

# ALTER



issue  
001

desenvolvimento de uma ID  
e de uma revista voltada à  
música

2025

Uberlândia - MG

Universidade Federal de Uberlândia  
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design

Tharles Mateus Freitas Freire

**ALTER\***

desenvolvimento de uma ID e de  
uma revista voltada à música

Uberlândia  
2025

Tharles Mateus Freitas Freire

# ALTER<sup>\*</sup>

**desenvolvimento de uma ID e de  
uma revista voltada à música**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Design.

Área de concentração: design gráfico, editorial

Orientador: Profa. Dra. Cristiane Alcântara

Uberlândia  
2025

**Aviso:**

Este projeto faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso de Design, da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design da Universidade Federal de Uberlândia, para obtenção de título de Bacharel em Design. A realização deste trabalho é exclusivamente de cunho acadêmico, apenas com o objetivo de ser um exercício didático e sem intuito de comercialização

Todas as fotografias utilizadas são de direitos reservados de seus respectivos proprietários.



# Agradecimentos

A realização desse trabalho foi possível graças ao apoio e incentivo de diversas pessoas, a quem eu sou profundamente grato.

Agradeço, primeiramente, à minha família, que, mesmo distante, me apoiaram incondicionalmente em todas as etapas desta jornada, mesmo em momentos difíceis. Aqui, manifesto toda minha gratidão à Jussara Junia de Freitas, minha mãe, que, desde o início, sempre esteve do meu lado, com suas palavras carinhosas, amor e com seu “Oi, meu amor!” que sempre me deixa com o coração quentinho. Além dela, agradeço a Orlando Dutra, Lucimar Pereira e Lucas Oliveira que me acolheram em diversos momentos e me tornaram parte de sua família. Serei sempre grato a vocês pelo apoio.

Agradeço à minha orientadora, Cristiane Alcântara, pela orientação e apoio durante todo o processo. Além disso, agradeço por me apresentar o design editorial, onde me encontrei, através de suas maravilhosas aulas de tipografia e editorial e que, com toda certeza, serão sempre lembradas com muito carinho.

Agradeço aos meus amigos, que me fizeram uma pessoa mais feliz dentro dessa cidade não muito agradável.

À Thaynara Teixeira, que em diversos momentos me fez esquecer de todos os problemas com sua amizade e parceria, tanto na vida pessoal quanto na acadêmica. Você é uma das pessoas que conheci no curso e que levarei para toda vida e que, daquele nosso jeitinho, me fez sentir querido e amado.

Por fim, agradeço à Maurício Silva, meu amor, que desde o momento em que chegou na minha vida, em abril de 2022, me apoiou com seu carinho, amor e companheirismo.

Muito obrigado.

Mateus

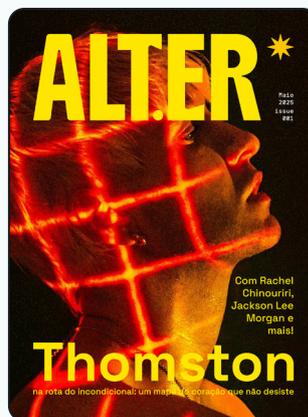
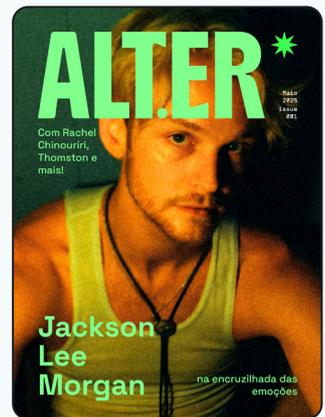
**ALTER\***

## Caro leitor(a):

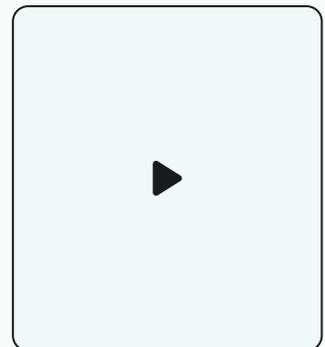
Para uma compreensão mais ampla deste trabalho, recomenda-se que explore previamente a apresentação audiovisual e a versão integral da revista, disponibilizadas nos hyperlinks ao lado.

Lembramos que para o miolo dos textos utilizamos o recurso Lorem Ipsum, estratégia de design editorial utilizada na editoração contemporânea para preencher espaços e mostrar como o texto ficará em um layout. Ele é usado para testar e ajustar aspectos visuais antes de inserir conteúdo textual real. É uma sequência de palavras em latim, geralmente com as letras embaralhadas, e não tem significado real. Importante recurso que possibilita a concretização do projeto, com ajustes finos finais, antes da inserção do texto real, sem que tal aplicação altere o projeto após ser inserida.

## Revista:



## Vídeo:



# Problema projetual P.5

1.1 Sobre o design editorial

## Criatividade P.22

- 3.1 Briefing
- 3.2 Análise de similares
- 3.3 Moodboard
- 3.4 Primeiros estudos
- 3.5 Tipografia
- 3.6 Naming design e definição das seções da revista
- 3.7 Fotografia
- 3.8 Paleta de cores
- 3.9 Composição, grid e diagramação
- 3.10 Variações da revista
- 3.11 Testes, refinamentos e finalização

## Referências P.56

## Fundamentação teórica P.10

- 2.1 A cultura como mercadoria
- 2.2 A origem do indie
- 2.3 A crise de visibilidade do indie
- 2.4 A adaptação do gênero na década de 90
- 2.5 O indie pop
- 2.6 Indie além da música
- 2.7 As revistas que divulgavam o indie

## Considerações finais P.55

# sumário



# 1

# Problema projetual

A proposta deste trabalho parte da investigação e experimentação no campo do design editorial, tendo como resultado a criação de uma marca e identidade visual para a criação de uma revista voltada à música do gênero *indie pop*. Com isso, há a necessidade de construir uma linguagem gráfica que dialogue com a proposta da revista, mas que apresente uma estética autoral. Ademais, é proposto a concepção física do projeto editorial, com foco no design da revista.

# 1.1



## Sobre o design editorial

→ O editorial é a área do design que faz com que conteúdos textuais e visuais se tornem publicações coesas, com o equilíbrio da estética e a funcionalidade para criar experiências significativas para o leitor. Cada escolha feita - desde a escolha da tipografia ao uso das cores - contribui para construir uma identidade editorial coesa, que é capaz de engajar o leitor não apenas visualmente, mas, no caso de projetos impressos, também pelo tato e pela materialidade do objeto. Nesse contexto, elementos como a tipografia, composição, grid, cores e imagens são fundamentais para orientar o processo criativo, criando uma integração que, se feito de forma coesa, transcendem a mera organização gráfica, elevando a revista a um artefato cultural e que comunica valores.

Para esta etapa da pesquisa, optamos por destacar abaixo todos os elementos de design que fazem parte do projeto editorial para revistas, a fim de demonstrar para o leitor do presente trabalho, como estes serão trabalhados em nosso projeto.

### 1.1.1

## Tipografia

A tipografia é a base da comunicação visual pois define o tom e até a personalidade da revista. De acordo com Ambrose e Harris (2009, *apud* Raposo, 2015) ela "[...] é o meio pelo qual uma ideia escrita recebe uma forma visual, podendo produzir um efeito neutro ou despertar paixões, simbolizar movimentos artísticos, políticos ou filosóficos ou exprimir a personalidade de uma pessoa ou organização." Além disso, o tipo de fonte empregada no projeto pode ditar como ele é visto. Fontes serifadas, por exemplo, geralmente são empregadas em projetos que querem passar mais seriedade. Também é empregado em textos mais longos, já que é menos cansativa de se ver por muito tempo. Já as fontes sem serifa são empregadas em projetos que querem passar modernidade e são comumente usadas em revistas de design. Sendo assim, ao escolher uma fonte, é preciso estar atento a detalhes que compõem a hierarquia tipográfica e que vão pesar dentro do projeto, como as variações de tamanho, peso, entrelinha etc., já que ela orienta o leitor entender o que deve ser lido primeiro, destacando títulos, chamadas etc.

## 1.1.2 Composição

A composição é responsável por organizar os elementos em uma estrutura que seja equilibrada, em que o texto, imagens e espaços negativos precisam dialogar de forma harmônica. Dondis (2003 *apud* Raposo, 2015) ressalta que “as decisões compositivas determinam o significado da manifestação visual”, e, ao pensar em uma revista, isso implica dominar técnicas como alinhamento, proporção e contraste. Dentro de um projeto de editorial, é possível escolher dois tipos de composição: assimétrico e simétrico. O simétrico é usado em projetos que querem passar seriedade e é composto de composições com margens amplas e com diversos elementos alinhados, como as imagens e os blocos de texto. Já o assimétrico pode contar com um layout que contém imagens sobrepostas e textos colocados em ângulos inusitados; são comuns em revistas modernas e que querem transmitir dinamismo, fugindo da seriedade presente no layout simétrico.

## 1.1.3 Grids

Os grids atuam como estruturas invisíveis e são responsáveis por estruturar a página, dando ordem ao caos visual. Lupton e Philips (2008 *apud* Raposo, 2015) definem o grid como “uma rede de linhas que cortam um plano horizontal e verticalmente”, que cria uma base ritmada para a composição. Para as revistas, essa estrutura garante consistência visual entre as seções, especialmente em publicações com conteúdo mais denso, como reportagens ou entrevistas. Além disso, um grid bem feito pode incentivar o designer a variar os elementos presentes na página, fazendo com que a criatividade aflore e “[...] permitindo que os módulos sugiram formas intrigantes e posicionamentos surpreendentes para os elementos gráficos (Raposo, 2015). O grid não é uma camisa-de-força, mas uma ferramenta flexível que, quando bem aplicada, harmoniza a relação entre forma e conteúdo, refletindo a identidade da publicação e garantindo uma experiência de leitura intuitiva.

## 1.1.4 Cor

A cor é essencial dentro de um projeto, pois pode despertar reações emocionais no leitor. Heller (2012 *apud*

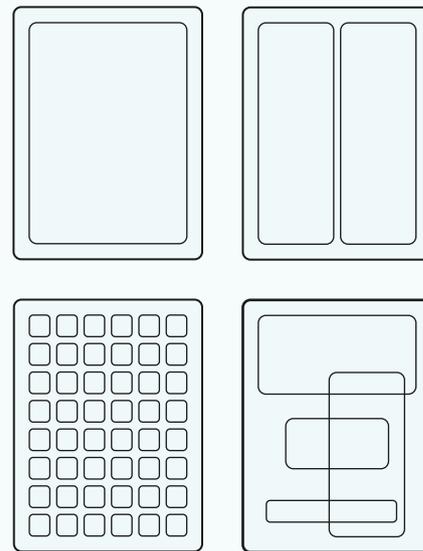


Figura 1: tipos de grids, como os, de cima para baixo, de colunas, modular e hierárquico.

Raposo, 2015) destaca que “cores e sentimentos estão profundamente enraizados na linguagem”, sendo o vermelho, por exemplo, associado a paixão e o azul a confiança. A psicologia das cores também orienta a paleta em um projeto editorial. Em revistas infantis é comum usar tons primários e brilhantes, enquanto em publicações de arte geralmente é usado combinações monocromáticas e sutis (Ambrose e Harris, 2009 *apud* Raposo, 2015).

### 1.1.5

## Imagem

As imagens são as protagonistas dentro da construção narrativa de uma revista, podendo definir o apelo emocional que quer despertar no leitor. Bergstrom (2009) afirma que o contexto pode alterar o significado de uma imagem, então a curadoria deve ser alinhada ao perfil do leitor. Em revistas de moda, fotografias em alta resolução e retoques são padrão de acontecer, enquanto que em revistas jornalísticas é priorizado imagens autênticas e impactantes. A diagramação em *bleeds* ou em dupla página criam um efeito dramático, comuns em revistas de fotografia (Lupton e Phillips, 2008 *apud* Raposo, 2009).

Com isso, é perceptível que o design editorial é uma síntese da técnica e criatividade, em que os elementos se entrelaçam para criar um objeto que transcende a mídia. Cada elemento, desde a escolha da fonte até acabamento do papel (no caso de um projeto impresso), contribui para uma experiência visual e sensorial única, capaz de engajar o leitor física e emocionalmente.



2

Fundamentação

teórica

O indie como tema para o projeto  
editorial de revista

# 2.1



## A cultura como mercadoria

→ A cultura, desde os primórdios da humanidade, tem sido um pilar essencial da sociedade, funcionando como um sistema coletivo de significados, práticas e valores que orienta as formas de viver e pensar dos grupos humanos (Lévi-Strauss, 1952). No mundo antigo, expressões artísticas estavam profundamente ligadas a crenças espirituais e à organização social, sendo financiadas por elites que governavam e ditavam o rumo da sociedade. Por exemplo, na Grécia Antiga, o teatro trágico não apenas entretinha, mas também reforçava valores cívicos e religiosos. Com o passar do tempo, a cultura se torna mais democrática e autônoma, especialmente após a invenção da prensa de Gutenberg no século XV, que permitiu a disseminação de ideias além das instituições religiosas ou aristocráticas.

O avanço tecnológico, juntamente com a Revolução Industrial, do Século XIX foi um dos grandes responsáveis por tornar a cultura mais acessível, inaugurando uma nova fase para o entretenimento. A popularização da imprensa, fotografia e, posteriormente, o cinema e o rádio, marcou o início de uma grande massificação cultural, impulsionada pelo surgimento de grandes empresas voltadas para a produção e distribuição de bens culturais. Nesse contexto, Adorno e Horkheimer, em a *Dialética do Esclarecimento* (s.d.), desenvolveram o conceito de indústria cultural, argumentando que a arte foi reduzida a uma mercadoria padronizada, que estava sujeita à lógica do lucro. Para eles, a industrialização da cultura transformou as obras artísticas em meros produtos genéricos e que podiam ser reproduzidos independentemente de quem os produziam, sendo esvaziados de crítica e submetidos a fórmulas previsíveis.

[...] o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade. [...] Por enquanto, a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social (Adorno e Horkheimer, [s.d.], p. 157).

Essa padronização, segundo eles, sufocou a autonomia criativa dos artistas, que passaram a servir aos interesses dos conglomerados midiáticos.

