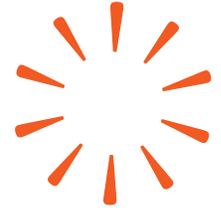


as interfaces visuais da música

do som,
ao visual.
a atmosfera

prof.nelson_urssi
urssi@uol.com.br
www.urssi.com

A obra de um artista: músico, compositor, instrumentista, cantor (ou todas as alternativas anteriores) materializa-se em sua apresentação. Quer seja em um espetáculo ao vivo ou através de uma gravação, todo meio é válido e necessário para que a obra seja reconhecida e apreciada. Assim, o trabalho de profissionais como designers, arquitetos, cenógrafos, criadores multimídia têm sua importância ampliada nesses tempos contemporâneos. Este texto evidencia a importância do trabalho destes profissionais que consolidam e promovem a imagem - ambiental, cênica e visual - da música e seus agentes.



Som, ruído e silêncio. Como você os vê?

Quando ouvimos um som algo visual forma-se em nossa mente, sensações aparecem como impressões que se transformam em imagens. A música - organização de sons, palavras e sensações - estrutura-se através de nossos sentidos (espacial, sensorial e imagético), pela imaginação e pela linguagem (convencional e significativa). Entre estas abordagens teóricas e técnicas - as idéias do início do século XX baseadas na percepção e as correntes contemporâneas centradas na significação - reside o instrumental para que o designer possa desenvolver seu trabalho criativo. Esta pesquisa reflete sobre as características multimídia que a música tem assumido com sua digitalização e o uso da tecnologia, de sua criação e exposição ao seu consumo. Do som às imagens, um trajeto de múltiplas percepções e suportes que criam outras interfaces cotidianas cada vez mais envolventes.

Conteúdos audiovisuais são gerados e analisados através dos instrumentos disponíveis em cada época e momento. Lembremo-nos das primeiras imagens do 'novo ritmo' rock'n'roll na década de 50, ou a capa de Sargent Peppers - com inúmeras referências a personagens e celebridades da indústria cultural misturados com psicodelia - ou ainda Never Mind the Bollocks - que, como o movimento punk, inaugurou 'um novo fazer gráfico'. Os bons exemplos visuais são infinitos depois da revolução digital que presenciamos ao final dos anos 80 e início dos 90, os excessos também.

Hoje as imagens, muito mais que ilustrações, apresentam significados que ampliam o diálogo com a música em uma diversidade de leituras simultâneas. As novas possibilidades de produção, com novos materiais, substratos e acabamentos, permitem não só a qualidade do produto gráfico mas sua transcendência como cultura.

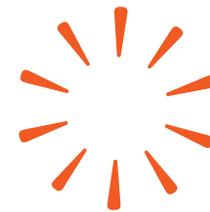


Os megashows, como as apresentações do Pink Floyd, The Rolling Stones e U2 com produções onde som, imagem e conteúdo misturam-se pela tecnologia e ambiência, propiciam um novo modo de acoplamento e estimulação social. Buscam o exato equilíbrio entre imagens gravadas, animações, grafismos e tipografia revitalizando os conceitos narrativos e cênicos em uma apresentação fragmentada e editada. Os novos meios alteraram nossa idéia de tempo e espaço, suas possibilidades de edição constroem novas realidades e caminhos que proporcionam ao espetáculo a criação de lugares sem fronteiras, ambientes imaginários altamente habitáveis. Os espetáculos tornaram-se eventos imersivos.

A cena televisiva, antes construída em madeira, plástico, tecido pintado e muitos rolos de fita crepe, evoluiu com o chroma-key - recorte cromático em vídeo - e assumiu características de um sistema complexo e digital. Das eficientes apresentações do The Doors e The Who no programa de Ed Sullivan na década de 60 à revolução dos videoclips nestes últimos 25 anos, muitas foram as transformações. A combinação de tecnologias integrou apresentadores e atores a ambientes gerados em computador, permitiu a diversidade de ângulos e enquadramentos e a livre movimentação das câmeras, uma economia de tempo, espaço e dinheiro. Virtualizada a cenografia ampliou seu potencial propiciando novos modos de criação, produção e finalização.

A música tornou-se intencionalmente multimidiática: cada nuance sonora, cada acorde musical afirma-se nas imagens, sons e movimento. Representações traduzidas cotidianamente em experiências audiovisuais únicas e individuais. Consumimos música por todos os sentidos. Assim para criarmos as novas paisagens musicais, vivenciais por excelência, devemos provocar a fusão do pensamento moderno - racional e linear - ao pensamento futuro - emocional e dimensional - imprimindo na experiência do (tele)espectador uma nova dimensão à música.

Prof. Nelson Urssi



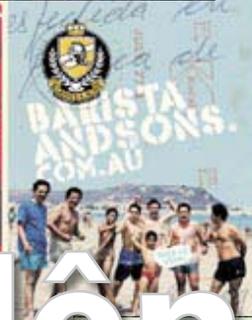
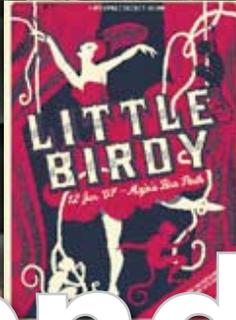
ivm> processo

pesquisa
e análise
as referências



NEW WAVE

SUMMERHITS EXTREME MAKEOVER KATE WAX ISSUE #07 JULY 2007



HATCH SHOW PRINT

"HATCH" SHOW PRINT

INTERVIEW WITH JIM SHERRADEN

Presses are one of the most important promotional tools in the music world, serving not only to tell people about upcoming attractions but, in the case of successful performances, to preserve the details for posterity for years to come. And one of the biggest names in the press business has well over a century in that of Hatch Show Print, founded in 1879 and now an American institution, with its location built and colourful graphics to showcase the appearances of entertainers of all sorts.

For more information on Hatch Show Print, visit www.hatchshowprint.com. Hatch Show Print is a family-owned business that has been producing high-quality, hand-drawn, letterpress posters for over a century. Hatch Show Print is a family-owned business that has been producing high-quality, hand-drawn, letterpress posters for over a century. Hatch Show Print is a family-owned business that has been producing high-quality, hand-drawn, letterpress posters for over a century.

Photo: [unreadable]

Photo: [unreadable]

Photo: [unreadable]

tendências

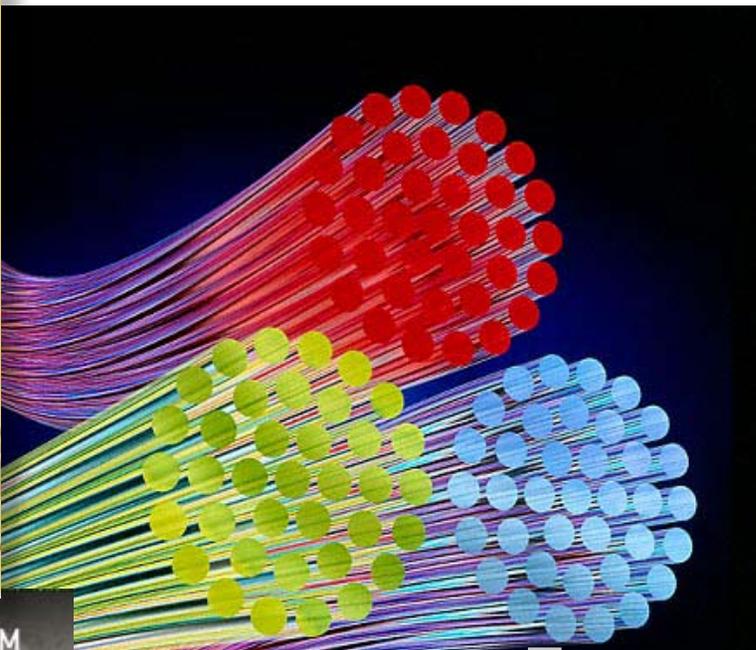




experiências



FAITHLESS * ROYKSOPP
 GROOVE ARMADA
 CHEMICAL BROTHERS
 ALTER EGO * MOBY
 LCD SOUNDSYSTEM
 CHICKS ON SPEED
 QUAZAR * WHITEY
 AREA
 01
 AREA
 02



IdN

IdN Music Feature
 Listen to these graphics!
 Big Active • mathematics • ICFF
 Moving Sounds • The Rainbowmonkey
 Ryoichi Kurakawa • Tappin Gofton

MUSIC + IMAGE SPECIAL MUSIC SPEC

New columns
 South Africa
 Need for Speed ProStreet
 Helvetica+50
 Free DVD 2 hours of additional content

FDNY **DOLBY DIGITAL**

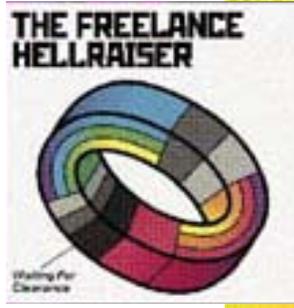
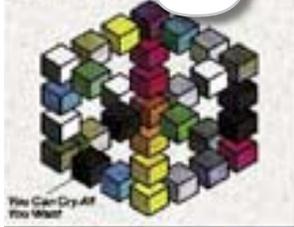
Intertitles into a world of innovation with this issue's DVD, including Australia's best music video award winner *Do It Again* (R&B), produced by Chicago company Astropollen Pictures. Enjoy *Adi/Rock's* latest promo by Blackroom-based collaborator Hypnotic, and three recent commercial spots for EA Games' *Dead*. Witness Sydney-based creative design and film collective Collier Sun (S&A's *Hydrogen*)'s *Hydrogen* 1 (S&A) film. Also on the DVD, multi-disciplinary creative studio *Household's* sleek rock, Hong Kong indie band *Hard Candy's* music video by *Robert* director *Maria* *Blanchet*, EnglishPostcard's TV spots for *Ford*, the latest *Blair's* video game with multi-ethnic, TV commercials, short clips and much, much more.

tecnologias

PLAYMUSICMAGAZINE.COM
 THE MUSIC MAGAZINE ON THE INTERNET

TAKE BACK THE MIC

JOSH ROUSE SILVERCHIR
 ISSUE #10 OCTOBER 2007

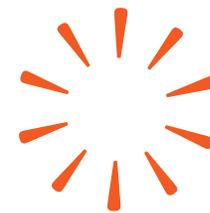


This Is How You View Your Music!
 PlayMusicMagazine + Flickr
 Join our group at flickr.com [here!](#)

