

Marcelo Pereira da Silva  
(Organizador)



# A Influência da Comunicação

**Marcelo Pereira da Silva**

(Organizador)

# A Influência da Comunicação

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora  
Copyright © Atena Editora  
Copyright do Texto © 2019 Os Autores  
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora  
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira  
Diagramação: Karine Lima  
Edição de Arte: Lorena Prestes  
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas



### Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>	
143	<p>A influência da comunicação [recurso eletrônico] / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-684-3 DOI 10.22533/at.ed.843190710</p> <p>1. Comunicação – Pesquisa – Brasil. 2. Jornalismo. I. Silva, Marcelo Pereira da.</p> <p style="text-align: right;">CDD 303.48</p>
<b>Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422</b>	

Atena Editora  
Ponta Grossa – Paraná - Brasil  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br

## APRESENTAÇÃO

A sociedade contemporânea se caracteriza pelo avanço de investigações e inquietações em busca – e em torno – da epistemologia da Comunicação, por meio de estudos de diversas áreas: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Marketing, Design, Produção Audiovisual, etc.

Sob o enfoque de campos teórico-metodológico-empíricos que evidenciam a complexidade da Comunicação e sua pluralidade investigativa, este livro coloca na ribalta a influência da Comunicação, tanto a de massa quanto a virtual, considerando-a como instituição social dotada de poder na qual/pela qual transitam discursos, emergentes formas de socialidade, de interatividade, diálogo, negociação, conflito e convivência.

Levamos em conta a onipresença generalizada da Comunicação, haja vista que sua necessidade confunde-se com o ar e faz surgirem diversas pesquisas acerca de seus efeitos e influências, tanto em nível de emissão como de recepção e circulação de sentidos.

Assim, esta obra reúne artigos de pesquisadores de diferentes regiões do Brasil, preocupados com o status da Comunicação e suas influências no contexto de uma sociedade midiaticizada na qual as redes/mídias, sejam de massa, sejam virtuais, ocupam um lugar central na consolidação da democracia, da participação, na ressignificação de práticas de ensino e na construção de um saber que traduza a complexidade do tecido social e responda às aporias do contemporâneo.

Abordamos a Influência da Comunicação por meio de 25 artigos divididos em 3 partes: A primeira engloba discussões a respeito da influência do Jornalismo em suas muitas nuances na sociedade contemporânea; a segunda envolve a influência do ensino, políticas públicas, Comunicação de marcas e participação social; a terceira abarca a influência da Comunicação no contexto das redes/mídias sociais da Internet

Este arcabouço de produções científicas problematiza os influxos do Jornalismo, do ensino e da prática das atividades/profissões da Comunicação e das Redes e Mídias Sociais digitais. Caracterizada pela inter/trans/multidisciplinaridade e proliferação de tecnologias disruptivas, a Comunicação, ontologicamente, tem como propósito fomentar a aproximação dos pontos de vista, produzindo respeito e tolerância; contrariamente, observamos certo alargamento do fetiche da visibilidade e o alastramento da incompreensão do mundo e do Outro.

Necessitamos renovar as condições teóricas, epistemológicas e práticas da Comunicação e do crucial laço social, tão frágil nas sociedades expostas aos fortes ventos da globalização, da midiaticização e do consumismo sem bússola.

(Re)conhecer a essencialidade e a influência da Comunicação para a sociedade, as organizações, os Estados-nação e os sujeitos, tornou-se *conditio sine qua non* para a paz no/do mundo e a redução das desigualdades econômicas, culturais e sociais, admitindo seus desafios e dificuldades, mas abraçando as oportunidades e esperanças que da Comunicação emanam.

Marcelo Pereira da Silva

## SUMÁRIO

<b>PARTE 1: A INFLUÊNCIA DO JORNALISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA</b>	
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
A MULHER JORNALISTA NO CINEMA AMERICANO	
Beatriz dos Santos Viana	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907101</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>12</b>
RADIOJORNALISMO EM REDE: AS ADAPTAÇÕES DAS RÁDIOS BAND NEWS DIFUSORA E RIO MAR PÓS-MIGRAÇÃO DE AM PARA FM	
Edilene Mafra Mendes de Oliveira	
Gilson Vieira Monteiro	
Manoela Mendes Moura	
Elieana Monteiro de Jesus	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907102</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>25</b>
ANÁLISE DA COBERTURA DE PROBLEMAS AMBIENTAIS PELO JORNAL ONLINE “DIÁRIO DE PERNAMBUCO”	
Natascha Almeida Dantas	
Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907103</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>36</b>
PROXIMIDADE NO TELEJORNALISMO: PERSPECTIVAS DE ABORDAGEM NAS ESCALAS LOCAL E REGIONAL	
José Tarcísio da Silva Oliveira Filho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907104</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>55</b>
A REVISTA WIRED COMO DISPOSITIVO: ANÁLISE INTERPRETATIVA DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO DISCURSO MIDIÁTICO	
Thalis Macedo Moura	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907105</b>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>68</b>
“RAZÕES PARA ACREDITAR”: UMA ANÁLISE DOS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE DO PORTAL DE BOA NOTÍCIA	
Maria Clara Chagas de Menezes	
Mariana Fontenele Braga de Sena	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907106</b>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>78</b>
ENTRECRUZAMENTOS DE NARRATIVAS HISTÓRICAS E FICCIONAIS: A DESILUSÃO DE HENFIL EM TANGA (1987)	
Márcia Neme Buzalaf	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907107</b>	

