



VITOR FERREIRA DA SILVA

**COMUNICAÇÃO VISUAL NO RAMO MUSICAL: MATERIAL PARA PORTIFÓLIO
VOLTADO PARA O MEIO MUSICAL**

CARAPICUIBA

2021

VITOR FERREIRA DA SILVA

**COMUNICAÇÃO VISUAL NO RAMO MUSICAL: PORTIFÓLIO VOLTADO PARA O
MEIO MUSICAL**

Trabalho de conclusão de curso destinado a instituição ETEC Carapicuíba como meio de avaliação necessário para a obtenção de Grau de Tecnólogo em Comunicação Visual. Sob a orientação da Professora AGNACILDA s. Rocha.

CARAPICUIBA

2021

Sumario

1. Introdução
 - 1.1 Problematização
 - 1.2 Justificativa
 - 1.3 Objetivos (geral e específico)
 - 1.4 Referencial teórico
 - 1.5 Pesquisa
 - 1.5.1 Pesquisa
 - 1.5.2 Dados
 - 1.5.3 Análise de dados
2. Desenvolvimento do Projeto
 - 2.1 Briefing
 - 2.1.1 Projeto de auto divulgação
 - 2.1.2 Perfil do publico
 - 2.1.3 Divulgação
 - 2.2 Processo Criativo
 - 2.2.1 Painel semântico
 - 2.2.2 Identidade visual
 - 2.2.2.1 Restrições e redução da marca
 - 2.2.3 Rafes e escolha do estilo visual
 - 2.3 Peças finais
 - 2.3.1 Fotografia
 - 2.3.2 As redes sociais
 - 2.3.3 O site
 - 2.3.4 Divulgação nas ruas
 - 2.3.5 Artes de divulgação
3. Conclusão
 - 3.1 Referências

1. INTRODUÇÃO

1.1 Problematização

O que é comunicação visual no ramo musical? E o que um comunicador visual musical faz?

Comunicação visual no ramo musical é comunicação visual voltada para o ramo musical, ela se preocupa com a imagem e a mensagem que deve ser passada para os seus consumidores, buscando a melhor forma para satisfazer o seu cliente e os clientes do seu cliente, a comunicação visual no ramo musical pode ser benéfica para bandas, produtoras musicais, cantores e entre outros.

Um comunicador visual musical é o profissional que executa a produção visual do gênero musical e formatos gráficos para peças publicitárias como flyers, banners, capas de álbuns, painéis etc. Desenvolve e emprega elementos criativos e estéticos de comunicação visual gráfica e digital. Analisa, interpreta e propõe a produção da identidade visual das peças. Controla, organiza e armazena materiais físicos e digitais da produção gráfica.

1.2 Justificativa

Por que um portfólio?

Pesquisando e conhecendo experiências de outras pessoas, eu cheguei à conclusão de que um bom portfólio é o melhor método de demonstrar a sua capacidade como profissional em comunicação visual, nele você mostra projetos e trabalhos que você fez ou participou, assim dando ao contratante uma segurança que só um currículo não conseguiria atingir.

1.3 Objetivos (geral e específico)

No geral alcançar um portfólio apresentável, bem diagramado e que apresente meus pontos fortes como comunicador visual, a parte específica é poder produzir um entregável para cada matéria dada no curso, pontuando elementos importantes dos mesmos.

1.4 Referencial teórico

A palavra portfólio tem uma etimologia ligada às artes visuais. Sua origem, do italiano *portafoglio*, remonta ao século 18, quando era usada para designar uma valise feita para carregar folhas soltas de papel. Era a valise dos artistas. Logo, virou sinônimo de coleção de trabalhos de artes visuais – esboços, desenhos, fotografias etc.

Segundo Fabio Hideki (2020) um portfólio ideal é “aquele que mostra mais do que seu conhecimento técnico ou senso estético; ele apresenta a sua capacidade de expor um ponto de vista e de como articular uma possível solução para um problema ou desafio.” Exposto a mesma pergunta Leonardo Carreira (2020) disse: “Eu já estive nas duas pontas de um processo de recrutamento, quando pude estar no lado de quem recruta e avalia os materiais, percebi que o portfólio ideal pode variar de acordo com a vaga pretendida.

Mas acredito que o portfólio ideal é o que consegue apresentar equilíbrio entre a qualidade gráfica apresentada, os cuidados na apresentação, os resultados efetivos conquistados com os trabalhos – números, métricas e ter uma explicação clara sobre o problema que estava sendo resolvido.”