# 2.2



## A origem do indie

→ As transformações sociais e econômicas da década de 70, marcadas pela crise do petróleo e pela ascensão do conservadorismo e do neoliberalismo nos Estados Unidos e Reino Unido, geraram um terreno fértil para o surgimento de movimentos contraculturais (Viteck, 2007). Nesse cenário, surge um movimento que começa a desafiar a hegemonia da sociedade da época: o Punk. Marcado como um dos maiores fenômenos sociais e culturais da história contemporânea, o movimento Punk foi mais que um mero gênero musical, emergindo como contracultura, já ligada desde a década de 60 aos jovens, e como um manifesto contra o capital, sendo uma resposta ao que era consumido na época e ao comportamento dos indivíduos perante a sociedade, pregando o individualismo e a independência, regido pela rebeldia e a oposição ao sistema capitalista. É nesse movimento que vemos a cultura do *Do It Yourself*, ou *DIY*, que, com a filosofia da oposição ao capitalismo e as grandes corporações, pregava que seus expoentes fizessem suas próprias intervenções, sem depender de grandes empresas. Com isso, surgem gravadoras que desafiavam as estruturas da produção musical, com estruturas independentes das *majors*<sup>1</sup> do segmento e que eram responsáveis por bandas do movimento, como a *Rough Trade*, que tinha bandas como The Clash e Sex Pistols no seu portfólio, expoentes da primeira leva do punk britânico. A divulgação das bandas era, geralmente, feita através de *fanzines*<sup>2</sup>, também feitas dentro do próprio movimento. Além disso, além da estética musical presente no movimento, seus expoentes construíram uma estética visual disruptiva, com roupas rasgadas, alfinetes de segurança cortes de cabelo agressivos que simbolizavam a rejeição aos padrões sociais (Hebdige, 1979 *apud* Fernandes, 2004). Paradoxalmente, essa estética foi rapidamente cooptada pela indústria da moda, exemplificando a tensão entre resistência e assimilação que permeia movimentos subversivos (Thornton, 1994 *apud* Fernandes, 2004).

Já na década de 80, já em um cenário pós-punk e herdando regras estéticas e ideológicas do *DIY*, os meios de produção de entretenimento independente ficam mais fortes do que nunca, surgindo um novo tipo de manifestação cultural no meio musical juvenil, chamado de *indie* (uma abreviação para *independent*, também chamado de *Underground* nos Estados Unidos). O movimento surge na Inglaterra, em que os próprios músicos constroem seus

<sup>1</sup> Grandes gravadoras que dominam o mercado fonográfico global.

<sup>2</sup> Um *fanzine* (junção de fan + magazine) é uma publicação independente e artesanal, geralmente produzida por fãs ou entusiastas de um determinado tema, como música, cinema, política, arte ou cultura alternativa.

estúdios de gravação, como a *Factory Records* e a *Creation Records*, e fazem toda a divulgação da sua arte.

O movimento *indie* deu seus primeiros passos com bandas que produziam rock alternativo, cuja sonoridades não se encaixavam dentro do padrão *mainstream* presente nas rádios comerciais. Segundo Hesmondhalgh (1999), o público dessas bandas era majoritariamente composto por jovens universitários e de classe média-baixa, que buscavam uma identidade cultural distante do consumo massificado. As gravadoras independentes, por sua vez, estruturaram uma rede de divulgação através de shows, *fanzines* artesanais, rádios universitárias (como a BBC Radio 1's e John Peel Sessions) e revistas especializadas em música, como a NME (New Musical Express). Esse ecossistema permitiu que as bandas construíssem um circuito alternativo de mídia, independente de redes varejistas ou corporações.

Eles criaram uma rede alternativa de distribuição que permitiu não apenas aos músicos contratados pelas suas gravadoras, mas também a uma série de outras empresas e artistas em todo o país, alcançar um público muito mais amplo do que seria possível de outra forma. Isso contrariou de forma significativa os processos de concentração e oligopolização que caracterizaram a indústria fonográfica e as indústrias culturais em geral ao longo de grande parte do século (Hesmondhalgh, 1999, p. 5, tradução nossa).

Além disso, Hesmondhalgh (1999) discorre que o design desempenhava um papel central na estética *indie*, com exemplos icônicos como as capas de Peter Saville<sup>3</sup> para a *Factory Records* — selo responsável por bandas como Joy Division —, que transformavam os discos em objetos artísticos. Contudo, apesar de não ser uma regra dentro do cenário, em oposição ao *pop mainstream*, muitos artistas e bandas *indie*, como o The Smiths, recusavam-se a aparecer em capas de álbuns ou produzir videocliques, rejeitando a espetacularização do corpo e da imagem em favor de uma valorização da música como arte autônoma. Essa posição adotada por artistas não era apenas para ser a antítese do que era ligado ao *mainstream*<sup>4</sup>, mas sim um posicionamento político-institucional com base na crítica a indústria da cultura. Como já destacado, o *indie* emergiu como um gênero que rejeitava tudo vinculado ao música comercial, como a espetacularização do corpo e fetichização da imagem, que eram características centrais do *pop mainstream* dos anos 80 (Hesmondhalgh, 1999) e, enquanto grandes artistas e gravadoras investiam pesado em videocliques, promoções etc., o *indie* priorizava a música como arte autônoma,

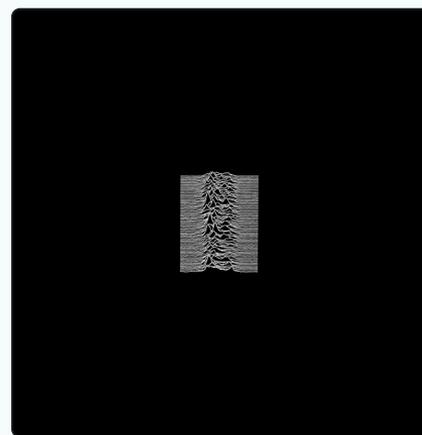


Figura 2: capa do disco “Unknown Pleasures” da banda Joy Division, um dos projetos desenvolvidos por Peter na Facotry.

<sup>3</sup> Designer britânico. Mais conhecido por seu trabalho com capas de álbuns para quase todas as bandas da gravadora Factory (a qual ele foi co-fundador).

valorizando a materialidade do disco como objeto artístico. Essa resistência dos artistas alternativos acabou gerando contradições práticas.

<sup>4</sup> *Mainstream* é o conjunto de ideias, produtos ou tendências amplamente aceitos e consumidos pela maioria da sociedade. No contexto musical, é o segmento dominante da indústria musical, composto por artistas, estilos e produtos culturais que recebem grande visibilidade midiática, investimentos das *majors* e ampla distribuição comercial — especialmente nas plataformas de streaming, rádios e redes sociais.

## 2.3



### A crise de visibilidade do indie

→ Em um mercado musical cada vez mais dominado por grandes empresas, como a MTV e várias rádios comerciais, os artistas *indie* começam a ter problemas com a divulgação de seus projetos. Hesmondhalgh (1999) discorre que, com a postura de se opor a concepção de videocliques, por exemplo, os artistas acabavam limitados nas divulgações de seus materiais em um mercado que começava a exigir conteúdos visuais mais atraentes. Enquanto o *mainstream* conseguia capitalizar a conexão entre música, imagem e mídia visual, o *indie* ainda insistia em um purismo que restringia sua capacidade de competir em um cenário que a exposição midiática estava cada mais forte.

Além disso, essa rejeição às estratégias de marketing convencionais também impactou na estrutura de divulgação do próprio gênero, pois sem acesso a grandes veículos de mídia, o *indie* dependia muito das redes alternativas, como *fanzines*, rádios universitárias, lojas de disco independentes etc., que tinham um alcance limitado devido a fragilidade de sua operação. A BBC Radio 1, por exemplo, principal emissora de rádio do Reino Unido, reduziu drasticamente a cobertura a bandas e artistas alternativos com o avanço da década de 1980, privilegiando artistas de grandes selos (Hesmondhalgh, 1999). Isso acabou criando um grande abismo entre a cena alternativa e o *mainstream*, isolando o *indie* em um nicho que, embora ainda fiel, era economicamente insustentável em larga escala.

Ademais, essa ênfase na autenticidade e a resistência ao comercialismo tornou-se uma barreira para a inovação, já que, o *indie*, na busca de preservar uma identidade “pura” adotou barreiras excludentes:

[...] As paradas *pop mainstream* eram dominadas por figuras e ritmos do funk, mas os discos *indie* recorriam a guitarras 'tilintantes', uma ênfase em letras inteligentes e/ou sensíveis herdadas da tradição do cantor-compositor no *rock* e no *pop*, e um foco mínimo na faixa rítmica. Os ritmos de dança foram, em geral, resistidos (Hesmondhalgh, 1999, p. 6, tradução nossa).

Essa recusa em incorporar novos ritmos - predominantemente da música negra - acabou reforçando a percepção que o gênero era um espaço predominantemente branco e de classe média. Além disso, essa homogeneidade estética, somada a aversão dos métodos de divulgação em massa usado pelas *majors*, dificultou a renovação do público e a adaptação as mudanças culturais da década de 90, quando houve a ascensão da música eletrônica e outros ritmos.

## 2.4



A

### adaptação do gênero na década de 90

→ O cenário alternativo, ao chegar nos anos 1990, é de crise. Grandes selos independentes, como a *Rough Trade* e a *Factory Records*, declaram falência, fazendo com que o *indie*, para sobreviver, seja obrigado a negociar com as *majors*. Hesmondhalgh (1999) observa que a profissionalização e as parcerias com as grandes corporações (como a Sony e a PolyGram, duas grandes gravadoras da época) foram vistas por muitos como uma traição aos ideais do punk, mas também representavam uma adaptação necessária às exigências de um mercado cada vez mais globalizado. Foi o caso da *Creation Records*, por exemplo, que vendeu parte de suas ações para a Sony em 1992, já que para crescer e promover seus agenciados em escala internacional, era inevitável adotar métodos de divulgação antes rejeitados, como os videoclipes e as campanhas publicitárias. Essa aliança permitiu que bandas como Oasis e a *Primal Scream* alcançassem audiências que não tinham alcançados antes, agora de forma global. O sucesso de "(What's the Story) Morning Glory?", lançado em 1995 pela banda Oasis, ilustrou o dilema que era central no cenário: a mesma indústria, antes criticada, tornou-se essencial para a sobrevivência e expansão do gênero.

Apesar disso, as alianças não significaram uma submissão as grandes corporações. A *Creation*, por exemplo, conseguiu manter o controle criativo sobre seus artistas, usando apenas a estrutura da Sony para financiar

os projetos. Alan McGee (Hesmondhalgh, 1999), fundador da *Creation*, via a parceria como uma infeliz necessidade para o crescimento: “Ou você é comprado pelas *majors* ou morre. Não há meio-termo”. Essa postura refletiu uma visão não observada antes: as corporações poderiam ser um meio para a amplificação da música, e não um meio de ditá-la.

Essa relação de simbiose adotada pelo cenário *indie* com as *majors* materializou-se em novos subgêneros do *indie*, como o *Britpop*, movimento que celebrou a “britanidade” através de uma nova roupagem ao rock britânico, mas agora com novas táticas de marketing vindas do *mainstream*. O Oasis, por exemplo, parte do *Britpop*, construiu sua imagem de autenticidade com campanhas midiáticas orquestradas cuidadosamente, usando fabricação de rivalidade com outras bandas, como o Blur<sup>5</sup>, e até o uso de *White labels*<sup>6</sup> (Hesmondhalgh, 1999) para simular escassez dos seus discos. Fernandes (2004) interpreta esse fenômeno como uma “commodificação” da rebeldia, em que o *indie* se tornou um produto cultural vendável, assim como o *pop mainstream*, desde que embrulhado em nostalgia e nacionalismo, com o *Britpop* sendo visto como uma reafirmação cultural pós-Tatcher<sup>7</sup>. Além disso, Fernandes argumenta que o *indie*, ao se transformar em um metagênero, permitiu que artistas como o Oasis negociassem sua inserção no *mainstream* sem abrir mão completamente do discurso da autenticidade.

Oasis, a banda britânica de maior destaque e maior sucesso mundial, foi contratada por um selo independente (Creation Records) no início da década de 1990. Este teve uma percentagem vendida à major Sony Music. A Sony, por sua vez, garantiu um esquema de distribuição para a produção da Creation capaz de ultrapassar as fronteiras do Reino Unido. Como resultado desse processo, o Oasis permaneceu durante seis semanas consecutivas nas paradas de sucesso americanas com seu segundo álbum, *What’s the Story (Morning Glory?)*, feito jamais realizado por uma banda britânica (Fernandes, 2004, p. 23).

Outrossim, com a aliança as *majors*, o cenário também testemunhou a hibridização sonora, com a incorporação de novos ritmos dentro do gênero, outrora recusado pelos artistas. Segundo Fernandes (2004), o álbum *Screamadelica* do *Primal Scream* fundiu o rock psicodélico com o *Acid House*, enquanto artistas como Massive Attack incorporou o *trip-hop* e o *dub*, duas influências negras e periféricas. Essa mudança não foi meramente estética, mas

<sup>5</sup> Banda britânica.

<sup>6</sup> *White label* são discos promocionais, normalmente em vinil, prensados em edição limitada sem informação impressa de artista, título ou selo. São usados por DJs e gravadoras para testar faixas ou criar exclusividade antes do lançamento oficial.

<sup>7</sup> Margaret Thatcher foi primeira-ministra do Reino Unido entre 1979 e 1990, líder do Partido Conservador e conhecida como “Dama de Ferro” por implementar políticas neoliberais de privatização, desregulamentação e redução do poder sindical.

política também, remontando os primeiros anos do gênero, já que, ao abraçar ritmos marginalizados, o *indie* renegociou sua identidade, abrindo mão da histórica associação com a branquitude, e abriu espaço para a experimentação transcultural.

## 2.5



### O indie pop

→ Com a renovação do cenário musical e a abertura para novos subgêneros, o *indie pop* ganha destaque como um importante desdobramento do movimento *indie*. Ele surge no mesmo contexto do rock alternativo — ou *indie rock* —, inicialmente dentro de pequenas gravadoras que, com o tempo, passaram a atuar em parceria com as majors para ampliar sua estrutura de divulgação.

Diferentemente do *indie rock*, o *indie pop* tende a apresentar sonoridades mais melódicas, suaves e menos angustiadas, como é o caso de artistas como Clairo, Beabadoobee e Belle and Sebastian. Ainda assim, mantém o princípio de ser uma música menos comercial e mais autêntica.

Vale ressaltar, porém, que não há uma fórmula rígida para se enquadrar no *indie* ou em seus subgêneros. Mesmo com a aproximação entre selos independentes e grandes corporações, muitos artistas continuam a produzir de forma intimista e com poucos recursos — muitas vezes evocando o espírito do *DIY* — sem abrir mão da autenticidade, da oposição ao massificado e do toque pessoal nas composições, seja na melodia, na letra ou na estética do projeto.

## 2.6



### Indie além da música

→ O *indie* transcende a música e se manifesta, também, em outras esferas da cultura, como cinema, moda, videogames etc., representando uma abordagem que, assim como na música, tem maior autonomia na criação e com uma distribuição independente, fazendo com que essa postura seja refletida tanto na produção artística quanto no comportamentos dos consumidores, que valorizam o fato das produções não estarem atreladas a grandes

corporações.

