórica que propaga a morte do álbum fonográfico no contemporâneo, considerando a desmaterialização da música no cenário digital um dos principais pontos de ruptura na história desta forma cultural. No entanto, ao considerar o álbum apenas enquanto uma materialidade tecnológica desprovida de um contexto cultural, social e econômico, perdemos a chance de analisar as continuidades deste modelo estético no estágio atual de desenvolvimento da indústria. (DALLA VECCHIA, pg 60, 2020).

É interessante ressaltar que mesmo a visualidade do álbum ou singles tendo sido reduzida ao visual digital, se desprendendo da materialidade do CD, esta ainda assim se mostrava relevante. O lançamento do iTunes não parou completamente a comercialização da pirataria, até porque ainda não era acessível para todas as pessoas. Com isto muitos recorriam a arquivos MP3 presentes na rede. Entretanto, os arquivos originais lançados na plataforma da Apple possuíam a capa do álbum, ou single, presentes no arquivo e, dependendo do modelo do aparelho ao qual a música seria executada, a visualidade estava presente enquanto a música era reproduzida. Mas se o arquivo fosse baixado de fontes externas de forma não licenciada podia ocorrer da visualidade não vir junto ao arquivo, ou vir uma capa completamente diferente da original, o que causava certo incômodo e frustração aos ouvintes fãs de um determinado artista.

Em 2008 surge o Spotify, um serviço de streaming de música concorrente do iTunes, mas, neste caso, o consumidor paga para usufruir da plataforma podendo ouvir qualquer música, se não pagar segue ouvindo as músicas como na proposta do iTunes. Entretanto a ideia não foi aclamada de imediato. Apenas em 2014 com a adesão constante da Netflix, os serviços de streaming passaram a ser mais utilizados. Diante deste cenário, e também pela crise financeira da época, o iTunes perdeu cada vez mais assinantes. Foi então que na tentativa de recuperar os assinantes a Apple anunciou um álbum novo completamente de graça para todos os usuários do iTunes, entretanto não poderia ser um álbum qualquer ou escolhido pelo consumidor. Na parceria com a banda irlandesa U2 a Apple, juntamente com a banda, ofertaram o álbum "Songs of Innocence" como brinde na plataforma. Contudo o que era pra ser uma campanha positiva, acabou se tornando o completo oposto, uma vez que a campanha tirou o poder de escolha do público, praticamente os obrigando a consumir o álbum, pois também não havia a opção de deletá-lo. O álbum foi recebido massivamente com rejeição sendo comparado a um spam, sendo visto como invasão de privacidade (PINHEIRO, 2019). Essa jogada de marketing extremamente falha foi uma das pilares causadores da queda do iTunes e da consolidação das plataformas de streaming como o Spotify no consumo da música.

Após percorrer a trajetória histórica da visualidade nas configurações da música, faremos o caminho oposto ao discutir brevemente a trajetória da visualidade na música com o advento do videoclipe e seu impacto por meio da sinestesia.

Ao final do século XIX criada pelos irmãos Lumière, surge o cinematógrafo, o qual foi o primeiro dispositivo capaz de capturar e registrar o movimento em um filme, através de procedimentos semelhantes à fotografia, dando início a história do cinema. (DALLA VECCHIA, 2020). Porém a invenção não permitia a captação de som em sincronia à imagem, por isso até o século XX os filmes exibidos nos cinemas eram mudos. Contudo apesar da captura do som em sincronia não ser uma possibilidade, isto não excluiu a música do filme. Desde o início da era do cinema, a música tem sido elemento de apoio para a visualidade. Durante a exibição desses filmes mudo havia músicos tocando ao vivo nas salas de cinema para ambientar sonoramente as imagens reproduzidas na tela, remetendo às sensações expressas pelas imagens, potencializando a experiência do espectador, inserindo-o na atmosfera do filme. Porém os custos para manter esse formato eram muito altos impossibilitando a reprodução deste modelo em larga escala (SOARES, apud. BACCILE, 2022).

Em 1926 surgiu o vitaphone, tecnologia desenvolvida pela Warner Bros, que permitia a captura simultânea de imagem e som, impulsionando o cinema com o lançamento histórico do filme chamado "*O Cantor de Jazz*" (1927) o primeiro filme com som, o qual a música é um dos principais elementos para a construção do enredo (SILVA, 2020 apud. BACCILE, 2022.). Acontece a revolução histórica, no campo da cultura e do audiovisual, que mudou completamente a percepção das imagens sob o olhar do espectador, expandindo a correlação sinestésica entre som e imagem (SOARES, 2008, apud. BACCILE, 2022). Na minha concepção, até aquele momento em 1926 o som se caracterizava como um elemento adjacente às imagens, um adereço externo capaz de induzir sentimentos às imagens, entretanto, com o lançamento do filme *O Cantor de Jazz* abriu-se uma nova oportunidade à qual a música faz-se parte do enredo como elemento fundamental de conexão para dar sentido ao filme e não mais como um adereço ambiental a visualidade.

O advento da indústria cinematográfica é um momento histórico que revolucionou o entretenimento e a maneira como a sociedade consome os produtos culturais. Isso se deve, entre outros fatores, à inauguração do audiovisual como o conhecemos no período contemporâneo, abrindo portas para as inúmeras possibilidades de criação de espaços artificialmente construídos, por meio da relação entre som e imagem (SOARES, 2008b). Neste contexto, parece-nos primordial ressaltar que a indústria cinematográfica se consolidou em torno de um circuito situado nas salas de projeção, levando o público a deslocar-se até o cinema e comprar ingressos para a sessão que desejasse assistir. Tal fenômeno moldou uma prática sociocultural de espectatorialidade específica e instaurou uma fruição audiovisual inédita, ambas atreladas "ao cinema narrativo clássico desenvolvido nas primeiras décadas do século XX" (DALLA VECCHIA, 2020, p. 66). (BACCILE, 2022, p. 5).

1.3 IMAGEM E SOM NA VIDEOGRAFIA AUDIOVISUAL

O lançamento do filme *O Cantor de Jazz* foi não só uma revolução na história do cinema mas fundou uma nova categoria de filmes, sendo essa a categoria dos filmes musicais, uma vez que trazia a música como parte importante do enredo. (DALLA VECCHIA, 2020). A captação do cinema musical permitiu a captação de músicas as quais não necessariamente estavam em um enredo cinematográfico, abrindo espaço para o início dos shorts films.

Na década de 1920 os shorts films se caracterizavam por pequenas filmagens entre três a oito minutos de apresentações ao vivo dos mais diversos cantores com a finalidade de divulgação de seus trabalhos. Estas filmagens eram acopladas no início dos materiais originais dos filmes para serem exibidos assim como os trailers, potencializando um consumo musical aos espectadores daquele filme, atrelando as indústrias fonográfica e cinematográfica (BACCILE, 2020).

As tecnologias que englobavam a reprodução de som em associação às imagens ficaram cada vez mais avançadas. Em 1940 surgiu o soundie um aparelho semelhante a jukebox porém com uma pequena tela a qual se permitia assistir a performances das músicas tocadas. O aparelho foi tão popularizado e aclamado que se consagrou como uma das primeiras experiências audiovisuais em massa que uniam a visualidade de imagens a som de músicas (HOLZBACH apud. BACCILE, 2020). Apesar do grande sucesso o soundie não durou muito, porém seu impacto foi tão grande que evidenciou o quanto a sociedade se apegou ao consumo de música atrelado ao audiovisual. O consumo de música atrelado à visualidade estava bem estabelecido, mas foi em 1940 com a entrada de números e shows musicais na televisão aberta em programas estadunidenses que se deu início ao grande impacto no consumo audiovisual. A invenção dos televisores foi tão bem recebida pelo público que rapidamente tomou conta dos lares de todo país, uma oportunidade imensa também para empresários e grandes indústrias que poderiam anunciar seus produtos neste novo meio comunicativo. O avanço das TV foi tão crescente que na década de 50 se expandiu a criação de canais por assinatura e em 1980 se consolidou este novo formato, sendo ofertados conteúdos exclusivos para assinantes mensais (BACCILE, 2020). Foi nesse formato que surgiu a grande precursora do audiovisual, a MTV.

Lançado em 1981 nos Estados Unidos, o canal televisivo Music Television (MTV) surgiu com o objetivo de ser um canal televisivo imersivo da música, uma inovação na história do audiovisual. Principalmente no cenário musical mais jovem da época, o qual não tinha espaço dentro das rádios em função de sua obsolescência. (BACCILE, 2020). O surgimento do canal televisivo aliou as rádios ao televisor, funcionando quase como um rádio com imagens, exibindo videoclipes ininterruptos como uma playlist através de uma identidade visual jovem e ousada. (DALLA VECCHIA, 2020). Com este formato o canal foi grande responsável por alavancar o consumo da música no mercado fonográfico principalmente entre os jovens da época.

Responsável por consolidar grandes nomes da música como Madonna e Michael Jackson, o canal televisivo ganhou cada vez espaço entre o público ditando tendências como os artistas mencionados se estabelecendo como principal meio de promoção de um álbum de música, sendo comum vincular uma das faixas exclusivamente ao canal televisivo (BACCILE, 2020). A partir desta configuração surgiu um dos maiores fenômenos do audiovisual, o clipe de thriller de Michael Jackson. Lançado em 1982, o álbum de mesmo nome do artista foi um dos mais aclamados durante seu lançamento, ocupando o topo das mais ouvidas da Billboard. Contudo, meses depois o álbum teve uma queda brusca de ouvintes, então para promover o álbum a gravadora sugeriu mais um clipe. Inicialmente a faixa Thriller não era bem aceita, pois os empresários do artista não creditavam seriedade na música. Contudo, influenciado pelo filme *"Um lobisomem americano em Londres"* (1981), dirigido por John Landis, Michael insistiu na ideia trazendo o próprio diretor de cinema para dirigir seu clipe, prática não muito usual da época, surgindo assim o curta-metragem de thriller. Consagrado como o clipe mais caro da história na época, desembolsando quase 1 milhão de dólares para produção. O mesmo estreou na MTV em 1983, levantando questões polêmicas sobre se tratar de um clipe com monstros. Aliado a produção visual de qualidade e conceitos bem estabelecidos, o videoclipe de thriller foi um grande sucesso chegando a vender mais de 100 milhões de cópias no álbum de mesmo nome (DALLA VECCHIA, AGÊNCIAS, 2020, 2022). O videoclipe de Michael Jackson foi um marco para o audiovisual pois a qualidade e o comprometimento de sua produção revertido na grande aclamação do público comprovou que a visualidade e coesão quanto ao conceito da obra é de suma importância para imersão do público com arte.

Com o advento da internet a televisão foi cada vez mais perdendo espaço, principalmente entre o público jovem. Com isso, a chegada de sites endereçados ao consumo de música e suas visualidades também foi inserido no meio virtual como a plataforma de vídeos Youtube lançada em 2006. A chegada da plataforma teve um grande impacto dentro da música, remodelando os padrões de consumo e divulgação. Antes, na MTV, os clipes eram exibidos de maneira ininterrupta sem o controle do espectador, com a plataforma YouTube o usuário tem a possibilidade de escolher os clipes aos quais assisti dando lhe muito mais autonomia. O crescente acesso à internet popularizou ainda mais o Youtube, fazendo a plataforma se tornar um dos principais meios do consumo da música, interferindo inclusive nas vendas das plataformas digitais como o Itunes, já que era mais fácil e acessível baixar as músicas em mp3 direto da plataforma de vídeos. A partir disso a MTV perdeu completamente o espaço de canal televisivo exclusivo de música passando a adotar outros conteúdos à sua programação como programas de comédia e reality shows, consolidando o Youtube como principal meio de divulgação de videoclipes. (DALLA VECCHIA, 2020).

Em 2023, percebo dentre os jovens cada vez menos o consumo de vídeos e de videoclipes, principalmente dentro da plataforma do Youtube, a qual se globalizou tanto a ponto de infectar a experiência da arte com propagandas, obrigatorias no início e até no meio de seus vídeos. A chegada de outras plataformas de vídeo como o instagram e o tiktok, as quais priorizam o consumo e entrega rápida de conteúdo, também tiveram grande influência na diminuição do consumo de videoclipes e na desconceitualização da identidade visual de um álbum. Alguns artistas superaram essa barreira da plataforma, unindo a tecnologia à arte de suas obras audiovisuais, como no caso da cantora hispânica Rosalia, fato abordado brevemente no capítulo 3 deste trabalho.

No meu entendimento, a respeito dos tópicos abordados neste capítulo, a visualidade em conjuntura com o som é de suma importância para que o receptor possa por meio da sinestesia se inserir completamente na experiência artística. Ao meu ver, também exemplos como thriller de Michael Jackson ressaltam a importância da conceitualidade de um projeto audiovisual estabelecer uma narrativa, um propósito para qual o público é direcionado, consolidando o formato como arte além de conectar a obra com o consumidor. Dito isto, é necessário introduzir a conceitualização do projeto URBANIZE para fins de compreensão e validação do próprio projeto, conceitualização esta elaborada no capítulo seguinte

2 SÉR URBANO

20

Com o intuito de compreender melhor a temática estética do projeto do álbum foi necessário tomar consciência das temáticas conceituais à qual o projeto visual se debruça. Neste caso o URBANIZE destaca o conceito de urbanidade, isto é, alguns desafios e problemáticas de se viver em espaços metropolitanos. É necessário esclarecer que este capítulo, bem como este trabalho, não tem a finalidade de propor soluções ou discutir a fundo sobre temáticas tão complexas aqui pontuadas, mas sim contextualizar e sobretudo despertar o pensamento crítico.

O termo urbanidade pode ser compreendido como a qualidade ou condição de ser urbano, como um conjunto de formalidades e procedimentos que demonstram boas maneiras e respeito entre os cidadãos; afabilidade, civilidade, cortesia. A razão dos comportamentos adequados é evitar conflitos para promover um ambiente amigável, que viabilize a cooperação, a identificação com o meio de trabalho, como fator de gratificação individual e coletiva, contribuindo para a produtividade local (DANTAS, 2019). O conceito de urbanidade, portanto, se refere ao modo como os espaços da cidade acolhem as pessoas. (LIDEN, P. 108, 2022).

Para introduzir este capítulo recorro a própria definição do adjetivo "urbano" o qual refere-se a pertencer à cidade. Ressalto ainda a definição de "urbanidade", na qual está em foco o relacionamento entre cidadão e cidade, introduzindo regras sociais de convívio como cortesia e civilidade. Nessa relação é possível perceber como o espaço acolhe as pessoas, ou seja num espaço urbano é social e moralmente esperado que o cidadão se porte de maneira cortês e civilizada a fim de não comprometer a convivência e a produtividade dos outros moradores. Contudo ressalvo que a urbanidade tem suas controvérsias, ou seja, as relações da cidade com seus habitantes difere-se de acordo com classe social, etnia e gênero, sendo que parte dessa população é frequentemente tratada com descaso pelos órgãos públicos, pelo governo. Descasos estes evidentes muitas vezes na própria geografia da cidade, onde a população menos favorecida economicamente se concentra nas periferias ou em bairros suburbanos. A configuração da metrópole concentra a maior parte das ofertas de trabalho nos centros e bairros mais ricos, uma configuração que impede o habitante mais pobre de morar perto do seu trabalho, obrigando a deslocamentos onerosos, tornando a locomoção caótica e muitas vezes inviável. O trabalhador, proveniente dos bairros mais distantes, se encontra em uma jornada diária de deslocamentos para os centros urbanos, se sujeitando ao transporte público e seu descaso, perdendo horas para chegar ao seu destino.

Como consequência do cenário acima descrito, viver nas cidades torna-se uma jornada de idas e vindas do trabalho, da escola, do laser para o lar. Mas também destaco outro cenário metropolitano que se apresenta na exclusão de pessoas, no distanciamento afetivo por meio da arquitetura hostil e de conceitos de George Benko como a hiper-globalização ou geografia de lugar nenhum. Além destes cenários brevemente discorridos, ressalto ainda o impacto direto e indireto na saúde mental do cidadão urbano. Consequentemente, a resposta defensiva deste cidadão afetado pelas questões da cidade se expressa no instinto de sobrevivência, desprendendo-se da cordialidade e da civilidade ressaltadas na definição de "urbanidade". Com isto na proposta de trazer reflexão ao assunto a ser tratado ao longo deste capítulo, trago como título a reflexão do "ser humano" no contexto hostil da metrópole, o "ser urbano".

2.1 AS MARGENS DAS CIDADES

Ao percorrermos as ideias conceituais é necessário que tenhamos conhecimento que as problemáticas tratadas neste capítulo referem-se a problemáticas vivenciadas em grandes cidades. Problemáticas estas ocorridas pelo desenvolvimento das próprias cidades. Refere-se aos grandes centros urbanos pelos quais passaram por grande crescimento económico e social (BENKO, 1994) ressaltadas pela minha experiência e perspectiva como jovem estudante, trabalhador de uma grande metrópole.

O desenvolvimento das grandes cidades muitas vezes é provocado por fatores históricos, entretanto a progressão histórica de seus avanços não é a questão central deste trabalho. Porém há pontos principais que caracterizam grandes centros urbanos. A industrialização e a globalização tem reflexos diretos no crescimento de uma cidade. A chegada da indústria remonta toda uma estrutura capitalista de obtenção de recursos, produção e comercialização em massa que afeta o mercado financeiro em geral, favorecendo o desenvolvimento da região. Seja por meio da vantagem corporativa que gradualmente transforma a cena regional em aglomerações industriais, das altas demandas e comercialização dos produtos dessas empresas ou até mesmo por meio da própria configuração da divisão do trabalho, a qual diferentes fases do processo de produção são ligadas diretamente a diferentes espaços físicos nas cidades. Isto é, as funções especializadas e direcionais ocupam os centros, já funções repetitivas que não são necessárias grandes especializações as quais requerem grandes mão de obra são relacionadas às periferia (BENKO, 1994). Ou seja, a configuração metropolitana implementada

pelo sistema das grandes indústrias se auto sustenta por meio do êxodo populacional. Uma vez que é necessário migrar de regiões, geralmente rurais, mais empobrecidas na tentativa de buscar melhores empregos em regiões às quais as indústria se faz presente, os centros urbanos recebem essa migração e permanecem em constante ascensão e desenvolvimento. Os recém chegados, muitas vezes não qualificados, são naturalmente direcionados para a periferia dessas cidades. (BENKO, 1994). Podemos evidenciar a configuração dessas cidades presenciando êxodo que acontece no início e ao final do dia, a medida que o morador de zonas remotas subjugado a posições inferiores no mercado de trabalho ou até o estudante sem acesso pleno ao centro detentor de cultura e educação, percorre uma longa jornada de suas moradias aos centros e vice e versa.

O crescente desenvolvimento das grandes metrópoles carrega consigo o conceito de cidade global, que consiste em cidades que concentram grandes níveis de influência internacional em contexto capitalista moderno, as tornando centros geográficos privilegiados. (BENKO, 1994). É importante explicitar que essas cidades existem no contexto capitalismo moderno, pois desde do início do processo de estruturação das cidades atuais as fontes de poder e influência evoluíram e evoluem para níveis cada vez mais abstratos. Isso significa que enquanto nas situações discutidas anteriormente a relevância das cidades era definida apenas pelas indústrias que nelas operam, em um mundo globalizado ela é definida pela quantidade e potência das indústrias e empresas cujas funções de comando e serviço são sediadas nessas cidades, mas que não necessariamente produzem nelas. (BENKO, 1994).

Nesta nova conjuntura de cidades globais a estrutura desenvolvida para a operação das indústrias se torna obsoleta, já que agora o poder é concentrado pelas funções de comando do processo de produção e pelos setor de serviços. Essa obsolescência, do local de trabalho para a fábrica vazia, do ambiente produtivo para o ambiente corporativo, da indústria nacional para indústria global (que não é de lugar nenhum) contribui para uma perda de identidade do ambiente urbano. O que nos conecta com o próximo tópico de configuração das metrópoles, a hiperglobalização ou geografia de lugar nenhum.

À medida que a hiperglobalização ocorre seu espaço configurado antes pelas indústrias perde completamente o sentido, pois não é necessário produzir no local para aderir os produtos produzidos. E para que esses produtos sejam comercializados em escala global eles precisam atender a todos, neste caso o produto perde sua identidade primordial para uma identidade neutra sem expressividade. Um caso evidente disso se expressa na própria arquitetura, um exemplo o centro da cidade Rio de Janeiro antes colônia de Portugal detinha matéria prima fornecidas diretamente de lá, possuindo arquitetura portuguesa evidenciadas nas formas dos prédios e nos azulejos. Após a globalização o centro se neutralizou em prédios modernos os quais os materiais da arquitetura são de diversos locais que é quase impossível identificar a identidade da arquitetura, colocando os antigos azulejos portugueses como peças obsoletas e sem sentido.

Os espaços urbanos perdem cada vez mais suas identidades à medida que se globalizam na tentativa de imitar ou se equipara a outras cidades globais, tomando como referências cidades que concentram grandes poderes de capital tal qual cidades norte-americanas como Nova York ou Las Vegas. Cidades estas as quais subjugam o cidadão apenas como consumidor ativo, transformando a cidade menos acolhedora ao cidadão e mais produtiva para o capitalismo. Parte da exclusão dos cidadãos nas configurações destas cidades se dá pelo fato que em grande maioria são formadas por grandes avenidas as quais as calçadas desapareceram quase que totalmente, obrigando o cidadão a se tornar consumidor ativo comprando um carro para se locomover, pois o acesso o transporte público se tornam inviáveis seja pelo sucateamento ou pelo itinerário que faz com que o cidadão espere horas para se locomover. (Referência livro jornadas de trânsito). É possível observar resultados desta globalização novamente no Rio de Janeiro em bairros como a Barra da Tijuca e São Conrado. Em específico a Barra da Tijuca formada por uma avenida extensa a qual também se configura na necessidade de veículos privados, inibindo a mobilidade pública e consequentemente a heterogeneidade. Pois o descaso do transporte público é evidente em seu sucateamento e sua baixa disponibilidade. Ainda assim, a Barra da Tijuca esbanja em suas avenidas, lojas e condomínios luxuosos evocando a configuração norte-americana de poder aquisitivo centrado no bairro, o status para moradores da região. (Referência livro jornadas de trânsito).