Música é uma palavra de origem grega - vem de musiké téchne, a arte das musas - e se constitui, basicamente, de uma sucessão de sons, entremeados por curtos períodos de silêncio, organizada ao longo de um determinado tempo. Assim, é uma combinação de elementos sonoros que são percebidos pela audição. Podemos dividir a música em três elementos básicos: melodia, harmonia e ritmo.

1.5 Pesquisa

1.5.1 métodos da pesquisa

Conforme a elaboração do projeto será utilizada o método de pesquisa exploratória, com a natureza de envolver levantamento bibliográfico direcionado a entrevistas com profissionais que tiveram, ou têm, experiências práticas com portfólio, design, fotografia, marketing e entre outras experiências do ramo da comunicação visual, além da busca de portfólios dos mesmos ou outros profissionais não incluídos nas entrevistas.

1.5.2 Dados

Os dados foram recolhidos pelo meio de pesquisas bibliográficas, de acordo com os autores os portfólios trazem a importância de: mostrar a sua identidade, fazer com que os seus clientes ou contratantes confiem em você, te apresentar como um profissional, ajudar a prevenir a rejeição dos seus clientes e contratantes. Os autores também apontam aspectos para um bom portfólio como: os seus melhores trabalhos, um pouco sobre você mesmo, organização, demonstrar a capacidade de se resolver um problema e uma boa plataforma para apresentação.

1.5.3 Análise de dados

Com os dados apresentados podemos elaborar uma breve conclusão de que mesmo que o conteúdo do portfólio seja variável e opcional, certos pontos são necessários para o melhor conforto de seu cliente ou contratante, sendo assim, nem sempre você será contratado por apenas apresentar um trabalho considerado “bonito” ou “diferenciado”, a sua capacidade de resolver um problema é muito importante também.

2. Desenvolvimento do Projeto

2.1 Briefing

2.1.1 Projeto de auto divulgação

Qual é o projeto?

- Projeto de auto divulgação, portfólios voltados ao ramo musical com influência dos conhecimentos adquiridos no curso de comunicação visual.

Missão, visão e valores.

- Se especializar no ramo musical para poder cada vez mais entregar projetos que superem os anteriores, eu visio resolver os problemas dos meus clientes, a satisfação do cliente é o que importa, faço meus trabalhos não só baseado em outros que já existem, gosto de colocar a visão do meu cliente neles, é claro que sempre o auxílio para poder se expressar com o seu público-alvo.

Proposta de design.

- Objetivo da proposta é apresentar um novo nicho da comunicação visual, a comunicação visual musical, a proposta de design são peças de um portfólio, não necessariamente impressos, voltados para o ramo da música.

Diferencial.

- Mesmo que já existem projetos e portfólios voltados a música, muitos deles somente abordam uma parte desse mercado, como a fotografia de shows ou a criação de artes para álbuns, meu portfólio pretende apresentar uma parte maior deste mundo da música, tendo artes para roupas, artes para shows, ensaios fotográficos e por aí vai, em todos estes trabalhos será usado o conhecimento absorvido por mim no curso de comunicação visual.

Viabilidade.

- A viabilidade se dá a como o mundo enxerga o design hoje, como uma necessidade, esse olhar de necessidade já vindo sendo carregado a anos e é claro que a pandemia impulsionou ainda mais essa visão.

Desafios.

- Os meus desafios são os meus motivadores, sendo eles a falta de reconhecimento há necessidade de um designer especializado no ramo musical e o pouco alcance de divulgação.

2.1.2 Perfil do publico

O perfil do público que irá acessar o portfólio é variado, porém possuem uma ligação característica entre si, a música, quem busca meu portfólio busca a especialização com as necessidades que o mundo da música tem, como a promoção e a divulgação sendo uma das grandes necessidades deste nicho. Para melhor compreensão do meu público, foram traçadas algumas personas, com características que meus potenciais clientes teriam e os clientes dos meus clientes também, sendo primeiramente uma consumidora de arte e música, por segundo um cantor, com problemas de profissionalismo e terceiro um produtor musical com dificuldade de encontrar clientes. A seguir mais especificações deles:

- **Julia**

17 anos, ilustradora digital, faz ilustrações de artistas e ilustrações para capas de álbum, hip hop, rap, trap e lo-fi são os seus gêneros de música favoritos, ama ir a shows e eventos.

- **Renato**

23 anos, cantor, faz sucesso nas redes sociais, mas nunca se apresentou em palcos por insegurança, não possui profissionalismo em suas redes sociais.

- **Evandro**

35 anos, produtor musical, já produziu grandes artistas, mas hoje em dia tem dificuldade de encontrar clientes, suas redes sociais estão abandonadas.