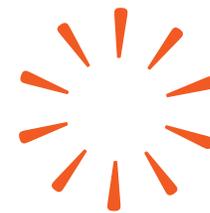
Photographer: Gulla
 Date: Thu 17 Apr 2008 00:18:25 -0800

flickr

HOW TO READ TELL A FRIEND 5



elementos significados meios

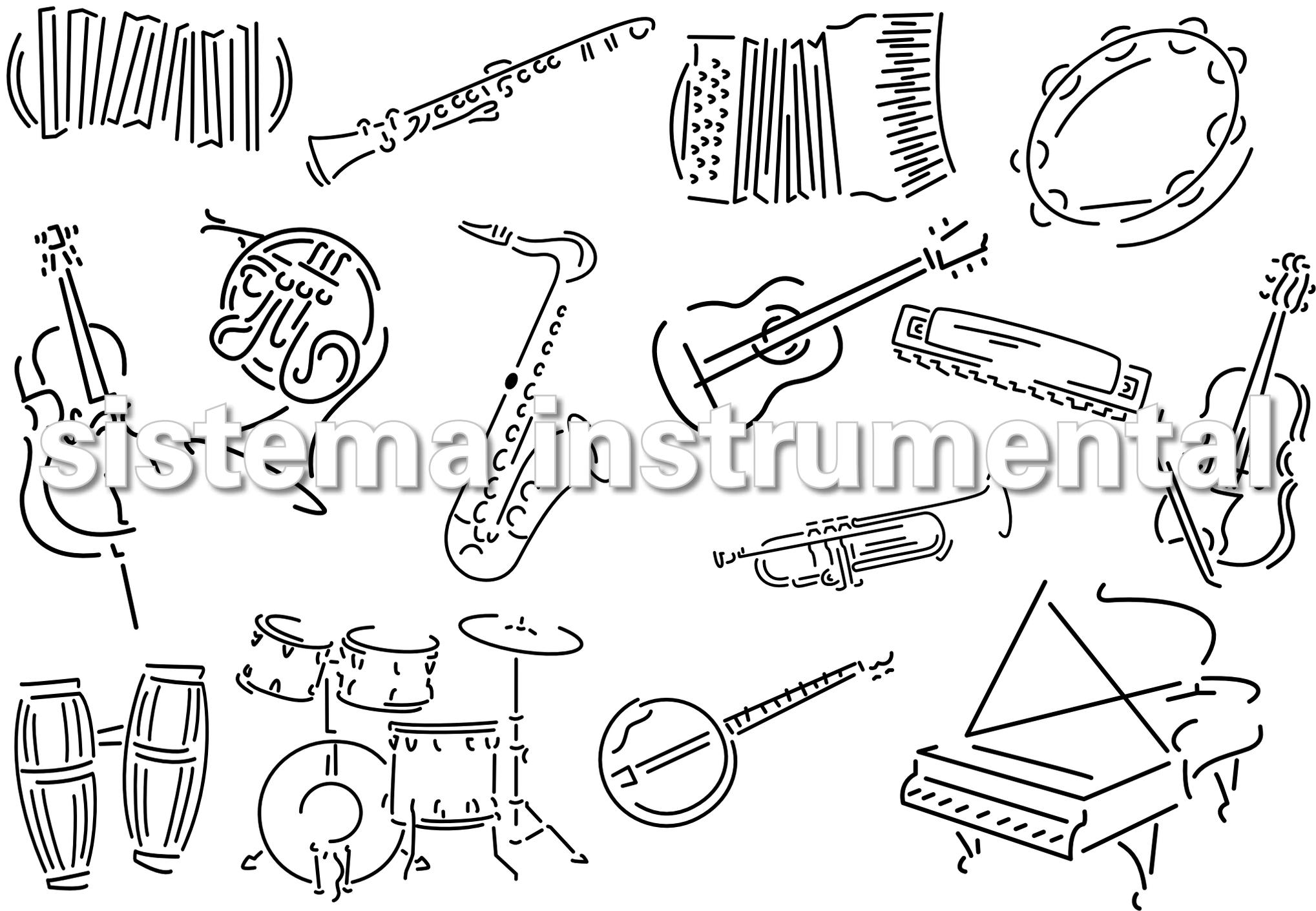


ivm> **suportes e registros**

notações
instrumentos
e (multi)meios
**do analógico
ao digital**

escrita musical

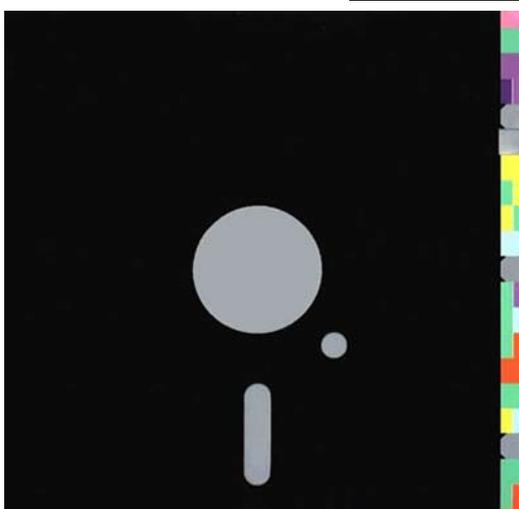
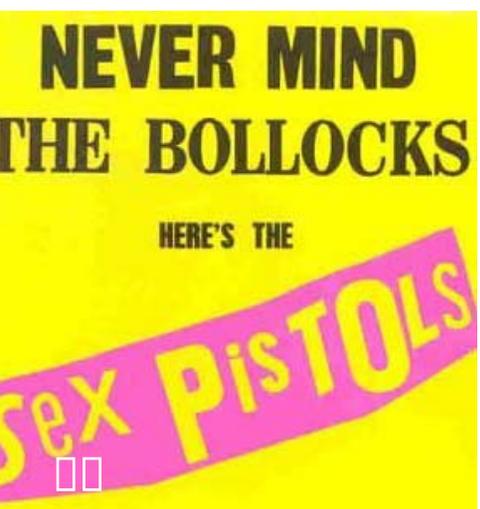
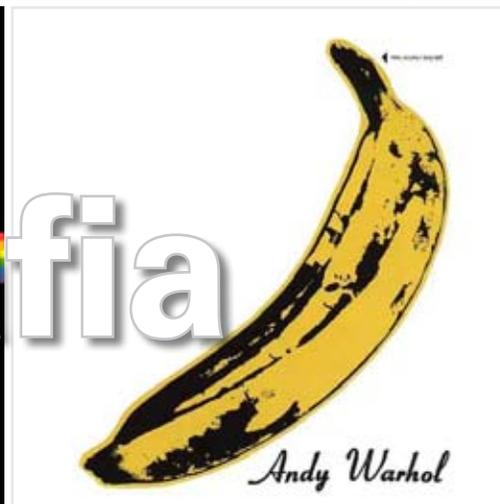
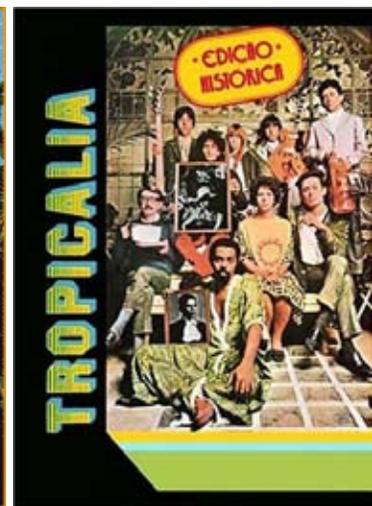
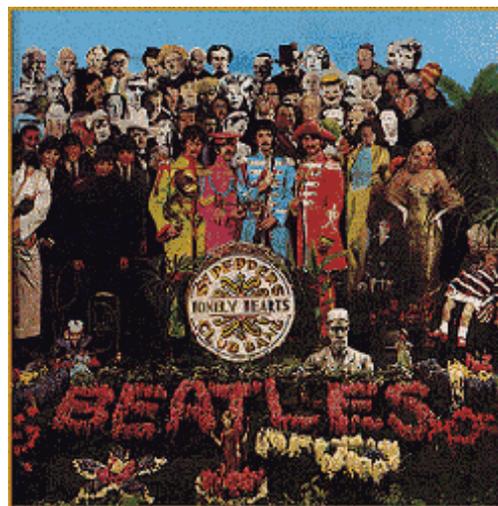
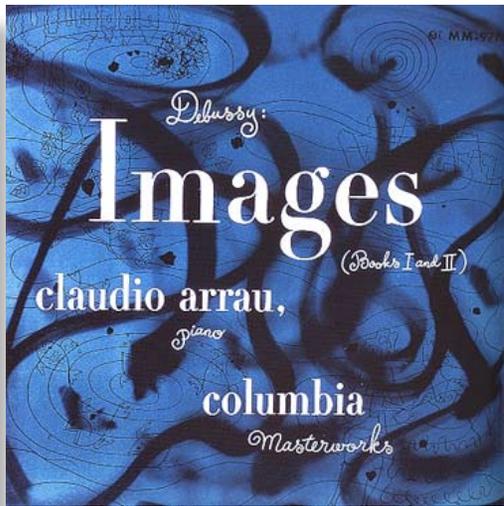




sistema instrumental



registros





analógico



elektromagnético

(movilidad)







multimídia



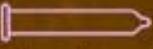


onipresença



> som , szin  & silêncio

Sottile e resistente, con
Confezione da 3, 6, 12



Il più sottile: consente
sensibilità in tutta sicur
Confezione da 6 e 12

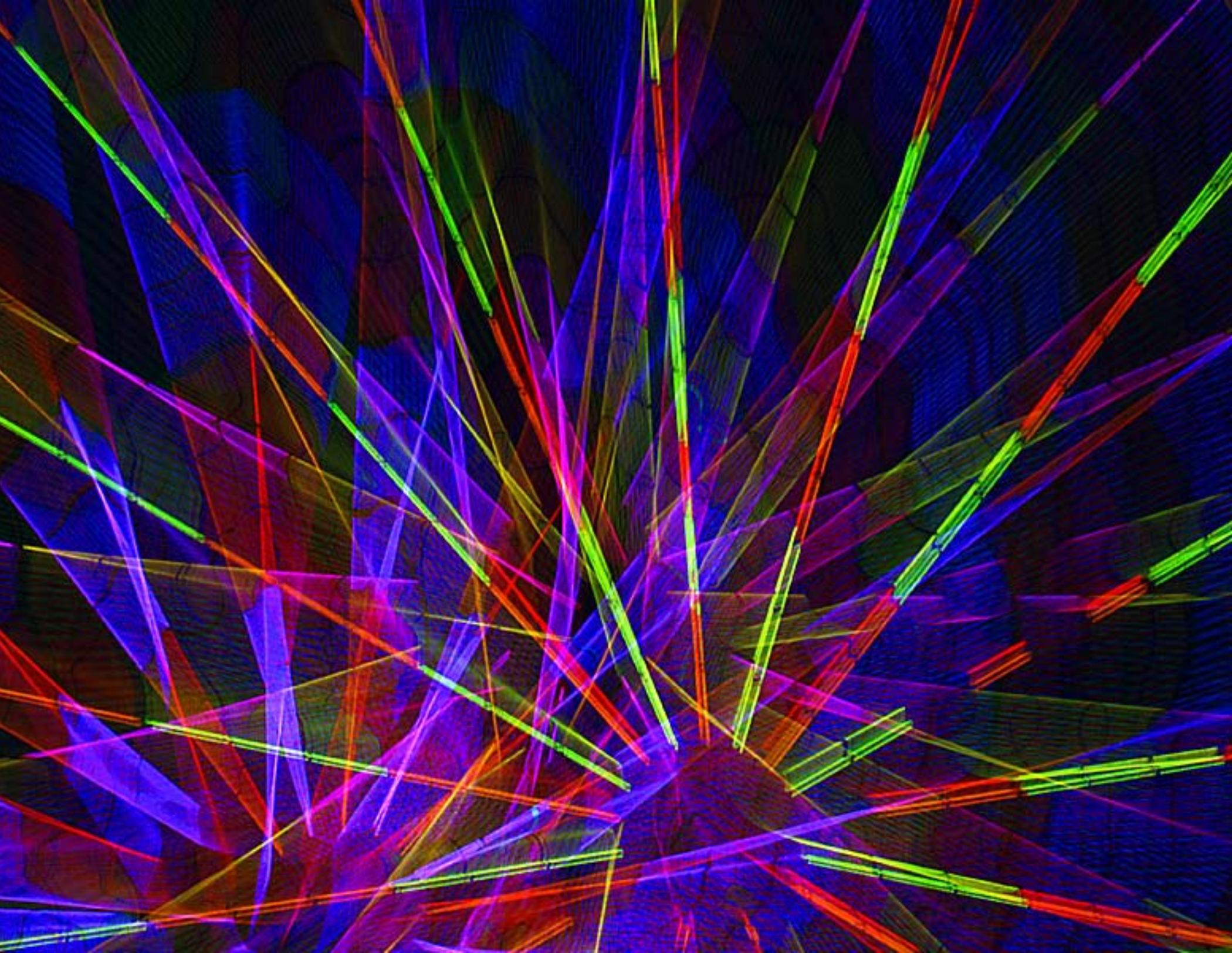


Ultra resistente e più sp
altri profilattici, morbido
al tatto ed elastico.
Confezione da 6 e 12



