



WORK - RIHANNA

Paula Beatriz Kienen Schreiner – UNIUV^{1*}

Professor Orientador: Fernando Gohl

Modalidade de Apresentação: Comunicação Oral

INTRODUÇÃO

O trabalho a seguir consiste em relatar os passos e as justificativas do cartaz elaborado para a aula de Design Gráfico. Tivemos como fonte de inspiração e referência a designer Paula Cruz, que elabora um trabalho intitulado Modernismo Funkeiro, que utiliza de letras de músicas de funk para criar cartazes de poesia concreta. O material é do formato All Type e tem a letra da música como fundo. Para isso usamos a trilha para compor com fontes e cores, justificando, assim, os usos para a “poesia concreta”.

DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO

O cartaz foi elaborado por meio da música WORK – RIHANNA, e a partir dela as cores usadas foram Vermelho, Cinza, Branco e Preto. Assim como uma mistura bem eclética das fontes. “Work, work, work, work, Work, work / You see me I be / Work, work, work, / work, Work, work / You see me / Do me dirt, dirt, dirt, dirt, Dirt, dirt / So gimme all that / Work, work, work, work, Work, work”. O branco utilizado, conforme Kandinsky, tem relação com a alegria, assim como a alegria que sentimos no ritmo da música, levando vontades como dançar. O preto para Kandinsky se relaciona como o oposto do branco, nem quente nem frio, é o silêncio, que se faz presente na música pela pegada *underground*, com uma ideia de um local isolado e obscuro. Já para Farina (1990), em *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*, liga-se com sombra e fumaça, assim como uma cor muito expressiva. Assim Kandinsky descreve os tons de cinzas como o preto e branco anulado, um equilíbrio. Esse equilíbrio vem para a letra como uma forma de unir a emoção da dança com o lado obscuro do local e da letra, dando também o equilíbrio ao design. A última cor usada é o vermelho que, de acordo com Kandinsky, é uma cor que carrega “força potencial”, como autoconfiante, ardente, agitada. Para Farina (1990), remete em paixão, vulgaridade, poder, excitação, emoção, elementos muito presentes na música. Assim como na música e clipe, as fontes mostram a variedade, de uma forma geral, optou-se por não utilizar fontes com serifa, pois elas dão ideia de mais seriedade, o que não fecha com a música. Para isso utilizou-se fontes mais finas e modernas de fundo, ligadas com fontes no estilo ao *lettering*, pois no geral são mais descoladas e livres para poder refletir a música.

RESULTADOS ESPERADOS

O projeto, no geral, com as cores e formas busca refletir o ritmo da música, assim como sua letra, para isso foram utilizados dos ângulos e repetições levando ao som. A forma, as cores e as fontes relacionadas fecham com a música, a letra e o ritmo, como uma poesia concreta.

REFERÊNCIAS

BARROS, Lilian Ried Miller. **A cor no processo criativo**. São Paulo: Editora Senac, 2009.

¹ Acadêmico do 4º semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda. E-mail: pp.paula.schreiner@uniuv.edu.br



FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blucher, 1990.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**. Estados Unidos: Princeton Architectural Press, 2004.

RIHANNA, **Work**. Vagalume. Disponível em:

<https://www.vagalume.com.br/rihanna/work-feat-drake.html>. Acesso em: 02 out. 2016.