2.1.3 Divulgação

Antes de falar sobre as minhas estratégias de divulgação, é importante pontuar que o meu projeto pra portfólio foi centrado na elaboração de um festival de música voltado para o estilo do trap, rap e hip hop nacional, dito isso minhas estratégias de divulgação tem como identidade visual o estilo desses gêneros de música. A divulgação é uma parte importante do meu projeto, pois por ela que conseguirei ter visibilidade e reconhecimento como comunicador visual. Tendo estes pontos apresentados, exibirei as minhas estratégias de divulgação:

- Divulgação em redes sociais:

Contas foram criadas em aplicativos com grandes nomes quando se fala de redes sociais, como: Instagram, Youtube, Facebook e twitter, tendo cada um o seu objetivo, sendo o Instagram a principal, pois nele se encontraria tudo sobre o festival, já o Youtube seria para vídeos promocionais, o Facebook algo mais relacionado com horários e ajuda a perguntas e twitter sendo mais para interação com o público.

- Divulgação nas ruas:

Boa parte impressa, como panfletos, outdoors e cartazes, mas também em painéis de led, como aqueles encontrados em grandes avenidas de centros urbanos.

- Parceria com grandes marcas:

Além de estratégia de divulgação, também é uma necessidade, por se tratar de um festival, tenho de ter bancas com comidas e bebidas para que as pessoas possam se alimentar, um exemplo é o ifood, onde pelo próprio aplicativo deles daria para encomendar e deixar agendado seus pedidos.

2.2 Processo Criativo

2.2.1 Painel Semântico



2.2.2 Identidade Visual

Para um festival, é de suma importância ter uma identidade visual definida, mesmo que ao passar das edições mudanças e adaptações sejam feitas, ter um nome de peso e que represente bem o festival é um dos pilares para o reconhecimento do mesmo.

A ideia era organizar um festival, eu precisava de uma inspiração, um nome, um símbolo e um estilo, isso para ter uma base, a inspiração foi fácil de achar, me inspiro no festival do cena 2k19 (Inspiração essa que pode ser vista como concorrência), o cena é um festival voltado para o gênero musical do trap, rap e hip hop. Para o símbolo eu queria alguma coisa no formato de triângulo, algo me atrai neles, provavelmente o misticismo por trás deles, por esse fato, a princípio me inspirei no símbolo dos illuminati, inspiração essa que foi perdendo a sua essência. Nome e estilo foram um certo problema para mim, por isso busquei dentro do que eu já tinha, como o símbolo seria algo triangular, eu quis que o nome começasse com "tri" ou que tivesse o "tri" em alguma parte dele, foi daí que veio o cicatriz, é um nome com personalidade, possui um significado para mim e tem o "tri" que eu queria que tivesse, já o estilo era algo que eu precisava testar para achar o ideal.

2.2.2.1 Restrições e redução da marca

A marca cicatriz não possui muitas restrições, isso foi pensado por alguns motivos, como: uma cicatriz real não segue grandes regras, elas podem ser pequenas e grandes, discretas e aparentes, por isso não faz muito sentido restringir tanto uma marca com o nome de cicatriz.

- Primeira restrição: Não alterar a tipografia.

A redução serve para saber até onde pode ser reduzida uma marca, assim tendo o conhecimento de até que tamanho dá para se reconhecer a mesma.

- Redução da marca: Redução da marca de 3,5 cm por 1,5 cm, sendo preferível a utilização do símbolo, para tal redução.



2.2.3 Rafes e escolha do estilo visual

Nessa fase, eu tinha que decidir como seriam os estilos das peças que seriam produzidas, primeiramente fiz alguns testes, porém eles não passavam o que o cicatriz festival representava, pois um deles estava relacionado com social mídia de magazines e outro relacionado com social mídia de esportes, sendo assim, eles não eram ideais para o meu objetivo, como mostrado abaixo, os da esquerda são os recusados e o da direita é o escolhido.