No cinema, o *indie* foi e tem sido um espaço para a inovação narrativa e estética, desafiando o cinema comercial. A influência das distribuidoras independentes, inclusive, reformulou o mercado cinematográfico, criando um nicho entre Hollywood e o cinema *indie*, conhecido como *Indiewood* (Perren, 2012). Esse fenômeno permitiu que filmes, como *Pulp Fiction* e *Good Will Hunting* alcançassem grandes públicos, sem perder a identidade que os tornavam alternativos. Além disso, Perren (2012) destaca que o modelo permitiu a ascensão de diretores com propostas criativas fora dos padrões de Hollywood, mas que ainda conseguiam dialogar com públicos mais amplos. Perren também discorre que a Miramax<sup>8</sup> foi uma das principais responsáveis pela popularização do cinema independente na década de 90, já que adotou estratégias de distribuição que permitiram que filmes independentes chegassem a públicos maiores e competissem com os *blockbusters*<sup>9</sup>. Vale citar que a Miramax, assim como as gravadoras independentes, se juntou a uma grande empresa, no caso a Disney, o que permitiu que ela desfrutasse de uma grande estrutura de divulgação para seus filmes.

Já na moda, a estética *indie* se consolida como um movimento de diferenciação. Como já dito, músicos e estilistas independentes frequentemente colaboravam para criar uma identidade visual única, que refletisse o *DIY* e outros valores do movimento.

Por fim, os jogos independentes, área bem mais recente dentro do movimento, surgida nos anos 2000 com o avanço da tecnologia e a popularização da internet e, conseqüentemente o surgimento de novas formas de distribuição, segue a mesma lógica da produção independente e são desenvolvidos por pequenas equipes que, na maiorias das vezes, não contam com o apoio de grandes estúdios. Gelonese e Arielo (2017) afirmam que a ascensão do setor se deve a uma maior acessibilidade de ferramentas de desenvolvimento, além da possibilidade da distribuição digital. Plataformas como a *Steam*<sup>10</sup>, por exemplo, foram essenciais para a difusão dos jogos independentes, permitindo que desenvolvedores tivessem acesso a um público global sem precisar de intermediários para isso.

Sendo assim, é perceptível que o *indie* não se resume apenas a um gênero musical, mas a um ecossistema cultural que engloba várias áreas, desafiando a hegemonia da indústria tradicional, promovendo a experimentação e valorizando a autenticidade como um de seus pilares centrais.

<sup>8</sup> Distribuidora e produtora de cinema fundada em 1979 em Nova York. Inicialmente independente, ficou famosa nos anos 80 por lançar filmes de autor e importações de prestígio, e em 1993 foi adquirida pela Disney, passando a funcionar como sua divisão “*indie*” de longa-métragem de baixo orçamento e forte apelo crítico e de público.

<sup>9</sup> Filme de grande orçamento e campanha de marketing massiva, projetado para atrair enormes audiências e gerar receitas muito acima da média em bilheteria.

<sup>10</sup> Plataforma de distribuição digital de jogos e software.

# 2.7



## As revistas que divulgavam o indie

→ As revistas, juntamente com as *fanzines*, tiveram um papel fundamental na divulgação da música *indie*. Revistas como a NME, Sounds e Melody Maker foram cruciais para a proliferação do movimento no Reino Unido, atuando não apenas como um veículo de crítica, mas como arquitetas de uma cultura musical alternativa. A NME, fundada em 1952 e publicada até os dias de hoje, tornou-se um termômetro do *indie* na década de 80 ao abraçar a cena C86<sup>11</sup>, uma compilação feita em fita cassete que ajudou a solidificar o *indie* britânico, e bandas como The Pastels e The Smiths, cujas letras introspectivas e guitarras *jangle*<sup>12</sup> definiram o gênero (Abebe, 2005). Já a Melody Maker, antiga rival da NME, destacou grupos como Lalulah Gosh e The Shop Assistants, bandas que misturavam a energia punk com melodias *pop*, dando os primeiros passos ao *indie pop*. A Sounds - que inicialmente era focada no *Hard Rock* - abriu espaço para a experimentação pós-punk.

As publicações não se limitavam a meras resenhas e construíam narrativas. A NME, por exemplo, promovia a C86 como um manifesto sonoro da juventude desiludida com o *mainstream*, enquanto a Melody Maker publicava ensaios sobre a ética *DIY* de selos como a Sarah Records<sup>13</sup>, que desafiava a indústria com *singles* em vinil de tiragem limitada (Abebe, 2005). Além disso, figuras como o John Peel, *DJ* da BBC Radio 1, usavam essas revistas para descobrir novas bandas, criando um ciclo de harmonia entre a crítica, rádio e público.

Paralelamente, os *fanzines*, como a Chickfactor e Simply Thrilled, operavam mais a fundo ainda, documentando cenas locais e até promovendo trocas de fitas cassete entre fãs. Dolan (2010) observa que os *fanzines* eram artefatos de uma cultura *kitsch*<sup>14</sup> consciente, em que as colagens feitas a mão, textos datilografados etc. reforçavam a autenticidade anticomercial do movimento.

### 2.7.1 As revistas de música no Brasil

→ A trajetória das revistas de música brasileiras reflete transformações culturais, políticas e tecnológicas do país. Desde o século XX, essas publicações atuaram como espelhos de movimentos artísticos, consolidando-se como espaço de crítica e debate.

<sup>11</sup> Foi um movimento musical britânico de *indie pop* que surgiu em torno de uma fita cassete lançada em 1986 pela revista New Musical Express (NME). Essa compilação, chamada C86, reuniu bandas independentes com sonoridade marcada por guitarras, estética lo-fi e atitude *DIY*, inspirada no punk. Ela ajudou a consolidar um estilo associado a inocência, amadorismo encantador e um afastamento das convenções do *rock mainstream*.

<sup>12</sup> Som limpo, brilhante e metálico, marcado por acordes tocados com ritmo rápido e cintilante.

<sup>13</sup> Foi uma gravadora independente britânica fundada em 1987. Tornou-se um símbolo do *indie pop* e do movimento  *twee*, lançando *singles* em vinil com estética *DIY*, som doce e melancólico, e forte oposição ao machismo e à indústria musical tradicional.

<sup>14</sup> É uma estética que emprega elementos considerados bregas, ultrapassados ou nostálgicos de forma intencional e autorreflexiva.

Nos anos 80, surgem revistas como a Bizz, publicada de 1985 à 1995, e Rock Brigade, existente desde 1980 até 2013 e que capturavam a efervescência do rock brasileiro e global, tornando-se símbolos de identidade juvenil. Além dessas publicações, haviam muitas outras focadas em outros gêneros, como a Bizz, Bravo! etc. Entretanto, após ter seu ápice nos anos 2000, a digitalização, somada a uma crise econômica no setor editorial, fez com que vários títulos fossem descontinuados. Além disso, a migração para o digital fez com que as plataformas online redefiniram o que é o jornalismo musical, já que a velocidade e a interatividade são importantes em um mundo conectado.

Atualmente, existem poucas revistas impressas dedicadas a música no Brasil. A Billboard Brasil, por exemplo, é uma das que ainda resistem à ação da digitalização e mantém, além dos periódicos online, uma versão física das edições.

Sendo assim, a proposta de desenvolver uma revista impressa sobre música, fundamenta-se na necessidade de retornar com o valor simbólico e afetivo do formato impresso, indo contra o contexto midiático dominado pelo digital.

3



Criatividade

# 3.1



## Briefing

→ Pela falta de opções dentro do mercado editorial brasileiro, foi definido um projeto de revista sobre música do gênero *indie*, com enfoque no *indie pop*, no formato impresso, com tamanho de 210mm por 280mm. O objetivo da revista é falar sobre lançamentos, notícias do cenário do gênero e apresentar artistas que, ou estejam estabelecidos no *indie pop*, ou sejam artistas emergentes, que precisam de espaço para divulgação do seu trabalho. Para tanto, haverá seções específicas para esses artistas, sendo eles destaques na revista e estando na capa. Sendo assim, foram definidas três versões diferentes da capa, destacando os artistas entrevistados da edição. Para manter o custo relativamente baixo, o miolo deverá ter até 40 páginas. O público-alvo da revista é constituído de jovens entre 15 a 29 anos que apreciem o gênero musical, busquem explorar novas tendências da música e acompanhar os artistas que estejam fora do *mainstream*.

# 3.2



## Análise de similares

→ Para ter uma compreensão do que é aplicado no mercado editorial sobre música, principalmente *indie*, foi feita uma análise de similares de revistas que têm como principal foco a divulgação da música alternativa. Para isso, os tópicos composição visual, grid e tipografia foram usados como critérios de avaliação. As revistas analisadas foram a DIY, Dork e Loud and Quiet.

### 3.2.1 DIY

→ A DIY é uma revista britânica lançada em 2002, como um periódico online, criada por Stephen Ackroyd e Emma Swann. Em 2011, após se estabelecer no mercado, foi lançada como uma revista impressa, com distribuição mensal. Seu principal foco é a música, sendo uma das principais revistas que divulgam o *indie* na atualidade. Para análise da revista, foi utilizada a edição de maio/2024.

# Capa

→ As capas das edições da DIY contêm uma imagem do artista em destaque no mês, que ocupam toda a página, com uma tipografia de apoio personalizada e que faça sentido com a identidade e imagem do artista. Além disso, o logo da revista está sempre no canto superior esquerdo, estilizado visualmente, também, de acordo com a imagem do artista, mas sempre mantendo a tipografia intacta, sempre sem serifa.

Com isso, é possível perceber que há um claro equilíbrio entre os elementos, além de um espaço vazio que reforça o impacto visual necessário para chamar a atenção do leitor.



Figura 3: Capa da DIY, edição de maio de 2024.

# Layout e grid

→ Nas páginas padrões, o layout segue uma estrutura com um grid de colunas consistente, organizando os elementos em blocos bem definidos. Essa disposição favorece a hierarquia visual, permitindo que os títulos, subtítulos e corpo do texto se destaquem de maneira clara e ordenada. Ademais, anúncios presentes na revista seguem um grid próprio, nem sempre sendo simétricos.



Figuras 4 e 5: Páginas do miolo da DIY.

# Tipografia e diagramação

→ A tipografia utilizada na revista varia de acordo com a função que ela tem dentro da revista. Para os títulos e subtítulos, as fontes são variadas, tendo tipos com serifa e sem serifa. Já para o corpo, a fonte é padrão sem serifa, reforçando a clareza e a hierarquia da informação. Em algumas composições, há uso de capitulares.



Figuras 6, 7 e 8: Tipografias utilizadas na DIY.

## Composição visual e paleta de cores

→ A paleta de cores aplicada é consistente e cria contrastes que enfatizam elementos gráficos e fotográficos presentes nas páginas. Com isso, os elementos se integram de forma a complementar o conteúdo editorial, contribuindo para um design visualmente atrativo, de forma organizada para que o leitor entenda o conteúdo apresentado.

### 3.2.2 Dork

→ A Dork é uma revista sobre música do Reino Unido criada fundada em 2016 pelo, também criador da DIY, Stephen Ackroyd. É publicada mensalmente. A edição usada para a análise é a de fevereiro de 2025.

### Capa

→ As capas da Dork seguem o mesmo padrão da DIY, com a foto do artista entrevistado em destaque e o logo centralizado na parte superior. Além disso, o uso de um tipo forte no logo posiciona a marca como elemento principal da composição. O texto complementar, que é o nome da banda que está como destaque na capa, também fica em destaque, apesar de não ser o elemento principal da capa. Isso se dá pelo grid assimétrico presente no layout, que ajuda com a ordem de leitura. Por fim, há elementos secundários importantes, como os outros artistas presentes na edição, posicionados em formato de texto na parte superior da capa em uma sobreposição em cima do logo.

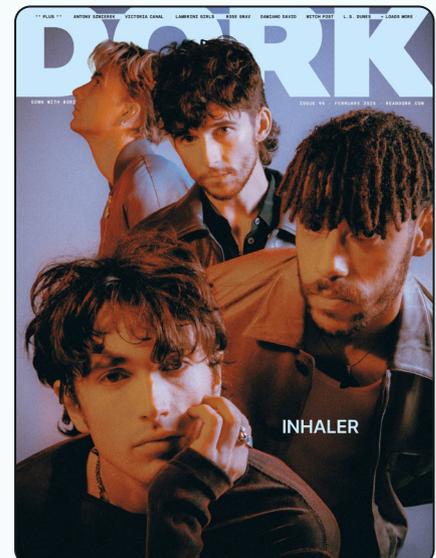


Figura 9: Capa da Dork, edição de fevereiro de 2025.

# Layout e grid

→ No grid usado para confecção do layout da revista, é possível perceber uma flexibilidade que permite variações criativas, mas que ainda organiza os conteúdos de maneira precisa e organizada para que o leitor consiga entender o que está sendo apresentado. Essa estrutura possibilita uma hierarquia visual clara, em que os títulos, subtítulos e outros elementos principais consigam ter destaque dentro da composição, sem perder a harmonia geral. Além disso, a disposição dos elementos, mesmo quando quebra a rigidez do grid, consegue manter um alinhamento que orienta o olhar do leitor.



Figura 10: Página do miolo da Dork.



Figura 11 e 12: Páginas do miolo da Dork.

# Tipografia e diagramação

→ A tipografia escolhida nas composições da revista é estratégica, com títulos e subtítulos apresentados com fontes expressivas e robustas e que capturam a atenção do leitor, comunicando o tom irreverente da publicação. Além disso, o uso de fontes padrões e sem serifa no corpo de texto garante fluidez na leitura, mesmo em blocos mais extensos, sendo as capitulares, inclusive, uma grande adição na composição. Já a diagramação favorece o contraste entre os elementos, fazendo com que a hierarquia textual seja evidente e que o conteúdo se apresente de forma dinâmica, sem sacrificar a clareza informativa.



Figura 13: detalhes da tipografia usada pela Dork.

## Composição visual e paleta de cores

→ A composição visual da revista é marcada por cores vibrantes, destaques editoriais e elementos gráficos, criando um efeito visual impactante e que comunica com o público alvo da revista. Além do mais, a harmonia visual, mesmo com uma intensidade de cores em algumas páginas, possibilita que haja a legibilidade dos textos, tornando uma experiência de leitura agradável. Por fim, elementos gráficos presentes nas composições, como linhas, formas geométricas etc., dialogam com o conteúdo textual e ajudam a segmentar as seções da revista de forma orgânica e coesa.

### 3.2.3

## Loud and Quiet

→ Loud and quiet é uma revista britânica fundada em 2005 por Stuart Stubbs, inicialmente como uma fanzine feita por ele mesmo em casa e distribuído na cidade de Essex, na Inglaterra. É uma publicação que tem uma nova edição a cada dois meses e seu conteúdo é focado em música *indie*, eletrônica e hip hop.

## Capa

→ As capas da Loud and Quiet segue o mesmo padrão já percebido nas outras revistas, com a imagem do artista em destaque na revista cobrindo todo o espaço. Além disso, todas as informações ficam concentradas na parte superior da capa, mas o logo é o que chama mais atenção pelo peso empregado na tipografia. A manchete da capa é colocada sobre a foto, com tipografia diferenciada para ter destaque.

## Layout e grid

→ O layout seguido pela revista revela um grid bem fechado e sem muito espaço para experimentação, algo que foi notado nas outras revistas analisadas. A estrutura das páginas deixa evidente a simplicidade na organização, com colunas bem definidas e imagens posicionadas de maneira a seguir as colunas de texto. Ademais, apesar da simplicidade, a estrutura permite que haja uma hierarquia visual clara e que facilita a leitura.