1950





Integration
Arthur Z. | 2007

Integration
Arthur Z. | 2007



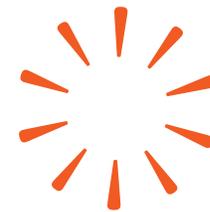


SOM



CRASH

POOPIPH! BLAM  **GRRRRRR**



ivm > linguagem

rítmo e
movimento
cor e tom
tipografia
composição
**a construção
do olhar**

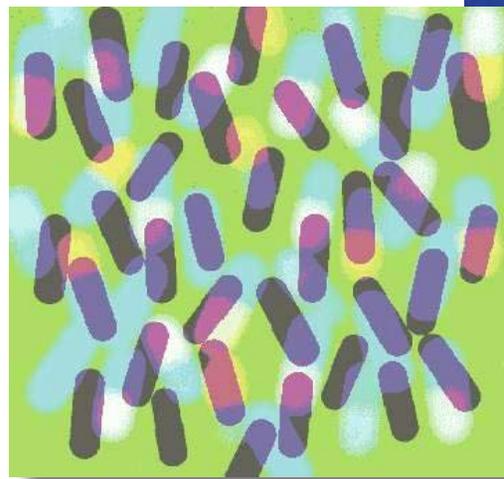
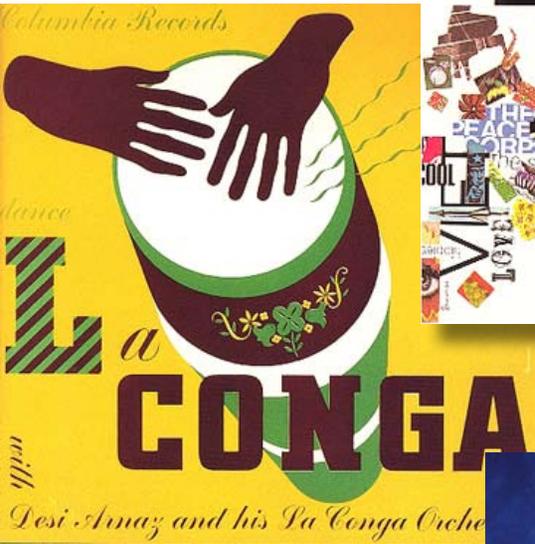
prof.nelson_urssi



rítmo e movimento

JOHAN SJERPSTRA, SLOGONOMICS:
SLOGONOMICS: THOSE WHO DO NOT KNOW MEDIA HISTORY HAVE THE FREEDOM TO BYPASS IT. **MILLENNIAL DISEASE:** COMPLEXITY SYNDROME. **THE ONLINE SHOPPING WARRIOR AS KULTURIDEAL.** "DIGITAL RARITY BECOMES INDISPENSABLE." WWW.JAC-CUSE.COM. "THEORY IS JUST SOMETHING WE DONT UNDERSTAND, SO WE DONT INVEST IN IT." (WARREN BUFETT). **BUNIX:** THE WORLD'S FIRST OPEN SOURCE RELIGION™. **DIGITAL VISIONS:** THE CREATIVE DESTRUCTION OF POST-MODERNISM. (BOOK TITLE). "CAPITALISM SEES THE INTERNET AS DAMAGE AND ROUTES AROUND IT." "WANTS TO CLICK IF YOU WANT TO FY IN." (FROM A SITE). **MEET THE UNCANNY PROSUMERS.** ALL HOPE DESIGN COULD BRING SALVATION SHOULD BE ELIMINATED. (GENE BREVA). (DON'T STOP THINKING ABOUT THE FUTURE). YOU ARE ONLY HUMAN ONCE. **JOB OPPORTUNITY:** MOBILE PHONE ASSISTANT. "IN CYBERSPACE NO ONE KNOWS YOU ARE AN ARTIST". **NOBODY COMES CLOSE TM (FIRM SLOGAN).** **OPEN MONOPOLIES FOR AN OPEN SOCIETY.** **AFTER THE CULTURE CLASH (BOOK TITLE).** "VIRTUAL COMPANIES ARE PAPER TIGERS." **AUFBRUCH DER NETZE: KYBERNETIK DER TAT.** "WE WANT YOUR IDEAS." "THE GLOBAL PROVINCE AND RHETORIC AFTER HEIDEGGER: WHY DO WE REMAIN IN THE INTERNET?" **VIRTUAL FAILURES (CONFERENCE TITLE).** **KNOW YOUR WIRED ENEMY.** **VIRTUAL EMPIRE: ITS GOLDEN AGE, CONCEPTUAL RENAISSANCE.** **Nihilistic Moment.** "I HAVE WRITTEN SIX THEORIES ON CYBERCITIES. THEY CANT ALL BE TRUE." (JOHAN SJERPSTRA). "WE WILL BE HAPPY THE CONSUMERS ARE ONLY CHINESE KAPOING." **THE WILL TO DESIGN: OVERCOMING ENTERTAINMENT.** **T-SHIRT: "RESISTANCE IS FERTILE".** **DECIDE OR CONSUME.** **TOOLKIT: BUILD YOUR OWN INTERNET OBSERVATORY.** **EXTEND YOUR COZY FEELING.** **IBALENO!** **HAVE YOU HEARD ABOUT MINISPACET? • REVOLUTION 'R' US.** "NO RECONCILIATION WITH ARTIFICIAL NATU-RE." (GRAFFITI). "LEAD ME TO THE WRONG SIDE OF VIRTUALITY." (SONG TEXT)



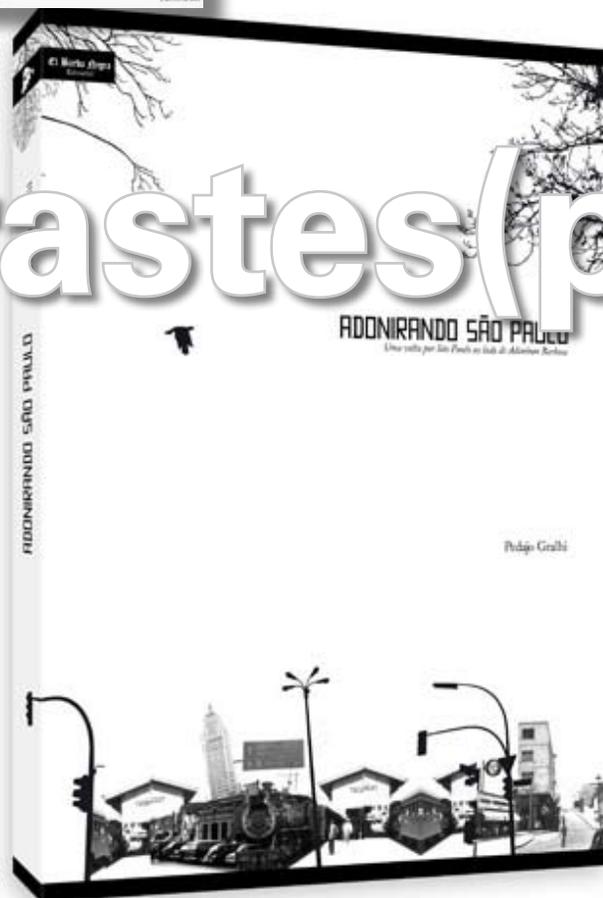




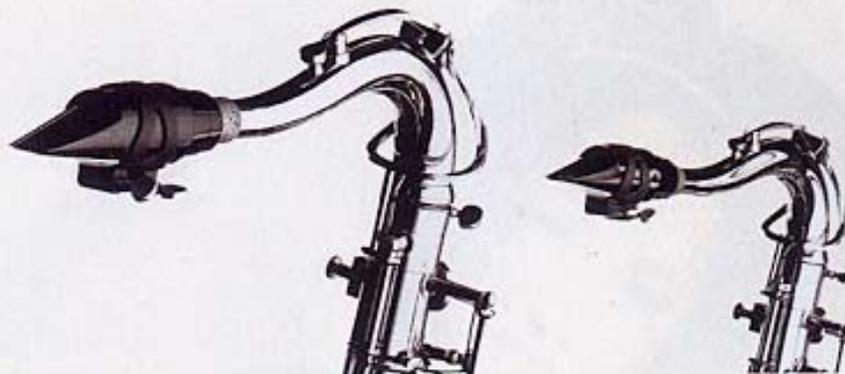
**OUÇA NA CBN
QUÊ BARULHO
FAZ UM
MINISTÉRIO
CAINDO.**

OS ARTES, OS DEBATERAMENTOS, AS CONVERSACIONAIS ACORDEMME
CBN 780AM. A RÁDIO QUE TOCA NOTÍCIA.

contrastes (p&b)