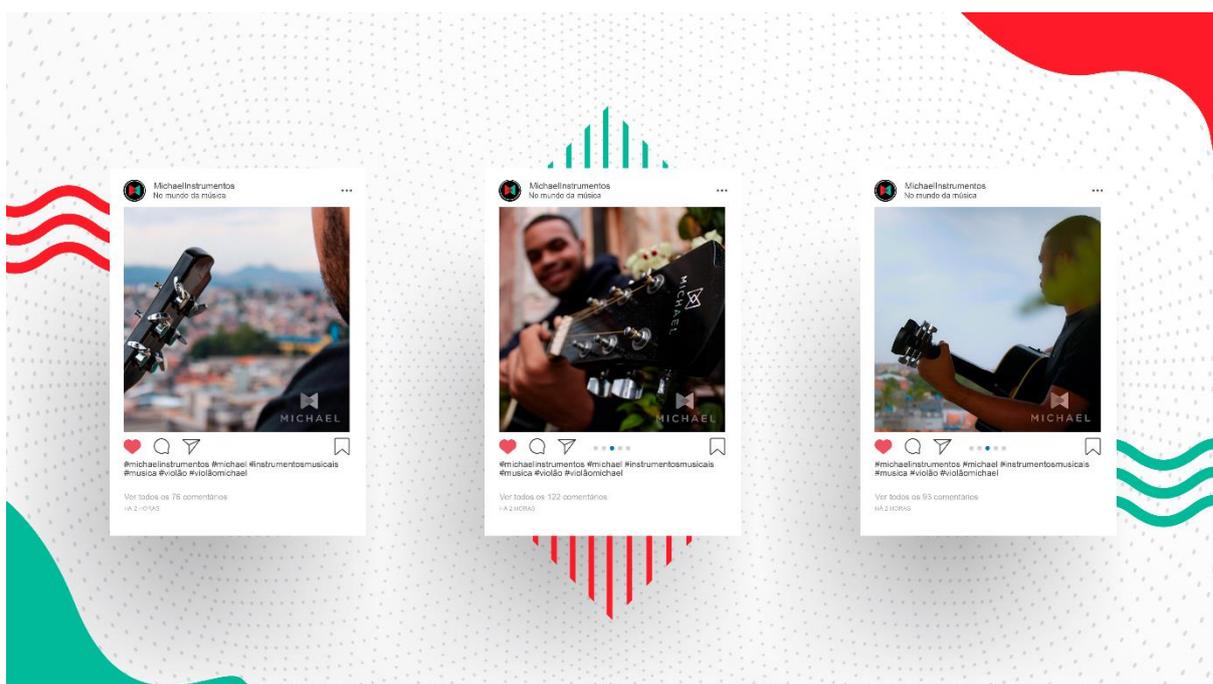


2.3 Peças finais

2.3.1 Fotografia

Antes de ir para as peças do festival, gostaria de pontuar uma das coisas que mais me deu trabalho nesse projeto, as fotografias, para fazer as minhas artes de divulgação, eu precisava de fotos dos artistas, porém nem todos eles tinham fotos “utilizáveis”, realmente a maioria delas não me traziam o que eu precisava, por isso, fiz um certo “desafio” comigo mesmo: “De quanto tempo eu preciso para tirar fotos que possam ser usadas para divulgação de algo no ramo da música?”.