Figura 14: Página do miolo da Dork.

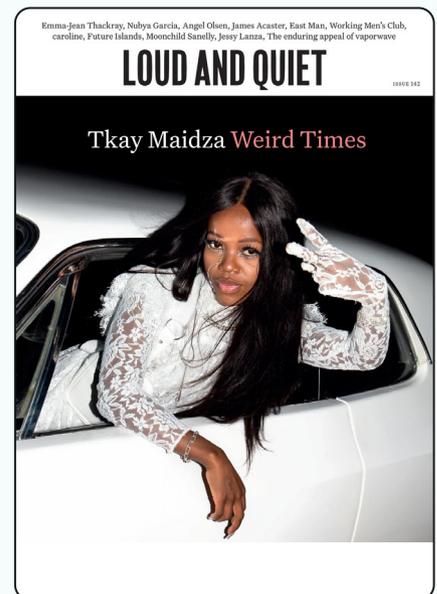


Figura 15: Capa da Loud and Quiet, edição de agosto de 2020.



# 3.3



## Moodboard

→ Após a análise de similares, foi feito um moodboard com juntar composições que poderiam servir como referência na montagem do projeto e entender qual linha visual o projeto poderia seguir. A partir dele, foi definido que a tipografia, uso de cores e fotografias seriam os pilares do projeto.

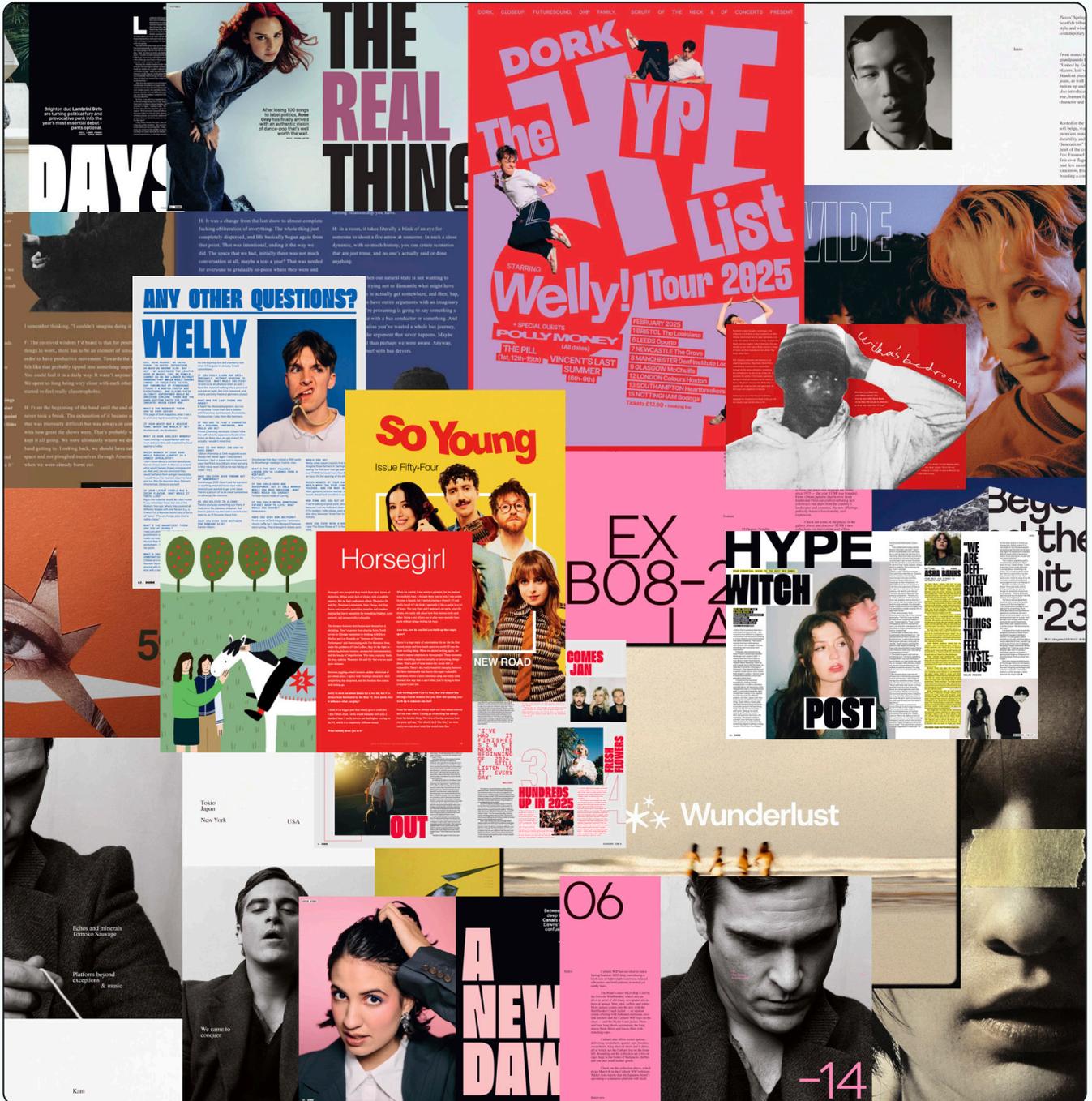


Figura 19: moodboard feito pelo autor.

# 3.4



## Primeiros estudos: nome e logotipo da revista

→ Com o *briefing* definido, deu-se início ao processo de criação de naming (processo de criação de nome para marca no projeto de design) para a revista. Para isso, foi definido um pequeno *briefing* que definisse quais pontos chaves o nome deveria se guiar, com base na pesquisa feita anteriormente. Assim sendo, foi definido que o nome deveria ser curto e fácil de memorizar (como nas outras revistas analisadas), com significado que remetesse ao movimento *indie* e a música, deixando claro o que seria abordado dentro da revista.

A partir disso, começou-se estudos para o nome da revista a partir de um brainstorming com palavras que remetessem ao gênero musical foco da revista.

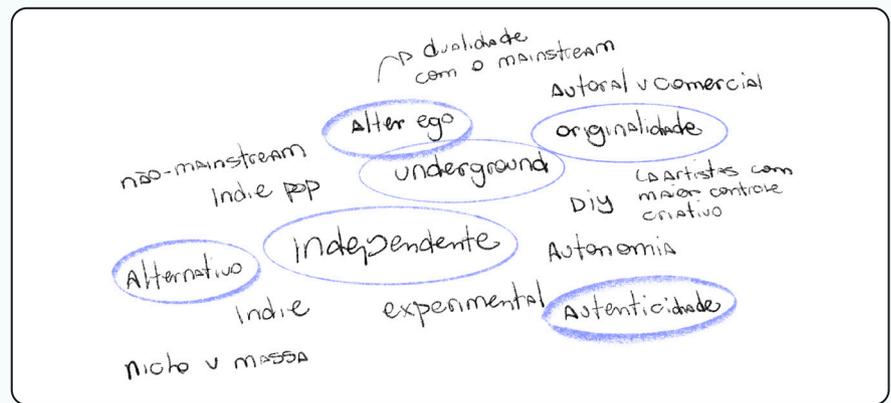


Figura 20: brainstorming feito pelo autor.

Dentre as palavras, presentes na imagem em anexo, as circuladas (independente, alternativo, autenticidade, originalidade, *underground* e alter ego) foram as que chamaram mais atenção. Em seguida, buscou-se combinações que esses conceitos a elementos musicais e, dentro desse espaço, surgiu a ideia da palavra alter ego, com a ideia de que o *indie pop* atua como o oposto do *mainstream*, preservando autenticidade enquanto dialoga com a inovação. Entretanto, ainda era um nome relativamente grande. Sendo assim, surgiu a ideia de unir palavras e formar um acrônimo, criando, então, o nome "Alternative Era", que, em português, significa era do alternativo e, ao se tornar um acrônimo, ficou apenas "Alt. er". Com isso, o nome lembra tanto a palavra "alternativo" quanto a palavra "alter" de alter ego, remetendo tanto gênero musical quanto aos artistas que estão dentro dele. Além disso, a estrutura concisa do nome atende ao critério de memorabilidade, presente dentro *briefing* proposto e vistos nas revistas analisadas.

Com nome definido, começou a primeira etapa prática do projeto: o logo. Para ele, definiu-se que deveria ter uma tipografia imponente e, mesmo que simples, chamasse atenção dentro da composição, sendo sempre ele o destaque.

O ponto de partida foi um pequeno estudo de como ele poderia se parecer, com uma tipografia pesada e com as letras em caixa alta.



Figura 21: esboço do logo feito pelo autor.

A partir disso, foi gerada opções a partir de fontes selecionadas previamente que conversassem com as especificações definidas para o logo. A tipo Boldonse, circulada na imagem em anexo, foi a escolhida para ser trabalhada na confecção do logo.

Com a opção escolhida, foram feitas pequenas alterações para deixá-la mais personalizada, arredondando alguns cantos, diminuindo o ponto e adicionando um símbolo: uma estrela de oito pontas que assemelha-se a um asterisco, dado pela sua posição na composição. Ao ser parecida com um asterisco, a ideia é que a estrela de a entender que há um significado implícito presente no logo, sugerindo que a palavra "ALT.ER" carrega significados que vão além do que está escrito, já que, de fato, é o que acontece.



Figura 22: teste de tipografias para a composição do logo.



Figura 23: versão final do logo da revista.

# 3.5



## Tipografia

**A B C D E F G H I J K L M N**   
**P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q**  
**r s t u v w x y z**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**  
**.,;:?!-—()[]{}'"/.**

Figura 24: Tipos em caixa alta e baixa, números e símbolos da fonte Boldonse

**A B C D E F G H I J K L M N**  
**O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p**  
**q r s t u v w x y z**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**  
**.,;:?!-—()[]{}'"/.**

Figura 25: Tipos em caixa alta e baixa, números e símbolos da fonte Space Grotesk.

**A B C D E F G H I J K L M N**  
**O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p**  
**q r s t u v w x y z**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**  
**.,;:?!-—()[]{}'"/.**

Figura 26: Tipos em caixa alta e baixa, números e símbolos da fonte Hanken Grotesk.

**A B C D E F G H I J K L M N**  
**O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p**  
**q r s t u v w x y z**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**  
**.,;:?!-—()[]{}'"/.**

Figura 27: Tipos em caixa alta e baixa, números e símbolos da fonte Aber Mono.

→ Durante o processo de estudo, foram selecionadas 4 tipografias diferentes com o intuito de serem aplicadas em aspectos específicos da revista.

### 3.5.1 Boldonse

→ Desenhado pelo estúdio Universitype é uma fonte sem serifa, pesada e condensada. É a fonte presente no logo da revista e para ser aplicada, também, nos nomes das seções da revista. A letra “O” da fonte, tanto em caixa alta quanto baixa, foi personalizada para ter a estrela de oito pontas, que está presente no logo da revista.

### 3.5.2 Space Grotesk

→ Fonte da família Grotesk a ser utilizada em subtítulos, manchetes ou textos secundários presentes na revista. O intuito, por ser uma tipo geométrica, é dar destaques para textos específicos das composições, diferenciando-os do corpo do projeto.

### 3.5.3 Hanken Grotesk

→ Fonte sem serifa, também parte da família Grotesk, a ser utilizada no corpo da revista. Sua escolha foi feita ao definir a necessidade de uma tipografia limpa, simples e que facilitasse a leitura dos textos.

### 3.5.4 Aber Mono

→ Fonte monoespçada e sem serifa, a Aber Mono foi escolhida para estar presente em apenas alguns textos secundários, como número da edição, mês de publicação e numeração da página.

# 3.6



## Naming design e definição das seções da revista

→ Com logo e tipografias a serem usadas definidas, seguiu-se para a definição e nomeação de cada seção presente na revista, juntamente de sua estruturação. Levando em conta a análise de similares, foi definido que a revista teria 7 seções fixas:

### 3.6.1 The riff drop

→ Seção de notícias responsável por noticiar, de forma sucinta, o que foi ou será destaque no mês de publicação da revista. Seu nome é uma brincadeira com o som marcante da guitarra, o *riff*, já que ele é um som marcante, rápido, memorável e direto ao ponto. A palavra “*drop*” carrega a ideia de “soltar” informações frescas e, juntando tudo, o título funciona como uma chamada sonora, capaz de fisgar o leitor.

### 3.6.2 No loop

→ O *No loop* é uma seção dedicada a mostrar músicas que foram destaque ou muito tocadas durante o mês. Seu nome é uma referência direta ao ato de repetir uma faixa musical diversas vezes e seu logo brinca com o símbolo do infinito, fazendo, também, referência ao ato da repetição. Ademais, há um *No loop* específico para destacar o que um dos artistas entrevistados da edição ouviu ou está ouvindo.

### 3.6.3 Spotlight

→ Seção de entrevistas dedicada a músicos emergentes no movimento *indie* que aparece duas vezes dentro da revista. Seu nome faz alusão ao feixe de luz que, nos palcos, destaca o artista. Aplicado a seção, o termo simboliza o momento em que novos artistas ganham visibilidade e a atenção do público, através da exposição recebida na revista. Além disso, os artistas presentes na seção são as capas da edição.

### 3.6.4

## Bside

→ Seção dedicada a entrevistar de forma descontraída, e de maneira mais curta, um artista. Seu nome é uma alusão a músicas que estão presentes no trabalho de artistas e que são mais experimentais e, mesmo sem grande destaque, revelam grande valor artístico. Ao adotar esse título, a seção assume uma proposta mais leve, intimista e mais informal, que explora aspectos menos convencionais de uma entrevista.

### 3.6.5

## Entrevista

→ Além das entrevistas da seção *Spotlight* e *Bside*, há também a entrevista que recebe mais destaque e mais páginas dentro da revista. Para ela, não há um nome definido já que o maior destaque é o nome do artista entrevistado, que é um artista já estabelecido dentro do cenário musical do *indie pop*. Junto com os artistas da seção *Spotlight*, o artista entrevistado nessa seção também é capa da revista.

### 3.6.6

## Away from the basics

→ Essa seção é a responsável por destacar os artistas que, por algum motivo, serão destaques no mês em que a revista é publicada, apresentando nomes que devem fazer lançamentos relacionados a música. Para o nome, foi feita uma inversão e adaptação da expressão popular “*take me back to the basics*”<sup>15</sup>. A ideia foi dar a entender que o “*basics*” é o *mainstream* e, por eles não fazerem parte dele, estão dentro da cena alternativa e, portanto, “*away from the basics*”<sup>16</sup>.

<sup>15</sup> Em português, “leve-me de volta ao básico” (tradução nossa).

<sup>16</sup> Em português, “longe do básico” (tradução nossa).

### 3.6.7

## Reviews

→ Seção que contém análises de álbuns e músicas lançadas no mês, tendo um álbum ou música em destaque e outras análises menores.

# 3.7



## Fotografias

→ Para compor a revista, foi feita uma curadoria e foi selecionada fotografias de artistas que fazem parte do *indie pop*. Nessa etapa, foi definido que os artistas presentes nas três versões da capa seriam: Rachel Chinouriri, Jackson Lee Morgan e Thomston. Além disso, por limitações projetuais e por se tratar um projeto acadêmico, todas as fotografias utilizadas são provenientes de ensaios fotográficos realizados pelos artistas em outras ocasiões. Ademais, todas as imagens passaram por tratamento de imagem, para que fizessem sentido dentro da composição das páginas.