A urbanidade dos espaços tem sido atribuída a muitos fatores, os quais dizem respeito à relação espaço/pessoa. Para serem bem sucedidas, as cidades precisam de espaços atrativos. Para serem atrativos, estes espaços precisam de identidade e uma imagem que os conectem às suas comunidades e que ajudem a atrair novos residentes, empresas e investimentos. Mas sobretudo, eles precisam atrair pessoas (PROJECT FOR PUBLIC SPACE, 2016). Ainda, tanto Jacobs (2009) como Whyte (2001, 2009), já concordavam, nos anos 1960 e 1980, que pessoas atraem pessoas. Logo, a importância dos elementos urbanos para atrair pessoas no espaço urbano é evidente, uma vez que estas intervenções impactam na forma como as pessoas percebem a cidade e são atraídas para o espaço público. No entanto, as pessoas às vezes estão tão acostumadas a ter esses elementos que compõem a cidade por perto que nem percebem o papel que eles desempenham em sua vida cotidiana (LIDEN et. al, P.106, 2022).



Figura 1: Le fotografie dipinte di François-Marie Banier, 2013
Disponível em: <https://www.collater.al/francois-marie-banier/>

A perda de identidade nos grandes centros urbanos tem ação direta na identificação do cidadão com a cidade, uma vez que a falta de elementos e acesso básico como a sinalização voltada aos pedestres, coberturas nos pontos de ônibus e calçadas mais acessíveis inibem essa identificação. Cidades parecidas umas com as outras trazem a sensação de vazio, e não pertencimento, uma vez que fica evidenciado que o que importa é sua relação de consumo o habitante urbano se transforma apenas em consumidor, transformando a cidade para produtos e não para pessoas. Aspecto que transforma a cidade em lugar nenhum.

Durante os ensaios fotográficos deste projeto foram obtidas imagens as quais evidenciam aspectos sobre a geografia de lugar nenhum, colocando-as em pauta para discussão e observação no comparativo das imagens de referências na elaboração do URBANIZE com as fotos produzidas nestes ensaios.



Figura 2: Passagem ao muro, Ensaio 2, URBANIZE, 2023



Figura 3: *Fotografia no metrô*, Marcos Pezzani, 2009

Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/supermarke/3946340978/in/faves-annahough/>



Figura 4: *Porta metrorio*, Ensaio 1, URBANIZE, 2023

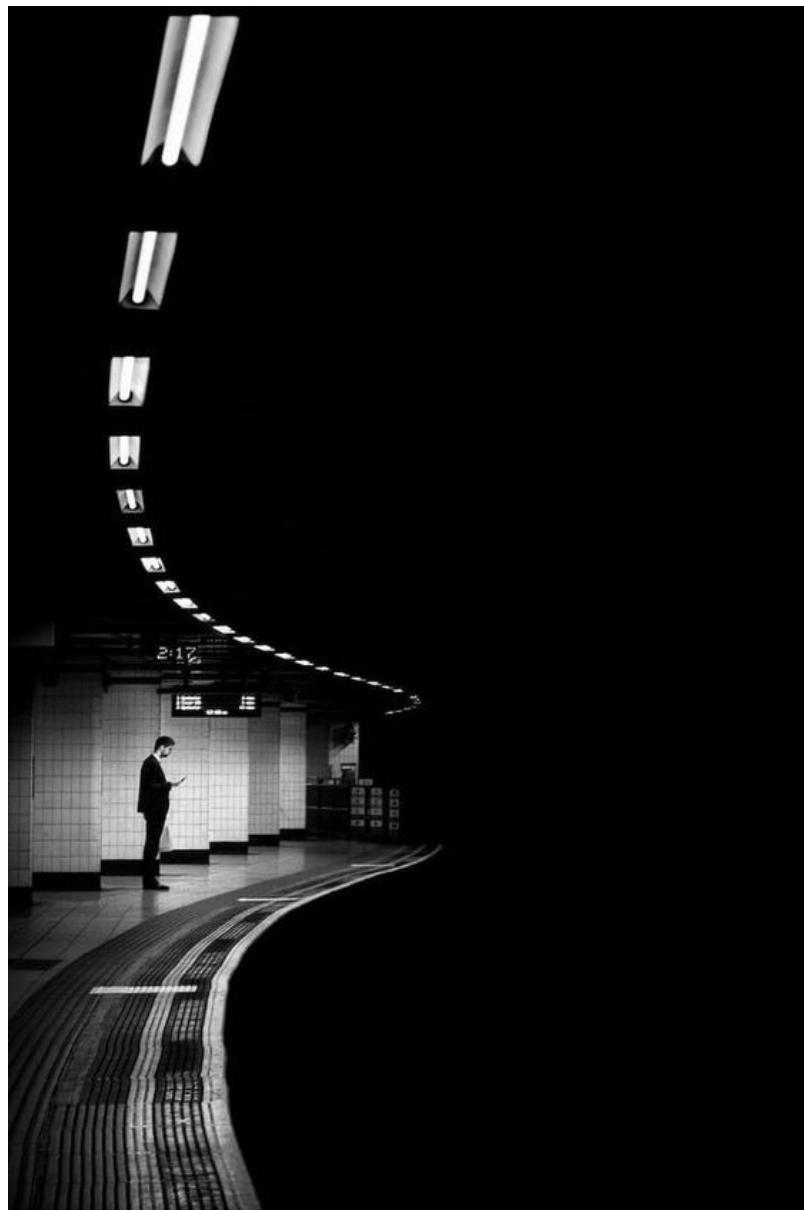


Figura 5: SEM TÍTULO Alan Schaller, 2017
Disponível em: <https://mymodernmet.com/alan-schaller-street-photography/>



Figura 6: Plataforma escura, Ensaio 1, URBANIZE, 2023



Figura 7: foto em tons de cinza de baixo ângulo do edifício alto, John-Paul Henry, 2017 Disponível em:<https://unsplash.com/pt-br/fotografias/foto-em-ton-de-cinza-de-baixo-angulo-do-edificio-alto-zc490PM5CAI>



Figura 8: Predios vista de baixo, Ensaio 2, URBANIZE, 2023

2.2 EXPRESSÕES ARTÍSTICAS URBANAS

A globalização das cidades tende a neutralizá-las de sua identidade visual de modo com que não reconheçamos seus aspectos culturais, uniformizando-as, afastando e reprimindo qualquer aspecto que fuja a regra. O modo de configuração da cidade priorizando carros, limitando a mobilidade urbana e despersonalizando espaços cívicos tende a reprimir e afastar o cidadão urbano de modo com que este não se identifique como pertencente à cidade. (LIDEN, 2022). A despersonalização desses espaços possui lógicas fundamentalistas capitalistas, pois a uniformidade tende a criar uma massa social priorizando desta forma o produto capital produzido pela mão de obra desses cidadãos urbanos. (BENKO, 1994).

Neste cenário tomado pela despersonalização surge a necessidade "gritante" inerente do ser humano de se expressar, retomar estes espaços reivindicando seu direito de pertencer e ocupar lugares. Deste modo possuímos expressões artísticas as quais buscam ir contra esse sistema e se afirmar na sociedade, um destas expressões se manifesta mesmo na arquitetura destes ambientes, como é o caso do grafite e da pichação.

Apesar de ser vinculada ao cenário urbano, o grafite e a pichação não são expressões recentes, pois vista como uma interferência na paisagem, este ato é relatado desde os primórdios da humanidade em pinturas rupestres passando pelo início da civilização chegando até a modernidade (CERQUIZE, 2014). A necessidade de deixar a uma marca no mundo reivindica o espaço como pertencente daquele indivíduo nutrindo o instinto primordial de expressão e conectando o indivíduo ao espaço. Essas interferências no espaço podem ter essa questão de reconhecimento com o espaço como também são carregadas de conotações políticas sociais expressas por meio destas, pois o ato e o grafite e principalmente o piche ressalta as problemáticas sociais de uma sociedade. Isso fica exemplificado no pós guerra através dos protestos estudantis e na década de 1960 e 1970 quando a criminalidade em ascensão marginalizava principalmente os jovens os quais para se reconhecerem enquanto habitantes se organizam em grupos criando sua própria identidade expressa através de símbolos e letras pichado nos lugares com a finalidade dessa expressão

ser reconhecido entre os grupos, ambos ocorridos nos Estados Unidos (CERQUIZE, SILVA, 2013, 2014). O Brasil nesta época estava passando pelos períodos do regime militar, o que nos proporcionou mensagens completamente políticas contra o sistema principalmente por meio das pichações, as quais mantinham o autor em anonimato (CERQUIZE, 2014).

A partir de 1980 as pichações ascendem ao centros urbanos influenciados principalmente pela cultura de clipes e filmes norte americanos, o que inicialmente vincula grande parte do movimento do piche carioca a jovens de classe média, posteriormente se estabelecendo em grupos periféricos e até organizações criminosas como o tráfico e torcidas organizadas. O fato é que essa popularização do piche foi fundamental para a criação de nicho de pichadores e de uma linguagem própria com simbolismos e marcas, fundamentando o movimento do piche para além de uma expressão localizada concretizando como um movimento de "tribo". O movimento do piche dessa forma consegue ultrapassar o status de interferência se consolidando como uma espécie de comunicação no meio urbano, variando inclusive pelo traço como o piche reto e xarpi, visto que cada traço e símbolo pode transmitir uma mensagem codificada entre os grupos (CERQUIZE, 2014). Se estabelecendo como uma forma de comunicação expressiva ao mesmo tempo que interfere nos espaços, o picho expõe a problemática social de identificação com o meio urbano reivindicando o direito de ocupá-los.

A busca de autenticidade, o fascínio pela rua, o protesto pela perda do espaço público, o reconhecimento dos pares e o gosto pelo não permitido ajudam a explicar o que mantém os muros da cidade sempre preenchidos de letras e cores. A pichação de muros, consequência do caos urbano, está em todas as cidades brasileiras, dividindo a paisagem das metrópoles com propagandas e intervenções artísticas variadas. Vistos muitas vezes como "cupins urbanos" por atacarem preferencialmente o que já está deteriorado nas cidades, estão em constante movimento de renovação, dando à atividade um caráter estável e continuado (DE SOUZA, P 16, 2017).

Por se caracterizar de uma intervenção e carregar esse status de comunicação nichada, o piche é socialmente visto como ato de "vandalismo" associado a criminalidade, já que estes grupos são vistos de maneira marginalizada. O grafite entretanto apesar de também se caracteriza por uma interferência na paisagem urbana, este alcança o status de arte, pois apesar de em alguns casos ser uma arte política, o grafite é socialmente aceito principalmente por sua que diferente do picho que é composto por tipografia e símbolos, o grafite se apresenta esteticamente colorido composta por figuras pictóricas facilmente reconhecíveis por qualquer pessoa por mais leiga que essa se apresente. O fato do picho ser socialmente atribuído à prática criminosa ao invés de ocupar o status de arte é intrigante e tem caráter completamente político, isso fica explícito no caso do artista de rua preto paulista João Luiz França. O artista inserido no cenário paulista tem contato com a arte de rua desde os 16 anos, passando pelo piche em protestos e pelo grafite. João ou mais conhecido pelo seu pseudônimo artístico Mia, tem claras referências ao também artista de rua preto Basquiat, artista norte americano que junto com Al Diaz assinavam suas obras por seu pseudônimo Samo (cuja abreviação vem de "same old shit") mas ao adentrar no mundo do grafite passou a assinar suas obras com "samo is dead". Em abril de 2018, Mia planejava pichar a frase "samo is not dead" na fachada do CCB (Centro Cultural Banco do Brasil) de São Paulo em referência a exposição de Basquiat, contudo ao passar pelo Pateo do Collegio, complexo histórico cultural e religioso, local onde foi fundada a primeira construção da cidade, o artista observou inúmeros moradores de rua dormindo sobre a calçada do monumento religioso, e protesto, com intenção de chamar atenção a mesma, o artista escreveu na fachada do monumento a frase "olhai por nous". O ato do artista causou reações de espanto e reprovação sendo visto como "vandalismo", tendo ele que lidar com interrogações da polícia. Em 2019 a foto de sua interferência foi parar sem sua autorização no maior evento de arte da américa latina, a 15^a edição da SP-Arte. Ao saber disso 4 dias antes da exposição o artista cobrou os devidos direitos autorais de ter sua assinatura na obra mais participação de metade dos lucros, contudo suas exigências, o artista decidiu intervir na obra, escrevendo a palavra "negro" sobre o quadro que expunha a foto de sua interferencia, e espalhou diversas notas falsas escritas "República Federativa da Elite, Arte sem valor". Interferência a qual expressa explicitamente o posicionamento da sociedade a respeito de um artista de rua preto cuja arte é taxada como ato de vandalismo mas a partir do momento que a branquitude elitzada reproduz é algo digno de exposição. Apesar de seu protesto a reivindicação de seus direitos expressos na interferência, o artista ainda foi multado por danificar a obra fotográfica, o que ressalta ainda mais as problemáticas sócio-raciais expressas em ambas interferências (STABILE, 2019).



Figura 9: Pichação Urbana, Mia, 2018
Disponível em: <https://medium.com/@Rafabranches/olhai-por-n%C3%B3is-be4447496d4c>



Figura 10: Intervenção, SP Arte, Mia, 2019
Disponível : <https://ponte.org/foto-que-retrata-obra-de-artista-negro-e-vendida-sem-autorizacao-do-autor/>



Figura 11: Cédulas distribuídas na Intervenção, SP Arte, Mia, 2019
 Disponível: <https://ponte.org/foto-que-retrata-obra-de-artista-negro-e-vendida-sem-autorizacao-do-autor/>

Expressões artísticas urbanas tendem a sempre ser associadas a marginalidade e a criminalidade, pois uma de suas principais características, é que esta foge a regra da arte rebuscada, estipulada para agradar a elite, popularizando a arte e suas mais diversas expressões. Para além das artes visuais as expressões rítmicas também são afetadas sob essa perspectiva, como no caso do movimento que influenciou toda a cultura visual do piche, o hip hop.

Por volta de 1969 no bairro de Bronx em Nova York, o hip hop surge como um movimento artístico político se posicionando em prol de mudanças naquele local. Durante esse período os Estados Unidos passavam pelo pós industrialização, o que ocasionou demissão em massa onde a mão de obra foi substituída pela máquina, sendo exigida uma nova mão de obra a qual fosse qualificada para operá-las. Essa demissão atingiu milhares de pessoas especialmente as pessoas pretas do bairro de Bronx as quais foram impostas a realidades miseráveis, sendo agravada também pela desvalorização imobiliária do bairro por conta da via expressa que fora construída em prol do avanço tecnológico. Sem acesso aos direitos mínimos de um cidadão como infraestrutura, moradia, lazer e educação, o bairro se afundou em completo caos, gerando uma forte onda de criminalidade, acesso às drogas e aumento de gangues e quadrilhas as quais competiam pelo o básico como comida e moradia.

Em contraste a essa realidade, muitos jovens organizavam festas pelas ruas do bairro em contraponto a realidade sangrenta do local. Essas festas ficaram tão populares pela região que esses jovens sugeriram abolir o confronto físico e armado por comida, roupas e moradia por confrontos artísticos realizados nessas festas, a qual o vencedor ficaria com o prêmio. Dessa forma surgiram inúmeras expressões artísticas como danças, rimas e até pintura em muros, tudo para promover a melhor performance. Assim surgiram as expressões como o break dance, movimentos de dança quebrados ou robóticos os DJs (instrumentistas com seus toca-discos), os MCs mestres de cerimônias que animavam as festas e junto com os DJs criavam o *rhythm and poetry* (ritmo e poesia) ou como popularmente conhecido o RAP, e responsáveis pela estética visual surge também o grafite e a pichação. Todas essas expressões artísticas são características do movimento Hip Hop em tradução literal "balançar os quadris". Com a consolidação do movimento, surge também a necessidade de expressá-lo, assim o estilo começa a aparecer na moda e no comportamento, a chamada atitude do movimento. Também surgindo a necessidade expressar as problemáticas sociais vividas no bairro, assim o movimento avança aos centros urbanos clamando por justiça social expressa em suas artes, consolidando o movimento como um ato de protesto a sociedade. (FIALHO, 2006). O movimento do Hip Hop foi de grande influência não só para os Estados Unidos como para o mundo, chegando na América Latina sua batida e estilo se mesclou com a cultura se transformando em dois gêneros como o reggaeton e o funk, ambos surgindo de forma também racializada e protestando contra problemáticas sociais vividas em suas realidades. No Brasil o funk surge de maneira muito semelhante ao Hip Hop, em festas os chamados "bailes" que acontecem até então nas periferias das grandes cidades como São Paulo e Rio de Janeiro (MONTEIRO, 2019).

Outro movimento urbano que surgiu se manifestando contra as problemáticas sociais por meio de expressões artísticas foi o movimento Punk. Embora haja bastante discussão sobre seu surgimento há um consenso entre os pesquisadores que o punk surgiu em meados da década de 1970. Período o qual a Inglaterra enfrentava ascensão do conservadorismo ao poder e a recessão econômica, diante desse cenário houveram milhões de habitantes que foram desempregados resultando no crescimento da pobreza, fato que afetou toda a população, especialmente os jovens. A ascensão do conservadorismo não só levou a uma crise econômica mas também a problemas sociais derivados desta como a discriminação e repressão da expressão, levando a uma constante sensação de desamparo. Surge então o movimento punk, manifestando toda a revolta e descontentamento pela situação política social da época. A manifestação e o comportamento revolto se expressava pelas roupas rasgadas e remendadas, artefatos não usuais como alfinetes como acessório, e pelas atitude insubordinada oriunda dos jovens, criando uma identidade própria do movimento, moldando uma cultura. A palavra punk possui diversos significados, dentre eles algo como "vagabundo de pouca idade" ou sendo traduzida até para "lixo" ou "sujo". Pelo visual extravagante e atitude indomável, o movimento chocava a sociedade da época, e acabou rapidamente sendo discriminado, associado a criminalidade e a desordem, fato este que ditou o significado da palavra. Ademais, se tratando de um manifesto contra a sociedade e a política, fazendo críticas a moral, trabalho e a família, o punk foi duramente criticado e desprezado, transformando grupos ativistas em simples baderneiros. Este fato enfraqueceu o punk no final dos anos 70, cuja distorção massificada pela mídia, esvaziou o sentido do movimento, transformando-se em produto comercial apenas estético, gerando repulsa dos ativistas e declarando "fim" do movimento. Contudo nos anos 80 o punk retorna como o Hardcore, que pode ser traduzido como "mais difícil", se apresentando mais político e radical, se posicionando totalmente contra a mídia e contra o mercado. Posicionamento este que levou o hardcore criar seu próprio meio de comunicação, partindo da produção artesanal de panfletos e zines cuja circulação se restringia a membros do movimento. Se posicionando contra o fator comercial e industrial dos shows, o grupo recriou seu próprio festival, conhecido por gigs, executada com instrumentos rudimentares transmitindo todo o som do metal em contraste com o som filtrado produzido nas gravadoras, ressurgindo e complementando toda a cultura do punk. A manifestação rebelde expressas no punk se consolidou não só como uma expressão artística mas também como unificação dos ideais sociais de uma geração, transmitindo-se pela arte e pela comunicação se transfigurando em uma cultura própria, fato que gerou subcategorias como o anarcopunk e o punk-vegetariano ambos envolto em seus ideais manifestando-se pelo punk (GALLO, 2008).

As expressões artísticas principalmente essas citadas oriundas do ambiente urbano sobretudo ocorridas na modernidade são grandes exemplos de artes ativistas, como citadas no livro de Boris Groys, sobre o ativismo artístico, visto que em um cenário de repressão, violência e grandes problemáticas políticas, sociais e econômicas a arte se apresenta como uma ferramenta de poder e de manifestação mostrando a resiliência da arte. Nessa perspectiva a arte é levantada como uma bandeira em favor das justiças sociais, educação e cultura, necessidades básicas do ser humano para que este possa viver em sociedade. Por sua tendência a manifestar de forma voraz e críticas às artes clássicas, esta é geralmente associada à marginalidade e desordem, aspectos exemplificados nos movimentos abordados, principalmente pelo fato da arte de manifestação na modernidade não se debruçar em apoios políticos, e sim em manifestar-se contra esta. O questionamento da validação da arte sendo esta apenas conseguindo tal status quando curada e exposta em um museu, também faz-se presente, uma vez que resalta a discriminação e desvalorização da arte urbana, como no caso do João Luiz França, esta existindo e resistindo intrinsecamente na sociedade sem dependências políticas ou financeiras.

Os artistas ativistas não querem simplesmente criticar o sistema de arte ou as condições políticas e sociais gerais sob as quais este sistema funciona. Em vez disso, eles querem mudar essas condições por meio da arte – não tanto dentro do sistema de arte como fora dele, o que significa mudar as condições da realidade em si. Os artistas ativistas tentam mudar as condições da vida em áreas economicamente subdesenvolvidas, suscitar questões ecológicas, oferecer acesso à cultura e à educação às populações de países e áreas pobres, atrair atenção para a situação dos imigrantes ilegais, melhorar as condições de pessoas que trabalham em instituições de arte. Em outras palavras, os artistas ativistas reagem à aceleração do colapso do estado social moderno e tentam substituir as instituições sociais e ONGs que, por diferentes razões, não podem ou não desempenharão seu papel. Os artistas ativistas querem ser úteis, mudar o mundo, tornar o mundo um lugar melhor – mas, ao mesmo tempo, eles não querem deixar de ser artistas. (GROYS, P 206, 2017).