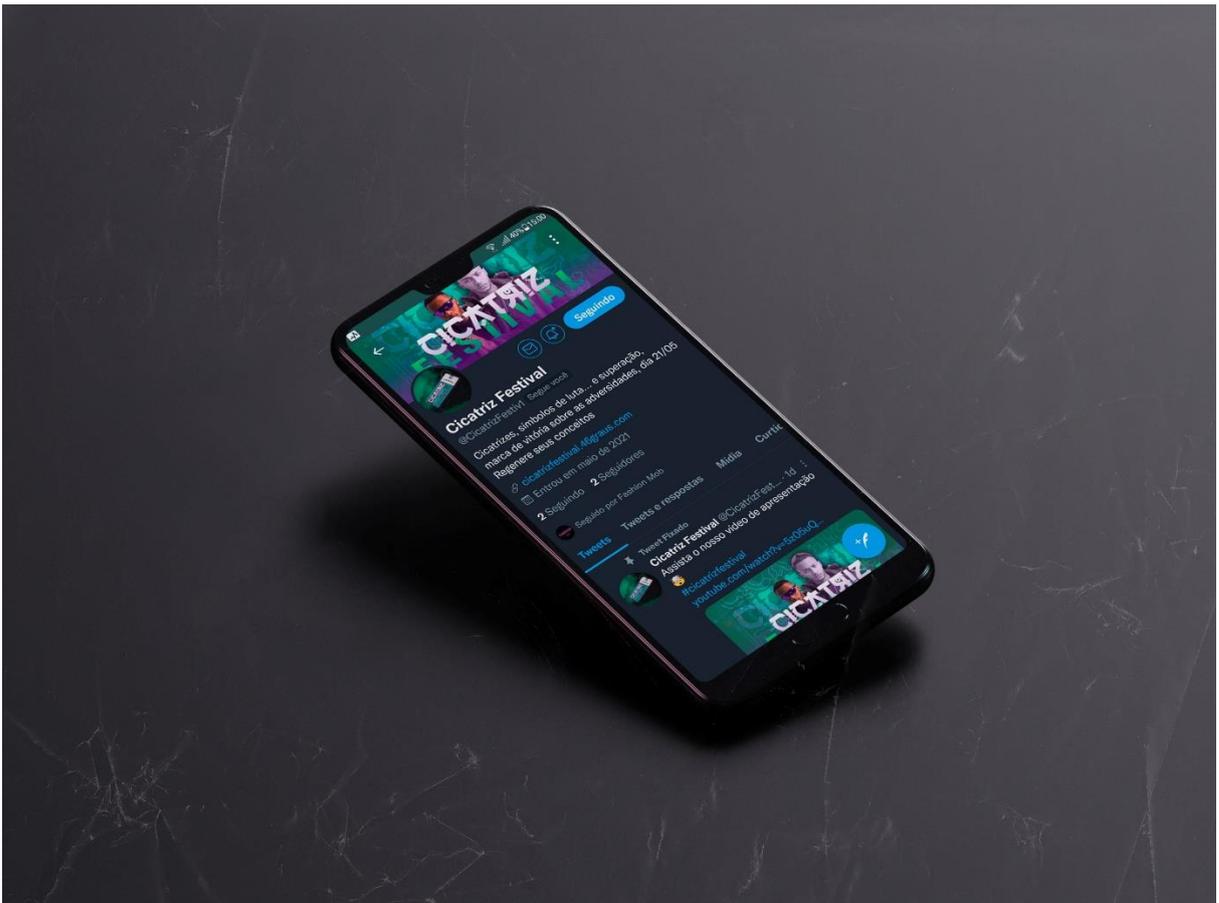
Após esse questionamento, decidi fazer algumas fotos para uma pequena campanha fictícia de um novo violão, usei o que eu tinha a minha disposição, o cenário foi a minha casa, o violão foi o meu e para modelo, meu primo se ofereceu, o mais complicado de alguém conseguir da minha lista de materiais seria a câmera, pois utilizei uma DSLR, mas nada impediria de usar um celular, que já estaria bem aceitável se usado corretamente, o ponto não eram os materiais e sim o tempo que levaria, então fui fazer o teste e levaram menos de 30 minutos para tirar fotos que ao meu ver, já estavam ótimas para um material de divulgação. (DSLR é uma sigla para “Digital Single Lens Reflex” e se refere a um design de câmeras profissionais que usam um conjunto de espelho e prisma para refletir a imagem que você está prestes a capturar para o visor.)