**CAPÍTULO 8 ..... 87**

DEUS SALVE O REI E O GOVERNO BRASILEIRO: APROXIMAÇÕES ENTRE A FICÇÃO E A REALIDADE

Evelyn Iris Leite Morales Conde  
Fábio Mamoré Conde

**DOI 10.22533/at.ed.8431907108**

**PARTE 2: A INFLUÊNCIA DO ENSINO, POLÍTICAS PÚBLICAS, COMUNICAÇÃO DE MARCAS E PARTICIPAÇÃO**

**CAPÍTULO 9 ..... 99**

COMUNICAÇÃO DE RISCO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL: UMA PERSPECTIVA INCLUSIVA DE COMUNIDADES TRADICIONAIS EM PROCESSOS DE TOMADA DE DECISÃO NO RIO SÃO FRANCISCO

Michele Amorim Becker  
Sonia Aguiar Lopes

**DOI 10.22533/at.ed.8431907109**

**CAPÍTULO 10 ..... 111**

COMUNICAÇÃO DE MARCAS TERRITORIAIS: UM MODELO DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL E DE CONSTRUÇÃO DE RELAÇÕES NO E COM O LUGAR

Patrícia Cerqueira Reis

**DOI 10.22533/at.ed.84319071010**

**CAPÍTULO 11 ..... 125**

DIFICULDADES NA APLICAÇÃO DO DESIGN THINKING PARA O DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS PUBLICITÁRIOS: UMA EXPERIÊNCIA EM SALA DE AULA

Amarinildo Osório de Souza  
Camilla Rosas Gomes  
Jhonatas Lima de Souza  
Melissa Lima Cabral

**DOI 10.22533/at.ed.84319071011**

**CAPÍTULO 12 ..... 141**

EDUCOMUNICAÇÃO, DISCIPLINA OPTATIVA NOS CURSOS DE LICENCIATURA DO IFCE – CAMPUS ACARÁU

Amaurícia Lopes Rocha Brandão

**DOI 10.22533/at.ed.84319071012**

**CAPÍTULO 13 ..... 153**

ELEMENTOS PARA A CONSTRUÇÃO DE POLÍTICAS DE ACESSO ABERTO PARA UNIVERSIDADES BRASILEIRAS

Ivanilma de Oliveira Gama  
Lidiane dos Santos Carvalho

**DOI 10.22533/at.ed.84319071013**

**CAPÍTULO 14 ..... 160**

MODERNIDADE LÍQUIDA: A ESTABILIDADE DOS SERVIDORES PÚBLICOS BRASILEIROS FRENTE ÀS INCERTEZAS DA PÓS-MODERNIDADE

Gustavo Freitas Pena Vieira  
Rose Mara Vidal de Souza

**DOI 10.22533/at.ed.84319071014**

**CAPÍTULO 15 ..... 173**

O MERCADO DA BIBLIODIVERSIDADE: UMA BREVE ANÁLISE DA DINÂMICA DE CAPITAIS DAS EDITORAS PATUÁ E LOTE 42

Samara Mirian Coutinho

**DOI 10.22533/at.ed.84319071015**

**CAPÍTULO 16 ..... 185**

PODCAST ANTROPOFÁGICO: UMA PROPOSTA METODOLÓGICA PARA PRODUÇÕES SONORAS EM COMUNICAÇÃO

Luan Correia Cunha Santos  
Lisiane Machado Aguiar

**DOI 10.22533/at.ed.84319071016**

**CAPÍTULO 17 ..... 197**

O CINEMA E O DUPLO: ANÁLISE MIMÉTICA DO FILME MARINA

Bárbara dos Santos Oliveira  
Crislene Susane Fernandes Moreira  
Alexandre Bruno Gouveia Costa

**DOI 10.22533/at.ed.84319071017**

**CAPÍTULO 18 ..... 208**

OS FATORES PROJETUAIS DE CRIAÇÃO DA CAPA DO DISCO *CLUBE DA ESQUINA* (1972)

Valéria Nanci de Macêdo Santana

**DOI 10.22533/at.ed.84319071018**

**PARTE 3: A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO E DAS REDES SOCIAIS DA INTERNET**

**CAPÍTULO 19 ..... 217**

CIRCULAÇÃO DE SENTIDOS NA CENOGRAFIA “FUI ENGANADO PELA EMPRESA!” – O DISCURSO DO CONSUMIDOR NO SITE DE REDE SOCIAL RECLAME AQUI