Figura 28 e 29: fotografia do artista do Jackson Lee Morgan, sem e com tratamento.

Figura 30 e 31: fotografia do artista do Thomston sem e com o tratamento.

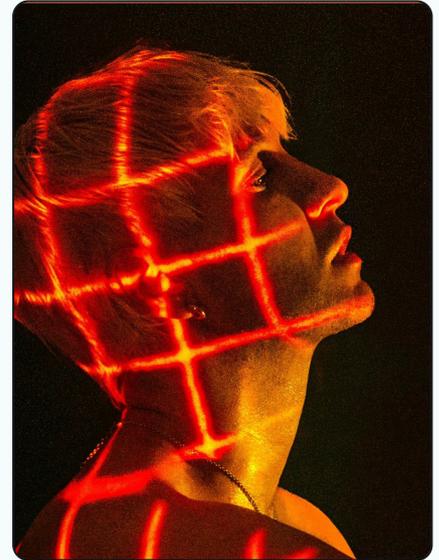


Figura 32, 33 e 34: fotografias selecionadas para compor a capa da revista, assim como as seções de entrevistas. Todas foram tratadas.

## 3.8



### Paleta de cores

→ A paleta de cores foi definida para ter diversos tons diferentes e que fizessem sentido dentro da composição e com as fotografias selecionadas. Por isso, algumas cores em destaque foram selecionadas a partir de elementos que estavam em destaque dentro das fotografias que acompanhavam a seção. Nesse contexto, a cor é escolhida a partir de elementos que compõem a imagem e é adaptada para ter contraste com a imagem ou cor que está de fundo. Para a capa na versão da Rachel, por exemplo, o azul presente nos textos e no logo da revista foi retirado da porta presente na imagem.

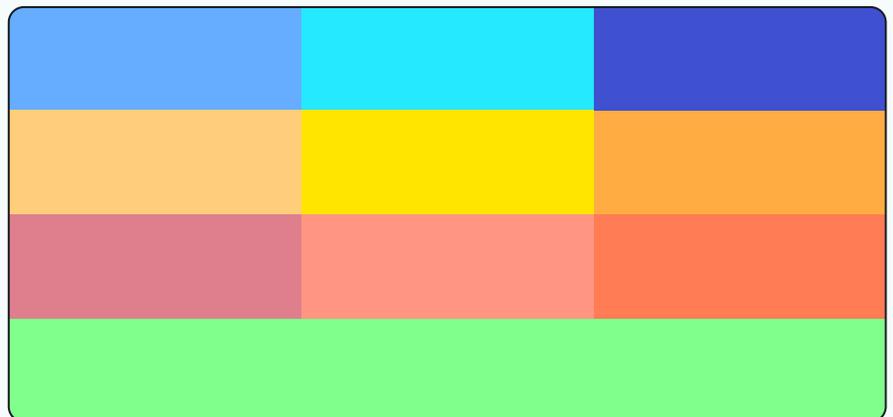


Figura 35: paleta de cores obtidas através de fotografias que estarão na revista.

# 3.9



## Composição, grid e diagramação

### 3.9.1

#### Composição: textos

→ Para fins de demonstração da proposta visual da revista, os textos que comporão os layouts serão preenchidos com lorem ipsum. Essa escolha tem como intuito evidenciar exclusivamente os aspectos visuais da revista, já que o foco deste trabalho é o desenvolvimento gráfico.

### 3.9.2

#### Composição: anúncios na revista

→ Como parte da composição e para seguir o mesmo padrão de outras revistas, algumas publicidades serão posicionadas em pontos específicos da revista. As posições em que elas serão colocadas estrategicamente em pontos que possuem maior atenção visual por parte do leitor, sendo elas o verso da primeira página, uma página central e a última página.

<sup>17</sup>Em português, “Anúncios posicionados nas primeiras páginas tendem a captar mais atenção do que aqueles inseridos posteriormente” (tradução nossa).

Pieters e Wedel (2004, p. 41) discutem que “advertisements seen earlier on typically capture more attention than later ones<sup>17</sup>” indicando que anúncios posicionados nas primeiras páginas de uma revista possuem maior potencial de capturar a atenção do leitor, tanto em exposição, quanto em fixação visual, justificando, então, a presença de uma publicidade já na primeira página da revista, aproveitando a disposição natural de leitura e a curiosidade inicial do leitor. Além disso, para a publicidade no meio do miolo da revista, foi posicionada pensando no fato de que o leitor já está engajado com o conteúdo da revista e, portanto, mais propenso a manter atenção sobre a publicidade inserida (Rayner, 2001).

Por fim, o último anúncio inserido, presente no verso da quarta capa, segue um padrão já comum na indústria editorial e, inclusive, percebido ao desenvolver a etapa da análise de similares

3.9.3

Composição: organização da revista

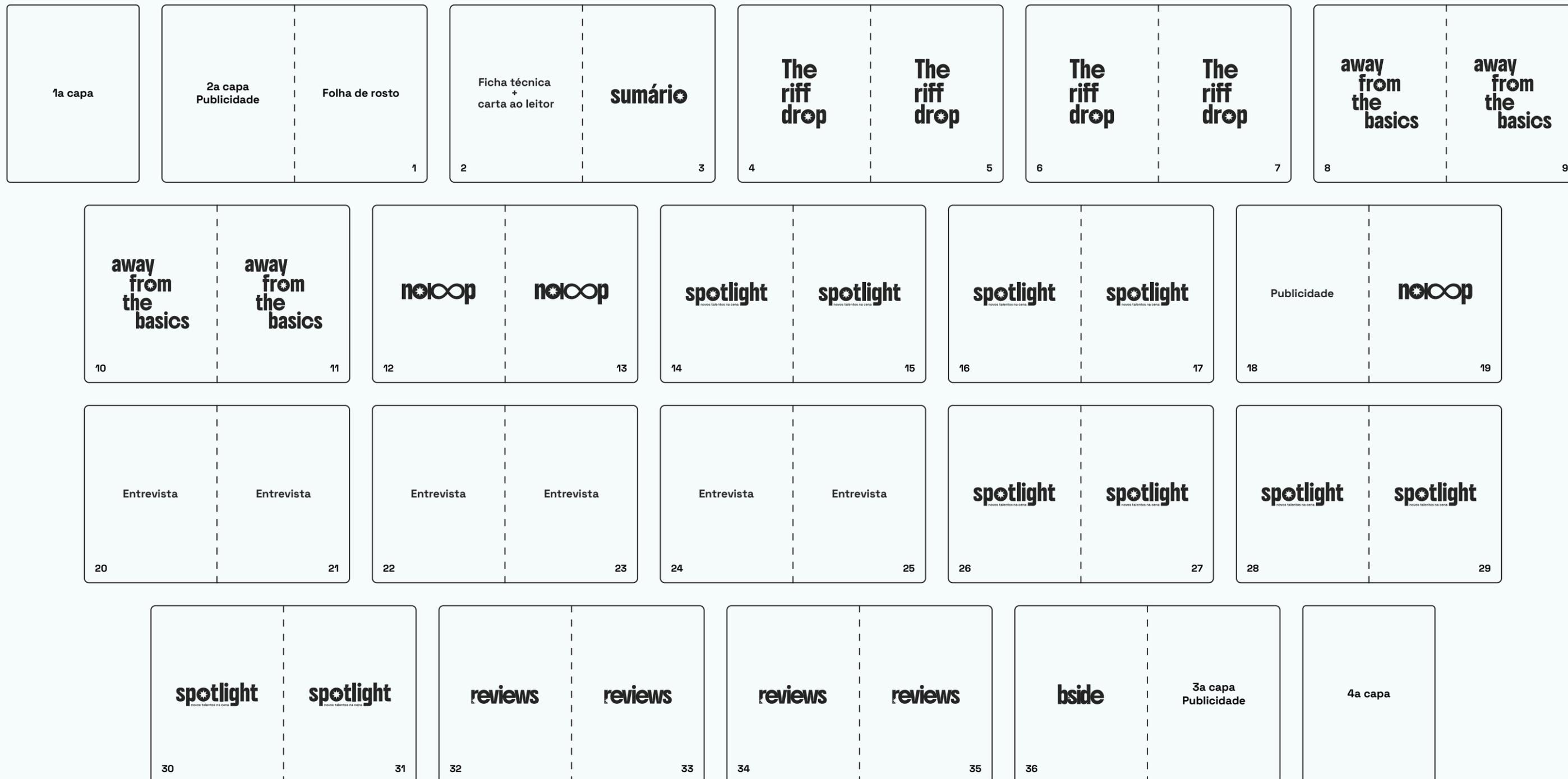


Figura 36: organização das seções da revista, com seus respectivos logos.

### 3.9.4`

## Grid e diagramação

→ Para o grid, foi utilizado dois tipos: o modular, para o miolo, e o hierárquico para as capas da revista e das seções.

### Grid hierárquico

→ Composto por zonas de hierarquia, foi utilizado por definir, claramente, qual elemento deve ter mais destaque. Sendo assim, na capa, foi utilizado para que o logo da revista sempre fique em destaque, com a fotografia do artista em destaque, que ocupa todo o fundo revista, vindo em segundo, chamadas em terceiro e informações secundárias por último.

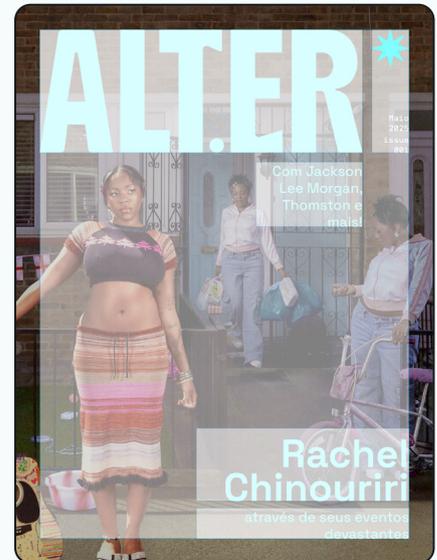
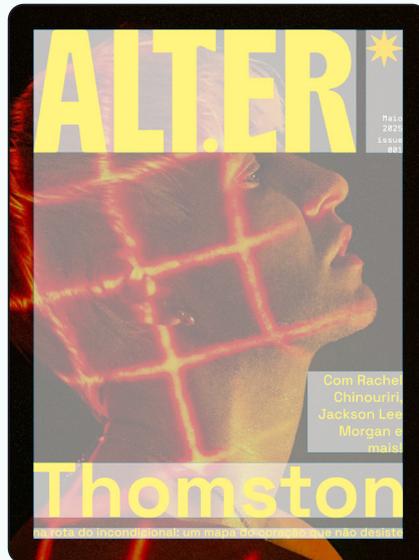
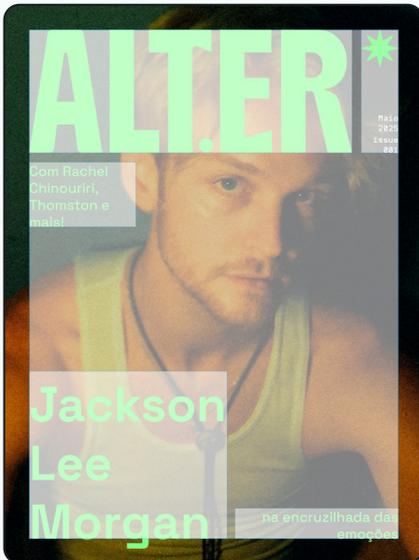
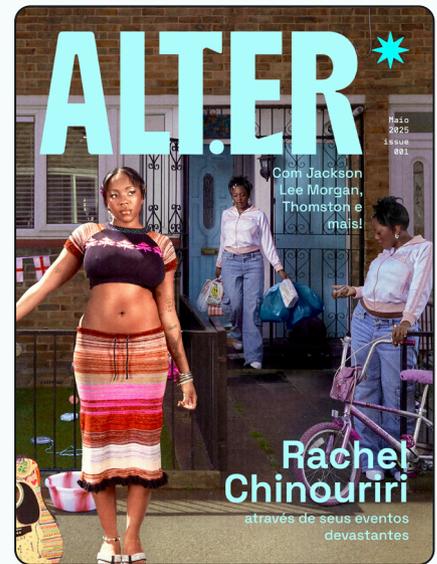
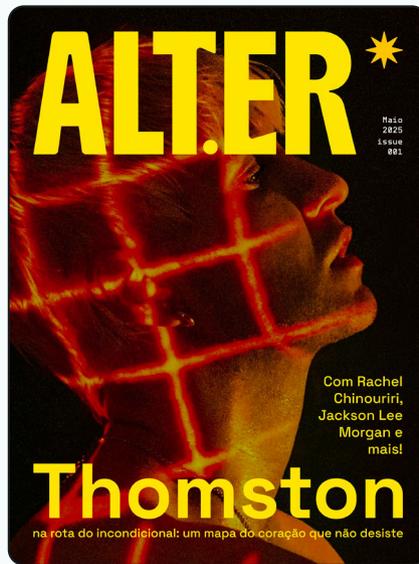
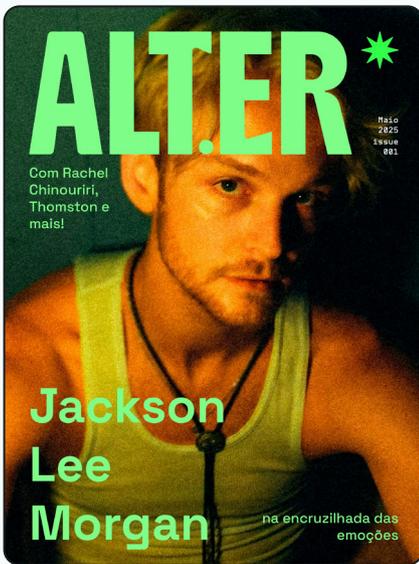


Figura 37, 38, 39 40, 41 e 42: utilização do grid na capa.

# Grid modular

→ Utilizado no miolo, o grid modular utiliza linhas horizontais e verticais para criar pequenas caixas. Foi utilizado para dar uma maior liberdade na diagramação das páginas, já que um grid de colunas poderia ser mais limitado. As páginas foram organizadas de modo que, também, tivessem uma hierarquia na visualização das informações, tendo imagens e textos específicos em destaque, seja pelo tamanho ou pela cor diferente aplicada.

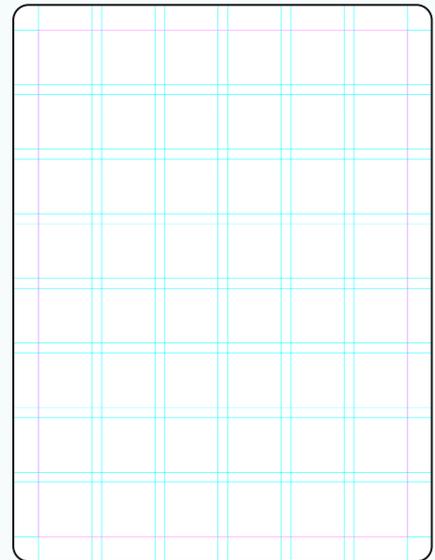


Figura 43: grid modular utilizado para o miolo, contendo oito linhas, seis colunas e uma medianiz de 5mm.