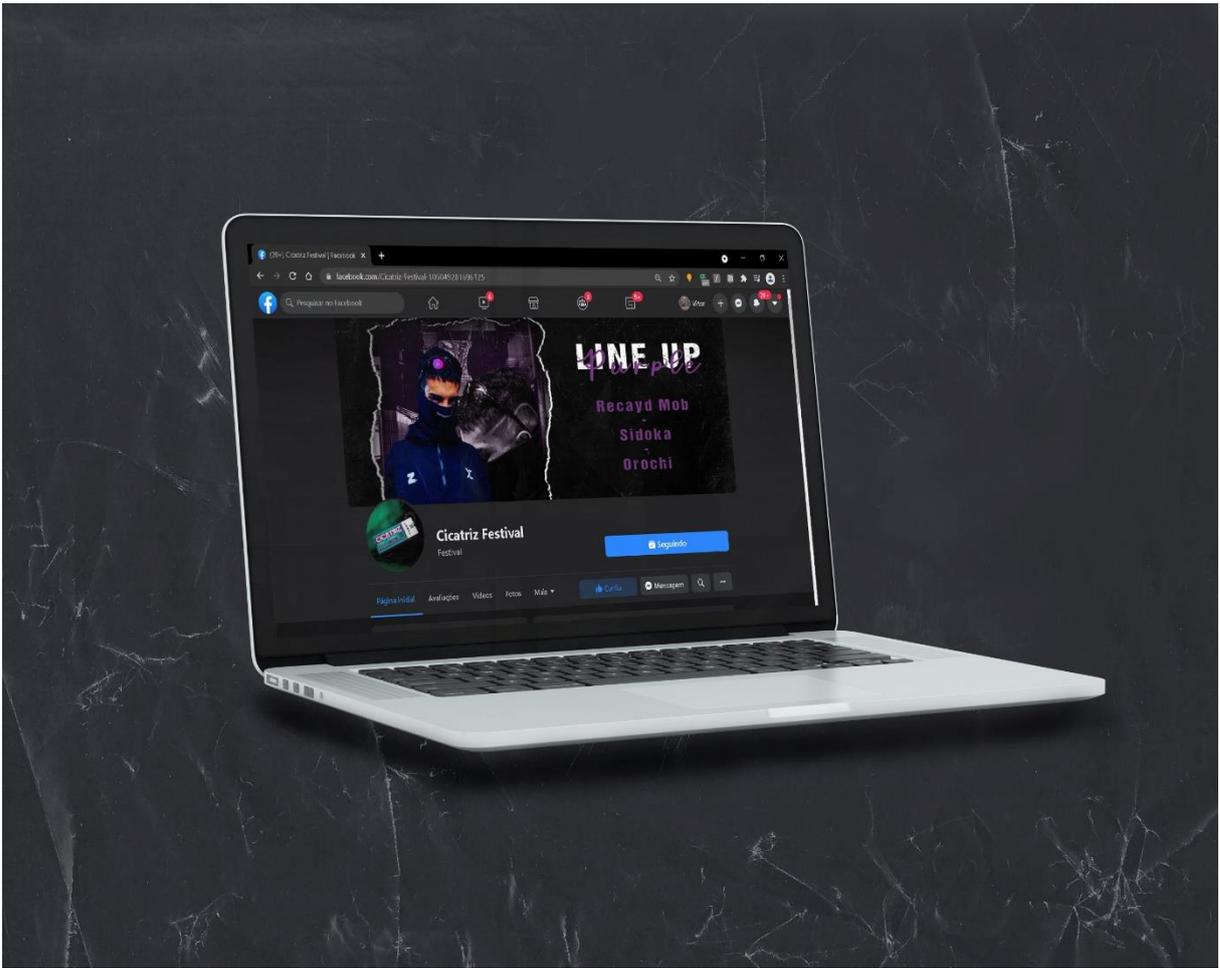
2.3.2 As redes sociais

As redes sociais é onde eu concentro a divulgação do festival, todas são linkadas uma com a outra, porém cada um possui um certo objetivo, sendo o Instagram a principal, pois nele se encontraria tudo sobre o festival, já o Youtube seria para vídeos promocionais, o Facebook algo mais relacionado com horários e ajuda a perguntas e twitter sendo mais para interação com o público.