Marcelo Pereira da Silva

**DOI 10.22533/at.ed.84319071019**

**CAPÍTULO 20 ..... 230**

AS POTENCIALIDADES DA REDE SOCIAL NA ALAVANCAGEM DE EVENTOS ACADÊMICOS

Valéria Macedo  
Daniele Dantas  
Rodrigo Duarte Guedes  
Marcos do Couto Bezerra Cavalcanti

**DOI 10.22533/at.ed.84319071020**



<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>243</b>
A COBERTURA JORNALÍSTICA DA IMPRENSA EM ÉPOCA DE NOVAS TECNOLOGIAS E ATIVISMO NAS REDES SOCIAIS	
Aline da Silva Novaes Vitória de Figueiredo Brandão Souza	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071021</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>252</b>
EVOcando CARTÕES POSTAIS NO INSTAGRAM: ESTUDO AUTOMATIZADO DE IMAGENS	
Tarcízio Silva Mariana Zanotti	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071022</b>	
<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>266</b>
COMO OS BRASILEIROS PERCEBEM O INSTANTÂNEO ATRAVÉS DA EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DA FOTOGRAFIA DIGITAL	
Beatriz Vieira e Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071023</b>	
<b>CAPÍTULO 24</b> .....	<b>277</b>
REDES SOCIAIS NA INTERNET E A ECONOMIA ÉTNICA: BREVE ESTUDO SOBRE O AFROEMPREENDEDORISMO NO BRASIL	
Taís Oliveira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071024</b>	
<b>CAPÍTULO 25</b> .....	<b>290</b>
PERSPECTIVAS FOLKCOMUNICACIONAIS: UM OLHAR SOBRE LAMBADÃO E INTERATIVIDADE	
Aline Wendpap Nunes de Siqueira Joilson Francisco da Conceição	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071025</b>	
<b>CAPÍTULO 26</b> .....	<b>302</b>
SEMIÓTICA E MEMÉTICA NOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO	
Eduardo Correa de Godoy Maria Clotilde Perez	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071026</b>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR</b> .....	<b>314</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....	<b>315</b>

## OS FATORES PROJETUAIS DE CRIAÇÃO DA CAPA DO DISCO CLUBE DA ESQUINA (1972)

**Valéria Nanci de Macêdo Santana**

Universidade Federal da Bahia, IHAC —  
Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em  
Cultura e Sociedade  
Salvador — Bahia

**RESUMO:** Este artigo trata da formulação de um conjunto analítico para reflexão sobre a concepção da capa do primeiro disco de um dos mais relevantes períodos da música brasileira: o *Clube da Esquina*. Para isso é utilizado, especialmente, um método já existente de análise dos *fatores projetuais* de criação, enfocando os aspectos geométricos, filosóficos e psicológicos encontrados em Gomes, Brod Jr., & Medeiros (2018), procurando elucidar peculiaridades da feitura desse artefato gráfico. Nesta ocasião, a conexão com o tema *Comunicação, Imagem e Imaginários* se dá a partir do momento em que aqui se estuda os processos comunicativos intercedidos por imagens, em que a elaboração e veiculação destes, e seus elos com a cultura, o instinto social e o imaginário, se faz presente em uma embalagem personalizada para LP (*Long Play*).

**PALAVRAS-CHAVE:** Fatores Projetuais; Criação; Capa de Disco; Clube da Esquina.

### THE PROJECT FACTORS OF CREATING OF THE DISCO COVER CLUBE DA ESQUINA (1972)

**ABSTRACT:** This article deals with the formulation of an analytical set for reflection on the design of the cover of the first disc of one of the most relevant periods of Brazilian music: *Clube da Esquina*. For this an already existing method of analyzing the creative factors of creation, focusing on the geometrical, philosophical and psychological aspects found in Gomes, Brod Jr., & Medeiros (2018), is used seeking to elucidate peculiarities of the making of this graphic artifact. On this occasion, the connection with the theme *Communication, Image and Imaginaries* comes from the moment in which we study the communicative processes interceded by images, in which the elaboration and placement of these, and their links with culture, social instinct and the imaginary, is present in a customized packaging for LP (*Long Play*).