GRACE
CLASSIC *f*M 100-102



PEACE
CLASSIC *f*M 100-102

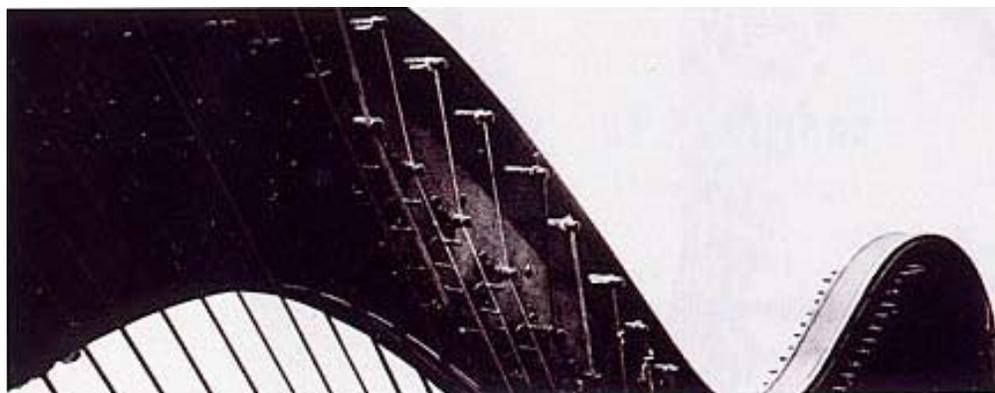


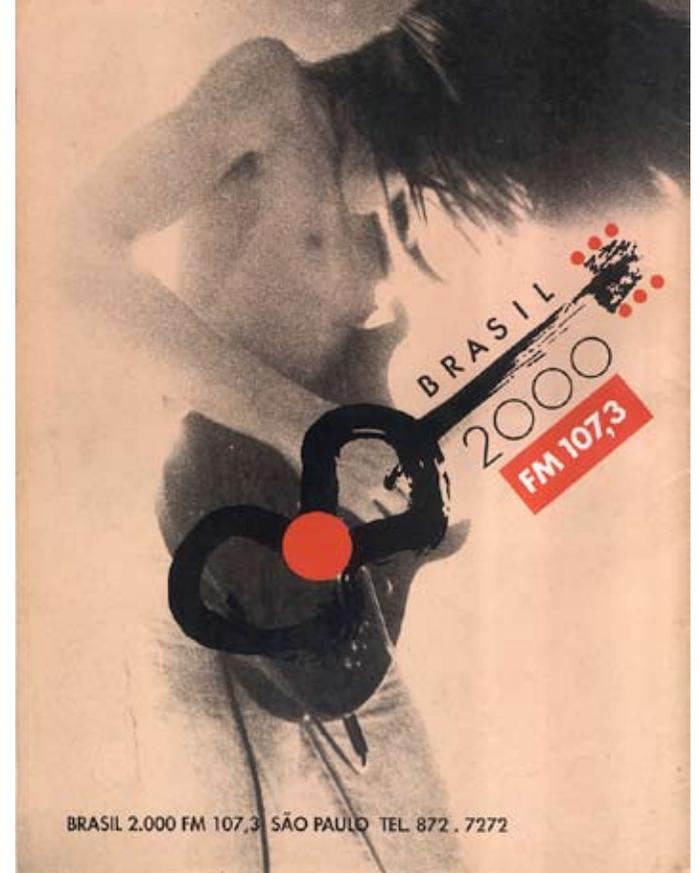
tonal

POWER
CLASSIC *f*M 100-102



EXHILARATION
CLASSIC *f*M 100-102





+tons



SAMSUNG



MobileJAZZ

E730

Music Player with External Keys



1.3 Mega Pixel Camera | MP3 | FM Radio | Bluetooth® Wireless Technology & Printing | Picbridge

SAMSUNG



MobileMAKAMAT

E730

Music Player with External Keys



1.3 Mega Pixel Camera | MP3 | FM Radio | Bluetooth® Wireless Technology & Printing | Picbridge

SAMSUNG



MobileROCK

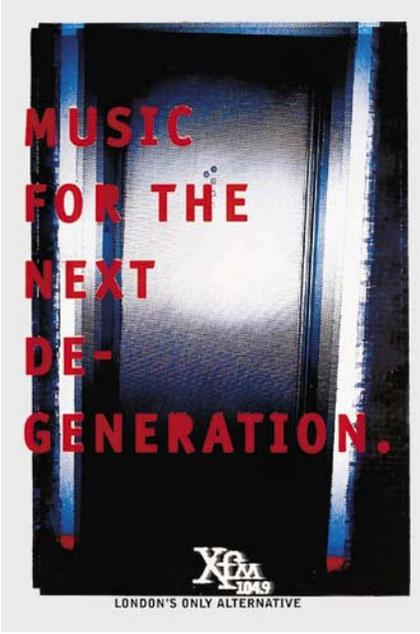
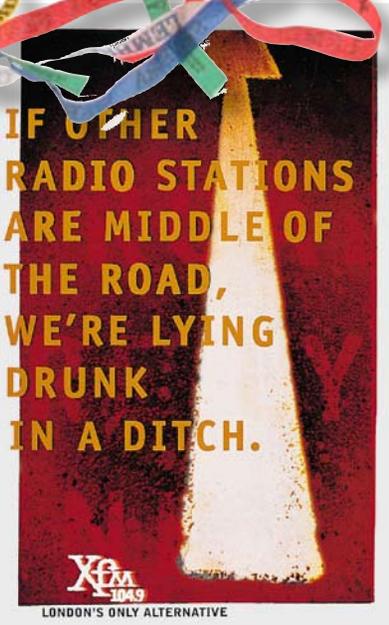
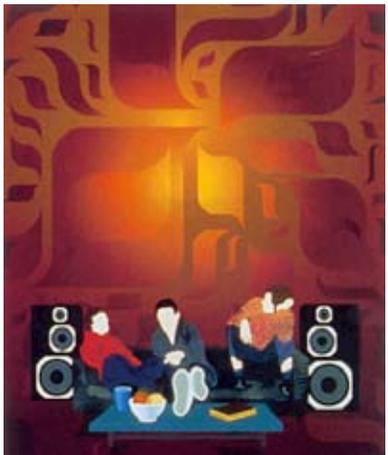
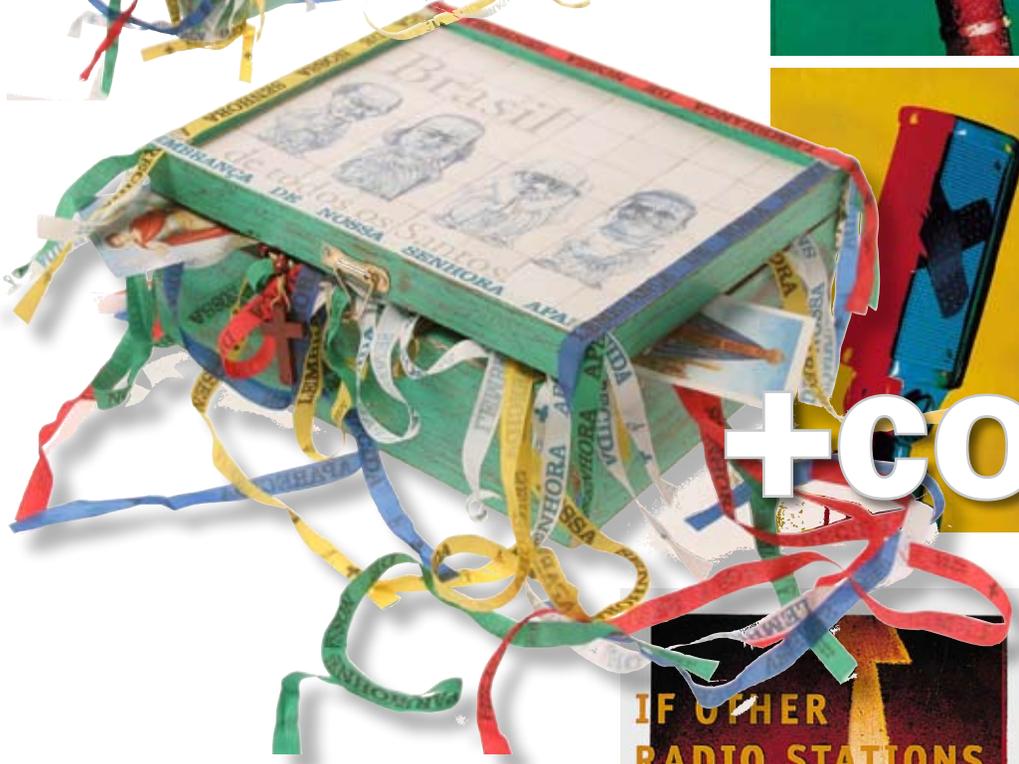
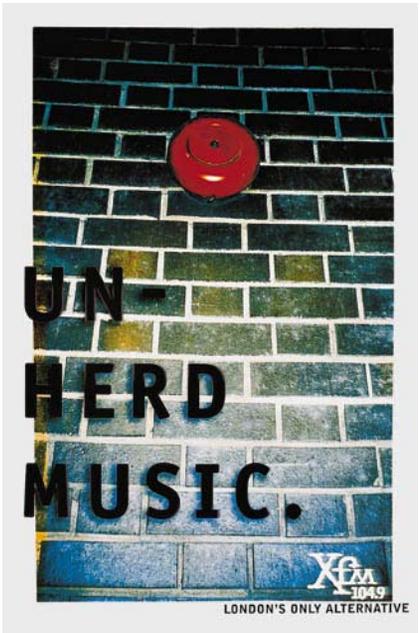
E730

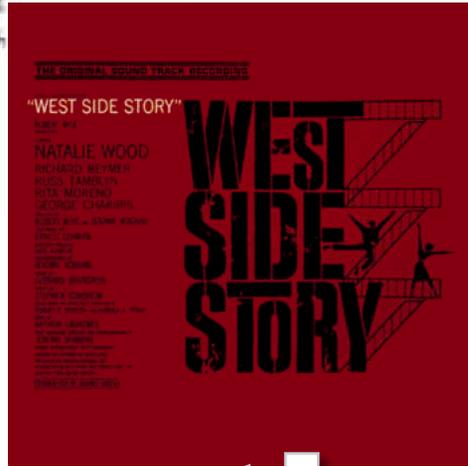
Music Player with External Keys



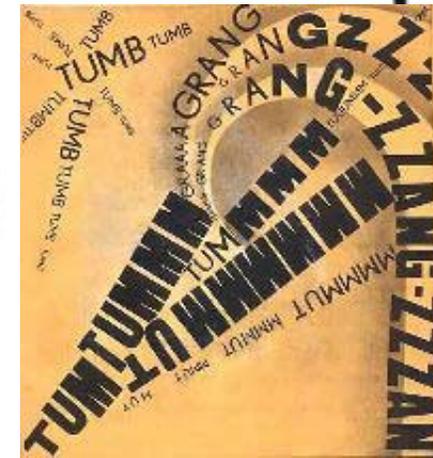
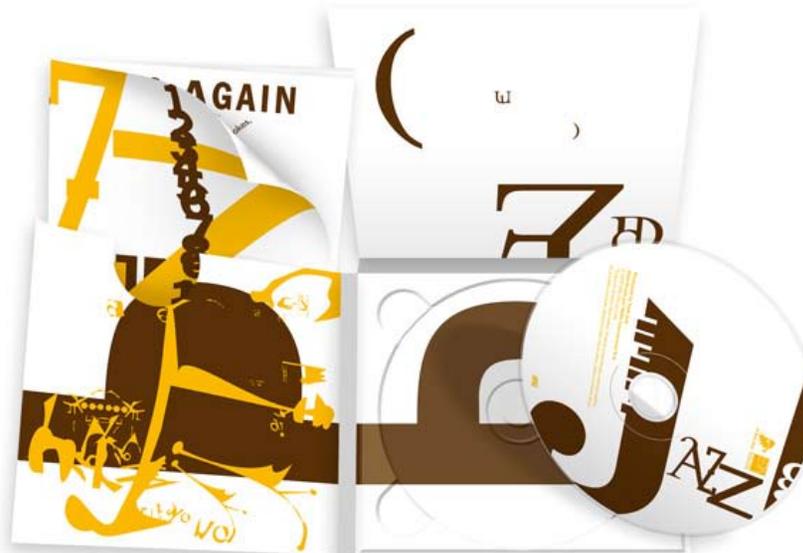
1.3 Mega Pixel Camera | MP3 | FM Radio | Bluetooth® Wireless Technology & Printing | Picbridge

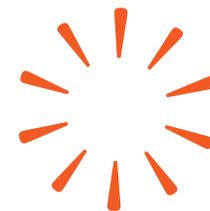
cromática





tipográfica





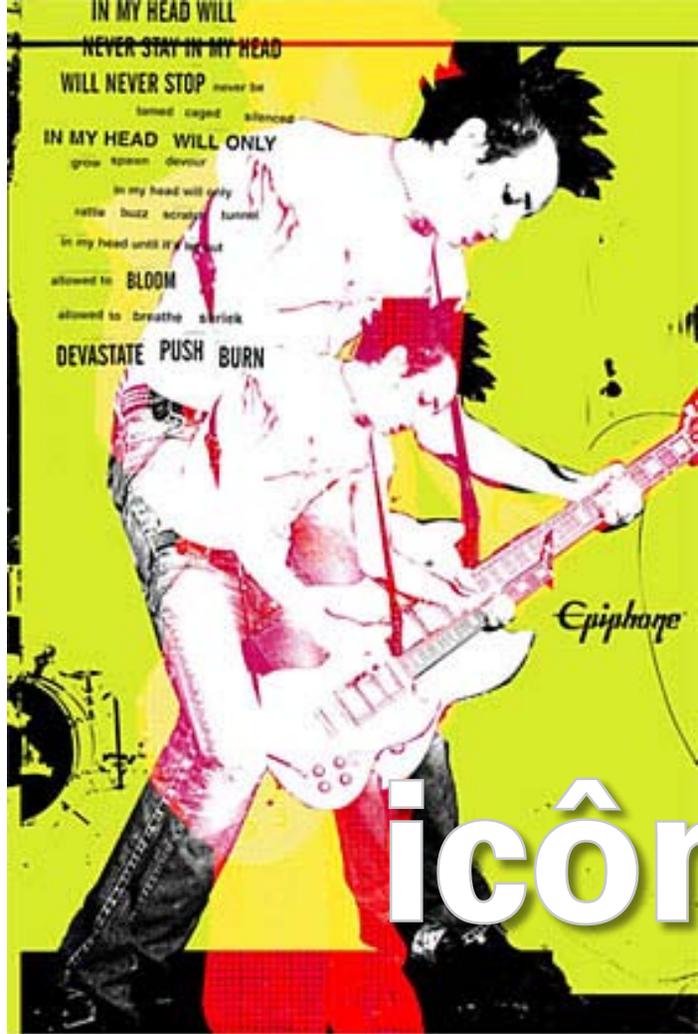
ivm > **semiótica**

qualidades
singularidades
legibilidades
**a construção
dos sentidos**

prof.nelson_urssi

A photograph of a lush green field of grass under a clear blue sky. The grass is in the foreground, slightly out of focus, and the sky is a solid, bright blue. The text is overlaid in the center of the image.