A crítica da arte como inutilidade e, portanto, moralmente e politicamente problemática não é nova. No passado, esta crítica levou muitos artistas a abandonar a arte como um todo para praticar algo mais útil, algo moralmente e politicamente correto. No entanto, os artistas ativistas contemporâneos não estão com pressa para abandonar a arte; em vez disso, eles tentam tornar a própria arte útil (GROYS, P 207, 2017).

Como design o presente trabalho ainda deve seguir sua forma função e deixar o projeto atraente e reproduzível, contudo como manifestação artística este não pode se desvincular de seu papel como arte ativista de manifestação. A dualidade entre produto e arte a priori parece discrepante entre elas, porém segundo Groys a arte e o design podem se aliar no contentamento do status quo, isso fica bem exemplificado no capítulo seguinte o qual aborda a relação dos conceitos artísticos em um álbum de música.

3 A SONORIDADE DE QUEM NÃO PERTENCE

Expressões artísticas e culturais de um determinado recorte da sociedade também se apresentam em uma produção audiovisual como um álbum musical. A manifestação da cultura na produção deste é em um grande fator para identificação do receptor com o mensageiro, neste caso respectivamente o público alvo e o artista (CARVALHO, 2008). Uma vez que este receptor vai perceber por meio da sinestesia conexão da música com a visualidade por meio das expressões culturais sonoras e visuais presentes naquele trabalho gerando identificação com o álbum. Por essas e outras razões a serem discorridas, ao meu ver a construção visual faz parte inerente da concepção de álbum de um artista audiovisual.

3.1 ÁLBUM E A IDENTIDADE VISUAL

Devido ao novo formato de comercialização na indústria musical, criar uma marca, neste caso o artista e uma identidade visual em torno de sua obra é extremamente importante para que este impulsione sua arte como produto (BACCILE, 2022). Essa estratégia usa da sinestesia contendo conceitos e narrativas socioculturais para gerar engajamento acerca de seu trabalho, colocando-o em evidência e comercializando nas grandes plataformas de stream musicais como spotify, youtube, apple music entre outros.(DALLA VECCHIA, 2020). Ademais a divulgação do trabalho por meio de apresentações performáticas elaboradas juntamente ao conceito temático do álbum e repetitivamente das músicas fixam a ideia o conceito e a sonoridade do álbum no subconsciente do consumidor deste. A circulação por meio das plataformas de streaming e das redes sociais tornaram o acesso a música muito mais democrático e inclusivo (DALLA VECCHIA, 2020). Essa inclusão combinada com uma forte construção de imagem sobre o trabalho do artista, pode resultar em grande reconhecimento para o artista como o caso da cantora Rosalia que será abordado adiante

Este modelo de comercialização também traz engajamento para a arte, como é o caso da banda britânica Florence + The Machine. Em seu terceiro álbum de estúdio chamado *How big How blue How beautiful* lançado oficialmente em 29 de maio de 2015, o qual a banda traçou em seu trabalho audiovisual combinando música e vídeo, uma estratégia de divulgação em partes. A propagação do álbum se deu a partir de vídeos liberados semanalmente na plataforma de vídeo do youtube, construída a narrativa em capítulos aos poucos. A cada semana um capítulo novo lançado contendo a fotografia e a narrativa do trabalho, as quais expressavam o olhar pessoal da cantora juntamente à traços socioculturais, estimulou a expectativa dos fãs ao seu trabalho, possuindo a cada semana mais visualizações. Ao final da divulgação a banda agrupou os vídeos transformando o álbum em visualidade e cinematografia com um conteúdo profundo e coeso com capítulos puramente audiovisuais, ao qual retomaremos a discussão ao decorrer deste capítulo. (DALLA VECCHIA, 2020).

Um processo semelhante ocorreu com o álbum conceitual da cantora Rihanna. A artista vinha trabalhando com grandes cantores e compositores de renome como Paul McCartney e Kanye West, lançando inclusive uma música em colaboração com estes artistas. Ao decorrer do ano de 2015 a cantora liberou três músicas, e com elas seus videoclipes, fazendo performances e promocionais das músicas e clipes, contando exclusividade no Tidal, uma plataforma de streaming musical com conteúdos exclusivos a qual Rihanna liberou uma de suas músicas. Tudo levando a crer que seu trabalho seria divulgado em breve, Entretanto em 7 de outubro de 2015, a cantora organizou uma exposição na galeria de arte em Los Angeles o MAMA, a qual divulgaria o nome de seu álbum, o *ANTI*. A partir dali se deu início a uma divulgação de marketing em fases assim como a *Florence + The Machine*. Esse marketing inclusive patrocinado por marcas como a Samsung e a Dior, se deu por via de um site o qual foi elaborado um jogo com 8 cômodos misteriosos ao qual era liberados vídeos esporadicamente como uma conclusão de fase conceituada na jornada musical da cantora. E em 28 de Janeiro antes de divulgar o último cômodo Rihanna lança o álbum, que para a surpresa e até decepção dos fãs da artista, todas as três músicas divulgadas anteriormente não entraram oficialmente no álbum. O *ANTI* surgiu como uma sonoridade inteiramente conceitual totalmente diferente do que a artista já havia trabalhado. Apesar de algumas decepções e estranhamento dos fãs para com o álbum, o projeto da artista foi um sucesso de vendas. Alinhando conceito e marketing para alavancar o seu trabalho.(ALMEIDA, 2017).

Assim correlaciona-se a interdependência entre a identidade de um álbum com as estratégias de marketing. Se o impulsionamento ocorre de forma grandiosa mas também orgânica e coesa com conceitos e estratégias de marketing como divulgações em premiações ou redes sociais, esse artista cativa público suficiente para entrar na Billboard e outras grandes revistas musicais. Como a Pitchfork, uma grande web revista de música conhecida no mundo musical que categoriza principalmente pela coesão da temática e sonoridade de um álbum por meio de críticas e classificação em notas o desempenho artístico e comercial de um álbum. Por tanto a identidade visual e a coesão com a sonoridade tem como objetivo geral ser capaz de construir e consolidar que um artista seja reconhecido e identificado pela arte do seu álbum.

3.2 RITMOS E CONCEITOS VISUAIS

Retomando a discussão do subcapítulo anterior, destaco que a expressão artística cultural de um álbum não se limita apenas ao marketing e consolidação de um trabalho. Mas sim se relaciona diretamente com a arte, a expressão artística e as emoções provocadas no consumidor sinesteticamente ultrapassando a cultura pop se tornado material político. Como exemplo disso se encaixa o álbum *Born This Way* da cantora Lady Gaga (Rangkuti, R., & Hafifah, S., 2022).



Figura 12 e 13: *Lady Gaga, Capa e Contra Capa do álbum Born this way, KNIGHT, Nick 2011.*
Disponível em: encartespop.com.br/2011/05/encarte-lady-gaga-born-this-way.html

Lançado oficialmente em 23 de maio de 2011, o terceiro álbum de estúdio da artista já se iniciou gerando polêmicas, quando na premiação de música Video Music Awards o VMA em 2010 envolta de um vestido de carne crua, decorrente de um protesto à indústria alimentícia, Lady Gaga anuncia o álbum (Myers Owen, 2021). O álbum foi inteiramente composto durante a turnê de seu álbum anterior, o *The Fame Monster* de 2009. O *Born this way* veio para estabelecer definitivamente uma conexão entre a artista e seus fãs, em minha análise essa conexão ocorreu principalmente devido ao fato da cantora elaborar sua obra ainda em contato com os fãs durante os shows, compondo e produzindo suas músicas como reflexo do seu olhar para com os fãs. Em primeiro de janeiro de 2011 a artista revelou os primeiros visuais do álbum, postando em sua rede social uma foto promovendo-o além de poster com a data de lançamento e a data de lançamento de seu primeiro single. (MALHEIROS, 2021).

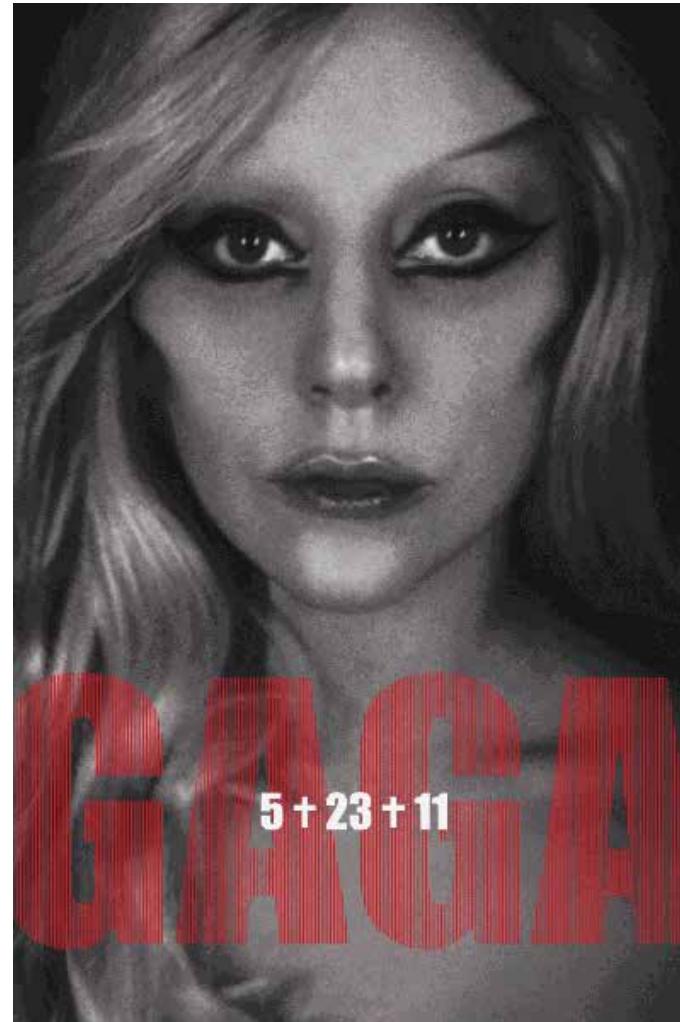


Figura 14: Poster liberado nas redes sociais, KNIGHT, Nick, 2011 Disponível em: <http://www.rdtladygaga.com/born-this-way>



Figura 15: Poster de divulgação do álbum, KNIGHT, Nick, 2011 Disponível em: <http://www.rdtladygaga.com/born-this-way>

Nota-se dois simbolismos importantes nas imagens liberadas. A primeira imagem liberada pela cantora em suas redes sociais é possível notar a figura mítica do unicórnio representada duas vezes, na tatuagem e na jaqueta da cantora, já o pôster de divulgação oficial colado pelas ruas o ícone de cruz utilizado para separar a numeração das datas. Símbolos estes que já apresentavam indícios de um conceito estruturado.

Em 13 de fevereiro a artista lançou seu videoclipe de seu primeiro single do álbum. A faixa título do álbum deixou bem claro o público alvo ao qual o álbum seria direcionado. A música trata-se da auto aceitação e resistência na comunidade LGBT+ ao qual a cantora também se insere. "não importa se alguém é hétero, gay, bissexual, lésbica, transgênero, branco, negro, pardo, cholá ou oriental, que está no caminho certo por ter "nascido assim" (GAGA, 2011). Trazendo questões de políticas sociais, pautas raciais e identidade de gênero, ainda fazendo questionamentos sobre o dogma do cristianismo quando afirma "Deus não comete erros" (Lady Gaga, 2011). para um álbum de música pop em uma sonoridade contagiente e dançante. No videoclipe da faixa a cantora faz um monólogo logo no início como manifesto da mother monster.

Este é o manifesto da Mãe Monstro
 Em T. A. D. G, Território Alienígena Dominado pelo Governo no espaço
 Um nascimento de proporções magníficas e mágicas aconteceu
 Mas o nascimento não era finito, era infinito
 Quando o ventre se abriu e a mitose do futuro começou
 Percebeu-se que esse infame momento na vida não era temporário,
 mas sim eterno
 E assim começou o início de uma nova raça
 Uma raça dentro da humanidade
 Uma raça sem preconceito, sem julgamento
 Mas de liberdade sem fronteiras
 Porém nesse mesmo dia, enquanto a mãe eterna pairava no multiverso
 Um outro nascimento mais assustador aconteceu
 O nascimento do mal
 Enquanto ela se dividia em dois, girando em agonia entre duas forças
 O pêndulo da escolha começou sua dança
 Parece fácil, você imagina
 Gravitar instantânea e inabalavelmente em direção ao bem
 Mas ela se perguntou
 Como posso proteger algo tão perfeito sem o mal?
 (Gaga, 2011).



Figuras 16 e 17: Takes do video clipe da faixa Born This Way, KNIGHT, Nick, 2011 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wV1FrqwZyKw>

Assim renascida em uma nova sociedade de aceitação a cantora e compositora segue com seus visuais extravagantes e exagerados, mas aqui ela vem "deformada" com um ser de outro planeta mencionado em seu manifesto.

Traduzido literalmente "Nasci Desse Jeito", o álbum transmite em todo seu repertório mensagens de empoderamento, críticas sociais, feminismo e contesta a idealização do dogma cristão. Como Government Hooker faixa que faz crítica de como o cidadão é vítima do governo, scheibe que utiliza de um idioma totalmente inventado com encaixe sonoro e rítmico ironizando como os homens escutarem o que lhes convém da boca de uma mulher, e Judas (Myers Owen, 2021). Lançada em 15 de abril de 2011, na semana santa a faixa Judas foi o segundo single promovido pela cantora. Expressando um olhar crítico ao dogma cristão junto a uma perspectiva individual,colocando-se como Maria Madalena, esposa de Jesus e amante de Judas em seu videoclipe, Como afirmo em uma entrevista para o programa americano Last Call with Carson Daly.

'Judas" é uma metáfora e uma analogia sobre perdão, traição, as coisas que o assombram em sua vida e como eu acredito que é a escuridão de sua vida que finalmente brilha e ilumina a melhor luz que há sobre você. Uma vez, alguém me disse: 'Se você não tem sombras, você não está na luz'. A canção é sobre livrar-se dos lados bons e ruins, sobre compreender e perdoar os demônios do seu passado para poder avançar à grandeza do seu futuro. Eu gosto de metáforas realmente agressivas — difíceis, grossas, obscuras —, e meus fãs as comprehendem. É uma metáfora muito desafiadora e agressiva, mas ainda é uma metáfora
(VAN METTER, Lady Gaga, 2011).

O álbum trabalha nas letras profundas com uma sonoridade eletrônica sintetizada e dançante, mas também traz elementos clássicos e delicados como o órgão e o piano em algumas faixas e outras trabalhando instrumentais agressivos e rebeldes como a guitarra. A identidade visual do álbum trabalha com elementos do punk e do gótico desde suas fotografias promocionais até os cenários dos palcos de seus shows. Cenários esses inspirados em um castelo da Transilvânia ao qual a artista performava o álbum como uma peça de teatro segundo a própria (Myers Owen, 2021). Ao meu ver toda a identidade do álbum desde suas canções até suas expressões visuais são reflexos diretos do movimento punk. O punk em seu significado literal "o sujo" ou "vagabundo" se apropria das palavras ofensivas as resignificando como uma rebeldia e auto afirmação batendo de frente com pensamentos conservadores (Gallo, 2008). O que justamente é trabalhado no álbum de Lady Gaga, a rebeldia contra os pensamentos ultra conservadores e a auto afirmações como seres que não pertencem a essa sociedade, dialogando com as pessoas a margem da sociedade padrão cis heteronormativa. Em uma faixa intitulada "Bad Kids" a artista traz essa sonoridade do rock punk se inserido como parte dessa sociedade se apropriando e ressignificando os xingamentos que eram direcionados a ela durante a época da escola, como "imprestável", "esquisita" e até "aberração" usando os como incentivo para suas criações não se limitando a esses julgamentos. (Myers Owen, 2021).

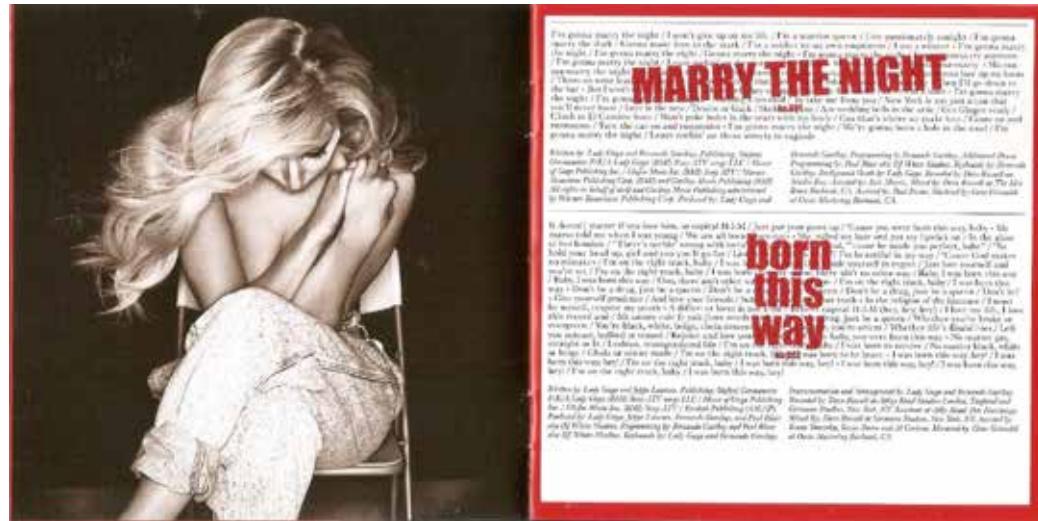
Nós não nos importamos com o que as pessoas falam
Nós sabemos a verdade

Já chega dessa merda de cavalo

Eu não sou uma esquisita, eu nasci com a minha liberdade

Não me diga que sou menos que minha liberdade
(Bad Kids, Lady Gaga,2011).

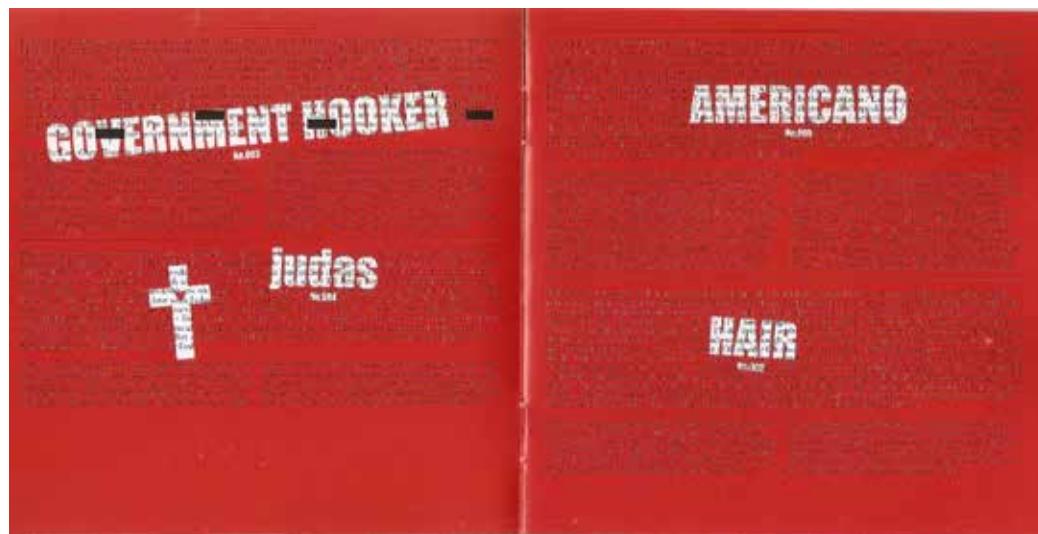
A Identidade Visual do projeto é muito coesa entre si, desde de a capa representada pela figura da moto mostrando sua constante transformação e rebeldia de seu trabalho. Seu encarte usando a fonte impact em seus títulos em contraste com a fonte serifada time news roman, as vezes até dificultando a legibilidade, adjunto a paleta de cores preto e vermelho geram um impacto visual e sensorial extremamente forte. A fotografia de seu encarte e as promocionais seguem o mesmo conceito do álbum se materializando na estranheza, maquiagens bem exageradas, cabelos rebeldes e muitas peças de couro, também presentes nos figurinos de seus shows,ajudam a construir a materialização da sonoridade e percepção de sentidos ao que diz respeito às músicas. Gerando identificação com seu público, já que a própria afirmou em uma entrevista com a Vogue que desejava que seu álbum fosse uma expressão de seus fãs, como um escape da sociedade que os discrimina (METER, 2011).