**KEYWORDS:** Project Factors; Creation; Disc Cover; Clube da Esquina.

### 1 | INTRODUÇÃO

Enquanto as capas de discos nos anos 1970, em uma escala mundial, sofriam a influência do *punk* e do narcisismo da *geração do eu*, o contexto nacional viu algumas de suas

embalagens personalizadas para fonogramas transitarem por uma fase de outros tipos de experimentações. Em 1972, por exemplo, um ano que ficou conhecido como o do surgimento de diversos vinis importantes no cenário da música brasileira, o LP *Clube da Esquina* — disco que trouxe uma mistura de sons nunca antes ouvida na música brasileira, sofrendo influência do jazz, do folclore mineiro, da banda *The Beatles* e das harmonias pop — foi lançado, revelando uma criação gráfica, como artefato da *cultura material* diferenciada em relação às que se fazia no período, cabendo, então, uma reflexão minuciosa a respeito do seu processo criativo — “A expressão cultura material refere-se a todo segmento do universo físico socialmente apropriado” (MENEZES, 1997, p. 100).

## 2 | CLUBE DA ESQUINA (1972): UMA CAPA, UMA HISTÓRIA

A chegada dos anos 1970 trouxe consigo a consolidação do *Clube da Esquina* no cenário musical brasileiro, sobretudo com a gravação do seu primeiro disco em 1972, “(...) depois do período inocente que caracterizou a sua formação em Belo Horizonte” (CORRÊA, 2002, p. 15).

A história por trás da feitura da sua capa (figura 1), contada e recontada em diversas entrevistas, revela um dos projetos gráficos mais emblemáticos dessa geração e, portanto, merece destaque.



Figura 1 — Capa do disco Clube da Esquina (1972)

Fonte: <http://alataj.com.br/vitrola/clube-da-esquina>

Em depoimento ao site Museu Clube da Esquina (<http://www.museuclubedaesquina.org.br>) seu autor, Carlos da Silva Assunção Filho (figura 2), — pernambucano, mais

conhecido como Cafí, nascido em 20 de fevereiro de 1950 — considerado por muitos como um dos integrantes do grupo, esclareceu detalhes da sua criação.



Figura 2 — Carlos da Silva Assunção Filho (Cafí)

Fonte: [http://lulacerda.ig.com.br/2013/page/360/?doing\\_wp\\_cron](http://lulacerda.ig.com.br/2013/page/360/?doing_wp_cron)

Foi muita briga para fazer a capa do disco “Clube da Esquina”. A Odeon, por exemplo, tinha uma forma, uma maneira de fazer capa, que era um plástico, uma coisa estranhíssima, era um envelope. Ao mesmo tempo, eu fiz aquela foto dos dois meninos, que foi perto da fazenda do Ronaldo. Eu olhei e disse: “A capa é essa!” — eu até me inspirei num disco, “Portrait”, do Bob Dylan. Fui na Odeon mostrar a capa, e tinha um diretor artístico – não tinha departamento gráfico —, Milton Miranda, que achava a gente um bando de maluco — porque era tudo menino, né? Lô com 17 anos, Beto com não sei quanto —, e eu mostrei pra ele e ele disse: “Isso é um absurdo! Eu não vou fazer uma capa que não tenha a foto do cara. E não tem nome nenhum!”, Eu disse: “Mas Milton, é isso aí”. (...) Escolhi a foto dos dois meninos porque acho que tinha um sentimento. Era uma questão de resistência, porque todo mundo estava exilado. A Gal, de uma certa maneira, era porta-voz dos baianos que estavam em Londres. E o Bituca era uma resistência também política e cultural aqui muito forte; o Bituca cantando descalço, assumindo certas posturas, sem camisa, isso na época era uma coisa chocante. E eu acho que tinha um sentimento de brasilidade muito grande. Quando eu ouvia a música do Clube da Esquina, eu sentia muito esse sentimento de brasilidade, dessa coisa mineira, dessa coisa da cachacinha, das coisas simplesmente brasileiras...e era muito confuso, porque nessa época já estava acontecendo Don e Ravel que era um Brasil escuro. Então, se você pegar ali aquela foto da capa, primeiro de tudo, era uma coisa extremamente rural; na realidade, eu vejo o Clube da Esquina como um encontro musical — ele é uma música meio rural misturada com uma coisa totalmente pop, mundial já, com referências da Bossa Nova. Tem muito de Beatles nessa história, misturado com a coisa da viola. Então a capa era aquilo. E representava Milton e Lô Borges, eram dois meninos, um pretinho e um coisinha mais nova sentada na estrada. E eles estavam realmente sentados ali; não foi montagem. Eu estava passando, vi os dois meninos sentados e fotografei.

O fato de não utilizar a já tradicional forma de se fazer capas de discos, enfocando o rosto dos cantores/compositores/músicos em meio ao narcisismo da *geração do eu*, acabou por trazer uma série de transtornos ao processo criativo da imagem para esse vinil, isso porque

[e]sta ousadia (...) provocou desavenças com a EMI-Odeon, que exigia ao menos o nome dos autores do lado de fora dos LPs lançados no período. Sem conseguir burlar, por completo, tal imposição que visava ao lucro e à propaganda, Cafi e outro fotógrafo, Nogushi, bolaram uma contracapa [figura 3] que trazia o título 'Clube da Esquina' debaixo dos nomes de Milton Nascimento e de Lô Borges. Porém, acompanhando os letreros havia um retrato no qual os dois músicos apareciam caminhando ao lado de algumas crianças, numa menção ao despojamento e à ludicidade que, parcialmente impedidos, continuaram presentes (DINIZ, 2012, p. 96).