O homem só conhece o mundo
porque o representa - cria signos.



iPod.



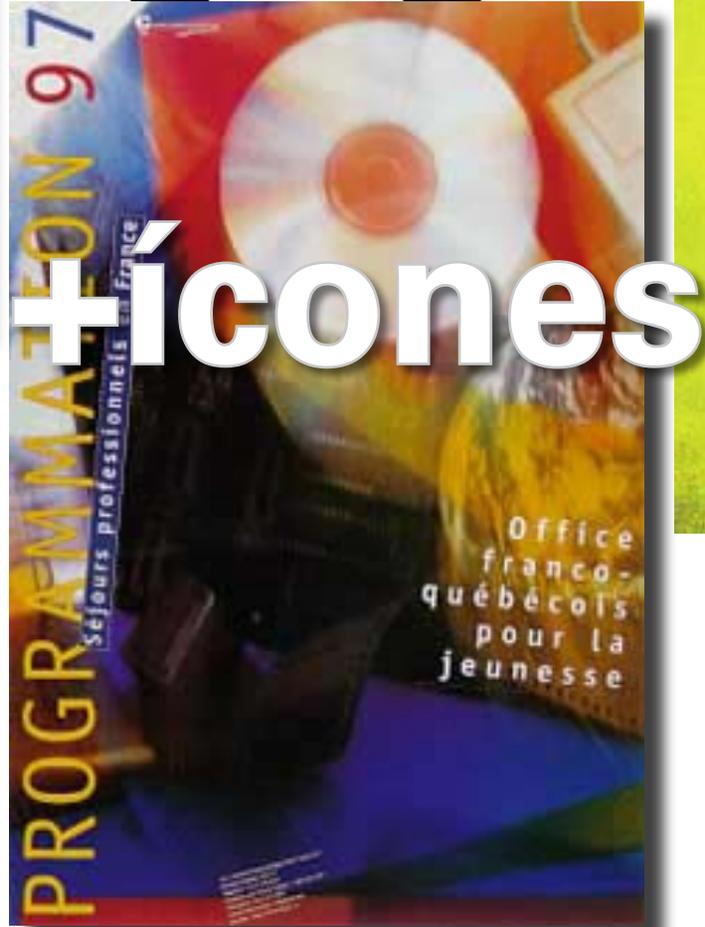
0.000 g.
in your pocket.

For Mac and PC.

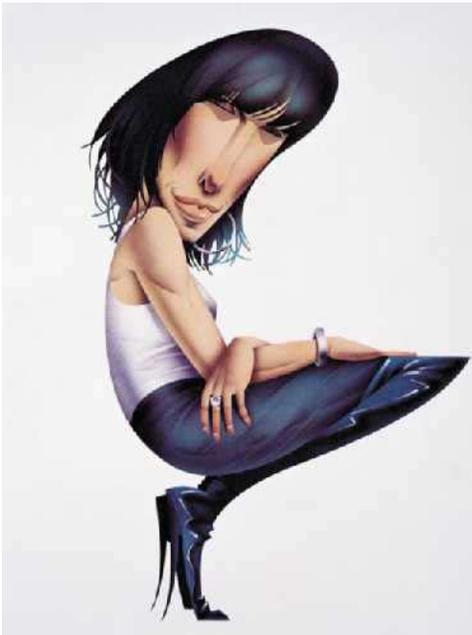


BEACH
CULT
WAVE

Water



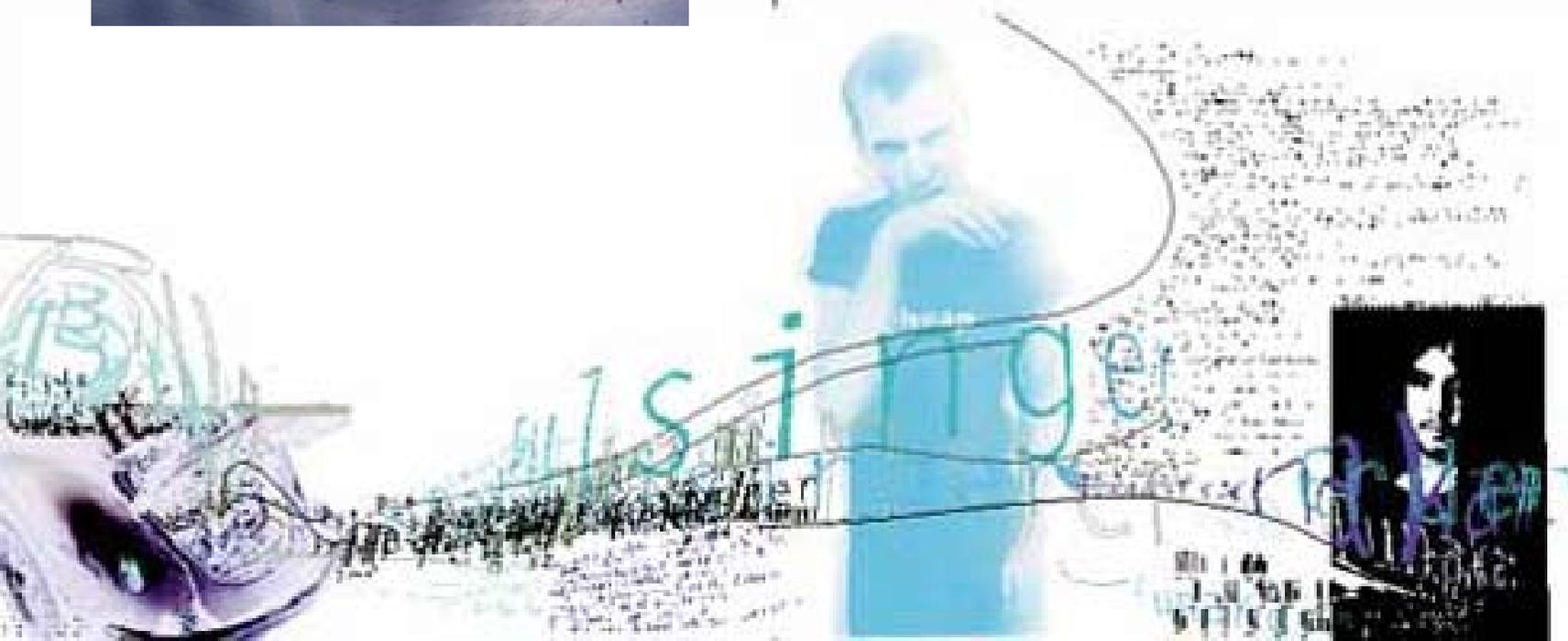
+ícones







+índices





música
music
musique

simbólica



14

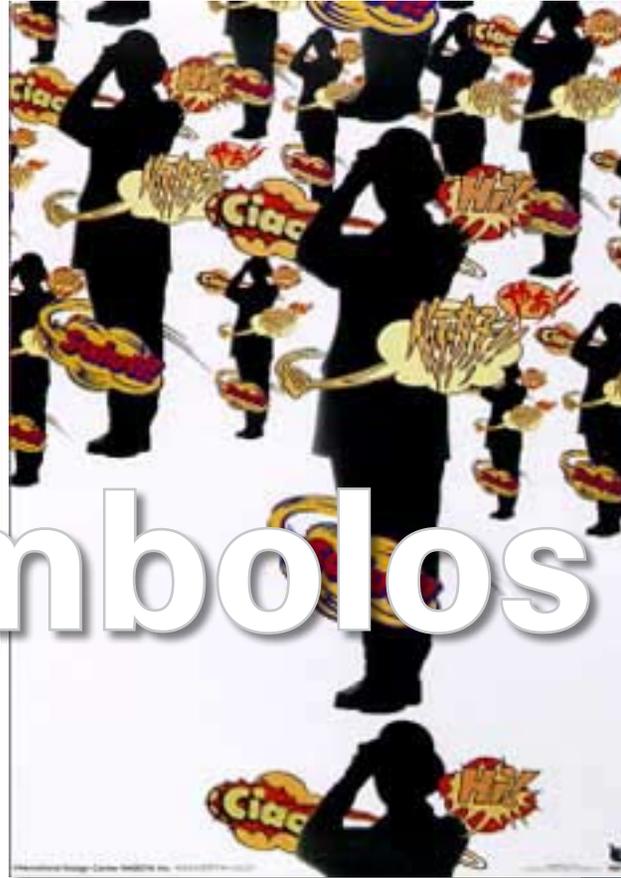
AIRES DE PUERTO REAL
Subitus
Transcription: Alain Faucher

Capo: III
allegretto
VII

TAB

Aires de Puerto Real By Agustin Castellón © 1960, 1979 Cuban Music Corporation.
Rights Assigned To EMI Catalogue Partnership. All Rights Reserved And Administered By Music House Corp. (2000).
All Rights Reserved. International Copyright Secured. Reproduced by permission of Universal Music Publications Ltd.