Figuras 18 : Página 2 do encarte do álbum *Born This Way*, KNIGHT, Nick, 2011. Disponíveis em: <https://www.encartespop.com.br/2011/05/encarte-lady-gaga-born-this-way.htm>



Figuras 20 : Página 4 do encarte do álbum *Born This Way*, KNIGHT, Nick, 2011. Disponíveis em: <https://www.encartespop.com.br/2011/05/encarte-lady-gaga-born-this-way.htm>



Figuras 19 : Página 3 do encarte do álbum Born This Way, KNIGHT, Nick, 2011.
Disponíveis em: <https://www.encartespop.com.br/2011/05/encarte-lady-gaga-born-this-way.htm>



Figura 21: Imagem de vídeo clipe *Judas*, RALBOVSKY, Nick, 2011.
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wagn8Wrmzuc>



Figura 22: Imagens promocionais do single *Hair*, KNIGHT, Nick, 2011.
Disponível em: <http://www.rdtladygaga.com/born-this-way>



Figura 23: Imagens promocionais do single *Marry The Night*, KNIGHT, Nick, 2011.
Disponível em: <http://www.rdtladygaga.com/born-this-way>



Figuras 24: Imagens da Born This Way Ball A, 2012. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/lady-gaga-relembra-os-6-anos-do-inicio-da-turne-born-this-way-ball/>



Figuras 25: Imagens da Born This Way Ball B, 2012. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/lady-gaga-relembra-os-6-anos-do-inicio-da-turne-born-this-way-ball/>

Outro exemplo de um álbum bem construído coeso com seus conceitos expressando visualmente a sonoridade cultural de seu trabalho é o álbum *Motomami* da cantora hispânica Rosalia. Lançado em 18 de março de 2022, o *Motomami* terceiro álbum da cantora carrega consigo uma quantidade enorme de peso conceitual refletidos em suas músicas e suas manifestações visuais (TEMPONE,xx) . Formada em música pela Catalonia College of Music cujo o seu trabalho de conclusão de curso (tcc) foi nada mais nada menos que um álbum inteiramente produzido e referenciado chamado "El Mal Querer" de 02 de novembro de 2018. Álbum repleto de sua influência catalã com o flamenco a qual se especializou a cantora, se dividiu em capítulos para contar sua narrativa assim como citado anteriormente na banda Florence + The Machine (MIRANDA, 2021). Já é de se esperar que a artista tenha propriedade para se expressar dentro da sua arte.



Em seu terceiro álbum seguido de seu projeto de tcc, o álbum experimental *Motomami* carrega consigo uma sonoridade totalmente única, expressando o reggaeton típico da cultura latino americana mas também resgatando e remodelando suas raízes com o flamenco. O que expressa a sua multiplicidade reflexo de suas ascensão no mundo da música (VULCANO, 2023).



Figura 26 e 27 : Capa e contra capa do álbum *Motomami*, Viktor H, 2022. Disponível em: <https://www.encartespop.com.br/2022/06/encarte-rosalia-motomami.html>

O lead single escolhido para abrir a era do novo álbum foi justamente a primeira faixa do álbum intitulada "Saoko". O single de estreia do álbum foi lançado em 4 de fevereiro de 2022 juntamente ao seu videoclipe construindo a sua identidade visual. O clipe da faixa já se difere no jeito em que foi filmado e editado, os cortes rápidos e acelerados trazem a velocidade e dinamismo das motocicletas também presentes no vídeo (LIRA, 2022). Trabalhando com uma sonoridade desconstruída do reggaeton nessa faixa a cantora referencia grandes nomes da música latino americana Daddy Yankee e Wisin. Ao citar em sua música "Chica, ¿qué dices?/ Saoko, papi, saoko/ Saoko, papi, saoko"(Rosalia, 2022) referência o refrão da música "Saoco" uma parceria desses dois músicos. A expressão "saoco" é caracterizada por uma gíria porto riquenha que significa "ritmo excepcional" ou "muito sabor", consolidando sua identidade referenciada na latinidade. (LIRA, 2022).

O projeto da cantora trabalha a versatilidade e dinamismo entre suas faixas, apresentando do rock à bateria de samba, até mesmo dentro de suas músicas. Como exemplo o próprio lead single, a artista faz uma ponte musical estilizada no free-jazz entre as batidas agressivas do reggaeton (SHEPHERD, 2022). Em um dos versos da música, Rosalia faz comparação com a transformação das mariposas com sua metamorfose musical, o que faz a mariposa ser uma iconografia marcada e estampada na capa do álbum (BRÊDA, 2022). Assim a cantora explora essa transformação ao decorrer do álbum inteiro transitando entre gêneros diferentes, mas coesos. Assim como afirma o músico e mestre em comunicação pela UFPE Arthur Lira na revista Continente a respeito da análise do álbum

Se você olhar de perto, as letras giram em torno do mesmo conceito: transformação. Cada uma das frases nas letras das músicas são imagens de transformação. Celebrando a mudança, celebrando o fato de sempre sermos nós mesmos, mesmo estando em constante transformação. Ou até o fato de que somos nós mesmos, mas que nunca, no exato momento em que tudo está mudando", ela afirmou na divulgação de SAOKO. Com um talento incontestável e uma carreira pop que foge do óbvio, Rosalía é uma das atrações internacionais mais aguardadas para este ano no Brasil e promete surpreender seus fãs latino-americanos com seus visuais e referências sonoras provocativas (LIRA, 2022).

A própria capa do álbum refere-se a transformação não só pelo fato das mariposas mas sim pela releitura da obra de Botticelli "O Nascimento de Vênus" traz elementos da modernidade como o capacete de moto contrastando com o clássico da pintura. O título do álbum também não é atoa, *motomami* faz referência ao nome da empresa Motomami SL criada em 2019 dirigida pela mãe da cantora Pilar Tobella, colocando um elo materno dentro do álbum (MATA e AMATO, 2022). Ainda discutindo sobre o título do álbum em entrevista para a revista I-D a cantora explica mais sobre o título do álbum. Afirmando que "MOTO" deriva de uma palavra japonesa para a "força ou mais difícil" que simboliza a parte agressiva e selvagem da mulher, já "MAMI" deriva da palavra espanhola de mãe sendo conectado a natureza e a delicadeza. Ambos lados trabalhados no álbum (OLIVEIRA, 2022).



Figura 28: O Nascimento de Vênus, BOTTICELLI, Sandro, (1445-1510)
Disponível em: <https://www.coladaweb.com/historia/caracteristicas-do-renascimento>

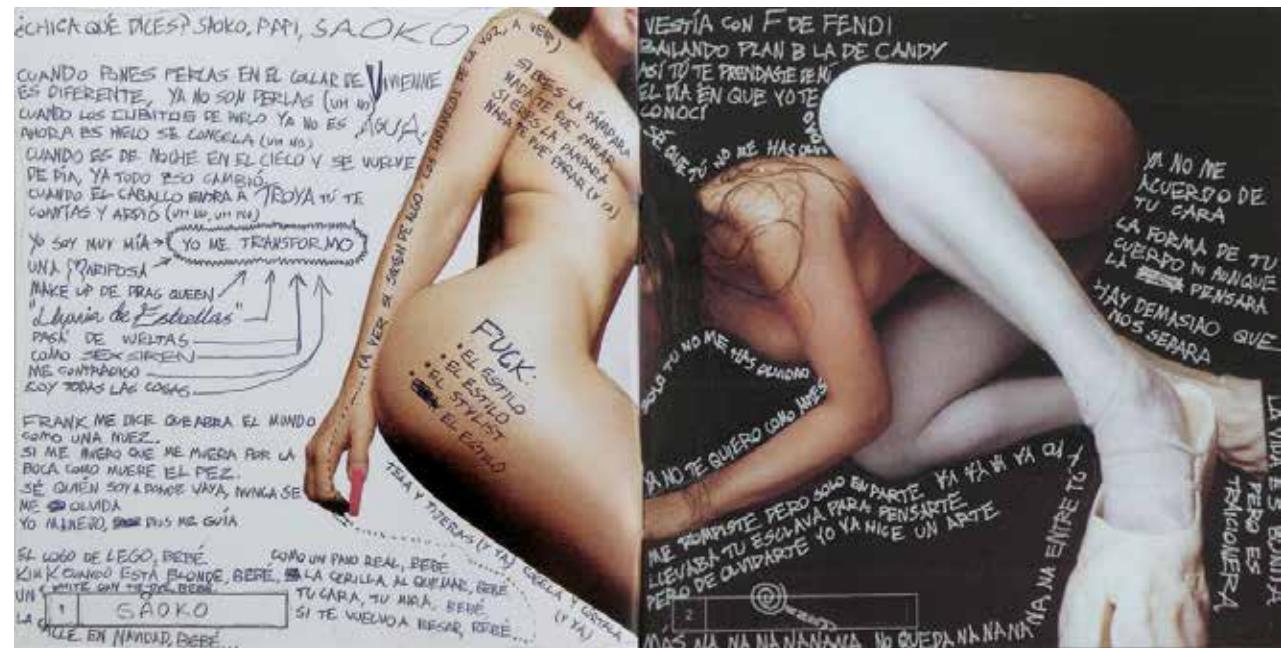


Figura 29 : Página 2 do encarte do álbum Motomami, Viktor H, 2022. Disponível em: <https://www.encartespop.com.br/2022/06/encarte-rosalia-motomami.html>



Figura 30 : Página 7 do encarte do álbum Motomami, Viktor H, 2022. Disponível em: <https://www.encartespop.com.br/2022/06/encarte-rosalia-motomami.html>

Retomando a discussão sobre o marketing aliado à identidade visual, Rosalia se torna referência nesse quesito ao divulgar massivamente o seu trabalho na rede social de vídeos, o tiktok. O a rede social em ascensão durante a pandemia de 2020, se popularizou principalmente entre os jovens, uma vez que dinamizava o consumo de conteúdo e também sua dispersão diferenciando seu algoritmo das outras redes sociais (HUMANI e CONTERA, 2023). A artista entendeu o dinamismo da plataforma como uma oportunidade de impulsionar seu álbum, notando o formato de linguagem, a maneira que se gravava e etc. Rosalia escalou uma equipe de marketing visual gigantesca e produziu uma série de vídeos nos formatos da plataforma e no formato tradicional, lançando em live dentro da plataforma. Os vídeos divulgavam as músicas do motomami com suas coreografias e vocais, intercalando com pausas onde a própria cantora explora o set de filmagem, conversando com a equipe mostrando todos os bastidores de seu trabalho. O formato em que foi gravado foi muito importante para o acesso à linguagem da plataforma, Rosalia grava quase tudo pelo celular de forma vertical onde a câmera segue seus movimentos e quando a câmera muda para o sentido horizontal o espectador vê-se tão envolvido que acompanha o sentido e vira o celular. O dinamismo dessa visualidade atrelado ao envolvimento nos bastidores e o acesso de ver o trabalho da cantora ao vivo em mãos através do celular deu proximidade entre ela e o espectador fazendo este estar inserido no universo criado dentro do seu trabalho. As métricas desse formato foram tão boas que o mesmo foi replicado nos shows durante sua turnê.

Todo trabalho da cantora seguindo a estética de chamada bikecore referenciando os motoqueiros, expressando-se pelos sons das mixados nas músicas, na coreografia remetendo a forma da moto e como a roda da moto se movimenta , nas roupas referenciando o led dos faróis e as placas refletoras dando um impacto visual quando a luz do show bate na cantora. A identidade bikecore foi tão internalizada nesse álbum que se popularizou entre o mundo da moda em marcas como a Versace, Dior, San Laurent, Alexander McQueen entre outras. (MARTINEZ, 2022).

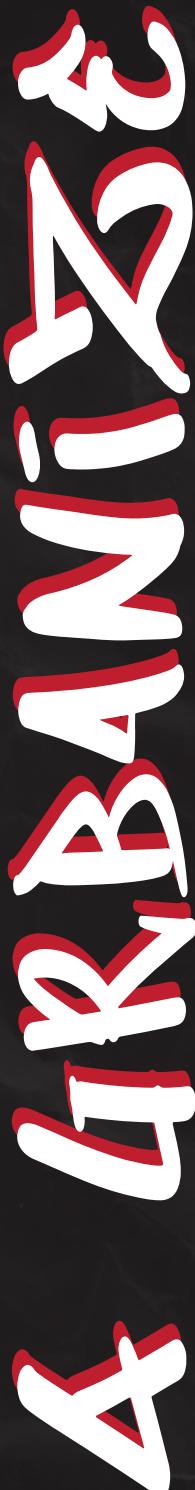
3.2.1 A ESTÉTICA NO ÁLBUM AUDIOVISUAL

A expressão de um conceito artístico pode se construir e se estabelecer através de uma identidade visual, da fotografia e inclusive da videografia. Com isso retomamos a discussão acerca de um álbum audiovisual, abordado anteriormente neste capítulo pela banda americana Florence and The Machine. A concepção visual das expressões musicais através da videografia tem se firmado como um formato de extrema relevância para a narrativa moldada ao redor do álbum, unindo a música e o cinema (DALLA VECCHIA, 2017). A banda Florence and The Machine aderiu esse formato para mostrar os conceitos e narrativas primordiais de seu álbum *How Big How Blue How Beautiful*. Intitulado *The Odyssey* o média metragem se divide em capítulos que mostram a jornada da artista ao decorrer do projeto, abordando temas como inevitabilidade, tristeza e redenção ao decorrer das faixas, costurando uma interligação entre os capítulos a contar uma história (DALLA VECCHIA, 2020). O mesmo acontece no álbum audiovisual *Lemonade* de Beyoncé. Apesar do formato audiovisual já ter sido explorado pela artista no seu álbum anterior, o *BEYONCÉ* de 2013, que levanta temas como o feminismo, a sensualidade e até mesmo a maternidade, o seu álbum seguinte o *Lemonade* carrega consigo uma profundidade ainda maior.

Lançado em 2016 o seu sexto álbum de estúdio intitulado *Lemonade* é carregado de alegorias e visuais conceituais além de expressivas influências culturais. O álbum conta as fases de um relacionamento em declínio vivido pela a própria artista ao descobrir a traição de seu marido, o rapper Jay-Z. Passeando pelos diversos sentimentos vividos pela artista como: negação, raiva, apatia entre outros, cada um concentrados em uma faixa e vídeo, se interligando para contar uma narrativa (COSTA, 2018). Além disso o álbum concentra uma forte influência cultural a respeito de pautas raciais como o feminismo negro, a solidão da mulher negra, a violência policial e direitos civis. Os visuais permeiam a cultura negra dos Estados Unidos. Desde elementos como cabelos e roupas com cores e formas presentes na cultura negra como até a figuração composta majoritariamente por homens e mulheres negros, colocando-os em posição de destaque. (COSTA, 2018).

Assim como vimos anteriormente, a projeção visual de um álbum permite com que o espectador adentre nas narrativas e conceitos expressos no trabalho. O formato de um álbum audiovisual expande essas possibilidades criando narrativas lineares e coesas dentro de uma obra fonográfica, se concretizando como uma experiência ainda mais imersiva (DALLA VECCHIA, 2017).

Como os exemplos, muitos artistas criam identidades para seus trabalhos a partir do conceito ou da melodia. Neste trabalho será desenvolvido um álbum com sua identidade visual a partir das sensações visuais geradas pelas músicas. Construindo uma sonoridade coesa com seu visual e a temática dos desafios e consequências da urbanidade, abordado em capítulos anteriores, baseados principalmente no indie nas referências ao punk, no rap/hiphop, pop, pop rock e da música experimental seguindo pontos comuns encontrados e analisados a partir de uma tabela comparativa com alguns artistas selecionados a partir de uma série de fatores destacando a sonoridade. Os quais serão abordados no próximo capítulo, cujo mostrará as etapas de construção do projeto.



Como abordado anteriormente, na seção histórica do primeiro capítulo, a indústria musical tem se inovado ao decorrer das décadas. Destacando-se sobretudo a era digital a qual compactou os formatos físicos do cd e do vinil para formatos digitais em plataformas de streaming facilitando o acesso e a reprodução destes. Entretanto, não facilitando o acesso de forma popular e massiva pois o uso das plataformas se garante no pagamento mensal para uma experiência completa e imersiva sem propagandas como o disco físico proporciona. Outro advento interessante de ressaltar é que em casos raros a plataforma não é administrada o que permite uploads de gravações de discos danificados, como no caso da *Babado Novo*² da cantora Claudia Leite, no spotify, e também reprodução das capas físicas originais resultando em capas de péssimas qualidades, como no caso da artista Britney Spears³ também na plataforma do spotify.

O artefato digital dinamizou o controle e o acesso aos álbuns e aos singles, contudo reduziu a experiência do ouvinte na falta do encarte físico, restringindo-se apenas a formatos audiovisuais como o canvas⁴ na plataforma do spotify ou de videoclipes. Estas adaptações ao formato digital transformou o objeto cd em algo quase mítico entre os jovens visto que nem todos os álbuns possuem sua versão física como por exemplo o CD *versions of me*⁵ da artista Anitta. Tornando-se um artefato de souvenir, colecionáveis principalmente pelos fãs dos artistas os quais se introduzem profundamente na narrativa proposta pelo álbum. O cd sendo transformado em artefato colecionável quase que inutilizável nos aparelhos atuais promoveu ainda mais o disco de vinil sendo classificado pelos jovens como artefato colecionável de desejo. Poucas plataformas de stream conseguem reproduzir o som do vinil com a mesma qualidade do disco original além do que o toca discos se consolidou como artefato de luxo. Os detalhes entre os encartes do cd e do vinil são visivelmente discrepantes tanto em materialidade, como na qualidade do papel, como em layouts.

Uma das propostas deste projeto é resgatar a afeição com o encarte físico colocando-o como peça central da sinestesia entre as visualidades e musicalidade, estreitando a relação entre artista, obra e ouvinte de forma com que este último mergulhe na obra e se identifique.

2. A música de título "pedindo um pouco mais (innegable) lançada em 2006 da banda foi relançada em 2020 na plataforma do spotify danificada com efeito de disco arranhado. Disponível em: <https://extra.globo.com/famosos/cd-arranhado-musica-anti-ga-de-claudia-leite-viraliza-ao-apresentar-falha-no-spotify-rv1-1-24655269.html> Acesso em: 08 dez 2023

3. O influenciador Felipet Bruno exemplificou o mau uso do perfil da cantora nas plataformas. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZM6FrPoGP/> Acesso em: 08 dez 2023.

4. O canvas trata-se de vídeos curtos em looping durante a reprodução da música na plataforma do spotify. Disponível em: <https://canvas.spotify.com/pt-br> Acesso em: 08 dez 2023.

5. Durante uma live da Cantora Anitta com um fã, este mostrou o encarte físico a cantora o qual ele tinha adquirido pela internet, criado por outros fãs da artista, a mesma revelou que não há encarte físico deste álbum. Disponível em: <https://bcharts.com.br/t/o-fa-da-anitta-mostrando-um-cd-fisico-para-ela-que-nem-existe-kkkkkkk/72655> Acesso em: 08 dez 2023.

4.1 CONCEPT ÁLBUM

URBANIZE é um álbum construído a partir da urbanidade e do dia a dia de um cidadão "urbano". O álbum trabalha o conceito de urbanidade de forma singular e controversa, se apropriando dos termos (urbano,civilizado) para questionar as relações entre cidade e cidadão e entre os cidadãos ditos civilizados, ressaltando o comportamento competitivo e a hostilidade que se promove a partir do ambiente cidade. O projeto destaca essa hostilidade como resultado direto e indireto da falta de assistência para com as classes menos visíveis da sociedade.

O álbum simula a trajetória de pensamento crítico e pessoal de um habitante da chamada urbanidade, na qual se expressam em diferentes estilos musicais como o rock indie, o rock punk, o rap e hip hop, o experimental, eletrônico e o hyperpop/phonk. Estilos ecléticos que trazem aleatoriedade e expressões de pensamento mas de forma ordenada e coesa. A aleatoriedade mencionada além de expressar o trajeto de pensamento simula o trajeto físico como mobilidade urbana, a qual um transporte público se ramifica em diversos trajetos e voltas para chegar a uma finalidade, o destino do passageiro.

O projeto conta com 12 faixas divididas em 3 fases expressivas no álbum, construindo a trajetória de pensamento de um mesmo fator (a urbanidade) cada momento se interliga a partir das letras e da atmosfera das faixas trazendo os diversos estilos encaixados em cada momento. O processo seletivo nas escolhas das músicas se deu a partir do meu repertório de conhecimento musical adquirido ao longo dos anos, acentuado e retificado durante as jornadas percorridas pela cidade nos transportes públicos. Contudo essa seleção segue uma lógica racional e comparativa entre os artistas de meu repertório, levando em consideração composição lírica, compreensão dos vocais e atmosfera por meio da melodia e harmonia. Detalhes da construção das músicas as quais se encaixam em suas respectivas ordens e fases discorridas e analisadas em seguidas.

PLAYLIST

- 1- Belong - TENDER
- 2- Tennis Court - Lorde
- 3- Stress Out - Twenty One Pilots
- 4- OverHeated - Billie Elish
- 5- Corashe - Nathy Peluso
- 6 - Miniòwa - Kukon
- 7- Another Brick the Wall, Pt2 - Pink Floyd
- 8- Fight Club - THE ANXIETY, WILLOW, Tyler Cole
- 9- Salta - Mitù, Ela Minus
- 10- Судно (Борис РижиЙ) - Molchat Doma
- 11- Intimate - Crystal Castles
- 12- help_urself - Ezekiel

1º Fase: “Melancolia Crítica”

A fase de melancolia crítica inicia o álbum de maneira suave trazendo o ouvinte aos poucos para o tema percorrido durante o álbum. Esse momento se expressa através do estilo indie alternativo com melodias suaves mas repletas de convites ao pensamento crítico. Esse momento ressalta o primeiro pensamento da relação do artista com a urbanidade. Apesar da melancolia vai se construindo lírica e melodicamente o pensamento crítico dando passagem à próxima fase.

BELONG- Tender

Repleta de melancolia, tanto em sua letra quanto em sua melodia, a música pertencente ao ep *Armour* da banda britânica TENDER traz consigo o questionamento de não pertencimento a algo, a alguém ou a um lugar. Em minha interpretação o autor levanta tópicos referentes ao suicídio ou automutilação, seja ela física ou emocional, mas ao mesmo tempo buscando acolhimento ou validação.