Figura 3 — Contracapa do disco Clube da Esquina (1972) exibida como “capa principal” nos displays das lojas: uma exigência da gravadora ODEON. Na foto Milton Nascimento e Lô Borges caminhando com crianças

Fonte: <http://zinemundounderground.blogspot.com/2012/03/clube-da-esquina-no-vitinho-nesta-sexta.html>

Sobre esse episódio Cafi — mesmo tendo sido obrigado pela gravadora a fazer uma contracapa como se fora uma capa com o uso de fontes tipográficas enfocando os principais autores do disco — revelou, ainda em depoimento ao site Museu Clube da Esquina, que algo inusitado acabou por acontecer assim que esse LP foi lançado.

(...) a Odeon recomendava botar a contracapa na frente, com o letrero que eles tinham me obrigado a fazer. Nos primeiros 15 dias, era o letrero que saía nas lojas de discos. Depois de 15 dias, eles foram virando, porque era muito mais inusitado dois meninos sentados na estrada sem nada escrito.

Sobre as fotos do encante interior — figura 4 — “(...) assim como a capa do LP (...) evidenciavam a informalidade, o despojamento e a resistência a certos padrões definidos pelas gravadoras” (DINIZ, 2012, p. 148).



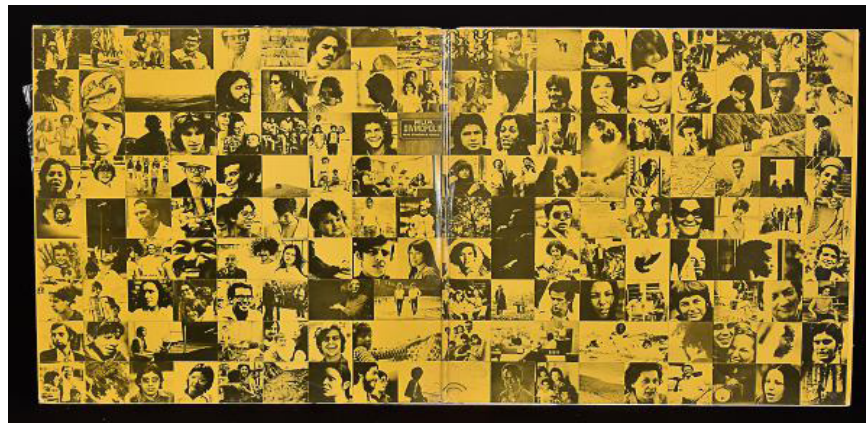


Figura 4 — Miolo da capa de Clube da Esquina (1972) com a fotografia dos participantes do disco

Fonte: <https://www.levyleiloeiro.com.br/peca.asp?ID=345868>

O disco, assinado por Milton Nascimento e Lô Borges, foi fruto de várias divergências também quanto à escolha do seu nome. A princípio se chamaria *Documento Secreto n.º 5*, fazendo uma relação direta com a ditadura militar, que provocativamente “(...) significaria um óbvio contraponto ao Ato Institucional n.º 5, opondo a criatividade, a arte e as amizades envolvidas em sua confecção à censura, à repressão e à arbitrariedade política” (DINIZ, 2012, p. 148).

### 3 | OS FATORES PROJETUAIS DE CRIAÇÃO

A criação de uma capa de disco passa por diversos aspectos que devem ser levados em consideração em sua feitura. Da mesma forma, para sua compreensão os mais variados fatores têm que ser vistos como importantes. Não há como considerar apenas uma abordagem acadêmica nesse sentido: uma compreensão humana mais aprofundada se faz necessária. Desse modo, o projeto desse artefato gráfico deve ser examinado a partir de aspectos que vão além da criação das formas, passando a considerar, também, a percepção humana e sua produção de significados, onde os *fatores projetuais* ganham evidência.

Se Gomes & Medeiros em 2007 afirmaram que “[p]rojetar é equacionar fatores tecnológicos, culturais, ergonômicos, econômicos, ecológicos e estéticos”, em 2010, na obra *Ideias, Ideais e Ideações para Desenho Industrial Design* (p. 120), eles propuseram que devem ser utilizados “(...) nove fatores projetuais como um método de ensinar Desenho industrial em Design”. Refletindo em termos de criação de capa de disco, a aplicação do entendimento de tais fatores pode ajudar à compreensão de alguns princípios projetuais e criativos de sua feitura.

Em *A Canção do limão: 25 Juicy Salif/48 Led Zeppelin*, livro lançado em 2018, Gomes, Brod Jr., & Medeiros criaram um diagrama, baseado em modelo de UFFE ELBAEK (2003), reafirmando a importância de tais fatores projetuais de projetos de produto industrial que devem ser levados em consideração em um processo criativo

(figura 5).