Figura 44, 45, 46, 47 e 48: grid aplicado no miolo do projeto.

# 3.10



## Variações da revista

→ Como proposto no *briefing*, a revista tem três variações e, embora o projeto mantenha uma unidade visual e conceitual entre elas, foram desenvolvidas pequenas variações gráficas que as diferenciam.

Essas diferenças se concentram em três elementos: a primeira capa, folha de rosto e a quarta capa. Na capa há adaptações dos elementos para que haja harmonia com a fotografia. A cor do logo, por exemplo, muda em cada versão, acompanhando cor em destaque na imagem do artista, sendo essa cor também aplicada na folha de rosto e na quarta capa. Ademais, fotografia dentro da estrela de oito pontas aplicada como máscara de recorte muda conforme a variação, acompanhando a imagem da capa.

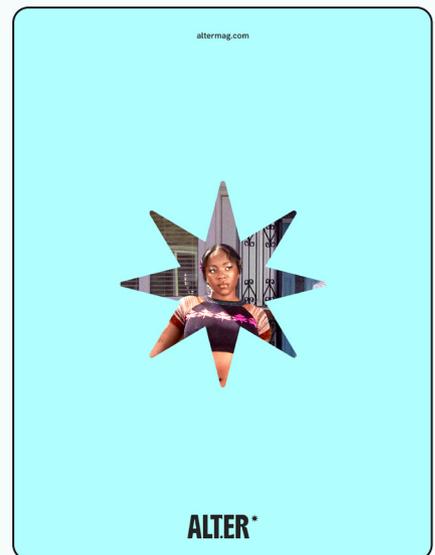
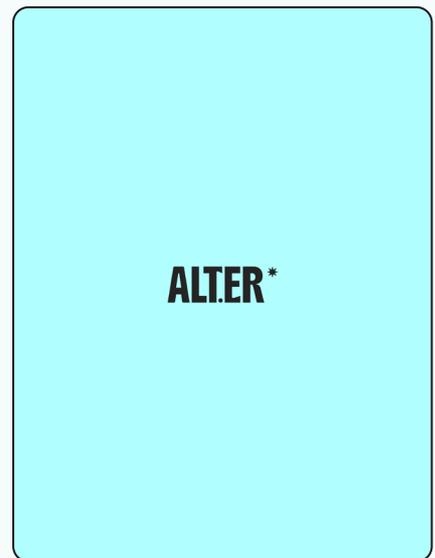
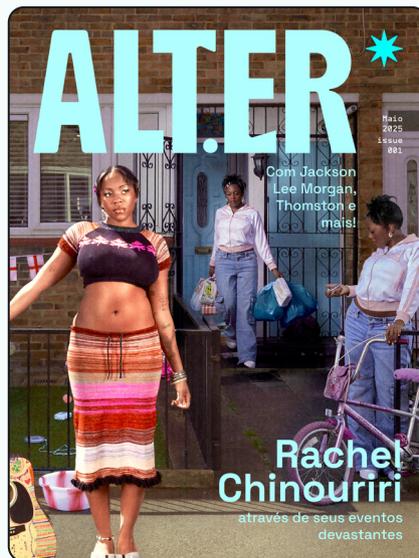


Figura 49, 50 e 51: diferenças na versão com a Rachel Chinouriri como capa.

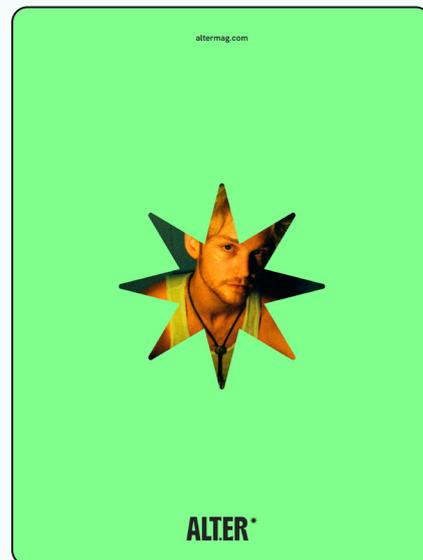
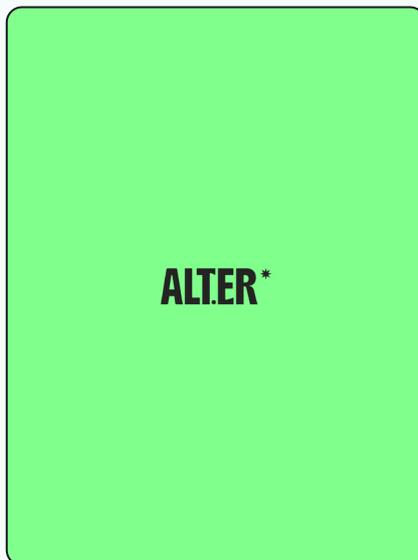
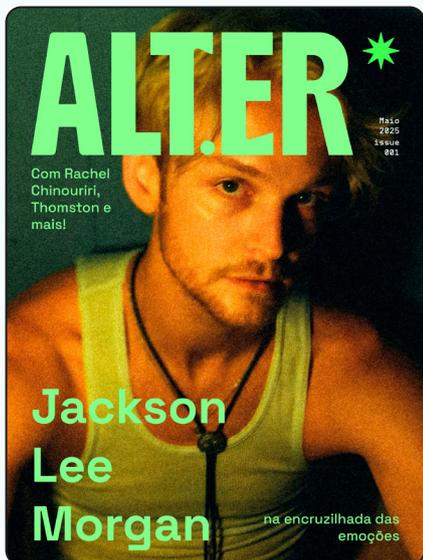


Figura 52, 53 54: diferenças na versão com o Jackson Lee Morgan como capa.

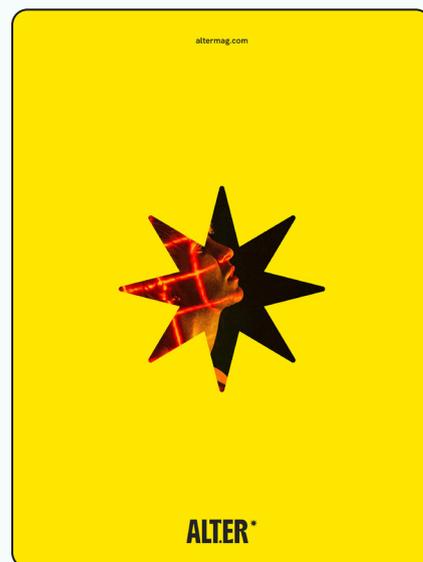
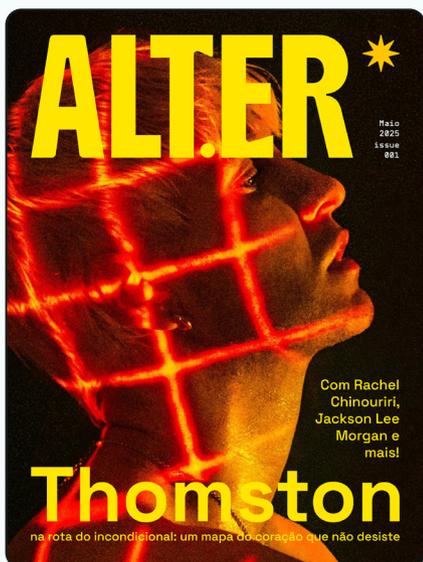


Figura 55, 56 57: diferenças na versão com o Thomston como capa.

# 3.11



## Testes, refinamentos e finalização

→ Com o arquivo finalizado, começou o processo para ter a versão impressa da revista, realizando testes e refinamentos até obter a versão, de fato, finalizada. Nessa etapa, foi definido que a revista teria uma lombada.

### 3.11.1 Teste de gramatura

→ O primeiro teste realizado foi para definir qual seria a gramatura da capa e do miolo da revista. Por isso, foram realizados testes com papel couché de 250g e 300g para a capa e de 115g para o miolo. Nesse sentido, foi definido o papel Couché 250g para a capa. Já para o miolo, ficou definido o de 115g sem realizar testes com outras gramaturas, pois o resultado já havia sido satisfatório.

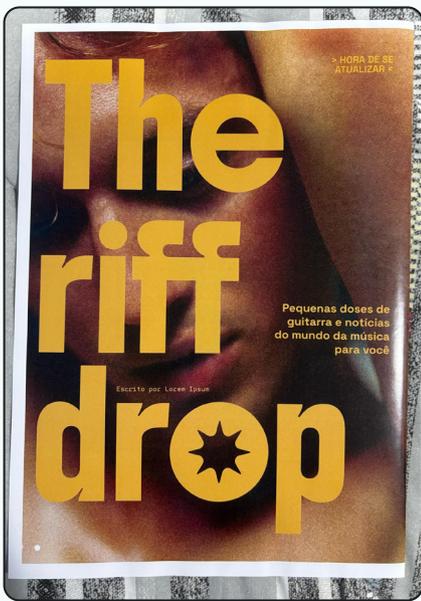


Figura 58 e 59: Teste de gramatura do miolo em Couché 115g.

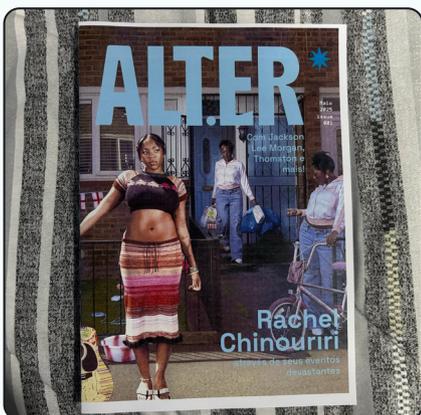


Figura 60: Teste de gramatura da capa em Couché 250g.

### 3.11.2

## Primeira impressão

→ A primeira impressão foi feita usando os papéis com a gramatura definida no primeiro teste, mas com acabamento fosco e, por problemas na qualidade da montagem do impresso e no fechamento do arquivo, o resultado não foi satisfatório.

Um dos erros no fechamento do arquivo foi por conta da lombada. Ao finalizar a primeira versão do arquivo da revista, não foi considerado na margem o espaço necessário para a acomodação da área de cola da lombada, que é de, no mínimo, 1cm, sendo esse o espaço definido pela própria gráfica. Por isso, muitos textos ficaram bem pertos da área de dobra da revista, não sendo adequado para a leitura. Além disso, por conta da folha fosca, as cores ficaram mais opacas e se distanciaram das cores definidas no arquivo digital. Por fim, por erro da gráfica, o corte da revista saiu totalmente fora do planejado, com a numeração cortada em muitas páginas e com uma péssima finalização na colagem do miolo com a capa, com a cola ficando aparente, além de ter folhas soltas.

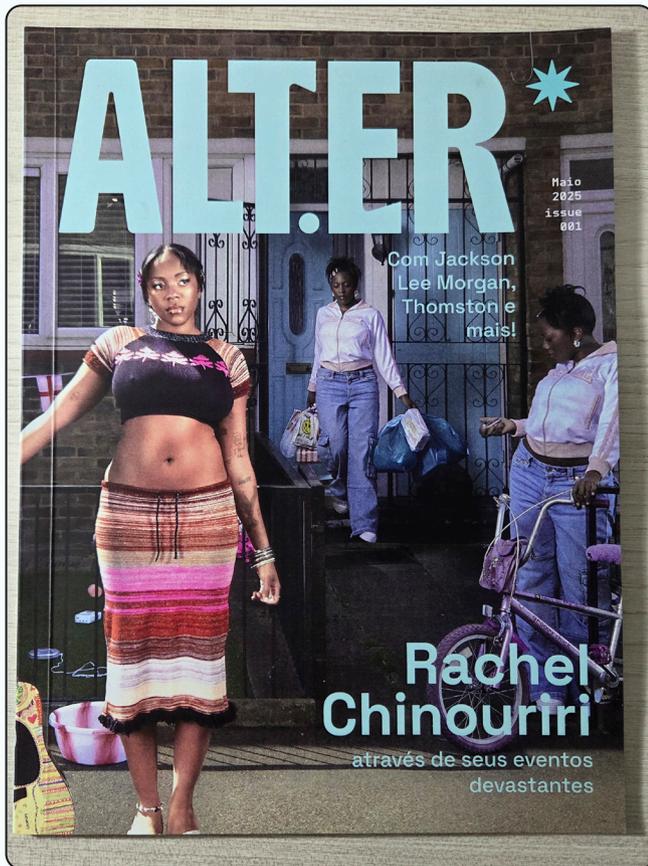


Figura 61: Impressão da primeira capa em Couché fosco 250g.



Figura 62: Cola aparente na dobra entre o miolo e a capa.

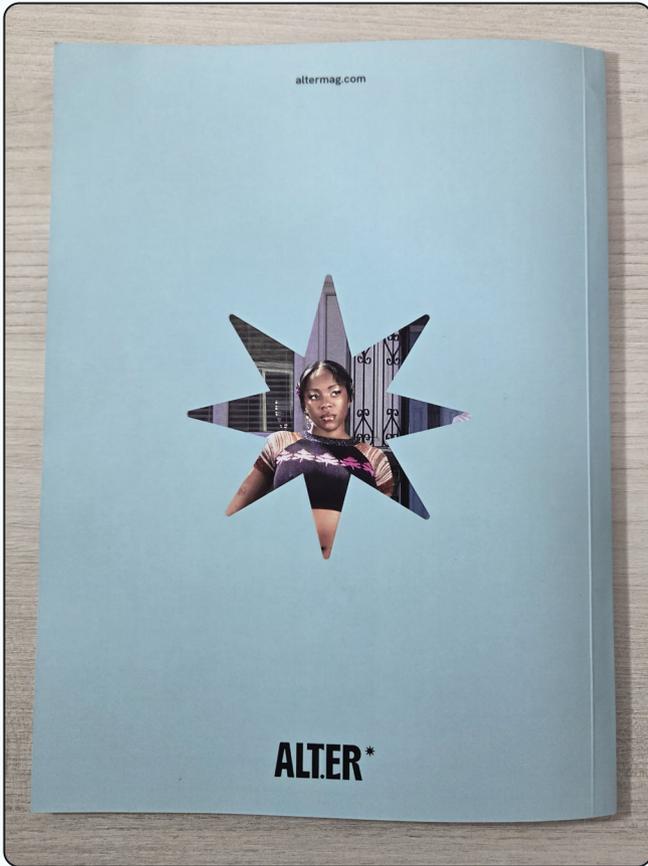


Figura 63: Impressão da quarta capa em Couché fosco 250g.