Won't you stand in my
Won't you stand in my way?
Please stop me. (BELONG, 2015)

Take me under your wing
Show me shelter from evil things
Can't leave me alone
Don't leave me alone for long. (BELONG, 2015)

Em associação ao tema do projeto, Belong levanta a falta de acolhimento urbano e a não identificação com estes espaços. Levando o autor questionar-se sobre sua própria existência em meio aquele ambiente, ao mesmo tempo que questiona e implora a si ou a uma outra figura inserida naquela urbanidade uma atitude e um acolhimento sobre este sentimento de não pertencer. Por abordar tantos pontos em sua letra e por conter uma melodia crescente de forma suave e melancólica a partir de uma sonoridade eletrônica, a música foi escolhida como música de abertura para o álbum, dando início a fase mas também ao álbum como um todo.

TENNIS COURT- Lorde

Música de abertura do álbum "Pure Heroine" a qual ela pertence, a canção de Lorde aborda temas vividos durante a adolescência da cantora (época a qual ela teve sua estreia e ascensão na carreira musical). Temas esses os quais questionam posições sociais durante o período da adolescência por metáforas de uma jovem no colegial como "rainha da beleza" ou "palhaço da turma". Lorde coloca sua perspectiva de quão irrelevante e entediante isso pode ser.

Because I'm doing this for the thrill of it,
killin' it
Never not chasing a million things I want
And I am only as young as the minute is, full
of it
Getting pumped up from the little bright
things I bought
But I know they'll never own me (yeah)
(TENNIS COURT, 2013).

Baby, be the class clown
I'll be the beauty queen in tears
It's a new art form, showing people how little
we care (yeah)
We're so happy
Even when we're smilin' out of fear
Let's go down to the tennis court and talk it
up like, yeah (yeah)
(TENNIS COURT, 2013).

Em minha análise dentro da temática do projeto, após a frase inicial da música "Don't you think that it's boring how people talk?" (TENNIS COURT, 2013). A música levanta questionamento de como estamos vivendo em sociedade, colocando as problemáticas em pauta pelas metáforas como um sarcasmo do formato social seguido como regra. A Princípio esta seria a música de abertura do projeto, contudo a música anterior era mais qualificada para ocupar tal posição neste projeto, enquanto *Tennis Court* é mais qualificada a ocupar a segunda posição pois além de se relacionar melodicamente e liricamente com a música anterior, ela ainda se conecta com as próximas faixas desta fase.

STRESSED OUT

- Twenty One Pilots

Um dos mais bem sucedidos singles do álbum "Blurryface" a música do duo norte americano aborda tópicos sobre inseguranças à medida que crescemos e tomamos consciência de quem somos, adquirindo mais deveres e preocupações. A música ainda faz crítica ao capitalismo e a sociedade a qual vivemos.

We used to play pretend, give each other different names
 We would build a rocket ship, and then we'd fly it far away
 Used to dream of outer space, but now they're laughing at our face
 Saying: Wake up, you need to make money, yeah

Wish we could turn back time to the good old days
 When our momma sang us to sleep, but now we're stressed out
 (STRESS OUT, 2015).

O autor faz um contraponto referenciando a infância, momentos a qual o ser humano estar em processo de construção e isento de responsabilidade social o que o permite sonhar e imaginar, com a vida adulta a qual a sociedade exige que trabalhemos e sejamos produtivos para o capitalismo. Na perspectiva do projeto, após o levantamento crítico sugerido na música anterior, *Stress Out* vem como uma continuidade, apontando os estresses causados não só pelo dia a dia urbano mas como também

pelo despertar consciente do modelo capitalista inserido no meio urbano. A tomada de consciência que retira o eu lírico da ignorância da infância, além de seus deveres sociais e inseguranças causadas pela hostilidade urbana o faz se estressar. Ressalta a ansiedade e a nostalgia da infância em contraponto a vida adulta. Apesar de liricamente a música sugerir a próxima fase, sua melodia neutra e calma me sugere a continuidade de pensamento e o início da construção atmosférica da próxima fase.

OVERHEATED- Billie Eilish

Sendo sequência do interlúdio "Not My Responsibility" do álbum "Happier Than Ever" A música expressa completamente os sentimentos que a cantora tem sobre os tópicos apontados no interlúdio sobre a perspectiva de ser uma pessoa famosa e estarem sempre criticando sobre as músicas, cabelo, estilo, roupas e até o próprio corpo da cantora. Em *OverHeated* Billie discorre como se sente cansada com tudo isso e às vezes luta contra seus pensamentos mais obscuros sobre o próprio suicídio, tudo isso enquanto sofre por conta de um relacionamento abusivo.

I don't really wanna know why it went there
 I kinda don't care
 You wanna kill me?
 You wanna hurt me?
 Stop being flirty
 It's kinda workin' (OVERHEATED, 2021).

I'm overheated
 Can't be defeated
 Can't be deleted
 Can't un-believe it (OVERHEATED, 2021).

Dentro do projeto *OverHeated* se comporta como uma consequência de *Stress Out*, colocando o superaquecimento do estresse da tomada de consciência e do reflexo da jornada do dia a dia. Seja pela letra repetitiva do refrão ou pela melodia crescente também repetitiva, a música também se comporta como uma transição, construindo uma atmosfera de reação ao pensamento crítico para a fase seguinte.

2º Fase: "Despertar Rebelde"

A segunda fase traz a revolta construída a partir dos pensamentos e questionamentos na fase anterior. O despertar rebelde carrega consigo a parte mais agressiva do álbum apresentando-se através do rap e hip hop e do punk rock. Essa fase expressa a revolta sob as injustiças sociais e convida ao mesmo tempo que questiona uma tomada de iniciativa como um protesto à urbanidade.

CORASHE - NATHY PELUSO

Single de mesmo nome lançado pela cantora argentina, a música fala sobre um relacionamento mal sucedido da artista. Ao mesmo tempo que critica o sujeito da mensagem na música ela se engrandece como pessoa expressando seus atributos físicos e habilidades como um apontamento do que o sujeito não conquistou *"Veneno en mi valle, te hace falta más corashe, Vengo vestida de diabla, paseo por tu calle"* (CORASHE, 2017).

Ao meu ver dentro do projeto corashe é melodicamente uma continuação da música anterior porém em uma outra atmosfera pois o crescimento crescimento das notas desta vez se apresenta de maneira densa como uma revolta crescendo, transmitindo e aumentando a coragem. Em sua letra dentro do projeto o eu lírico encoraja o ouvinte a cultivar essa revolta contra a urbanidade e contrapõe metaforicamente enquanto se engrandece, os luxos que a atitude de revolta e justiça poderiam lhe proporcionar. Ademais a cantora argentina usa em sua escrita a forma verbal da palavra "corashe" e não a forma aceita pela norma culta da língua espanhola "coraje" o que nesse projeto pode representar a forma coloquial como uma afirmação e empoderamento da classe social não elitizada.

MINÓWA - Kukon

Pertencente ao álbum "Ogrody Mixtape" do cantor polonês Kukon, a faixa ressalta devaneios de jovens sobre festas caras e diversão com os amigos. O rap esbanja todos os gostos almejados por classes menos favorecidas que se faz realizar quando esta alcança um status de poder aquisitivo o qual lhe permite ostentar a vida de luxo.

Deve sacar dinheiro
Um pouco caro, mas gosto assim (aha)
Eu queria invadir a propriedade
Eles me conhecem porque eu faço rap
Eles me conhecem porque sou um cara
Eu queria invadir a mansão (aha)
Eles me conhecem porque eu faço rap
(MINÓWA, 2019, Tradução por Musixmatch).

Apesar das letras esbanjadas e muitas vezes em trechos apelativos, a música dentro do projeto se relaciona diretamente com a reivindicação tratada na música anterior. A elite e a classe média cultivam o estigma que classes menos favorecidas são vulgares e apelativas, a música traz a proposta de afirmação de modo sarcástico e ainda colocando luxos que a classe trabalhadora almeja alcançar, luxos estes sempre disponíveis para a elite. Proposta que convida o ouvinte a sentir repulsa pelo sistema e a buscar uma solução por meio da revolta popular. A música também traz a melodia crescente trabalhada nas duas

músicas anteriores, entretanto nesta etapa a sonoridade carrega consigo batidas características do hip hop dando personalidade rebelde para a música acrescentando a ideia de evolução do pensamento crítico partindo para uma atitude

A faixa de Pink Floyd cumpre sua proposta primordial de fazer críticas a sociedade dentro da temática do álbum, colocando a personalidade do movimento punk. Além que os versos recitados com espaçamento rítmicos entre eles e o coral cantado nos últimos versos traz a sensação de união das massas, um agrupamento, quase como uma organização pré revolta ou protesto, chamando classes menos favorecidas para a luta contra o sistema. Esta revolta oriunda do pensamento crítico vem se construindo desde do inicio do álbum tendo seu momento de organização e determinação nesta faixa chegando a explosão tratada na próxima música

ANOTHER BRICK THE WALL, PT2

- Pink Floyd

Um dos maiores sucessos da banda britânica Pink Floyd pertencente ao álbum "The wall" a faixa expressa explicitamente o descontentamento com o sistema social, principalmente ao ensino educacional que não estimula o pensamento crítico reprimindo e o limitando a fim de reproduzir cidadãos não pensantes o qual alimentam o ciclo político capitalista.

We don't need no education
We don't need no thought control
No dark sarcasm in the classroom
Teacher, leave them kids alone
Hey, teacher, leave them kids alone
All in all, it's just another brick in the wall
All in all, you're just another brick in the wall
(ANOTHER BRICK IN THE WALL, PT2, 1979).

FIGHT CLUB- THE ANXIETY

Formada por Tyler Cole e Willow a banda THE ANXIETY composta por dois jovens negros com a proposta de trazer o punk rock dentro das pautas raciais. Sendo a segunda faixa do álbum de mesmo nome da banda *Fight Club* explode em revolta sobre o sistema, fazendo se questionar e lutar contra o status quo e a violência sobretudo contra as classes menos favorecidas, convidando à luta contra.

Feels like everything I see
 All it is is violence
 Everything on TV
 All it is is violence
 I just wanna sit back and enjoy the silence
 I just wanna sit back
 Wanna start a fight club
 Wanna start a fight club
 Wanna start a fight club
 I Wanna start a fight club
 (FIGHT CLUB, 2020).

Comprindo a sua missão poética lírica e melódica a faixa explode todos os sentimentos construídos pelas faixas anteriores dentro do projeto. Aqui o pensamento crítico e a coragem se transforma completamente em revolta e expressa completamente o grito de uma classe oprimida que busca justiça social, a qual convoca o "clube da luta" para fazer a revolução. Esse sentimento expressa-se tanto em sua letra como em sua melodia, composto por gritos e o som imponente do metal da bateria e da guitarra colocando toda a revolta dentro da música.

3º Fase: "Apatia"

A terceira e última fase expressa a frustração e apatia como resultado de todas as fases, apesar de toda crítica e convite a revolução, não há grandes melhorias ou sequer são solucionadas e nesse clima constrói-se a apatia na relação com a urbanidade a qual o artista expressa a sua "conformidade" diante dos problemas não resolvidos, manifestando descontentamento ao mesmo tempo que não se importa (vai seguindo a vida). Apesar da apatia, o sentimento não se torna necessariamente uma conformidade, mas não se torna uma questão única de vivência. Nesta fase as faixas além de expressar essa apatia convidam o ouvinte a dançar, trazendo também o som experimental do hyperpop.

ΣΑΛΤΑ - Mitù, Ela Minus

Cortando a atmosfera rebelde expressa na fase anterior Salta do duo colombiano Mitú em parceria com a cantora também colombiana multi instrumentista Ela Minus, inicia bruscamente a terceira e última fase do projeto. A música pertencente ao álbum "TANDEM" trata do passar do tempo e da diferença de duas pessoas em uma relação. A faixa carrega consigo a ritmidade latino americana em união a música eletrônica, com uma melodia suave e dançante expressando o sentimento de apatia em relação ao tema urbano ao mesmo tempo que convida o ouvinte a dançar.

¿Qué más da?
 Si el tiempo sigue siempre andando sin piedad
 ¿Y qué importa?
 ¿Qué más da? (SALTA, 2019).

Siento sin pensar
 Si quiero el sol
 Lo voy a buscar
 Sin rezar
 Sin rezar que del cielo
 Solo cae agua
 Del cielo, solo cae agua (SALTA, 2019).

Na perspectiva do projeto a faixa corta propósitalmente toda a atmosfera trabalhada anteriormente como resultado direto da conformidade do cidadão comum. A faixa abre a fase de apatia mas não se conforma com o resultado vazio da luta, afirmando que sem esforço não há objetivo, entretanto ninguém vai se esforçar. A ritmidade latina traz o convite à dança como resultado da apatia forma de sobreviver à estagnação da sociedade.

СУДНО

СУДНО (БОРИС РИЖИЙ)

- Mitù, Ela Minus

Cyaho (Sudno) como na pronúncia inglesa é uma faixa pertencente a o álbum *Этажи (Ethazi)* da banda russa pós-punk Molchat Doma. A música aborda o cenário de uma pessoa que vive na pobreza e precisa se contentar com isso, colocando até mesmo a própria morte como uma esperança daquele destino mesmo contrapondo a aversão de morrer naquela situação.

Recipiente esmaltado
 Janela, mesa de cabeceira, cama
 A vida é difícil e desconfortável
 Mas é confortável morrer (CYAHO, 2018,
 Tradução por Musixmatch)

Dentro do projeto a faixa expressa essa inconformidade em viver em uma situação vulnerável ao mesmo tempo que se conforma do destino de sua própria situação. A música expressa melodicamente pelo estilo pós-punk eletrônico repleta de batidas rítmicas e como instrumento principal o baixo e a melodia da voz grave ambientando uma atmosfera tensa ao mesmo tempo que convida à dança.

INTIMATE

- Crystal Castles

Pertencente ao álbum "Crystal Castles (II)" da duo canadense de mesmo nome, a faixa conta sobre a efemeridade da vida e do ciclo vicioso e repetitivo que ela pode se tornar, conhecendo outras pessoas outros lugares e no final toda as experiências não de grande validade.

collecting hearts
 another love is another place to stay
 another face
 we close our eyes and feel our way a new fit
 you're Positive but they don't need to know
 another boy another girl another place to go
 it feels like sleep
 it feels like being born
 return to soil
 return to frailer form (INTIMATE, 2010).

No projeto a faixa ocupa um espaço interessante, pois a medida que se é falado da efemeridade da vida, a mesma apresenta melodia repetitiva mas dançante típica de um cenário de shows noturnos, colocando a voz sendo quase imperceptível em meio ao instrumental como um ruído. Ao meu ver essa escolha vocal se relaciona diretamente a um grito de um sentimento abafado ou disfarçado por adereços externos como o próprio ciclo vicioso da vida contrastado pela melodia dançante, expressando um socorro o qual nunca será atendido.

HELP_URSELF - Ezekiel

Inicialmente esta não era a música escolhida para o encerramento do álbum e sim a música "Gdzie Jest Biały Węgorz (Zejście)" da banda polonesa Cypis, música esta que retrata o uso excessivo de drogas como escape emocional. Entretanto não só a música como o álbum inteiro a qual esta pertencia foram por algum motivo externo retirado da plataforma do spotify a qual este projeto se debruça. Devido a este ocorrido foi necessário uma nova seleção da última faixa a fim de complementar as 12 faixas com 4 músicas cada fase.

Com isso em uma nova análise a faixa *help_urself* foi selecionada para compor o encerramento do álbum. A música nova escolhida retrata a ansiedade e o término de um relacionamento controverso. Término esse retratado quase como um abandono da parte que se desgastava emocionalmente a fim de mantê-lo.

I feel it's time now, any day
 Been a while since I felt this way
 Under skin and the flesh decay
 'Bout time someone took my place
 In this time I met myself
 It's a broke life in a cell
 Stay in don't help yourself (HELP_URSELF, 2021).

Sob a perspectiva do projeto esperava que a música de encerramento não só da fase mas do álbum como um todo retratasse uma espécie de abandono da ideologia a fim de se retomar a primeira fase. Portanto a nova música escolhida ocupou perfeitamente esta posição retratando este abandono metafórico, além de possuir a sonoridade experimental do hyperpop a qual também remete a espaços urbanos noturnos convida a dançar à medida que abandona o ouvinte. O vocal transformado danificado composto dentro da melodia ao final da canção ajuda a corroborar esta teoria, como uma voz que é abafada assim como na música intimate. Outra interpretação é quando ocorre este abandono o eu lírico afronta diretamente a desistência da ideologia revolucionária tratada ao decorrer do álbum em tradução literal o "Não se ajude".

4.2 PRODUÇÃO VISUAL

A produção visual do álbum era embrionário em outros projetos, a fotografia a cerca do tema urbano sempre me fascinou como artista e fotógrafo, desta forma já havia algumas produções visuais oriundas de projetos anteriores cotadas para compor o projeto *URBANIZE*. Contudo nem todas se não a grande maioria referenciava exatamente o que buscava propor na idealização do álbum, por isso foi proposto fazer ensaios fotográficos os quais serão relatados e demonstrados ao longo deste subcapítulo.

A escolha da capa de um álbum é a parte fundamental de todo o projeto pois esta expressa visualmente toda a atmosfera conceitual e rítmica do trabalho. Neste não foi diferente, porém a visualidade da capa se apresentou para mim de forma não tão cautelosa. A imagem escolhida foi trabalhada em projetos anteriores, mas a forma como esta imagem surgiu é controversa e completamente acidental. A imagem em questão foi fotografada por mim em um momento específico em um lugar específico, contudo só é possível identificar hora e data por conta do upload realizado no google fotos que guarda essas informações, mas não é possível reconhecer o local do momento do registro. Como um registro acidental a imagem foi armazenada na plataforma do google e esquecida completamente. Até um ano depois, em 2020, com o intuito de ilustrar uma apresentação de um projeto anterior desenvolvido na faculdade, inspirado na temática urbana, foi desenvolvido um projeto tipográfico inspirado na pixação, na disciplina de Tipografia ministrada pela professora Nair de Paula Soares com o nome de *Hostile Urban Night*. A imagem foi redescoberta graças ao google fotos e editada para que pudesse compor a apresentação de forma neutra que não interferisse no projeto central (a tipografia). No ano seguinte, em 2021 me inseri em outro projeto, desta vez fotográfico o qual também aborda tópicos da urbanidade, projeto desenvolvido na disciplina Design Em Fronteira Com As Artes ministrado pela professora Irene Peixoto, nomeado de *URBANO* a qual a imagem reapareceu como uma peça do projeto.

A origem desta imagem é uma questão enigmática para mim, entretanto esta possui características interessantes para ser escolhida como capa de um projeto maior. O táxi amarelo e o fato da imagem está localizada no meu rolo de câmera (visto que até o presente momento nunca viajei para fora do país) são fortes indícios que o local a qual a imagem foi obtida é o território nacional, mais especificamente a cidade do Rio de Janeiro, visto que o ano a qual foi obtida não realizei viagem para fora da cidade. Embora saiba da localização foi necessário uma análise minuciosa para descobrir-la, e o não conhecimento até então me remetia a discussão sobre a geografia do não lugar e a despersonalização de espaços urbanos. O movimento rápido do carro também me remete a mobilidade urbana e a efemeridade do tempo, uma vez que essa foto só poderia ser obtida em um específico momento, discussão também abordada dentro do projeto *URBANIZE*. Por estas razões, adicionado o fato que a imagem se apresentou para mim de forma misteriosa, e suas aparições em outros projetos ligados ao tema, a imagem em questão foi escolhida como peça central a compor este projeto expressando toda a narrativa a qual este se propõe a abordar.