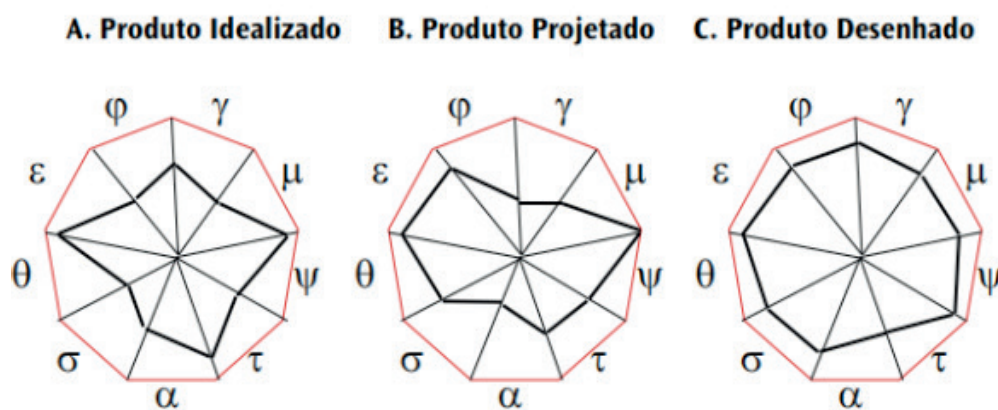


Figura 5 — Diagramas baseados em modelo de UFFE ELBAEK (2003): produto idealizado pela direção; projetado pelo time de desenvolvimento; e desenhado pela equipe de desenhistas

Fonte: Gomes, Brod Jr., & Medeiros (2018, p. 210)

Os diagramas acima demonstram as hierarquias de “fatores projetuais” (cf., ARCHER, Bruce, 1964); o “equacionamento de fatores projetuais” (cf., REDIG, J., 1977/2005); e como eles se comportam em momentos de idealização; projeção; fabricação (Cf. BOMFIM, G. A., 1978). Recomendamos o equacionamento de nove fatores: α= Antropologia; σ=Ecologia; θ= Economia; ε= Ergonomia; φ= Filosofia; ☒= Geometria; μ= Mercadologia; ψ= Psicologia; τ= Tecnologia (GOMES, BROD JR, & MEDEIROS, 2018, p. 210).

Numa análise mais aprofundada, é possível observar que, na proposição dos autores, a circunstância que se coloca nos diagramas é a de um estudante se posicionando diante do projeto de um produto a partir do modo como ele realiza esses *fatores projetuais* em sua concepção de entendimento.

Nessa situação, o perfil cultural de um estudante há de ser percebido através do modo como se posiciona, hipoteticamente, diante de cada um desses atores. Entretanto, para isso acontecer, necessário é perceber, hierarquizar e equacionar os nove fatores projetuais. O estudante precisa saber o que vai priorizar nas linhas dadas ao seu desenho (GOMES, BROD JR, & MEDEIROS, 2018, p. 210).

Fazendo uma analogia com o processo de criação de capa de disco, o capista toma para si o papel do estudante, já que a composição desse artefato depende dos *fatores* levados em consideração no ato criativo.

### 3.1 ANÁLISE DOS FATORES PROJETUAIS DA CRIAÇÃO DA CAPA DO DISCO CLUBE DA ESQUINA (1972)

Acreditando que as embalagens personalizadas para LPs não podem ser vistas como meros objetos de consumo — “Como fruto de uma época, o disco (...) é considerado não só um produto de consumo da indústria fonográfica, mas também

objeto disseminador de cultura, ideia e comportamento” (REIS, 2016, p. 76) — aqui se resolve ir além de uma análise de parâmetros adotados na confecção capista da obra *Clube da Esquina* (1972), partindo, então, para a busca do entendimento dos seus *fatores projetuais geométricos* [ordem/arranjo, onde “A ordem em um produto industrial é determinada por um pequeno número de elementos configurativos e por uma pequena quantidade de características de ordenação” (LÖBACH, 2001, p. 166-167)] — em que “A principal causa da atração visual não é a complexidade intrínseca de um objeto, mas a complexidade percebida pelo observador” (BAXTER, 2000 p.34); *projetuais filosóficos* (estética/ética); e *projetuais psicológicos* (percepção/criação), e de suas classificações enquanto criação, a partir de um exame que segue critérios que unem a manifestação imagética da capa do disco supracitado relacionada ao contexto sócio-político e estéticocultural brasileiro nos anos 1970 (ao qual está vinculada), em que se investiga a noção de imagem, de representação, de imaginação e de imaginário do ato criativo do seu autor.