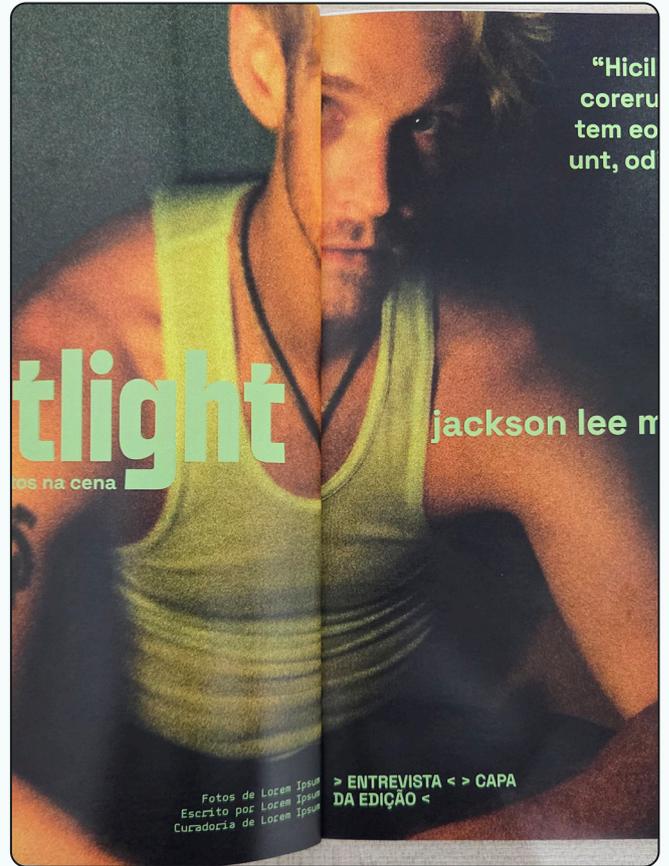


Figura 64: Falta de compensação em fotos contínuas.



Figura 65, 66, 67 e 68: Impressão do miolo em Couché fosco 115g.

### 3.11.3

## Refinamentos

→ Feito o primeiro teste, foram identificados pontos em que deveria haver melhorias para chegar em uma versão impressa satisfatória. Com isso, foi feita mudanças nas margens, algumas cores e em algumas composições que, ao ver no teste impresso, não pareceu satisfatório.

O primeiro ponto corrigido foi a margem, agora levando em consideração o espaço recomendado para a acomodação da lombada e para ter uma espaço maior de segurança. Sendo assim, as margens passaram de 12,7mm em todos os lados para 17mm nas bordas externas e 22mm na borda interna, ideal para a lombada pois tem 10mm para a área de cola.

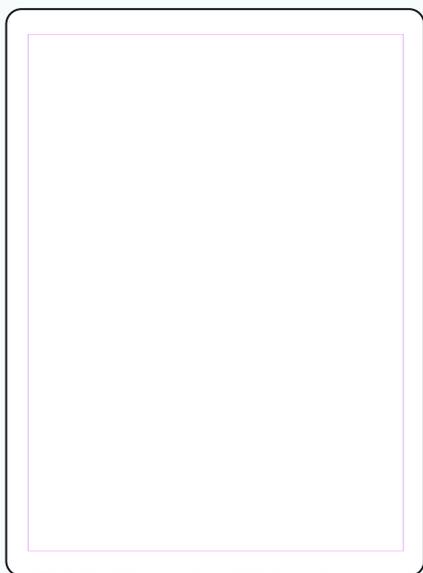


Figura 69: margem utilizada na primeira impressão, com 12,7mm de todos os lados.



Figura 70: margem corrigida no refinamento, com 17mm na margem externa e 22mm na interna.

O segundo ponto, já levando em conta as margens, foi a numeração, agora um pouco mais afastada das margens e com um tamanho menor, já que, na versão impressa, ela pareceu muito grande, destoando do resto do corpo das composições. Sendo assim, a numeração passa de 5mm de margem, para uma distância de 9mm da borda externa. Já nas composições, houve adaptações para o conteúdo ficar dentro do novo espaço seguro, já que houve alteração nas margens. Além disso, Como há lombada e no miolo há imagens que continuam de uma página para a outra, foi necessário que houvesse uma compensação de 7mm (mínimo padrão para a área de cola) movendo-as em direção a borda externa. Com isso, as imagens não ficam com uma

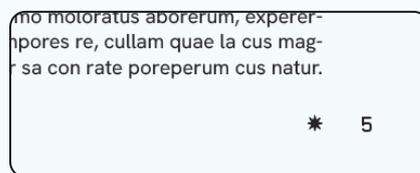
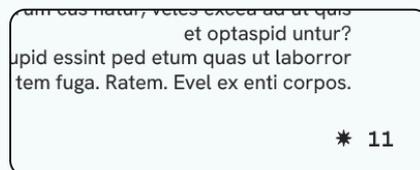


Figura 71 e 72: tamanho antigo, utilizado na primeira impressão, e o novo, utilizado no refinamento.



visualização incompleta, algo que aconteceu no primeiro teste.

Ademais, para respeitar houve alguns refinamentos em cores presentes na revista. A cor azul presente na versão da Rachel da revista, por exemplo, deixou de ser um azul mais opaco para um mais vivo, fazendo mais sentido tanto ao analisar as cores presentes no miolo, quanto as cores presentes na capa do Thomston e do Jackson. Ademais, para respeitar as limitações da CMYK, que não consegue atingir cores tão vivas em uma impressão, a cor da capa da Rachel foi adaptada para a versão impressa. Importante citar que, apesar de das cores diferentes nas duas versões, as cores são semelhantes e foram pensadas para que não houvessem tantas diferenças, escolhidas apenas para respeitar as limitações encontradas na impressão. As outras cores não tiveram problemas.

Figura 73: compensação na fotografia feita nas bordas internas para acomodamento da lombada.



Figura 76: azul utilizado na versão digital.



Figura 77: azul utilizado na versão impressa.

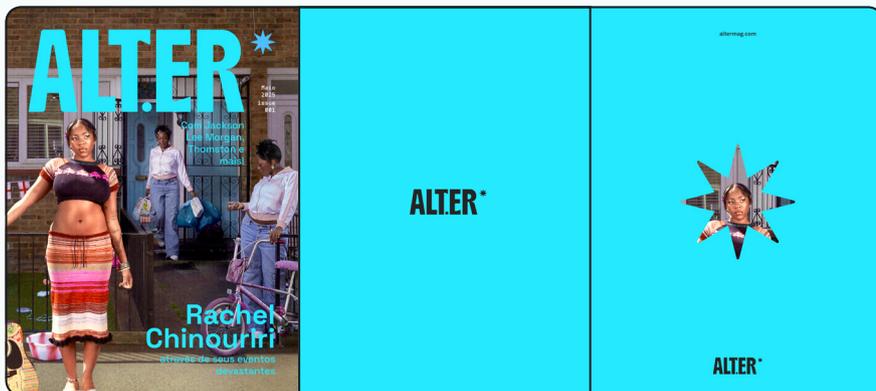


Figura 78: primeira capa, folha de rosto e quarta capa com o azul aplicado na versão digital da variação com a Rachel Chinourri como capa.

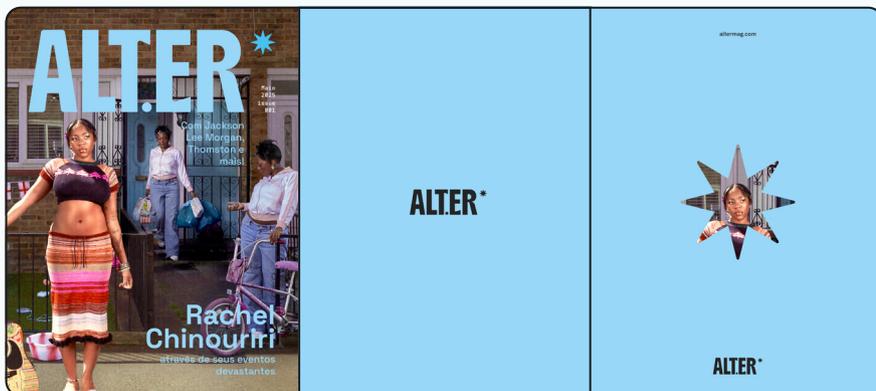


Figura 79: primeira capa, folha de rosto e quarta capa com o azul aplicado na versão física da variação com a Rachel Chinourri como capa.

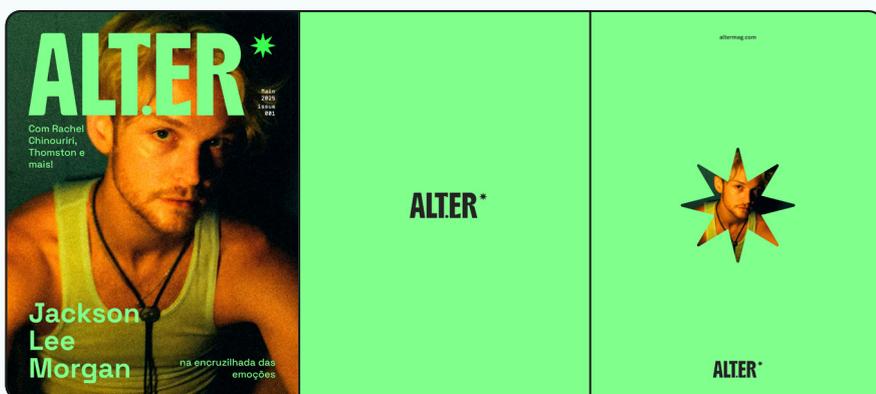


Figura 80: primeira capa, folha de rosto e quarta capa com o verde aplicado na versão digital da variação com o Jackson Lee Morgan como capa.



Figura 81: primeira capa, folha de rosto e quarta capa com o amarelo aplicado na versão digital da variação com Thomston como capa.

O logo presente na folha de rosto e estrela de oito pontas da quarta capa foram redimensionados. Além disso, Alguns elementos presentes nas composições foram modificados, ou para que respeitassem a margem atualizada



### 3.11.3

## Impressão da versão final

→ Feitas as verificações, a versão final, tanto do impresso, quanto da versão digital, saíram como planejado. Impresso no tamanho planejado (210mm por 280mm), foi utilizado papel Couché fosco para a capa, mas com laminação brilhante para realçar as cores, e Couché 115g brilhante para o miolo. Além disso, o espaço definido para ter conteúdo foi satisfatório e respeitou a área de cola da lombada, sem ter problemas dessa vez.

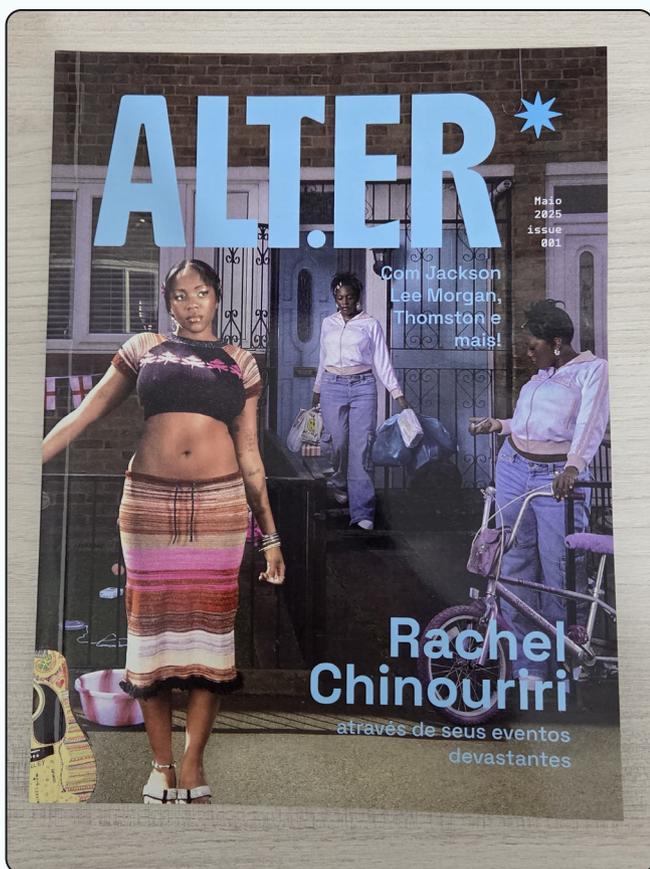


Figura 88 e 89: primeira e quarta capa em papel Couché 250g fosco e com laminação brilhante, com a cor azul da versão impressa.



Figura 90: Ficha técnica e sumário.



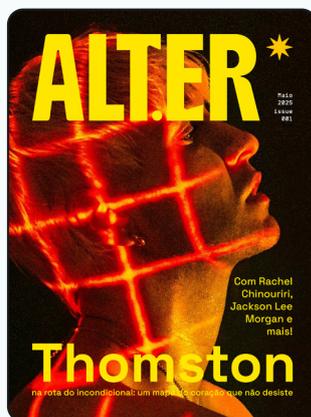
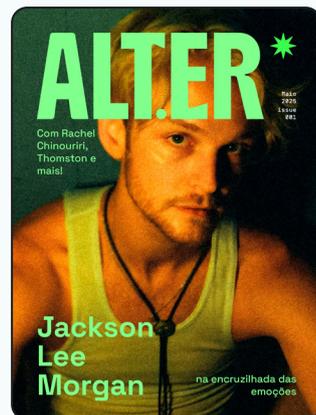
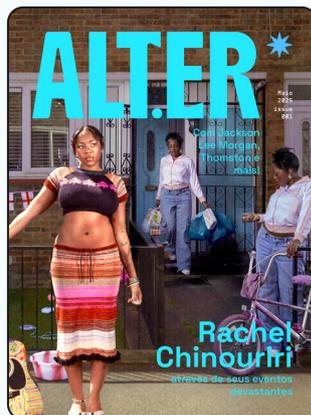
Figura 91, 92, 93, 94, 95 e 96: páginas do miolo, impresso em papel Couché 115g brilhante.



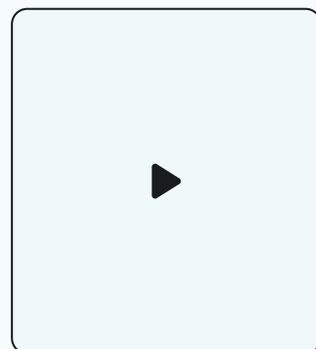
Figura 82 e 83: páginas do miolo, impresso em papel Couché 115g brilhante.

Acesse a versão em PDF da revista, assim como o vídeo de apresentação, através dos hiperlinks ao lado.

Importante citar que esse projeto é pensado para um formato impresso de revista, sendo disponibilizado digitalmente apenas para fins de apresentação e para o repositório da Universidade, em formato PDF. Se tal projeto fosse proposto para o formato digital, deveria sofrer uma série de alterações em seu design.