+símbolos



RIDGET FONDA • ELIZABETH HURLEY

ARIA



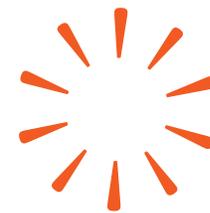
THERESA RUSSELL • JOHN HURT • BUCK HENRY
BEVERLY D'ANGELO • ANITA MORRIS

DIRECTED BY

ROBERT ALTMAN • BRUCE BERESFORD • BILL BRYDEN • JEAN-LUC GODARD
DEREK JARMAN • FRANC RODDAM • NICOLAS ROEG • KEN RUSSELL
CHARLES STURRIDGE • JULIEN TEMPLE

DVD





ivm> os projetos

dados
Informação
do conhecimento
ao fazer

prof.nelson_urssi





Les Cahiers de L'Export Brésil



Marinilda Bertoletti Boulay

Les Cahiers de L'Export Brésil

Marinilda Bertoletti Boulay
coordenação



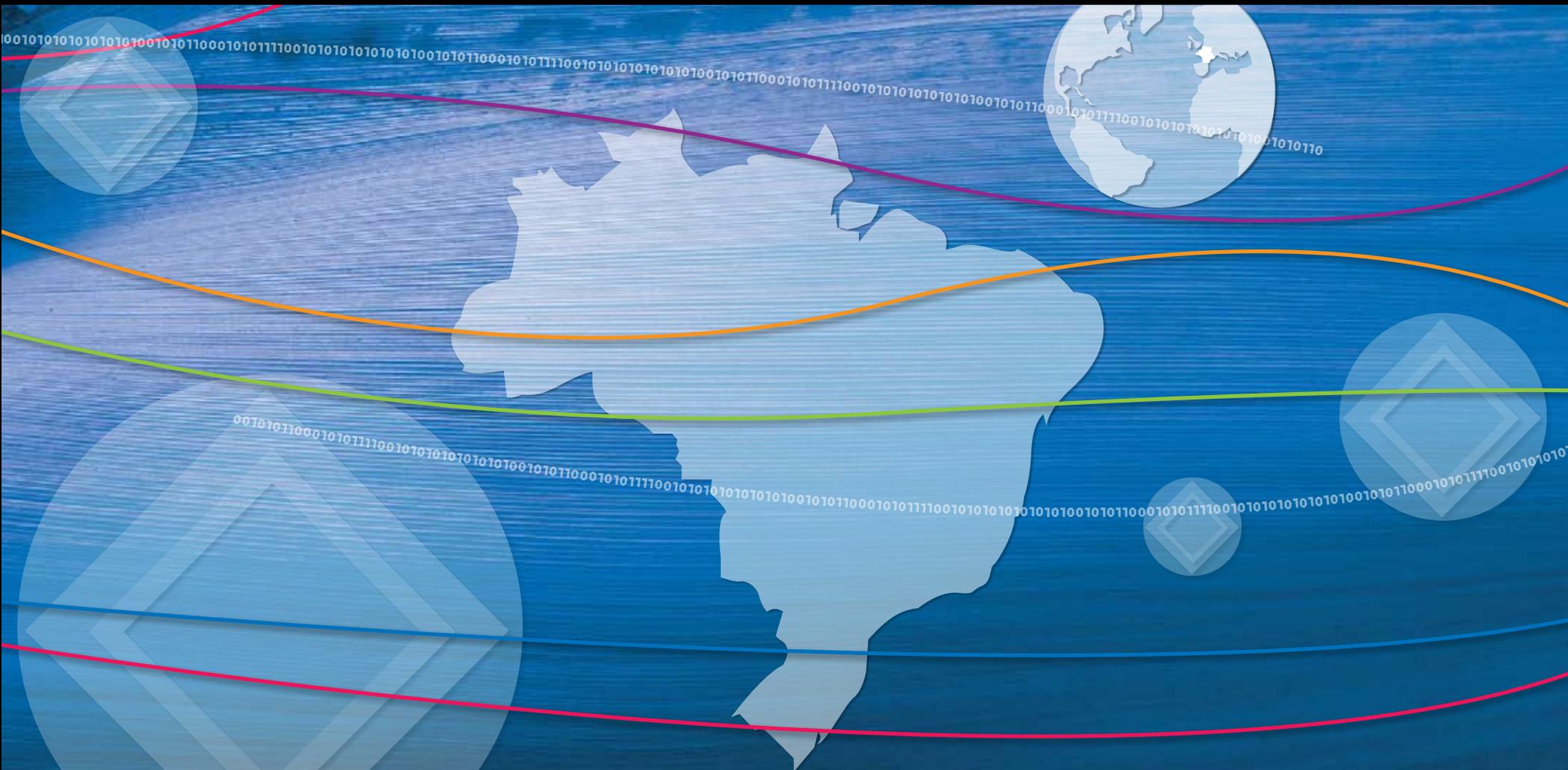
Les Cahiers de L'Export Brésil

Le Guide du Marché de la Musique



En cette année de "Saison Brésil, Brésils" en France, la nouvelle édition 2005 des Cahiers Export Brésil entend resserrer les liens entre les deux pays, dans la diversité et la modernité de leurs musiques actuelles.





O Guia do Mercado Brasileiro da Música constitui uma ferramenta essencial e determinante para um melhor conhecimento do mercado musical brasileiro. Ele contribui para a consolidação das relações culturais e profissionais entre o Brasil, a França e o resto do Mundo, no setor da indústria musical.

**Relações Culturais
Mercado da Música
Artistas e Espetáculos
Conexões Internacionais
Mídia**



O hip hop francês é o segundo mais importante do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos; a diversidade da música eletrônica francesa é feita por bambambãs como Laurent Garnier, Agoriz ou Rubin Steiner; o pop francês tem fenômenos como o cantor argelino Rachid Taha. Se esses nomes são conhecidos no país isso ocorre graças à colaboração do Escritório da Música Francesa no Brasil, que promove um importante intercâmbio musical num cenário em que a cultura norte-americana ainda mantém o domínio nas rádios, TVs e prateleiras de discos brasileiros.

Este Guia, que a cada edição se aprimora e se torna mais completo, é mais uma pedrinha no quebra-cabeças da diversidade cultural que tão bem caracteriza a cultura desses dois países.

Adriana Ferreira Silva
Jornalista, repórter do caderno Ilustrada da Folha de S.Paulo, desenvolve pesquisa no campo das artes eletrônicas

Realização

Imprensa Oficial

Apoio

Marilinda Bertoleite Boulay

Guia do Mercado Brasileiro da Música

BUREAU EXPORT

Guia do Mercado Brasileiro da Música

Marilinda Bertoleite Boulay
Organização e Edição

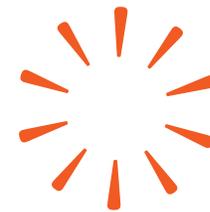


O mercado brasileiro da música oferece hoje perspectivas melhores, após um período difícil sob a onda da pirataria analógica.

O dinamismo de suas gravadoras independentes, e sobretudo o rápido desenvolvimento da comercialização musical através da internet e telefones celulares, confirmam a reputação do Brasil de país grande criador, produtor e consumidor de música.

Este guia, realizado pelo Escritório da Música Francesa, em colaboração com as instituições e os organismos brasileiros do setor, permite um maior intercâmbio entre os profissionais da música brasileiros, franceses e do resto do mundo.

Bruno Boulay
Diretor do Escritório da Música Francesa no Brasil



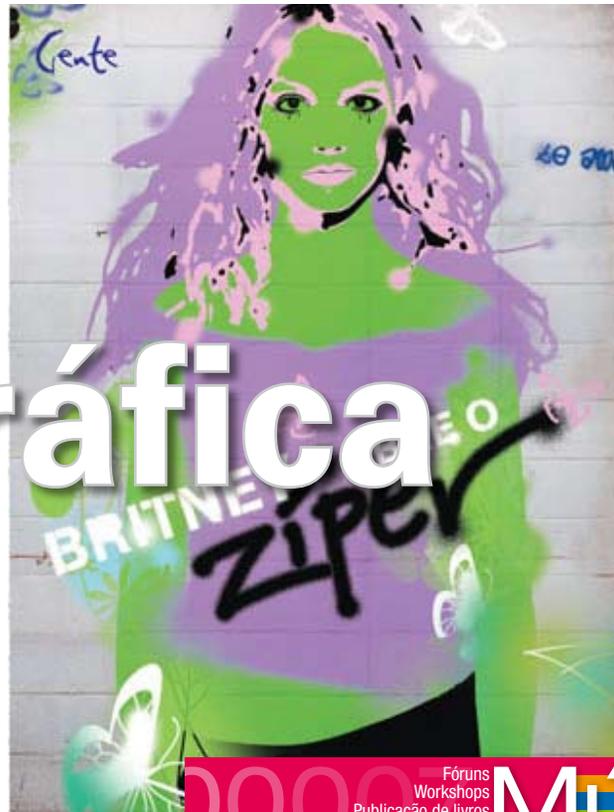
ivm > superfícies, bits e beats

informação
e espaço
**o projeto da cultura
contemporânea**

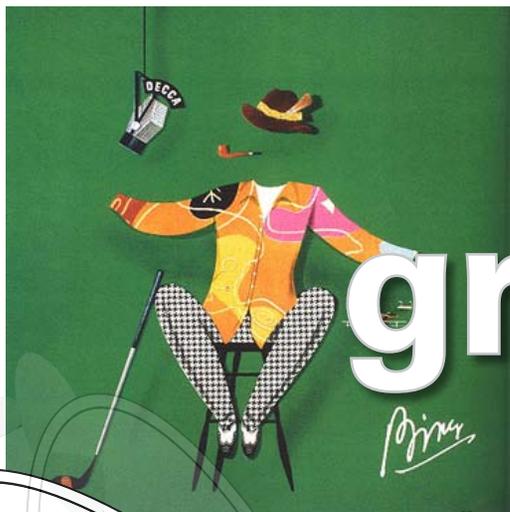
prof.nelson_urssi



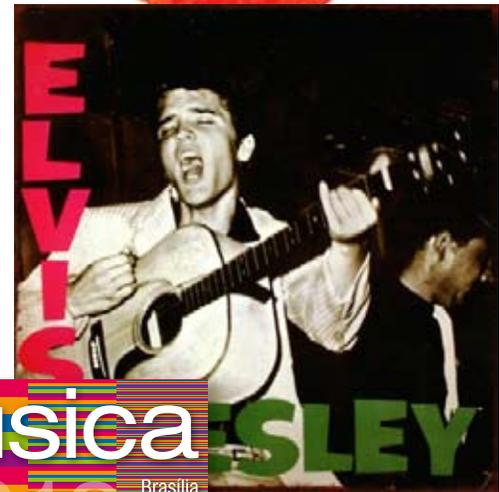
Para que serve a *música?*



Se fosse só apenas para nos fazer sentir bem e acreditar conosco apaixonados já seria muito. Mas a música pode ter sido feita por se transformar numa poderosa ferramenta de massa desarmamentista.