Lembro que para chegar ao entendimento de tais *fatores* utilizados na composição dessa capa se optou, nessa ocasião, por se fazer um exame minucioso dos seus elementos, ligando a proposta de apreciação dos *fatores projetuais* encontrada em Gomes, Brod Jr., & Medeiros (2018, p. 210) — considerando os padrões cromáticos (cores utilizadas); o corte de fotografia, enquadramento, feicismo (delimitação da imagem) — Neologismo português originário da palavra composta inglesa *face-ism ratio* (Cf. LIDWELL et alii, 2003, pp.72-73) —; e proporção áurea (que indica a medida perfeita entre elementos) — à uma analogia ao cinema, lembrando que “Analogias são de extrema importância porque elas “ampliam as possibilidades de estudo” (GOMES, BROD JR, MEDEIROS, 2015, p. 60) — ao mencionar o plano de tomada da cena (citado no site <http://www.cinemundo.net.br>) — para o entendimento da composições da imagem capista como um todo.

Com projeto gráfico e fotografia de Cafi — no qual dois amigos, Cacau e Tonho, aparecem em uma estradinha de terra perto de Nova Friburgo, Rio de Janeiro, próximo de onde moravam os pais adotivos de Milton Nascimento — essa embalagem personalizada de disco apresenta *fatores geométricos, filosóficos e psicológicos* de criação bastante relevantes.

Como *fatores geométricos* essa criação exibe uma síntese e coerência formal; traz harmonia (formas simples, sintéticas) e integração entre as partes, componentes e elementos; possui uma ordem geométrica média em detalhes curvados e retos; não faz uso de fontes tipográficas; emprega uma linguagem pictórica fotográfica (forma orgânica).

Como *fatores filosóficos* pode-se dizer que esteticamente essa capa é um marco não só na carreira do capista (Cafi), mas, também, na Música Popular Brasileira através do lançamento desse disco, sobretudo por sua linguagem pictórica fotográfica (forma orgânica) utilizada no processo criativo, a partir de um *plano geral* (plano panorâmico da cena) — com o intuito de mostrar o cenário onde se passava a história

— enfocando uma zona rural e seus personagens: dois meninos, de aspecto humilde, sentados à beira da estrada de terra, que acabam por representar os cantores Milton Nascimento e Lô Borges. Há, aqui, o emprego de tons claros, sugerindo simplicidade e objetividade, onde o não uso de fontes tipográficas acaba por fazer da fotografia seu maior destaque. Eticamente foge aos padrões estabelecidos para a época ao realçar aspectos rurais do Brasil a partir do uso de elementos contraculturais.

Como *fatores psicológicos* pode-se dizer que criativamente há a simplicidade como fator nessa produção, com a predominância do verde e amarelo, lembrando elementos da bandeira do Brasil, bem como da tonalidade “amarronzada” remetendo à ideia de terra batida de uma zona rural. Perceptivamente no enquadramento fotográfico (*plano geral*) dessa capa há uma clara intenção de dar destaque aos dois meninos, em corpo inteiro, — sem a necessidade de se ter um grande enfoque em seus rostos —, bem como ao pano de fundo da imagem, que revela a intenção de captura da paisagem pretendida pelo fotógrafo. Em relação à proporção áurea a fotografia dessa capa consegue oferecer um equilíbrio para a atenção a ser dada pelos olhos do espectador entre os personagens e a locação.

#### 4 | CONCLUSÃO

Se a capa de *Clube da Esquina* atravessou décadas e, mais de 40 anos depois, ainda é lembrada e reverenciada, muito se deve aos *fatores projetuais geométricos, filosóficos e psicológicos* utilizados em sua criação.

Essa embalagem de LP revela, pouco a pouco, detalhes de um Brasil interiorano que se quis traduzir em imagem: nela é possível sentir e ver um encantamento que seduz, como uma espécie de bucolismo manifestado pela fotografia de dois meninos, um negro e um branco, parecendo repousar em um breve momento à beira de uma estrada de chão batido, onde o arame farpado traça um horizonte acima de suas cabeças. A simplicidade da cena, que chama a atenção, revela o anseio de focar uma humildade em um contexto onde as cores claras e o aspecto solar evidenciam um país tropical.

O *plano geral* que esboça a vontade de uma cena total e a linguagem pictórica orgânica, que se encarrega dessa função, fizeram dessa capa de disco um artefato da *cultura material* dos mais importantes no âmbito da música popular brasileira, em especial.

Se hoje é possível compreender que o artefato gráfico de *Clube da Esquina* é a cara do Brasil, isso se deve à vontade e desejo, esboço e tradução, imagem e linguagem impressos nessa embalagem de fonograma, aqui desvendados através da análise dos seus *fatores projetuais* de criação.

## REFERÊNCIAS

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**: Guia prático para o design de novos produtos. 2 edição. Tradução: Itiro Iida. Ed. Blucher, SP, 2000.