Vídeo:

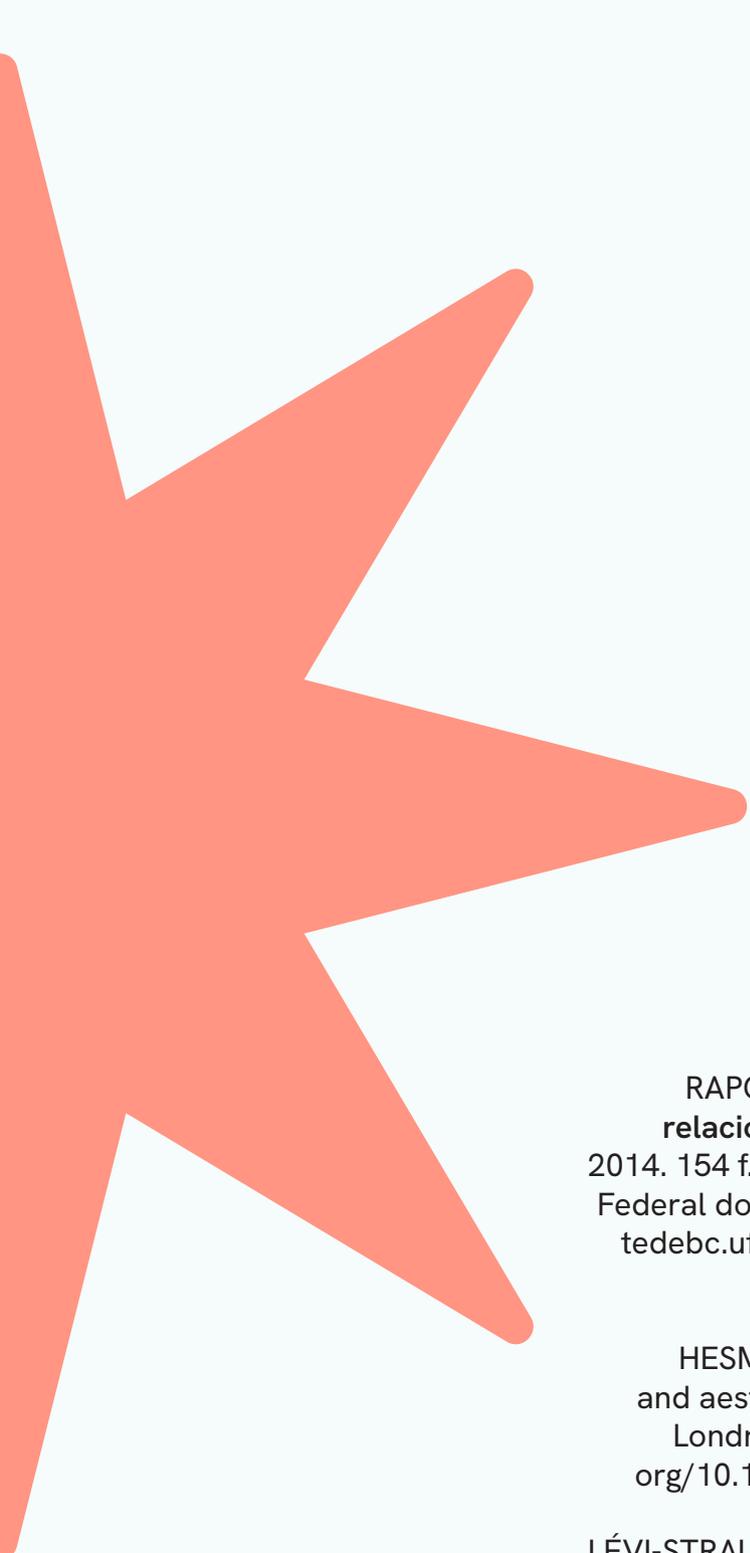


# 4

## Considerações finais

→ O presente trabalho teve como objetivo o desenvolvimento de um projeto de design editorial voltado ao universo do *indie pop*, com foco na criação de uma linguagem gráfica autoral e coerente com o tema. O projeto partiu da compreensão do *indie pop* enquanto nicho musical contemporâneo, buscando traduzir suas características estéticas e identitárias por meio de soluções gráficas que dialogam com a linguagem visual proposta no projeto. Também destacamos a importância neste projeto da experimentação e do acaso registrados durante o processo de design, assim como da importância do registro do processo de criação. Entendemos tal processo, como conhecimento e reconhecimento da linguagem do aluno como registro do seu modo de projetar, seja este mais próximo das tradicionais metodologias de design ou mais direcionado à experimentação e ao acaso, como se deu no presente processo.





# 5

## Referências bibliográficas

RAPOSO, João Ricardo. **Análise arquetípica do padrão relacional dos elementos do design em revistas digitais.** 2014. 154 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2014. Disponível em: <https://tedebc.ufma.br/jspui/bitstream/tede/1685/2/JoaoRaposo.pdf>. Acesso em: 08 mar. 2025.

HESMONDHALGH, David. Indie: the institutional politics and aesthetics of a popular music genre. **Cultural Studies**, Londres, v. 13, n. 1, p. 34–61, jan. 1999. DOI: <https://doi.org/10.1080/095023899335365>. Acesso em: 26 fev. 2025.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Raça e história.** Paris: UNESCO, 1952. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000002896>. Acesso em: 28 fev. 2025.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos.** Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, [s.d.]. Acesso em: 28 fev. 2025

VITECK, Cristiano Marlon. Punk: anarquia, neotribalismo e consumismo no rock'n'roll. **Espaço Plural**, Marechal Cândido Rondon: Universidade Estadual do Oeste do Paraná, v. 8,

n. 16, p. 53-58, jan./jun. 2007. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=445944358007>. Acesso em: 28 fev. 2025.

FERNANDES, Fernanda Marques. **O que, afinal, é o indie?:** criatividade e comércio na produção musical contemporânea. 2004. 59 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Radialismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11422/197>. Acesso em: 26 fev. 2025.

ABEBE, Nitsuh. Twee as fuck. **Pitchfork**, 23 out. 2005. Disponível em: <https://pitchfork.com/features/article/6176-twee-as-fuck/>. Acesso em: 28 fev. 2025.

PERREN, Alisa. **Indie, Inc.:** Miramax and the transformation of Hollywood in the 1990s. Austin: University of Texas Press, 2012. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/10.7560/729124>. Acesso em: 12 mar. 2025.

DOLAN, Emily I. “...This little ukulele tells the truth”: indie pop and kitsch authenticity. *Popular Music*, Cambridge University Press, v. 29, n. 3, p. 457-469, out. 2010. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40926945>. Acesso em: 11 mar. 2025.

PIETERS, Rik; WEDEL, Michel. Attention capture and transfer in advertising: brand, pictorial, and text-size effects. **Journal of Marketing**, Chicago: American Marketing Association, v. 68, n. 2, p. 36-50, abr. 2004. DOI: 10.1509/jmkg.68.2.36.27794. Acesso em: 19 abr. 2025.

RAYNER, Keith; MILLER, Brett; ROTELLO, Caren M. Eye movements when looking at print advertisements: the goal of the viewer matters. **Applied Cognitive Psychology**, Hoboken: Wiley, v. 22, n. 5, p. 697-707, jul. 2008. DOI: 10.1002/acp.1389. Acesso em: 19 abr. 2025.

## Fotografias

VAN NUFFEL, Yana. [Imagem de Rachel Chinouriri utilizada na capa, sumário e páginas 20 e 21 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://ameliastudios.co.uk/projects/rachel-chinouriri-a-devastating-turn-of-events/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

VAN NUFFEL, Yana. [Imagem de Rachel Chinouriri na página

19 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://ameliastudios.co.uk/projects/rachel-chinouriri-a-devastating-turn-of-events/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

VAN NUFFEL, Yana. [Imagem de Rachel Chinouriri na página 24 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://ameliastudios.co.uk/projects/rachel-chinouriri-a-devastating-turn-of-events/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

VAN NUFFEL, Yana. [Imagem de Rachel Chinouriri na página 25 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://ameliastudios.co.uk/projects/rachel-chinouriri-a-devastating-turn-of-events/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

[Imagem de Jackson Lee Morgan utilizada na capa e páginas 14 e 15 do miolo]. [s.d]. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.facebook.com/share/1G3QXv1Lqy/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

[Imagem de Jackson Lee Morgan utilizada na página 16 do miolo]. [s.d]. 1 fotografia. Disponível em: <https://alitude.com/2020/08/28/jackson-lee-morgan-falling-down/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

[Imagem de Jackson Lee Morgan utilizada na página 17 do miolo]. [s.d]. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.facebook.com/share/1DRVqoTgZY/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

[Imagem de Jackson Lee Morgan utilizada na página 17 do miolo]. [s.d]. 1 fotografia. Disponível em: <https://on.soundcloud.com/5KkFr8kxp6Nz2dYK6>. Acesso em: 20 mar. 2025.

VAUT. [Imagem de Thomston utilizada na capa e nas páginas 26 e 27 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://x.com/ThomstonMusic/status/1816885175055450563>. Acesso em: 21 mar. 2025.

BLACK, Brandon. [Imagem de Thomston utilizada no sumário e na página 28 do miolo]. 2023. 1 fotografia. Disponível em: <https://x.com/ThomstonMusic/status/1718040874989629878>. Acesso em: 21 mar. 2025.

BLACK, Brandon. [Imagem de Thomston utilizada na página 29 do miolo]. 2023. 1 fotografia. Disponível em: <https://x.com/ThomstonMusic/status/1816885175055450563>. Acesso em: 21 mar. 2025.

VAUT. [Imagem de Thomston utilizada na página 30 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://x.com/ThomstonMusic/status/1809782014138282453>. Acesso em: 21 mar. 2025.

ROVERSI, Paolo. [Imagem de Christine and The Queens utilizada no sumário e nas páginas 12 e 13 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.discogs.com/release/27321129-Christine-And-The-Queens-Paranoia-Angels-True-Love>. Acesso em: 23 mar. 2025.

WINECOFF, Stuart. [Imagem de Troye Sivan utilizada no sumário e na página 4 do miolo]. 2023. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.stuartwinecoff.com/stills>. Acesso em: 23 mar. 2025.

WINECOFF, Stuart. [Imagem de Troye Sivan utilizada na página 5 do miolo]. 2023. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.stuartwinecoff.com/stills>. Acesso em: 23 mar. 2025.

WINECOFF, Stuart. [Segunda imagem de Troye Sivan utilizada na página 5 do miolo]. 2023. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.stuartwinecoff.com/stills>. Acesso em: 23 mar. 2025.

[Imagem de Christine and The Queens utilizada na página 6 do miolo]. 2023. 1 fotografia. Disponível em: <https://tribunedelyon.fr/sorties/le-retour-de-christine-and-the-queens-pourquoi-faire/>. Acesso em: 23 mar. 2025.

[Imagem de Araya utilizada na página 6 do miolo]. 2021. 1 fotografia. Disponível em: <https://officemagazine.net/muse-araya>. Acesso em: 23 mar. 2025.

[Imagem de Ryan Beatty utilizada na página 7 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.billboard.com/music/pop/ryan-beatty-beyonce-cowboy-carter-songwriter-interview-1235666520/>. Acesso em: 23 mar. 2025.

[Imagem de Omar Apollo utilizada na página 7 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.fmcidadecamapua.com.br/noticias/omar-apollo-explica-porque-escondeu-das-pessoas-que-estava-em-queer/>. Acesso em: 23 mar. 2025.

[Imagem de Thomston utilizada na página 8 do miolo].

2021. 1 fotografia. Disponível em: <https://industry.me.co.uk/thomston/>. Acesso em: 25 mar. 2025.

[Imagem de Guitarricadela fuente utilizada na página 8 do miolo]. 2021. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.sonymusic.es/artista/guitarricadela fuente/>. Acesso em: 20 abr. 2025.

HARRIS, Lauren. [Imagem de Rachel Chinouriri utilizada na página 9 do miolo]. 2025. 1 fotografia. Disponível em: <https://readdork.com/news/rachel-chinouriri-little-house/>. Acesso em: 25 mar. 2025.

[Imagem de Thomston utilizada na página 9 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/C8Dek5uvZ1t/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C8Dek5uvZ1t/?img_index=1). Acesso em: 25 mar. 2025.

WINECOFF, Stuart. [Imagem de Troye Sivan utilizada na página 9 do miolo]. 2023. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.stuartwinecoff.com/stills>. Acesso em: 25 mar. 2025.

PARTYELI, Nikoli. [Imagem de Kid Bloom utilizada na página 10 do miolo]. 2022. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.altpress.com/kid-bloom-have-u-seen-her-highway/>. Acesso em: 25 mar. 2025.

MENDES, Fernandes. [Imagem de Terno Rei utilizada na página 10 do miolo]. 2025. 1 fotografia. Disponível em: <https://vejas.pbr.com.br/coluna/tudo-de-som/terno-rei-nenhuma-estrela-lollapalooza/>. Acesso em: 25 mar. 2025.

[Imagem de Sasami utilizada na página 10 do miolo]. 2022. 1 fotografia. Disponível em: <https://tecoapple.com/2022/02/25/7-discos-para-ouvir-hoje-fevereiro-2022-4/>. Acesso em: 25 mar. 2025.

[Imagem de Djo utilizada na página 11 do miolo]. [s.d]. 1 fotografia. Disponível em: [https://joe-keery-djo.fandom.com/wiki/Joe\\_Keery?file=Joepic2.jpg](https://joe-keery-djo.fandom.com/wiki/Joe_Keery?file=Joepic2.jpg). Acesso em: 20 mar. 2025.

[Imagem de Ethel Cain utilizada na página 11 do miolo]. 2022. 1 fotografia. Disponível em: <https://tecoapple.com/2022/11/26/ethel-cain-ate-os-ossos/>. Acesso em: 25 mar. 2025.

[Imagem de Araya utilizada na página 10 do miolo]. 2021. 1 fotografia. Disponível em: <https://officemagazine.net/muse-araya>. Acesso em: 25 mar. 2025.

[Imagem de Guitarricadela fuente utilizada na página 10 do miolo]. 2021. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.sonymusic.es/artista/guitarricadela fuente/>. Acesso em: 25 mar. 2025.

[Imagem de Ale Sater utilizada nas páginas 32 e 33 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://noize.com.br/ale-sater-divide-inspiracoes-em-novo-momento-da-carreira/#1>. Acesso em: 10 abr. 2025.

[Imagem de Ale Sater utilizada nas páginas 33 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://minutoindie.com/ale-sater-lanca-ontem-primeiro-single-solo/>. Acesso em: 10 abr. 2025.

[Imagem de Men I Trust utilizada nas páginas 34 do miolo]. 2023. 1 fotografia. Disponível em: <https://reverb.com/news/interview-men-i-trust>. Acesso em: 11 abr. 2025.

BLACK, Brandon. [Imagem de Thomston utilizada na página 35 do miolo]. 2023. 1 fotografia. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/Cy6yi3zvKb3/?img\\_index=5](https://www.instagram.com/p/Cy6yi3zvKb3/?img_index=5). Acesso em: 11 abr. 2025.

[Imagem de Gab Ferreira utilizada nas páginas 35 do miolo]. 2023. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.madsound.com.br/album-da-semana-gab-ferreira/>. Acesso em: 10 abr. 2025.

[Imagem de Ale Sater utilizada nas páginas 36 do miolo]. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://revistabalaclava.com/ale-sater-fala-sobre-o-novo-album-do-terno-rei-sera-mais-eletico-do-que-os-outros/>. Acesso em: 10 abr. 2025.