- Twitter



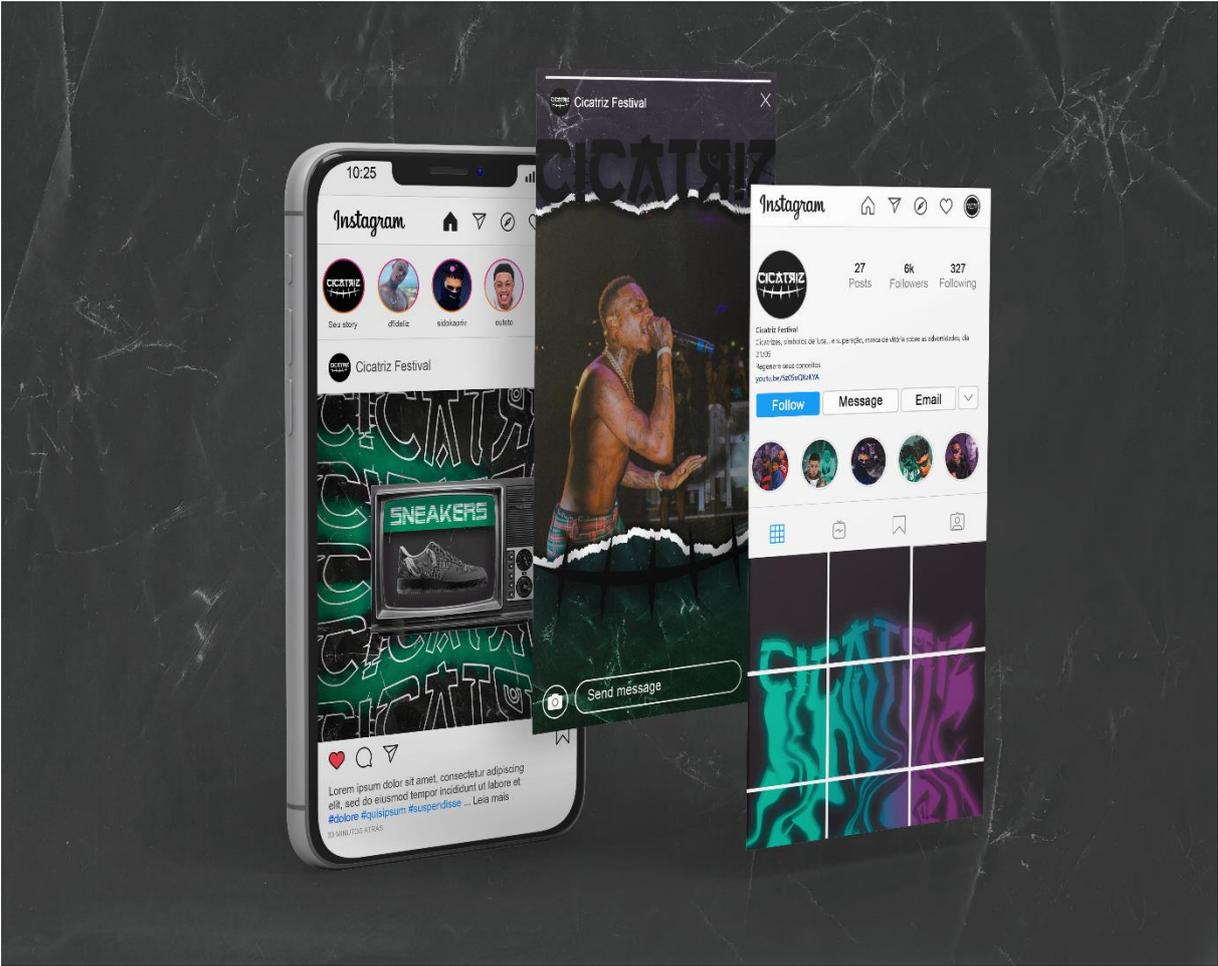
- Facebook



- Youtube



- Instagram



2.3.3 O site

O site é uma casa para o festival, lá você encontra tudo sobre o mesmo, como cronograma das apresentações, contato, explicação do que o festival representa, explicações sobre algumas funcionalidades do festival, como por exemplo, o que você encontra para comprar no evento ou até mesmo os benefícios para os vip.

- O que o festival representa

O Cicatriz é um festival voltado principalmente para o trap, nos últimos anos, muitos artistas têm conseguido relevância na cena, o trap tem mudado a vida tem muita gente e queremos comemorar essa mudança em forma de festival, queremos regenerar o conceito musical do trap, para que mais pessoas respeitem e abracem esse gênero musical que tanto amamos.

Cicatrizes, são símbolos de luta e superação, marca de vitória sobre as adversidades, quem faz música não simplesmente quer fazer barulho e sim quer transmitir a sua mensagem, seus sentimentos e sua vivência por meio da música.

- Vip

Vip tem diversos benefícios, como ficarem mais próximos dos palcos, terem uma pulseira exclusiva e o colabore e ganhe, os vip podem doar quilos de alimentos para ganharem os itens que são vendidos no festival, quanto mais doar, mais interessante é o brinde e é claro, o sorteio de tênis exclusivos do festival.

- Raridades

Raridades são os itens que você pode comprar no festival, eles são limitados e todos podem comprar, são produtos originais do festival, todos os produtos comprados fora do evento, são meras cópias.