Figura 31 e 32 : Foto Acidental Pré Edição e Foto Acidental Pós Edição, 2019, 2020



Figura 33 : Apresentação Projeto Tipográfico, 2021

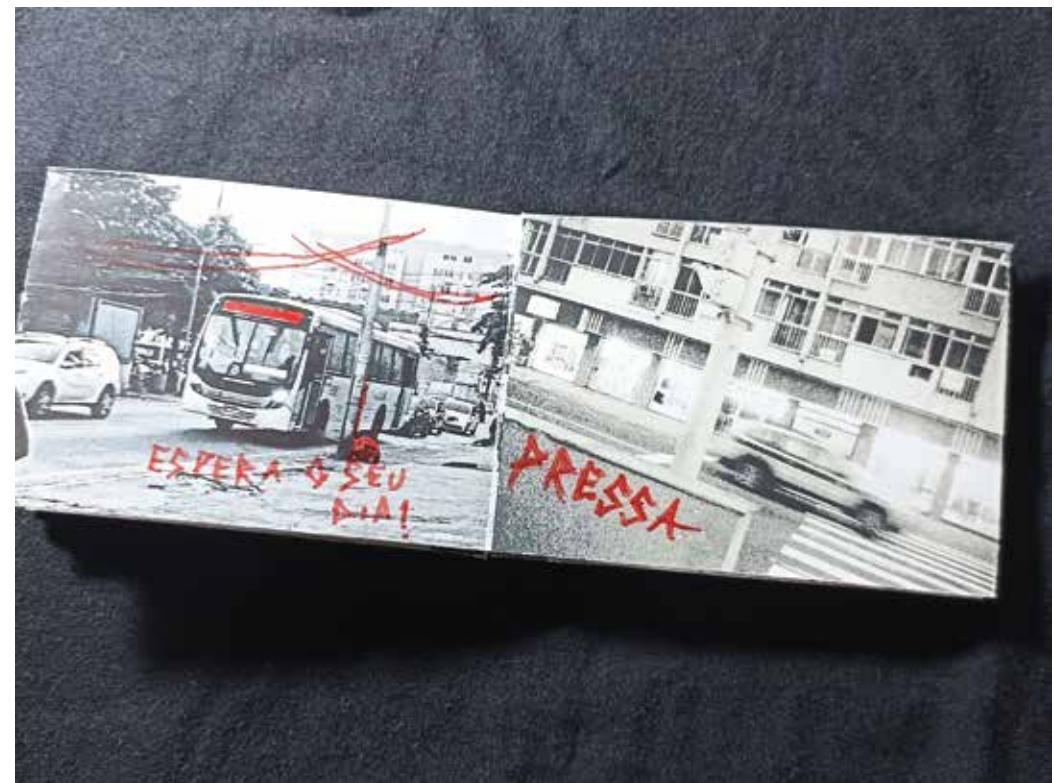


Figura 34 : Projeto URBANO, 2021

ENSAIOS

Para a produção visual do álbum foi necessário sair às ruas percorrendo os cenários do cotidiano urbano para que se pudesse ambientar pela sinestesia a sensação visual transmitida pelas músicas para compor o encarte do cd se alinhando com o conceito urbano distorcido anteriormente. A princípio a ideia seria executar esses ensaios na cidade de São Paulo, pois a metrópole é classificada como uma das mais influentes e globalizadas do Brasil (ref), e como tratado anteriormente a hiperglobalização gera espaços de lugar nenhum, exemplificados nos prédios indistinguíveis, ruas e becos quaisquer e amplas faixas para veículos. Contudo, por já residir na cidade do Rio de Janeiro, o processo dos ensaios se tornaria algo mais viável e reduziria os custos de locomoção e alojamento. Apesar de se tratar de uma cidade turística e muito histórica, o que faz a cidade ter muitos pontos marcantes de fácil identificação, o Rio de Janeiro ainda se classifica como a segunda metrópole mais influente do Brasil (ref), ou seja ainda por conter pontos identificáveis a cidade ainda tem pontos visuais que remetem ao não lugar justamente por ser uma grande metrópole. Além disso, o descaso, o convívio e a falta de acessibilidade muitas vezes excluem os habitantes de frequentarem pontos turísticos e históricos, como comentado no livro *Design, Cultura & Inovação* de Júlio Van der Linden et al. a pregnância visual de elementos urbanos "apaga" sua "existência", tornando-se algo comum de pouco valor ou identificação. Esse é o exato sentimento que busquei explorar durante os ensaios fotográficos,

No planejamento inicial deste projeto, a ideia era tratar a fotografia do álbum do mesmo padrão de encartes da indústria fonográfica, colocando um personagem principal e letras das músicas. Nessa perspectiva foi executado um teste com uma fotografia pré existente a qual foi manipulada e interferida para expressar as relações hostis da urbanidade. No entanto essa interferência foi de modo digital, desta maneira não possuindo cores e texturas as quais buscava relacionar. Foi percebido posteriormente que este formato não era o mais qualificado pois, primeiramente a presença constante de um personagem no encarte limita a correlação entre obra e observador, assim inibindo a identificação, desta forma relatar o cotidiano vívido pelos habitantes das cidades seria mais interessante nessa perspectiva. O segundo ponto observado foi em relação a interferência, para alcançar os resultados mais verossímeis seria necessário de fato interferir de modo manual, ressaltando as texturas e inibindo o controle permitido no modo digital, desta forma também se relacionaria melhor com os conceitos do punk e do hip hop previamente discorridos, visto que o fazer a mão ressalta melhor a identificação. Visto isso foi-se observado que seria necessário produzir fotografias que realmente dialogassem no projeto. foram executados no total 3 ensaios fotográficos pelas ruas do rio de janeiro em específico o centro da cidade e também pelos transportes públicos como o ônibus e o metrô, remetendo as trajetórias do eu lírico criado para o álbum.



Figura 35 : Teste Digital, 2023

O primeiro ensaio seria feito no centro da cidade, contudo por mudanças de planos devido o mal planejamento o ensaio foi executado nas estações do Metrô em especial as estações Nova América/Del Castillo e a Cardeal Arcoverde. Apesar da mudança brusca dos planos, a ambientação transmitida pelas estações foram cruciais para o início da visualidade do encarte, pois as plataformas, corredores e sinalizações possuem uma padronagem semelhante entre as cidades que possuem metrô. O ensaio foi executado por meio do celular, o que limitou algumas execuções das fotos em relação às minhas referências visuais trabalhadas em altas exposições e longos tempos de abertura, limitando alguns resultados como o movimento do metrô que não foi possível capturar, essas problemáticas foram trabalhada com edição das fotos em aplicativos específicos do próprio celular, simulando movimento, destacando cores e realces, o que gerou resultado mais satisfatórios.

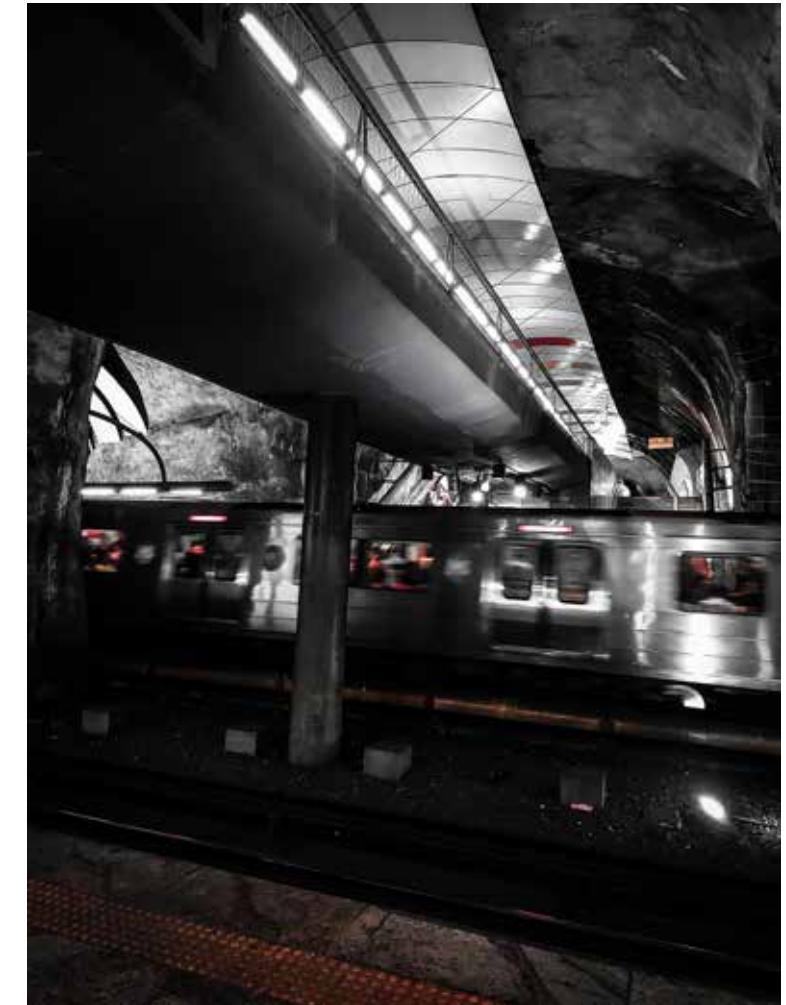


Figura 36 e 37 : Foto Metrô del castilho e Foto Metrô Passando, 2023



Figura 38 : Página 3 primeiro encarte, 2023

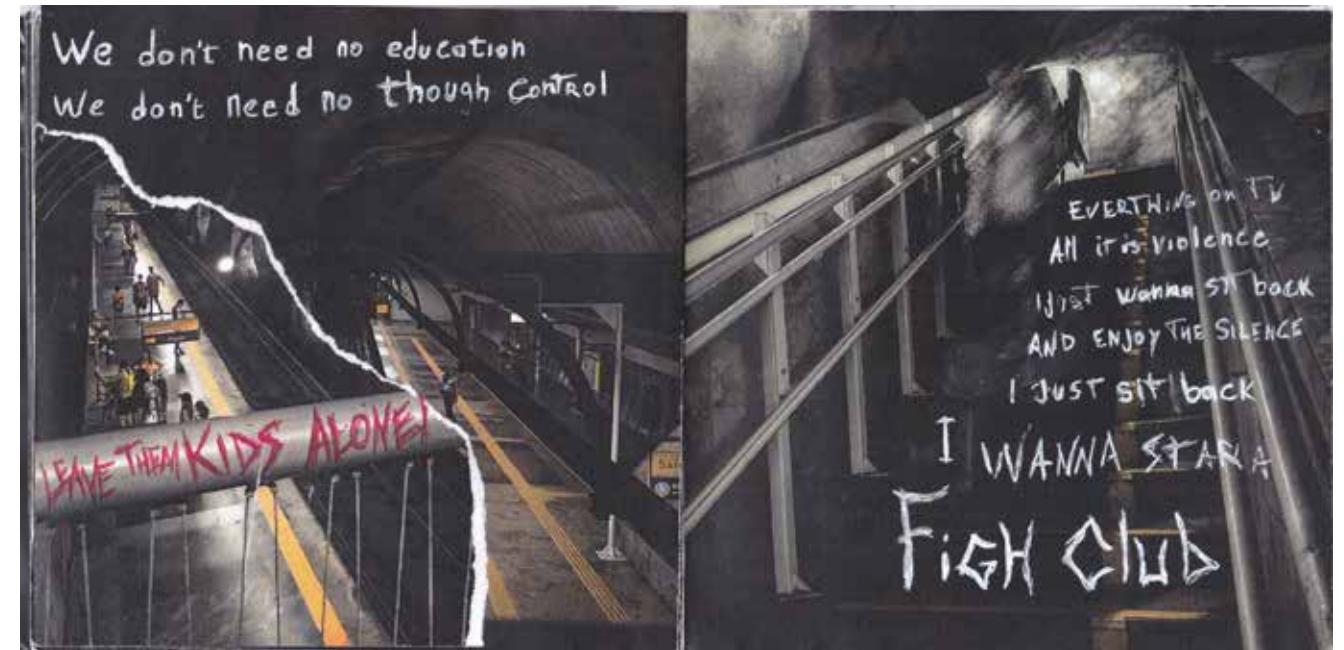


Figura 39 : Página 5 primeiro encarte, 2023

A partir do primeiro ensaio junto a algumas fotos pré existentes oriundas de trabalhos anteriores como a capa do álbum, surgiu a primeira versão do encarte. Para simular e expressar a relação entre o cidadão e a urbanidade, foram aplicadas interferências manuais em algumas fotos e preservando outras a fim de destacar a dualidade entre o cotidiano e a manifestação. O primeiro ensaio foi crucial para o projeto, pois este determinou a maioria das fotos e das disposições das interferências presentes no protótipo final.

Posteriormente foi adquirido uma câmera digital semi profissional para executar as fotografias as quais o celular não possibilita capturar, a partir disso surge o segundo ensaio. O primeiro ensaio abordado no metrô trabalhou muito bem a obscuridade e a iluminação de pensamento sugerida na primeira fase do álbum. Porém as interferências e fotos não dialogam bem em outros momentos do álbum, principalmente a fase rebelde do projeto. A ideia inicial seria capturar movimento de carros, pedestres e todos os elementos urbanos associados ao tema, com isso foi escolhido trabalhar pelo centro da cidade em pontos comerciais por possuir uma identidade visual neutra. Mas, pelo único tempo hábil para executar o ensaio, este foi ocorrido durante um fim de semana, período em que os polos comerciais do centro do Rio de Janeiro não possui grande movimentação. Deste modo a tentativa de ilustrar a massa uniforme foi subvertida na narrativa inversa, como um único ser na cidade, clamando seu espaço nesta, ou ainda ilustrando essa solidão como um único indivíduo que trabalha em si suas ideias revolucionárias, expressas na segunda fase do álbum. Nesta etapa foi buscado capturar movimento e explorar o cenário urbano, Diferente do primeiro ensaio esta etapa foi muito mais experimental, visto que foi necessário uma maior amostragem de fotos a fim de explorar a capacidade da câmera buscando um melhor resultado, além disso pouquíssimas fotos foram editadas, pois a ampla amostragem e das funções específicas da câmera possibilitou muitos resultados satisfatórios (imagem do 2º ensaio exemplificada na figura 2).

Apesar da quantidade das fotos executadas durante o segundo ensaio, foram escolhidas apenas fotos que retratavam a segunda fase do projeto, pois esta não estava bem solidificada apenas com o primeiro ensaio. Nessa perspectiva o encarte foi montado substituindo apenas essa etapa, foi adquirido também uma caneta específica a qual se sobrepõe ao preto da tinta impressa, pensando nas interferências. Entretanto a montagem do protótipo não foi viável, pois ao reimprimir o arquivo, houve erro na disposição das imagens, o que resultou em imagens invertidas horizontalmente, além do redimensionamento do arquivo e alteração de cor, em comparação ao primeiro encarte, impostas pela má calibragem do equipamento da gráfica. Mas ainda sim foram efetuados testes de disposição do layout das interferências, nisso foi-se notado que nos momentos de "grito" do encarte, teria melhor resultado se a ponta da caneta adquirida fosse mais grossa, de forma com que a área interfeirida fosse maior, dando destaque à mensagem escrita no encarte.

Após a frustrada experiência de impressão, recorrer a uma gráfica que atendesse as necessidades do projeto, reproduzindo a fidelidade de cor expressas nas fotos e suas edições. A primeira tentativa foi recorrer a gráfica anterior para executar testes de impressão com o intuito de descobrir o que poderia ter ocorrido, os resultados dos testes foram completamente frustrantes pois a máquina estourou muita tinta nas fotos, tornando inviável o uso. Logo após esse resultado foi-se desistido de tentar lá novamente, iniciando-se uma jornada para encontrar uma gráfica que atendesse os requisitos esperados. Foi-se contactado cerca de 5 gráficas diferentes para fazer um orçamento e executar um teste, contudo 3 delas não retornaram e as demais não executavam o tipo de trabalho no material necessitado. Ressaltando aqui o material do encarte, impresso em papel couché de 150 gramas a 170 gramas, visando enfatizar os resultados das fotos e reduzir o dano da quebra do papel, acoplados em um documento em formato a3, com finalidade de imprimir o máximo de fotos possíveis em uma única folha frente e verso, a qual era cortada no tamanho ideal do encarte e montada em formato livreto. Neste caso sendo necessário uma impressora a laser que imprimisse no formato a3 frente e verso, e que logicamente expressasse um resultado verossímil. Foi-se então indicado uma gráfica no centro, próximo de onde foi executado o segundo ensaio, apesar do encarte já se estruturar completamente no primeiro e no segundo ensaio mais fotos esporádica sem compromisso, em minha ambição de querer capturar a rua cheia e o movimento das pessoas, a busca da gráfica se direcionou a um último ensaio na tentativa de capturar essa composição.

O terceiro e último ensaio foi executado também no centro da cidade, próximo à Cinelândia no Rio de Janeiro, desta vez em um dia útil, em horário de pico, justamente com o intuito de capturar o movimento dos transeuntes. Entretanto um imprevisto impossibilitou a captura das imagens esperadas, uma mudança climática repentina nublou os céus, fazendo toda a luz solar se uniformizar nas nuvens, refletindo toda a luz para câmera, o que estourou a exposição das fotos, a câmera recém adquirida de um modelo antigo e inferior as câmeras atuais, limitou o controle de ajuste de exposição e foco, revelando-se assim não adequada para um dia nublado muito iluminado. Ademais, a chuva repentina crescente ameaçou a integridade dos aparelhos eletrônicos (a própria câmera e celulares) além de dissipar o movimento das ruas, uma vez que os transeuntes recorreram a se abrigar da chuva. Foram executadas algumas fotos, contudo a chuva e o local trouxeram uma atmosfera melancólica para as fotos, ponto este não planejado, por este motivo as fotos deste ensaio não foram utilizadas dentro do encarte, e sim apenas na videografia promocional do álbum.

A execução do encarte final accidentalmente refletiu o conceito das fases do álbum em seus ensaios. Na primeira fase "crítica melancolia" fotos executadas no primeiro ensaio, refletindo toda a obscuridade da formação do pensamento crítico nas fotos trabalhadas nas estações de metrô. A segunda fase "despertar rebelde" foi às ruas refletida no segundo ensaio, se arriscando experimentalmente, clamando revolta e descontentamento. A terceira fase então debruçou-se completamente em fotos tiradas despretensiosamente adquiridas inclusive previamente a este trabalho, durante minha própria jornada pessoal dentro da urbanidade, refletindo a apatia e conformidade expressa na fase.

Apesar dos erros anteriores na impressão do encarte, a busca pela gráfica que atendesse os requisitos se encerrou após encontrar uma gráfica que correspondesse às necessidades do projeto, desta forma as fotos foram impressas, para a execução das interferências, sendo duas cópias de cada imagem, uma servindo como material de intervenção e outra servindo como base a qual a interferência do rasgo seria colada.

Na etapa de interferência ocorreu um novo desafio, pois a caneta de ponta mais grossa anteriormente sugerida, não foi encontrada na cor vermelha, a tempo do encerramento do projeto, nessa situação foi executado então um estêncil para substituir o traço da caneta. O corte do estêncil foi desenhado em uma placa de vidro sobre a foto para visualizar melhor o resultado da interferência, em seguida fora adaptado para o corte executado manualmente, optando por expressar apenas as partes maiores. Essa prática foi utilizada apenas na segunda fase, executada em tinta spray na cor vermelha, a qual é usada para pinturas urbanas, expressando a "fúria" e o "grito" transmitidos nesta fase. Outros materiais utilizados para a etapa de interferência foram, uma caneta em gel branca, uma caneta em giz líquido branca de ponta grossa, a qual por seu uso anteriores apresentava falhas em alguns momentos, caneta do tipo nanquim, estilete e cola bastão para as colagens.

Após a etapa de interferência foi feito um escaneamento dos resultados obtidos, editados a fim de melhorar o contraste e a qualidade das imagens, posteriormente montadas em um arquivo em formato livreto, impressas, cortadas e montadas manualmente, compondo assim o encarte físico do projeto, a seguir imagens de mockup do projeto final.