gráfica



Fóruns
Workshops
Publicação de livros
Mostra on-line

Música

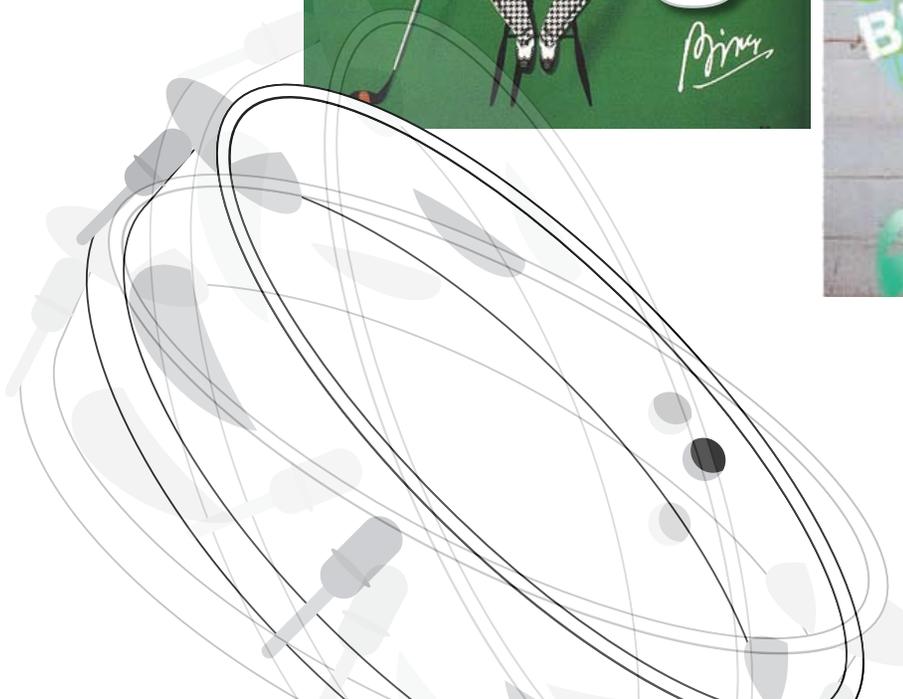
cultura

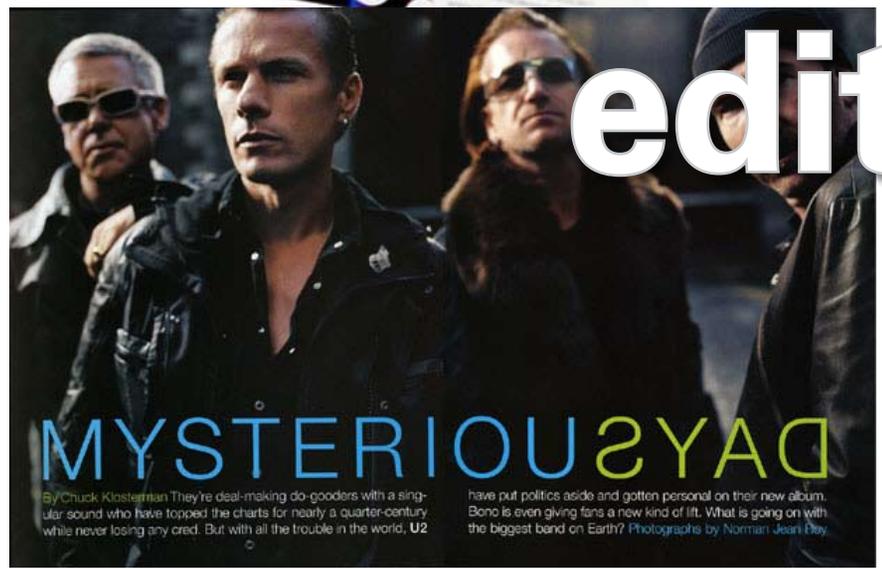
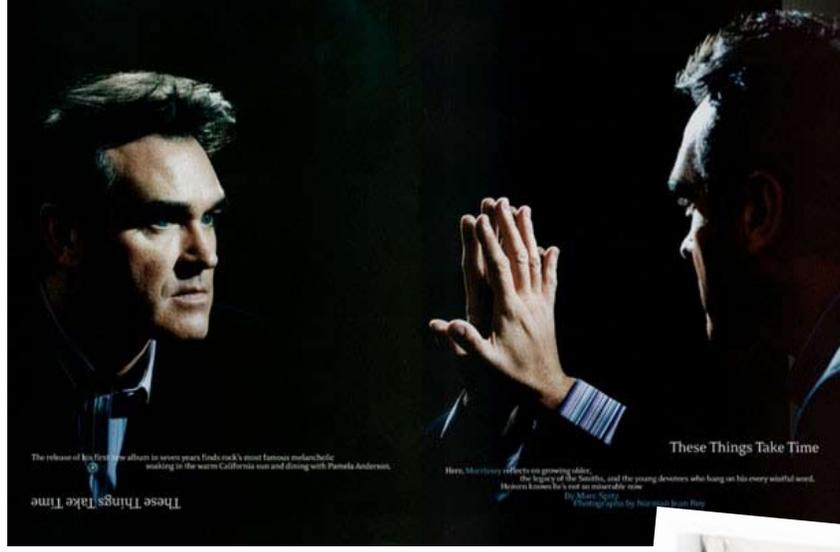
em

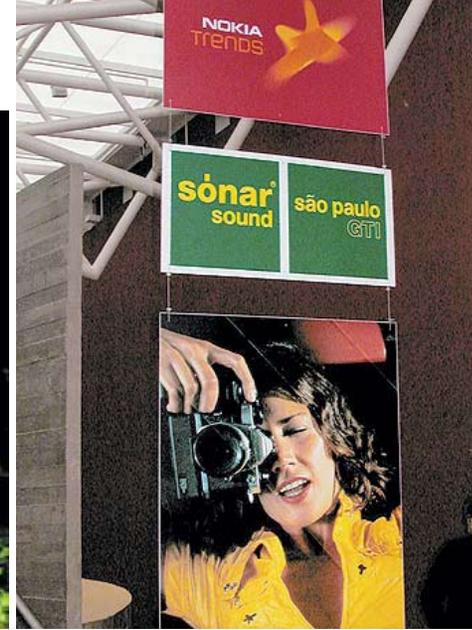
Um projeto que amplia e desenvolve idéias e necessidades da constante evolução de nossas linguagens musicais face às novas interfaces tecnológicas.

movi-mento

Brasília
Cariri
Sousa
Fortaleza
Porto Alegre
Belém
São Paulo







visual



www.guiadamusica.org

Brasília
Porto Alegre
Fortaleza
Souza
Cariri
Belém
Salvador
São Paulo

Um projeto que amplia e desenvolve idéias e necessidades da constante evolução de nossas linguagens musicais face às novas interfaces tecnológicas.

fóruns
workshops
exposições

Música cultu- ra em movi- mento

www.guiadamusica.org

espaço reservado para apoios e patrocínios

música

CULTURA EM MOVIMENTO

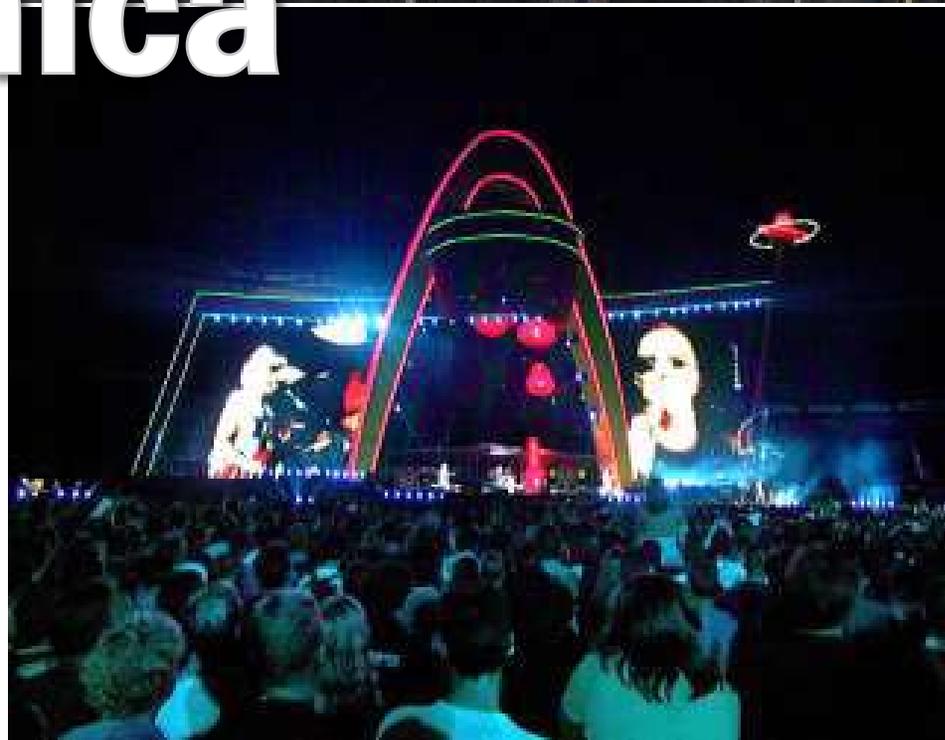
banner 1,0x2,0m
lona+plotter cor
03 unidades

painel 2,5x2,0m
lona+plotter cor
01 unidade

portal 2,5x2,5m
(porta existente)
lona+adesivo vinil
letra caixa
01 unidade

painel 2,5x2,0m
lona+plotter cor
01 unidade

banner 1,0x2,0m
lona+plotter cor
03 unidades





ambiental





atmosférica

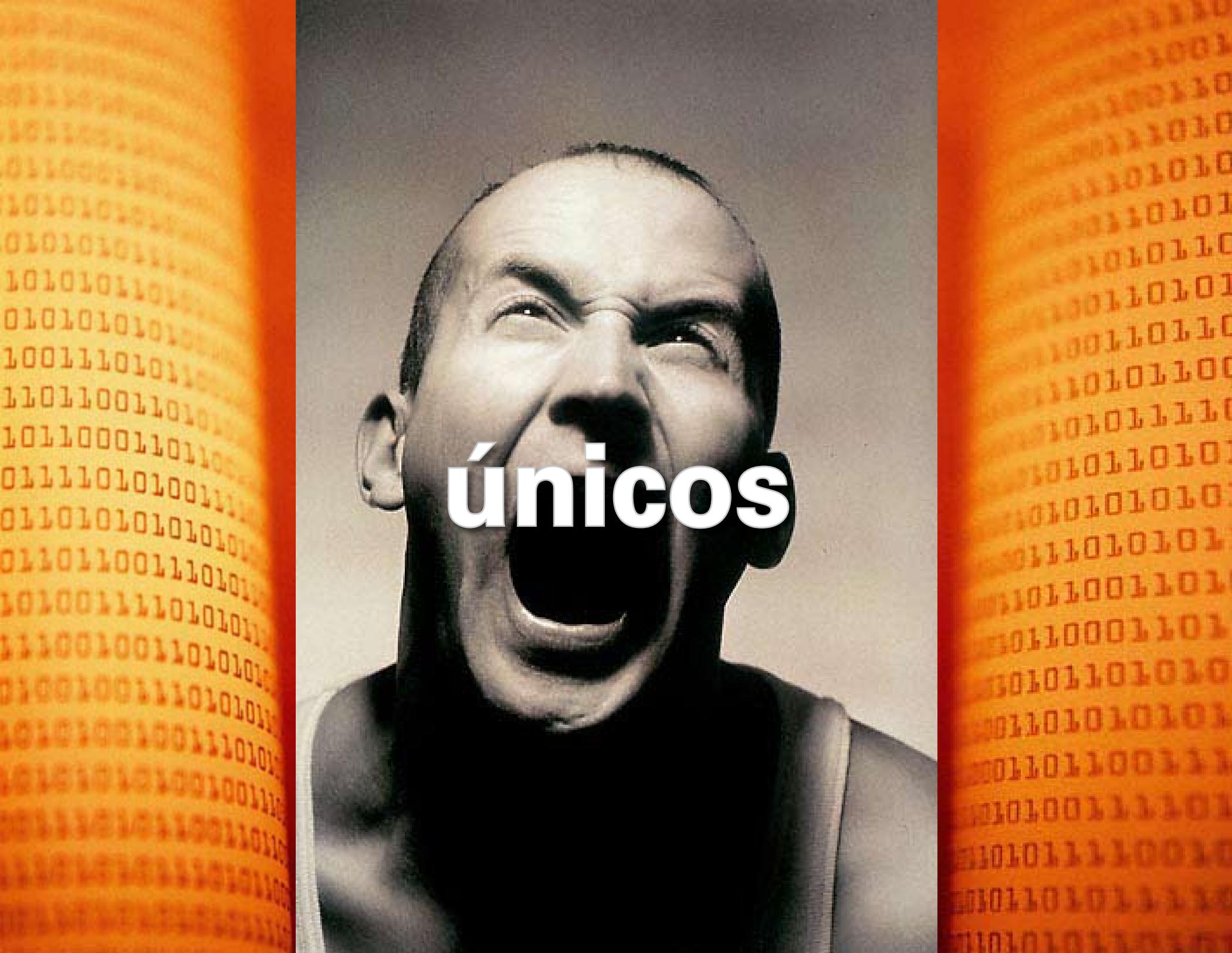




“O universo está em expansão,(...) onde mais poderia ele crescer senão na cabeça dos homens”