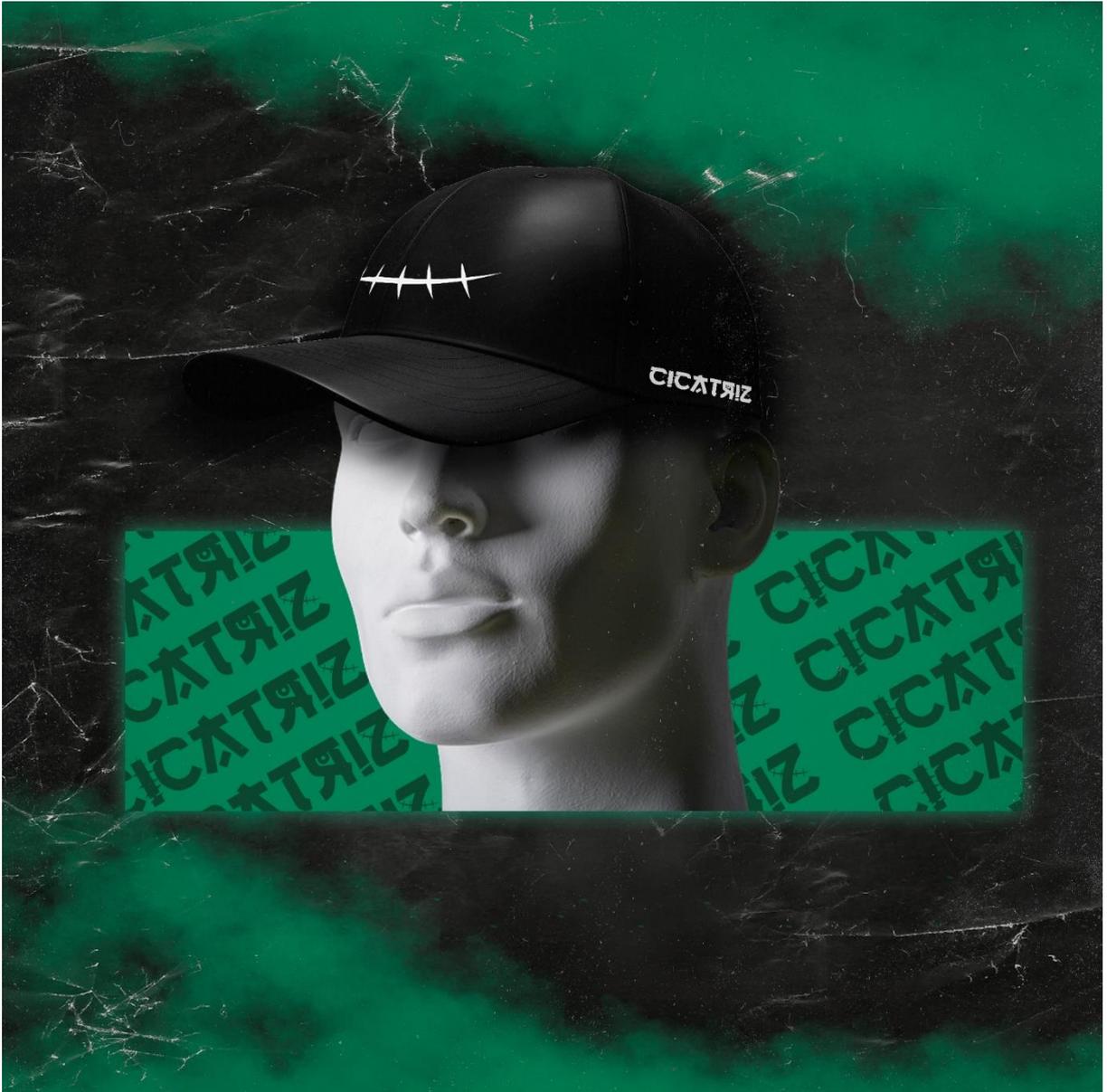


2.3.4 Divulgação nas ruas



2.3.5 Artes de divulgação









3. Conclusão

Conforme eu fazia o projeto, muitas coisas abriram a minha mente, referente ao design e referente a música, tanto o design quanto a música exigem muita responsabilidade, existem muitos nuances a serem vistos, é incrível como cada mínimo detalhe traz uma relevância gigantesca para o projeto, também é interessante a parte das ideias, como não existem ideias ruins ou boas, pelo menos não até você começar a desenvolvê-las, eu descobri que não consigo ter certeza de algo até testa-lo, o que não é ruim, pode até ser que eu leve mais tempo para terminar um projeto, mas pelo menos vou ter certeza que não teria um jeito de eu faze-lo melhor.

3.1 Bibliografia

O que é Portfólio? Guia completo sobre como fazer e exemplos para criar um portfólio impecável

<https://comunidade.rockcontent.com/o-que-e-portfolio/>

Portfolio - Revista Digital da Escola de Artes Visuais do Parque Lage

<https://www.facebook.com/portfolioeav/posts/613982661947997/>

Qual a importância do portfólio? - Por: Catho Comunicação

<https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/dicas/qual-a-importancia-do-portfolio/>

Portfólio: a importância de ter e como fazer um - WE DO LOGOS

<https://blog.wedologos.com.br/empreendedorismo/expandir-negocio/portfolio/>

baiana system

<https://baianasystem.com.br/>

cihangir Öziş

<https://www.behance.net/scihangir>

Sample Animal

<https://www.behance.net/sampleanimal>

Rock in Rio

<https://rockinrio.com/rio/pt-br/home/>

Lollapalooza

<https://www.lollapaloozabr.com/>

Coala Festival

<https://www.instagram.com/coalafestival/?hl=pt-br>

Michael Instrumentos

<https://michael.com.br/site/>

Recayd Mob

<https://www.instagram.com/recayd/>

Dfideliz

<https://www.instagram.com/dfideliz/>

Derek

<https://www.instagram.com/derekluccas/>

Jé Santiago

<https://www.instagram.com/jovemsanti/>

Igu

<https://www.instagram.com/igorkuwahara/>

Orochi

<https://www.instagram.com/orochi/>

Teto

<https://www.instagram.com/euteto/>

Jovem Dex

<https://www.instagram.com/jovemdex/>

Sidoka

<https://www.instagram.com/sidokapriv/>

Yunk Vino

<https://www.instagram.com/yunkvino/>