PROJETO

60

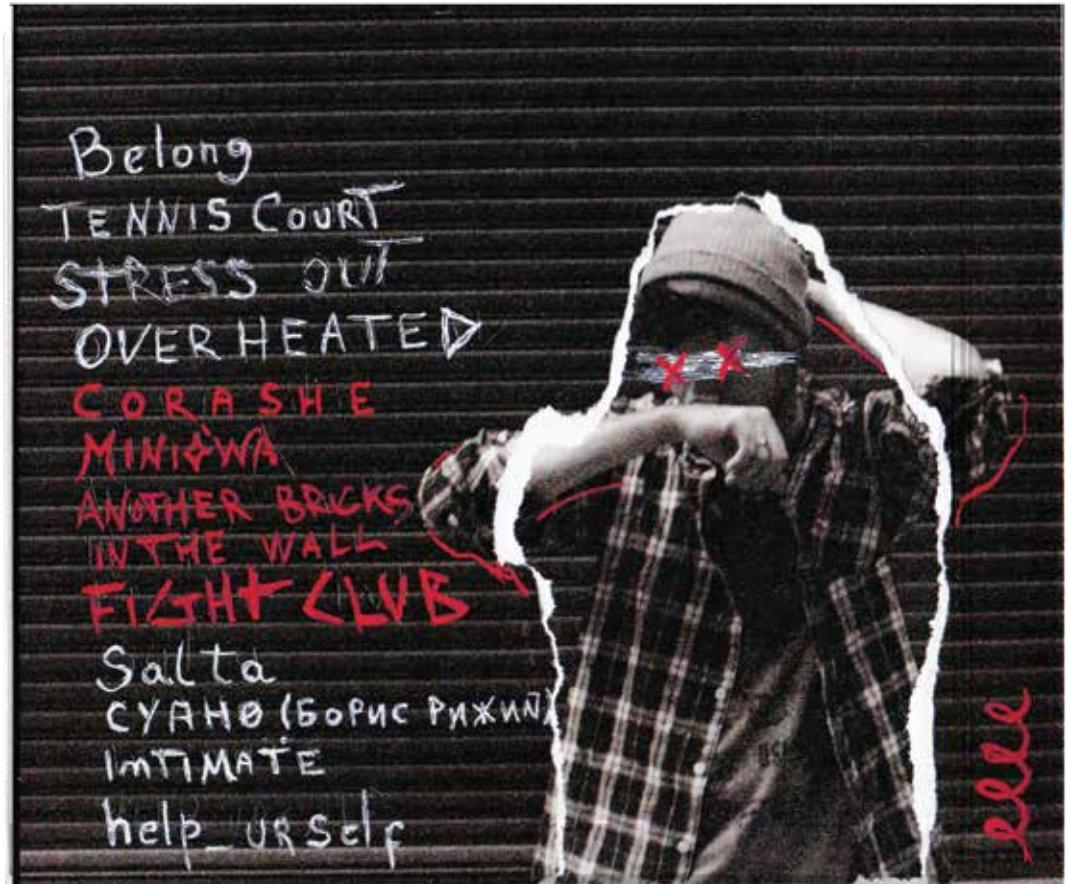


Figura 40 e 41: Mockup Capa URBANIZE e Mockup Contra Capa URBANIZE, 2023



Figura 42 : Mockup Cd Aberto URBANIZE, 2023

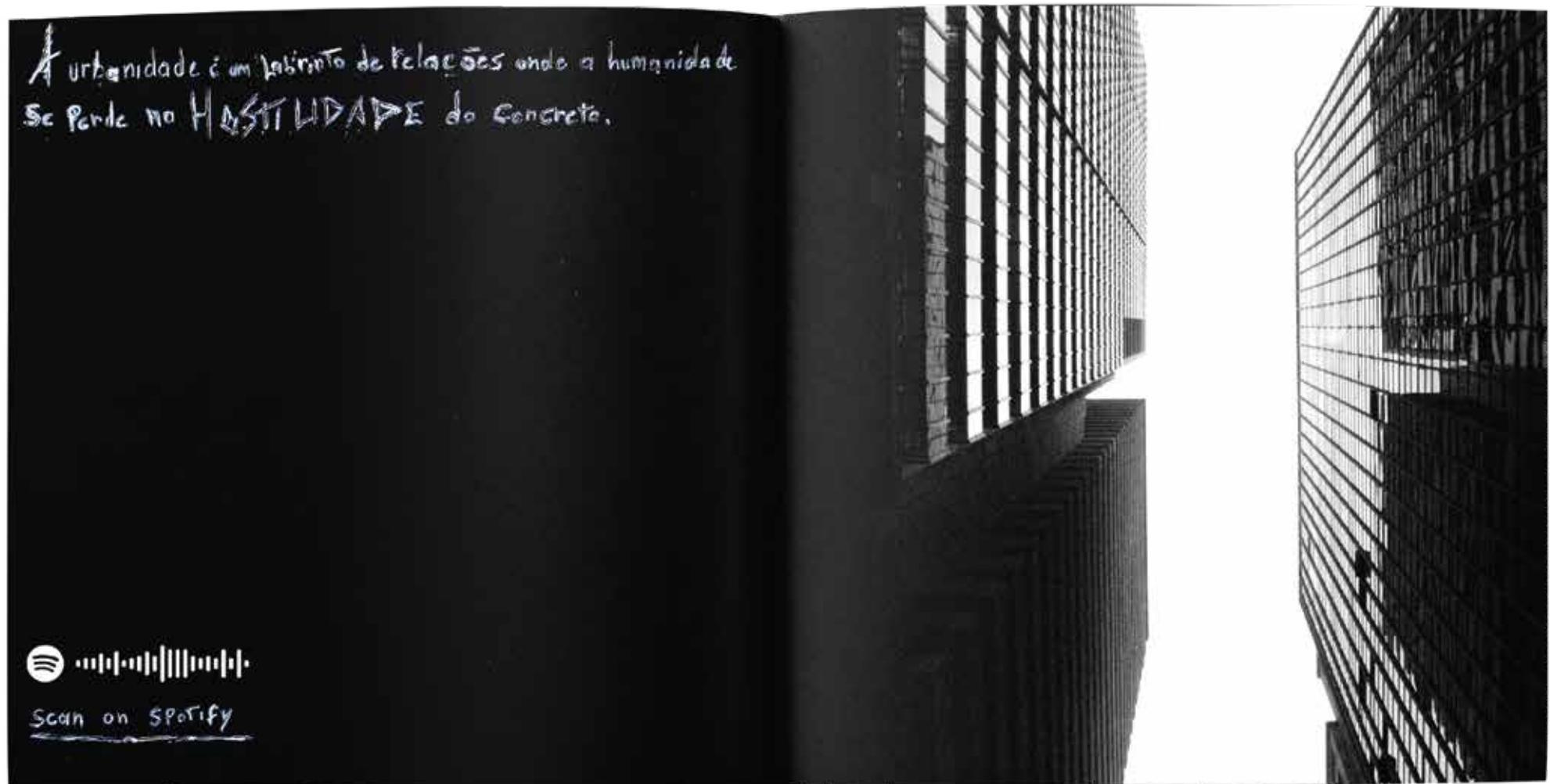


Figura 43 : Mockup Página 1 e 2 URBANIZE, 2023

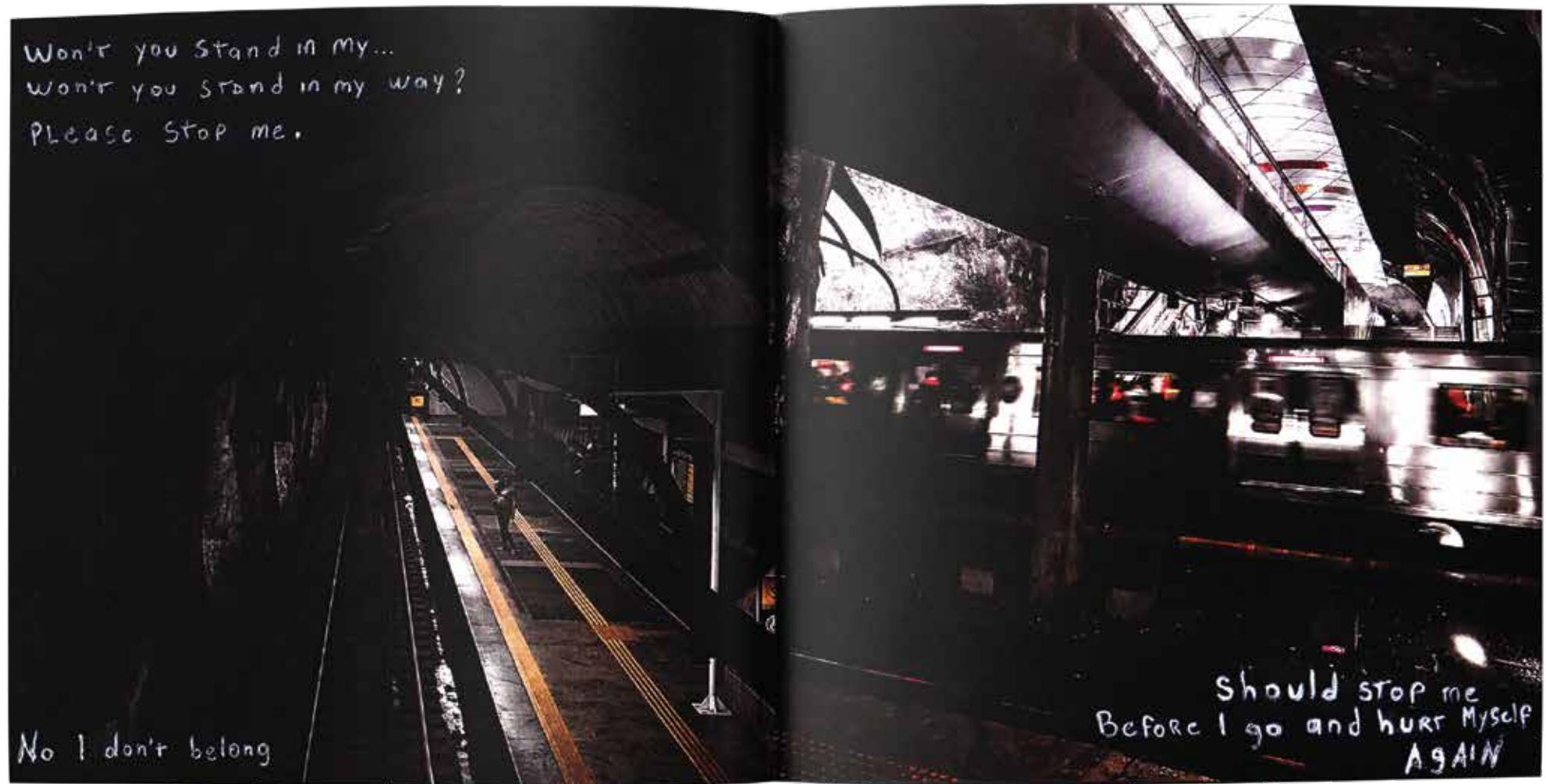


Figura 44 : Mockup Página 3 e 4 URBANIZE, 2023



Don't you
THINK THAT IT'S
BorIN' how
PEOPLe TALK?

Figura 45 : Mockup Página 5 e 6 URBANIZE, 2023

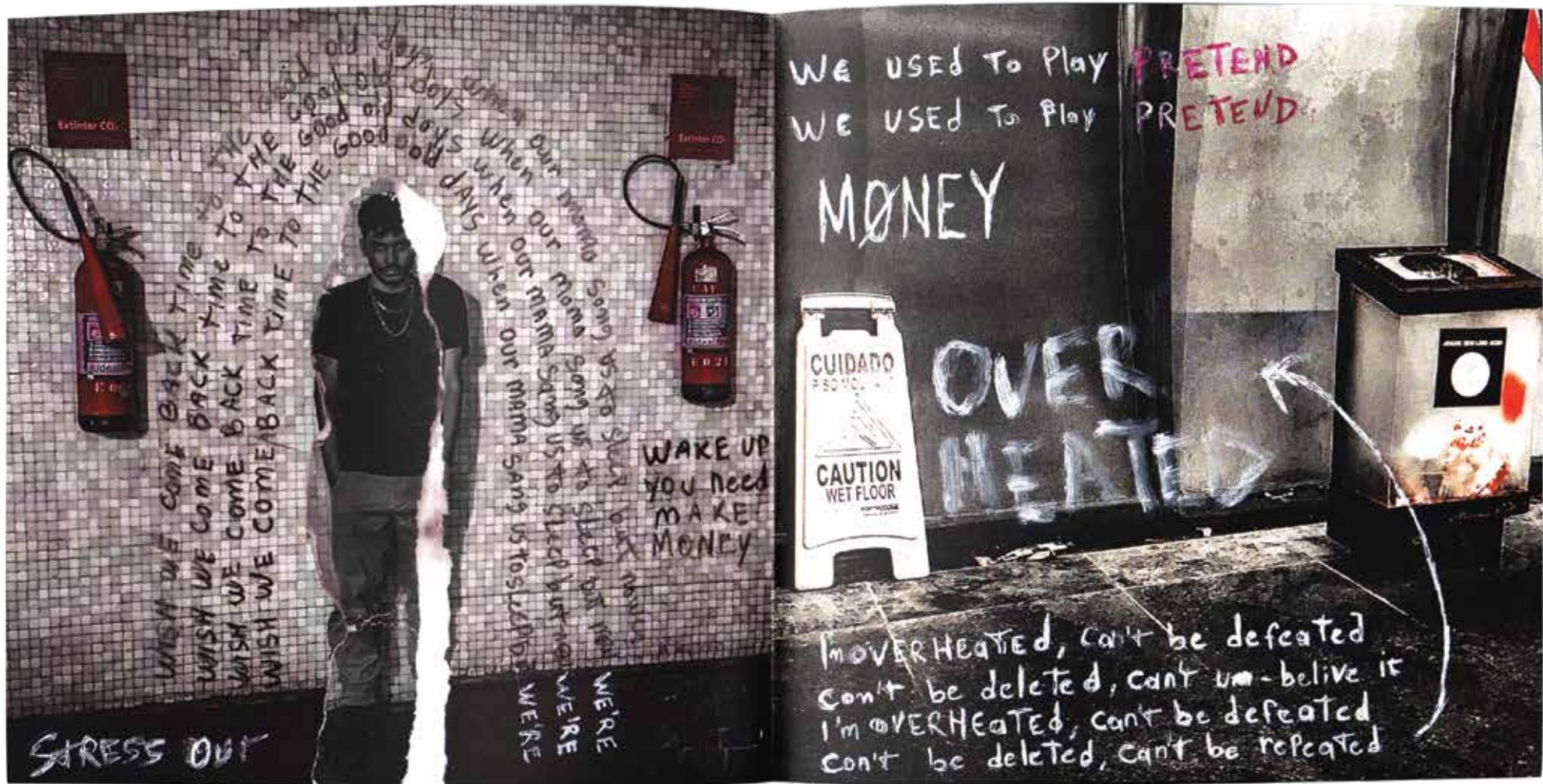


Figura 46 : Mockup Página 7 e 8 URBANIZE, 2023



Figura 47 : Mockup Página 9 e 10 URBANIZE, 2023



Figura 48 : Mockup Página 11 e 12 URBANIZE, 2023

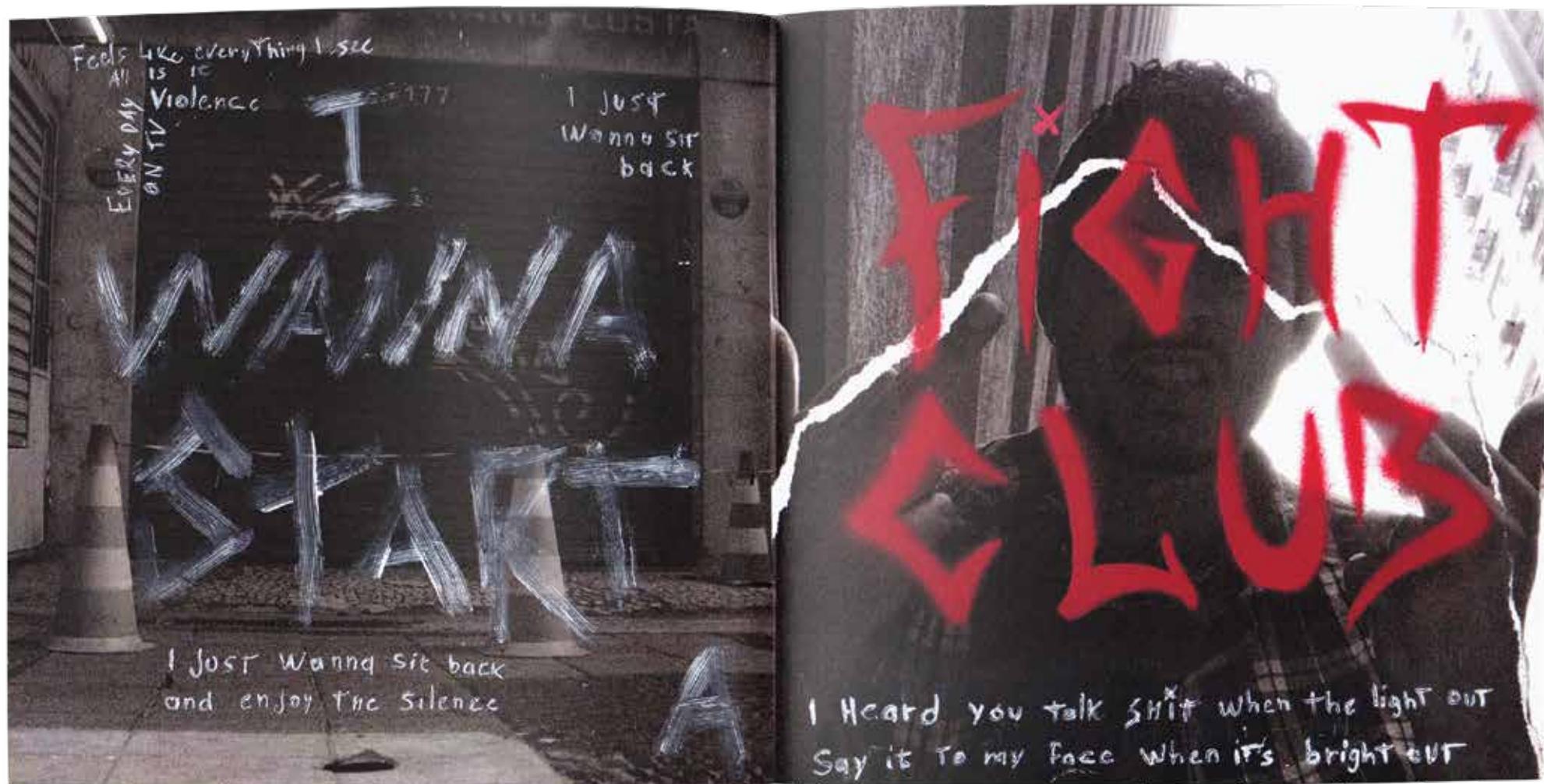


Figura 49 : Mockup Página 13 e 14 URBANIZE, 2023

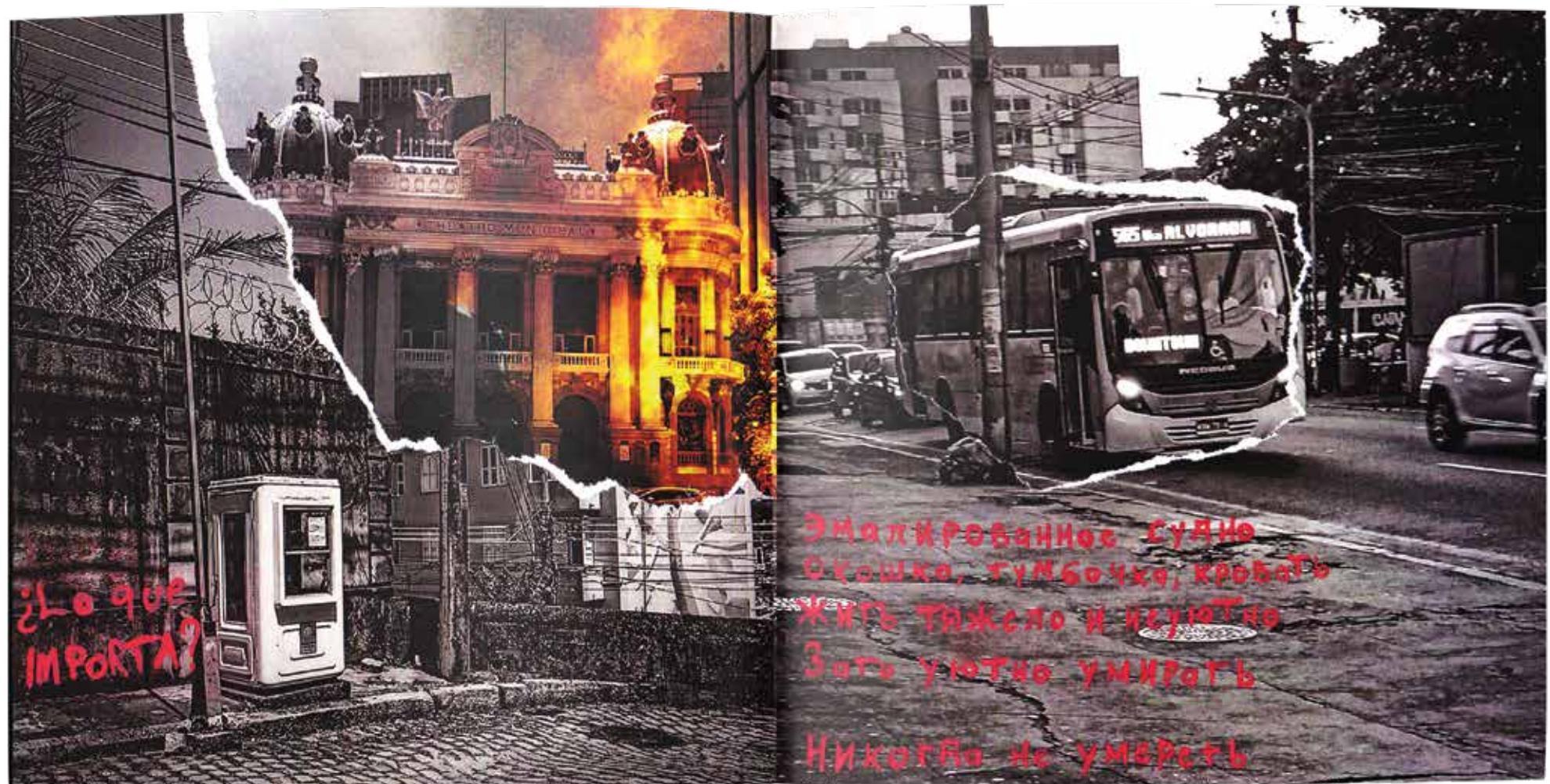


Figura 50 : Mockup Página 15 e 16 URBANIZE, 2023



Figura 51: Mockup Página 17 e 18 URBANIZE, 2023

CONCLUSÃO

A relação entre a visualidade e a música presentes em álbuns musicais recorrente na indústria fonográfica, tratada nesta monografia, ressalta a importância da criação da atmosfera em um álbum e sua relação com o público consumidor, uma vez que esta usa da sinestesia para corroborar a experiência de imersão com a arte, além manifestar expressões artísticas e culturais.

Trabalhado estes conceitos o projeto URBANIZE concebe um álbum musical moldado na experiência audiovisual através de uma playlist com músicas selecionadas especificamente para compor a atmosfera do álbum, relacionando a experiência musical associado às expressões culturais e urbanas, relacionando as temáticas urbanas e suas problemáticas. Atingindo seus objetivos de promover consciência e debate acerca da urbanidade por meio da expressão artística audiovisual, colocando cotidiano urbano e suas jornadas expressadas durante as fases do projeto, abrangendo diversos estilos musicais e artísticos contemplados pela urbanidade, relacionando com os diversos habitantes da metrópole conturbada.

Como expressão pessoal das minhas experiências relacionadas a temáticas urbanas o projeto abordou diversos pontos, como a sinestesia trabalhada durante o capítulo 1 retomando o qual além de pontuar seus conceitos enfatiza a importância de sua presença para a imersão com o trabalho. Isso se evidencia durante o capítulo com o levantamento histórico, sendo trabalhado desde o início da indústria fonográfica, se adaptando conforme o avanço da tecnologia e a mudança dos formatos, se inserindo e se estabelecendo na modernidade em seu formato digital, como nas plataformas digitais na internet.

O projeto também ressaltou temáticas sociais como a inversão do significado do ser "urbano", como exemplificado no capítulo 2, trabalhado os conceitos e as problemáticas da urbanidade, destacando principalmente o conceito da geografia de lugar nenhum, a qual pela comparação dos resultados dos ensaios executado para este projeto pode-se perceber a despersonalização dos urbanos, limitando a identificação com estes, contudo o capítulo enfatiza que a arte ativista é de extrema importância para a disseminação da arte e uma das principais ferramentas em lutas sociais. Tais aspectos foram exemplificados no capítulo 3 colocando como exemplo álbuns que refletem manifestações culturais e artísticas, causando impacto aos grupos direcionados e tornando-se exemplos de manifestações culturais.