CORRÊA, Luiz Otávio. **Clube da Esquina e Belo Horizonte**: romantismo revolucionário numa cidade de formação ambígua. 2002. 154 p. Dissertação (mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Instituto de Ciências Humanas, Belo Horizonte, MG.

DINIZ, Sheyla Castro. **“Nuvem cigana”**: a trajetória do Clube de Esquina no campo da MPB. 2012. 249 p. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP. Disponível em: <http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/278903>. Acesso em: 02.01.2018.

GOMES, L.; MEDEIROS, L. Nine Factors Guiding the Theory in Design Education and the Practice of Teaching in Industrial Design. **DEFSA International Design Education Conference** 2007.

GOMES, L.A.V.N; BROD JR; M. MEDEIROS, L.M.S. **A Canção do limão**: 25 Juicy Salif/48 Led Zeppelin. Curitiba: Kotter, 2018.

\_\_\_\_\_. **Sgt Pepper**: projeto e desenho da capa [48 anos]. Rio de Janeiro: sCHDs, 2015.

LIDWELL, W.; HOLDEN, K.; BUTLER, J. **Universal Principles of Design**. Gloucester, MA: Rockport, 2003.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial**. São Paulo: Editora Edgard Blücher LTDA, 2001.

MEDEIROS, Ligia; GOMES Luiz Vidal. Nove Fatores Projetuais no Design/Desenho Industrial. *In*. MEDEIROS; GOMES. **Ideias, Ideais e Ideações para Desenho Industrial Design**. Porto Alegre: Editora UniRitter, 2010, pp. 99 — 122.

MENEZES, Ulpiano T. Bezerra. **Memória e cultura material**: documentos pessoais no espaço público. In: Seminário Internacional sobre Arquivos Pessoais, Rio/São Paulo, CPDOC/FGVIEB/USP, 1997. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view%20File/2067/1206>. Acesso em: 18.04.2017.

REIS, Shayenne Resende. **Capas de discos de artistas goianos**: um retrato da memória gráfica em Goiás. 2016. 117 p. Dissertação (mestrado) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-graduação em Design, Rio de Janeiro, RJ.

<http://alataj.com.br/vitrola/clube-da-esquina>. Acesso em: 06.05.2018.

[http://lulacerda.ig.com.br/2013/page/360/?doing\\_wp\\_cron](http://lulacerda.ig.com.br/2013/page/360/?doing_wp_cron). Acesso em: 15.08.2016.

<http://www.cinemundo.net.br/sobre-2/>. Acesso em: 12.02.2018.

<http://www.museuclubedaesquina.org.br/museu/depoimentos/cafi/#discos>. Acesso em: 07.05.2016.

<http://zinemundounderground.blogspot.com/2012/03/clube-da-esquina-no-vitinho-nesta-sexta.html>. Acesso em: 31.05.2018.

<https://www.levyleiloeiro.com.br/peca.asp?ID=345868>. Acesso em: 31.05.2018.



## **SOBRE O ORGANIZADOR**

**Marcelo Pereira da Silva** - Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, desenvolvendo o projeto intitulado: “Ecologia da Comunicação Organizacional – consumidores, instituições e públicos de afinidade nas redes sociais virtuais: interatividade, decepção, convivência e conflitualidade” (2018).

Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo na linha de pesquisa Comunicação Institucional e Mercadológica, defendendo a tese: “A comunicação corporativa e o discurso do consumidor contemporâneo nos sites sociais de reclamação: decepção e coabitação na rede – desafios e oportunidades” (2016).

Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, apresentando a dissertação: “Sentidos de Brasil na imprensa argentina – A teia noticiosa do periódico *Clarín* (2009).

Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (2003).

Atualmente, é docente permanente do Mestrado Interdisciplinar “Cultura e Sociedade”, do Mestrado Profissional de Comunicação e do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão, Campus São Luís.

É diretor da Assessoria de Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, coordenando os Núcleos de Relações Públicas e Cerimonial, Rádio e TV, Web Jornalismo e Produção Visual e Publicidade desde agosto de 2018.

Coordena o Grupo de Pesquisa ECCOM – Ecologia da Comunicação Organizacional na Universidade Federal do Maranhão.

E-mail: marcelosilva\_rp@hotmail.com

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Aprendizagem 125, 127, 131, 133, 139, 140

Artes 28, 73, 74, 75, 145, 187, 270, 300, 302, 314

### E

Ensino 15, 92, 95, 96, 97, 125, 127, 131, 132, 133, 136, 139, 140, 141, 142, 148, 149, 151, 153, 163, 166, 235

### I

Interdisciplinaridade 84, 231, 241

### M

Matemática 303

Metodologia 13, 14, 19, 25, 31, 34, 56, 59, 100, 112, 127, 132, 139, 141, 153, 159, 166, 197, 198, 220, 230, 232, 281, 303

### R

Resolução de problemas 127, 278

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-684-3