A execução do projeto apesar de todas as problemáticas relatadas, atendeu suas expectativas, gerando um trabalho com um fundamento conceitual sólido e extenso além de coesão com sua estética. Contudo algumas decisões sobre a execução deste projeto foram tomadas mediante ao prazo de entrega, como os desafios enfrentados na execução dos ensaios, e a opção pelo estêncil substituindo a intervenção manual. Embora a execução manual da intervenção carrega consigo extrema relevância uma vez que o processo manual traz a irregularidade como aspecto inerente do processo, a decisão de seguir com o estêncil para execução das intervenções uniformizou os resultados, porém os materiais utilizados (spray de tinta) dialogam como conceito do trabalho refletindo movimentos elaborados no trabalho, o estêncil também trouxe textura à intervenção original, aspecto inibido pelo escaneamento.

Os resultados do encarte refletiram accidentalmente seus momentos respectivos, credibilizando de maneira quase "místico" aprofundando ainda mais as jornadas percorridas e estreitando minha própria relação com o projeto. Entretanto, devido ao prazo limitado, não foi possível seguir com os aspectos comerciais padrão de um álbum como o desenvolvimento da identidade visual em outros produtos para além do encarte principal, como o próprio disco físico, posters promocionais e até a videografia baseada nas fases e nos conceitos. Como expressão artísticas pretendo posteriormente trabalhar detalhadamente esses aspectos agregando ainda mais a experiência primordial do projeto.

REFERÊNCIAS

ABRANCHES, Rafa. *Olhai por Nós*. 2018. Medium. Disponível em: <https://medium.com/@Rafabranches/olhai-por-n%C3%B3is-be4447496d4c>. Acesso em: 4 dez. 2023.

AGÊNCIAS. 'Thriller', o álbum revolucionário de Michael Jackson, completa 40 anos. 2022. Revista O Tempo. Disponível em: <https://www.otimepo.com.br/entretenimento/thriller-o-album-revolucionario-de-michael-jackson-completa-40-anos-1.2774538>. Acesso em: 1 dez. 2023

ALVES PEREIRA MATA, J.; VINICIUS DE BRITO AMATO, M. *Videoclipe na era do streaming: Traços e tendências de uma "estética Hot Wheels" a partir de Saoko, de Rosalía*. MusiMid: Revista Brasileira de Estudos em Música e Mídia, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 137-159, 2022. Disponível em: <https://revistamusimid.com.br/index.php/MusiMid/article/view/97>. Acesso em: 16 jul. 2023.

BACCILE, João Pedro de Araújo. *A arte de fazer música para os olhos: uma reflexão sobre a consolidação do álbum visual como produto na indústria fonográfica*. 2022. 22 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação) — Universidade de Brasília, Brasília, 2022. <https://bdm.unb.br/handle/10483/32807> Acesso em 7 dez 2023.

BASBAUM, Sérgio R. *Sinestesia e percepção digital*. Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, São Paulo, v. 6, p. 245-266, 2012. p. 263. Disponível em <https://revistas.pucsp.br/teccogs/article/view/52891> Acesso em 7 dez 2023.

BENKO, Georges. *Geografia de lugar nenhum ou hiperglobalização*. Breve exame do mundo pós-moderno. In: SANTOS, Milton et al (Orgs). *Território: globalização e fragmentação*. 2. ed. São Paulo: HUCITEC, 1994. p. 247-250. Disponível em: <http://geocrocetti.com/msantos/Territorio.pdf> Acesso em: 4 dez. 2023.

BILLIE ELISH, *OverHeated*, 2021 Disponível em: <https://open.spotify.com/track/5uSG6fUPRaehaV820zcpsK?si=6b7bd23613a44475> Acesso em 7 dez 2023.

BRAGANÇA, Guilherme Francisco Furtado. *Relações entre sensações sinestésicas, estados emocionais e estruturas musicais*. 214. 287 f. Tese (Doutorado) - Curso de Neurociências, Instituto de Ciências Biológicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUBD-9WMUJF/1/tese_vers_o_final.pdf. Acesso em: 1 dez. 2023.

BRÊDA, Lucas. *Rosalía une auto tune e bateria de escola de samba em Motomami*. 2022. Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/03/rosalia-une-auto-tune-e-bateria-de-escola-de-sam-ba-em-motomami.shtml> Acesso em: 29 ago. 2023.

BRITO, Jeferson. *Encarte: lady gaga - born this way*. Lady Gaga - Born This Way. Disponível em: <https://www.encartespop.com.br/2011/05/encarte-lady-gaga-born-this-way.html>. Acesso em: 12 dez. 2023.

BRITO, Jeferson. *Encarte: rosalía - motomami*. ROSALÍA - MOTOMAMI. Encartes Pop. Disponível em: <https://www.encartespop.com.br/2022/06/encarte-rosalia-motomami.html> Acesso em: 12 dez. 2023.

BUDDY, Parole di. *Le fotografie dipinte di François-Marie Banier*. 2013. Disponível em: <https://www.collater.al/francois-marie-banier/>. Acesso em: 4 dez. 2023.

CERQUIZE, Túlio. *Pixação*. 2014. 64 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Visual Design, Comunicação Visual, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

COSTA, Cadu. *ROSALÍA REAFIRMA SEU LUGAR NO MUNDO EM 'MOTOMAMI'*. 2022. Ultraverso. Disponível em: <https://ultraverso.com.br/rosalia-critica-do-album-motomami-2022/>. Acesso em: 29 ago. 2023.

CRYSTAL CASTLES, *Intimate*, 2010 Disponível em: <https://open.spotify.com/track/1mQi6sctbrJZfQkA3fOH8M?si=41cce8d6501d445c> Acesso em 7 dez 2023.

DALLA VECCHIA, Leonam; IUVA, Patricia de Oliveira. *Os Ecos Temporais do Álbum Visual: dos Beatles à Beyoncé Knowles*. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 4 a 9 de setembro de 2017. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2897-2.pdf> Acesso em: 28 Ago. 2023.

DALLA VECCHIA, Leonam; DORNELLES, Wagner dos Santos. *Uma odisseia em nove atos: configurações estéticas e dimensões performáticas do álbum visual na cultura digital*. Revista Brasileira de Música, Rio de Janeiro, n. 1, jan. – jun. 2020. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/rbm/article/view/33635/20266#>. Acesso em: 28 Ago. 2023

DALLA VECCHIA, Leonam. *O Álbum Visual e a Reconfiguração de Formatos Audiovisuais na Cultura Digital*. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2020. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/15614> Acesso em: 23 Ago. 2023

DANTE, Amanda; NEVES, Amanda; RODRIGUES, Camila; MATIL, Fábio; MUNIZ, Lucas; TEIXEIRA, Mayara; MENDES, Rafael; TORÉ, Rubens; JANSEN, Victor. *O Som e Sua Percepção em Cada Individuo*. 2017. 11 f. Monografia (Especialização) - Curso de Comunicação Visual Design, Comunicação Visual, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

DE SOUZA, David da Costa Aguiar. *Pichação carioca: etnografia e uma proposta de entendimento*. 2007. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/32883476/DavidDaCostaAguiarDeSouza.pdf> Acesso em: 4 dez. 2023.

DORNE, Vinícius Durval; VIEIRA, João Paulo Dantas. *Born this way*: sentidos de resistência em um videoclipe de lady gaga. Cesumar, Maringá (Pr), v. 17, n. 2, p. 209-221, Não é um mês valido! 2015. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/iccesumar/article/view/4425/2666>. Acesso em: 18 jul. 2023.

ENANO, Virginia López. *Quem é Rosalía, a jovem espanhola que alcançou a fama internacional ao trazer o flamenco à moda*. 2019. El País. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/02/cultura/1556804887_395894.html. Acesso em: 29 ago. 2023.

EXTRA. CD ARRANHADO? MÚSICA ANTIGA DE CLAUDIA LEITTE VIRALIZA AO APRESENTAR FALHA NO SPOTIFY. Disponível em: <https://extra.globo.com/famosos/cd-arranhado-musica-antiga-de-claudia-leitte-viraliza-ao-apresentar-falha-no-spotify-rv1-1-24655269.html>. Acesso em: 12 dez. 2023.

EZEKIEL, *Help_urself*, 2021 Disponível em: <https://open.spotify.com/track/1lethytsFEKkvfNLjdCC1?si=963f7e505a624882>. Acesso em 7 dez 2023.

FIALHO, Vania Malagutti. *HIP HOP*: conceito e história. SOUZA, J.; FIALHO, V.; ARALDI, J. Hip Hop da rua para escola. Porto Alegre: Sulina, 2008. Disponível em: https://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Fialho-Hip_Hop-conceito_e_historia.pdf. Acesso em: 04 dez. 2023.

FRANÇOZA, Douglas. *Rosalía anuncia novo single, "SAOKO"*. 2022. Popline. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/com-teaser-energico-rosalia-anuncia-saoko-para-sexta-feira/>. Acesso em: 29 ago. 2023.

GALLO, Ivone Cecília D'ávila. *Punk*: cultura e arte. Varia Historia, [S.L.], v. 24, n. 40, p. 747-770, dez. 2008. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-87752008000200024>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/vh/a/JZN3zC3M8ypwLc6BrqdWhLJ/?lang=pt&format=html>. Acesso em: 18 jul. 2023

GROYS, Boris; DE OLIVEIRA LEITE, Caroline Alciones; DE OLIVEIRA, Luiz Sérgio. *Sobre o ativismo artístico*. Revista Poiésis, v. 18, n. 29, p. 201-219, 2017. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/poiesis/article/view/2004> Acesso em: 7 dez 2023.

HENRY, John-Paul. *Foto em tons de cinza de baixo ângulo do edifício alto*. 2017. Chicago Loop, Chicago, United States. Disponível em: <https://unsplash.com/pt-br/fotografias/foto-em-tons-de-cinza-de-baixo-angulo-do-edificio-alto-zc490PM5CAI>. Acesso em: 4 dez. 2023.

HUAMAN, Kevin Alexis Montalvo; CONTRERAS, Jossy Alexandra Berrocal. *IMPACTO DE TIK TOK COMO MEDIO DE ESTRATEGIA DE MARKETING EN EL CASO DEL ÁLBUM "MOTOMAMI" DE ROSALÍA*. 2023. 71 f. TCC (Graduação) - Curso de Publicidad y Marketing Digital, Escuela de Educación Superior Tecnológica Privada Toulouse Lautrec, Lima - Perú, 2023. Disponível em: <https://repositorio.tls.edu.pe/handle/20.500.12826/306>. Acesso em: 16 jul. 2023.

KORNHABER, Spencer. *The Lady Gaga Anthem That Previewed a Decade of Culture Wars*. 2021. The Atlantic. Disponível em: <https://www.theatlantic.com/culture/archive/2021/02/lady-gaga-born-this-way/618000/>. Acesso em: 18 jul. 2023.

KUKON, Miniówka, 2019 Disponível em: <https://open.spotify.com/track/4J1Uz5uOleaW0xGNlXnRdV?si=8baa23b19d0f4ce0>. Acesso em 7 dez 2023.

LADY GAGA, *Born This Way*, Direção de Nick Knight. Produção de Vincent Herbert. Música: Born This Way. 2011. (719 min.), son., color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wV1FrqwZyKw>. Acesso em: 12 dez. 2023.

LADY GAGA. *Judas*, Direção de Lady Gaga e Laurieann Gibson. Produção de Redone e Trevor Muzzy. Música: Judas. Paris: Gang Studios, 2011. (5 min.), son., color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wagn8Wrmzuc>. Acesso em: 12 dez. 2023.

LINDEN, Júlio Carlos de Souza van Der et al. *Design, Cultura & Inovação*: volume ii. Rio Grande do Sul: Marcavisual, 2022. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/242408/001145344.pdf?sequence=1>. Acesso em: 12 abr. 2023.

LIRA, Antonio. *MOTOMAMI*. 2022. Continente. Disponível em: <https://revistacontinente.com.br/secoes/curtas/motomami>. Acesso em: 29 ago. 2023.

LORDE, *Tennis Court*, 2013 Disponível em: <https://open.spotify.com/track/74fpNVAJrKGQuqHETi4WSt?si=b7b087fdc54046d1>. Acesso em 7 dez 2023.

MALHEIROS, Henrique. *Born This Way*. 2021. RDT Lady Gaga. Disponível em: <http://www.rdtladygaga.com/born-this-way>. Acesso em: 29 ago. 2023

MARTINEZ, Baárbara. *O que é estilo bikercore?*: tendência entre famosas como pablo e juliette. Tendência entre famosas como Pablo e Juliette. 2022. Universa UOL Colaboração para Universa, em São Paulo. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2022/08/15/couro-capacetes-e-luvas-estilo-bikercore-e-tendencia-entre-as-famosas.htm> Acesso em: 29 ago. 2023

MIRANDA, Bruno Melo Fernandes. *Ecos do Flamenco de Rosalía*: entendendo a força semiótica através do audiovisual. 2021. 58f. (Graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda) – Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021 <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/33947> Acesso em 7 dez 2023.

MITÙ, ELA MINUS, Salta, 2019 Disponível em: <https://open.spotify.com/track/3Jc8DUdZ1iX5FbYaKzKVh1?si=bf41aa734aeb4282>. Acesso em 7 dez 2023.

MOLCHAT DOMA, Cyaho (Sudno), 2018 Disponível em:

<https://open.spotify.com/track/1SHB1hp6267UK9bJQuXyv0?si=3af8af86122e4eb5>

Acesso em 7 dez 2023.

MONTEIRO, C. M. *Funk e reggaeton: uma periodização histórica comparativa*. Revista Extraprensa, [S. L.], v. 12, p. 798-811, 2019. DOI: 10.11606/extraprensa2019.153386. Disponível em:

<https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/153386>. Acesso em: 4 dez. 2023.

MYERS, Owen. *Born This Way the Tenth Anniversary*: lady gaga. Lady Gaga. 2021. Pitchfork. Disponível em: <https://pitchfork.com/reviews/albums/lady-gaga-born-this-way-the-tenth-anniversary/>.

Acesso em: 02 jul. 2023.

NATHY PELUSO, Corashe, 2017 Disponível em:

<https://open.spotify.com/track/1VyyetfExEA6Kn5uzt2xdT?si=44390bb423324d92>

Acesso em 7 dez 2023.

OLIVEIRA, Giovanni. *Rosalía lança "MOTOMAMI"*: seu aguardado terceiro álbum de estúdio. seu aguardado terceiro álbum de estúdio. 2022. Popline. Disponível em:

<https://portalpopline.com.br/rosalia-motomami-novo-album/> Acesso em: 29 ago. 2023.

PEZZANI, Marcos. *Images*. 2009. Flickr. Disponível em:

<https://www.flickr.com/photos/supermarke/3946340978/in/faves-annahough/>.

Acesso em: 4 dez. 2023.

PINHEIRO, Pedro Henrique. *Há exatos 5 anos, U2 "forçava" usuários do iPhone a ouvir seu novo disco*. 2019. Revista Tenho Mais Discos Que Amigos. Disponível em:

<https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2019/09/09/5-anos-u2-disco-iphone-2/>.

Acesso em: 1 dez. 2023

PINK FLOYD, *Another Brick the Wall, Pt2*, 1979 Disponível em:

<https://open.spotify.com/track/4gMgiXfqyzZLMhsksGmbQV?si=7050a84f33cb42c3>

Acesso em 7 dez 2023.

RANGKUTI, R., & Hafifah, S. (2022). *Feminist stylistic analysis and LGBTQ+ representation in Lady Gaga's born this way*. JOALL (Journal of Applied Linguistics and Literature), 7(1), 276–290. Disponível em <https://doi.org/10.33369/joall.v7i1.20044> Acesso em: 28 Ago. 2023.

RODRIGO, Thallys. *10 anos de 'Born This Way': um marco no pop e na comunidade lgbtq+*. um marco no pop e na comunidade LGBTQ+. 2021. TAG Revista. Disponível em:

<https://www.tagrevista.com/post/10-anos-de-born-this-way-um-marco-no-pop-e-na-comunidade-lgbtq>. Acesso em: 29 ago. 2023.

SEDEN-VALDELLOS, Ana María. *O álbum visual como nova forma promocional da indústria da música: o caso de Let England Shake, de PJ Harvey e Seamus Murphy*. Palabra Clav8285. e [online]. 2016, vol.19, n.1, pp.105-132. ISSN 0122-

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-82852016000100005&script=sci_abstract&tlang=pt Acesso em: 02 jul. 2023.

SILVA, Janice Caiafa Pereira E. *Jornadas urbanas: exclusão, trabalho e subjetividade nas viagens de ônibus na cidade do Rio de Janeiro*. Editora FGV, 2016. Disponível em:

https://www2.fct.unesp.br/docentes/geo/necio_turra/MINI%20CURSO%20RAFAEL%20ESTRADA/JornadasUrbanas-JCaiafa.pdf Acesso em: 04 dez. 2023.

SILVA, José Marcos da Rocha. *GRAFITE E PICHAÇÃO: do caos visual à estética urbana*. 2013. 42 f. TCC (Graduação) - Curso de Artes Visuais, Departamento de Artes Visuais, Instituto de Artes da Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em:

https://bdm.unb.br/bitstream/10483/6494/1/2013_JoseMarcosDaRochaSilva.pdf. Acesso em: 4 dez. 2023.

SILVA, Nathália Lobato da; BATISTA, Bárbara Lobato. *Fotografia e música: uma relação interartes*. Anppom: XXVII Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música.

Campinas, p. 1-10. 2017. Disponível em:

https://anppom.org.br/anais/anaiscongresso_anppom_2017/5013/public/5013-16349-1-PB.pdf. Acesso em: 29 ago. 2023.

SHEPHERD, Julianne Escobedo. *MOTOMAMI*. 2022. Pitchfork. Disponível em:

<https://pitchfork.com/reviews/albums/rosalia-motomami/> Acesso em: 29 ago. 2023.

SPOTIFY. *Uma novidade para seus fãs*. Disponível em: <https://canvas.spotify.com/pt-br>.

Acesso em: 12 dez. 2023.

STABILE, Arthur. *Foto que retrata obra de artista negro é vendida sem autorização do autor*. 2019.

Revista Ponte. Disponível em:

<https://ponte.org/foto-que-retrata-obra-de-artista-negro-e-vendida-sem-autorizacao-do-autor/>. Acesso em: 04 dez. 2023.

STEWART, Jessica. *Street Photographer Captures the Solitude of Urban Life Through Light and Shadow*. 2019. My Modern Met. Disponível em: <https://mymodernmet.com/alan-schaller-street-photography/>.

Acesso em: 4 dez. 2023.

SUPERUBER, *Exposição Rio Música: projeto multimídia e interativo*. Projeto Multimídia e Interativo.

2012. Exposta no Centro de Referência da Música Carioca. Disponível em:

<https://www.superuber.com.br/exposicao-rio-musical/>. Acesso em: 1 dez. 2023.

TEMPONE, Denise. *10 referências de Rosalía ao mundo da arte*. 2022. Domenstika. Disponível em:

<https://www.domenstika.org/pt/blog/10392-10-referencias-de-rosalia-ao-mundo-da-arte>

Acesso em: 29 ago. 2023.

TENDER, *Belong*, 2015 Disponível em:

<https://open.spotify.com/track/4PsckbUVwGADluarmpxQGu?si=7c93b89897e94440> Acesso em 7 dez 2023.

THE ANXIETY, *Fight Club*, 2020 Disponível em:

<https://open.spotify.com/track/2qkiFeuGW1hFVEEiUMthnL?si=72b50064c4d34695>

Acesso em 7 dez 2023.

TREVISAN, Ana Júlia; VULCANO, Vitória. *Os Melhores Discos de 2022*. 2022. PERSONA. Disponível em:

<https://personaunesp.com.br/os-melhores-discos-de-2022/> Acesso em: 29 ago. 2023

TWENTY ONE PILOTS, *Stress Out*, 2015 Disponível em:

<https://open.spotify.com/track/3CRDbSIZ4r5MsZ0YwxuEkn?si=bd7317bc0b3f494f>

Acesso em 7 dez 2023.

VAD, Mikkel. The Album Cover. *Journal Of Popular Music Studies*, [S.L.], v. 33, n. 3, p. 11-15, 1 set. 2021.

University of California Press. <http://dx.doi.org/10.1525/jpms.2021.33.3.11>. Disponível em:

<https://online.ucpress.edu/jpms/article/33/3/11118548/The-Album-Cover>. Acesso em: 18 jul. 2023.

VALLE, Eduardo do. *Rosalía não quer 'agradar no TikTok': ela só entendeu bem o momento. ela só*

entendeu bem o momento. 2023. Rolling Stone. Disponível em:

<https://rollingstone.uol.com.br/musica/rosalia-nao-quer-agradar-no-tiktok-ela-so-entendeu-bem-o-momento/> Acesso em: 29 ago. 2023.

VAN METER, Jonathan. *Lady Gaga: our lady of pop. Our Lady of Pop.* 2011. Vogue. Disponível em:

<https://www.vogue.com/article/lady-gaga-our-lady-of-pop>. Acesso em: 18 jul. 2023.

WALTENBERG, Lucas. *Perspectivas para pensar o álbum conceitual no cenário musical*

contemporâneo. In: VI CONGRESSO DE ESTUDANTES DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 6.,

2013, Rio de Janeiro. VI CONECCO UERJ 2013. Rio de Janeiro: Coneco, 2013. p. 1-16.