Charles Peirce

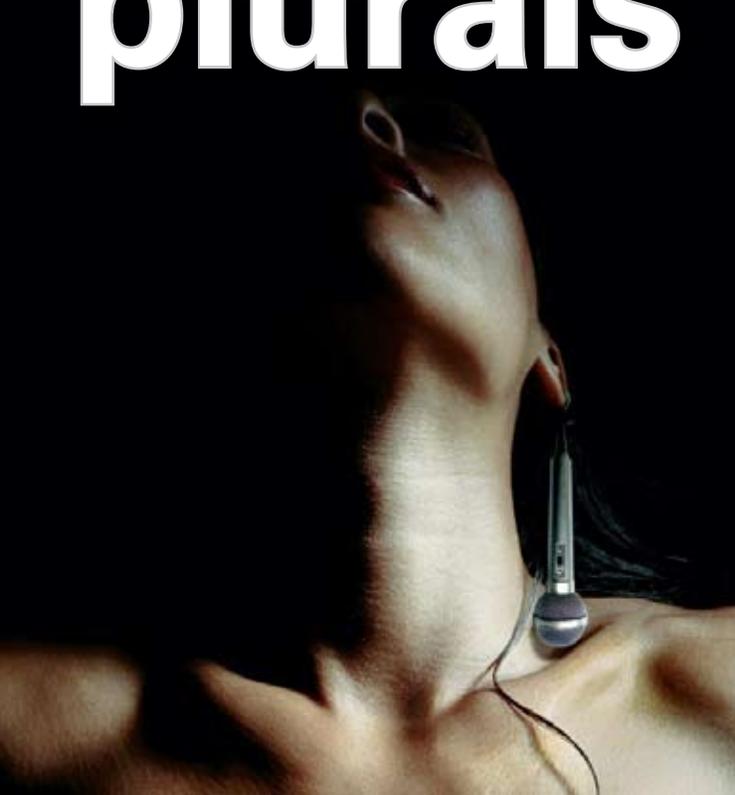


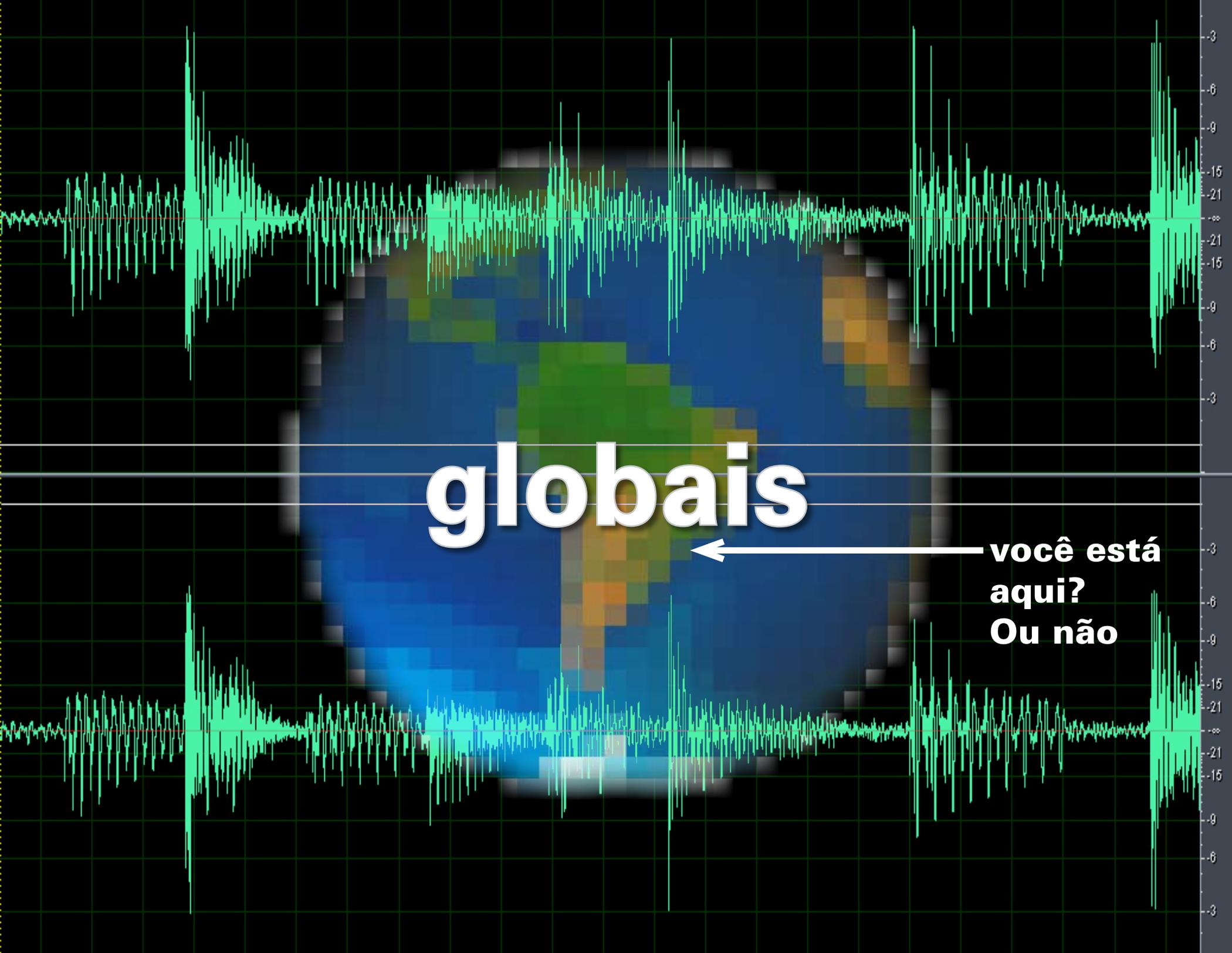
A man with a wide-eyed, shouting expression is the central focus. He is wearing a dark tank top. The background is a light grey wall, flanked by two vertical orange bands containing binary code (0s and 1s) in a lighter orange color. The word 'únicos' is superimposed in white, bold, sans-serif font over the man's mouth.

únicos



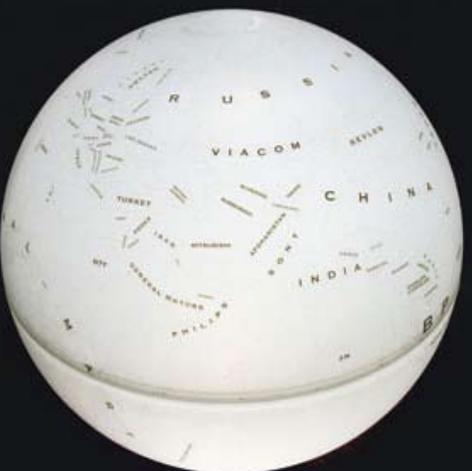
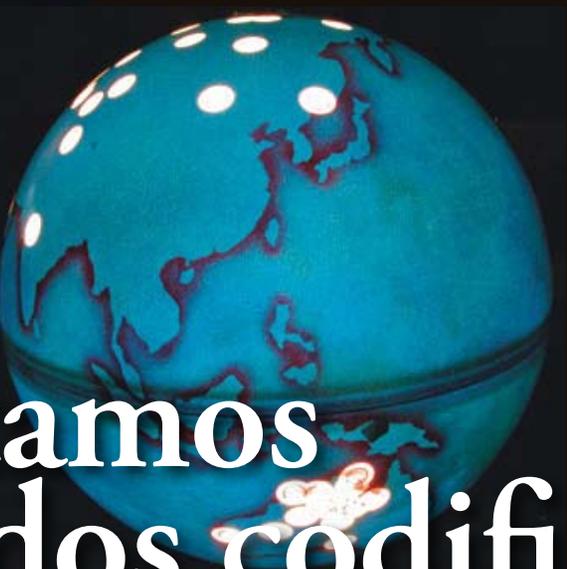
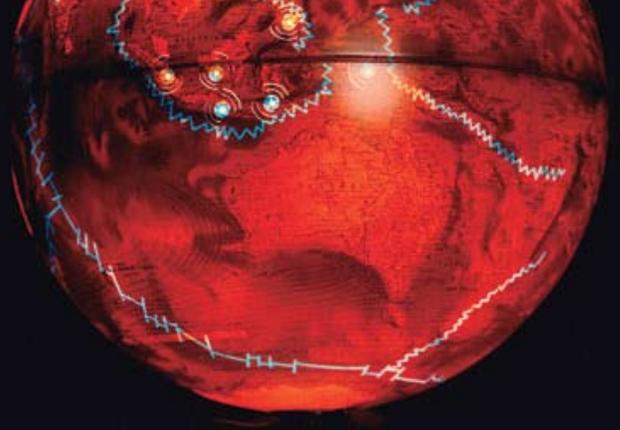
plurais



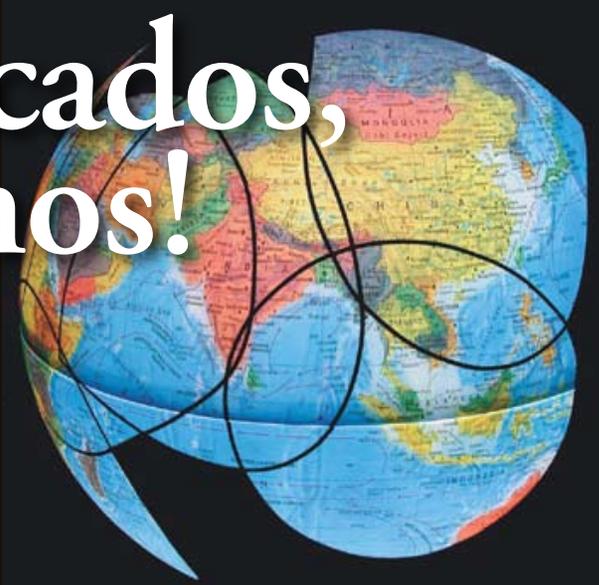


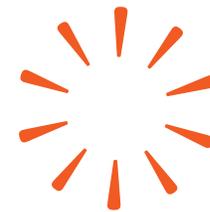
globais

**você está
aqui?
Ou não**



habitamos mundos codificados, comunicamo-nos!





Bibliografia

Antropologia

AUGÉ, Marc. Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas, Papirus, 1994.
BAUMAN, Zygmunt. Vida líquida. Rio de Janeiro, Zahar, 2007.
LAPLANTINE, François. Aprender antropologia. São Paulo, Brasiliense, 1988.
MORIN, Edgar. O método 5: a humanidade da humanidade, a identidade humana. Porto alegre, Sulina, 2005.

Design

LUPTON, Ellen. Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes. Tradução de André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. São Paulo, Martins Fontes, 1979.
SAMARA, Timothy. Grid: construção e desconstrução. CosacNaify, São Paulo, 2007
SCHIMTELL, Wolfgang. Process Visual. ABC Edition, Zurich.

Informação&Comunicação

FARINA, Modesto. Psicodinâmica das Cores em Comunicação. Edgar Blucher, 1998.
KELLNER, Douglas. A cultura da mídia. Edusc-fundação veritas, 2001
MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo. Cultrix, 1979.
DOWNING, John. Mídia radical. São Paulo, SENAC, 2002.
WURMAN, Richard Saul. Ansiedade de informação: como transformar informação em compreensão. São Paulo, Cultura Editores Associados, 1991.

Interfaces Digitais

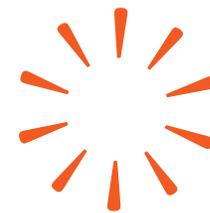
JOHNSON, Steven. Cultura da Interface. Jorge Zahar, São Paulo, 2001
LEÃO, Lucia (org). Derivas: cartografias do ciberespaço. São Paulo, Annablume/Senac, 2004.
LÉVY, Pierre. O que é virtual? Editora 34, Rio de Janeiro, 1998.
NEGROPONTE, Nicholas. A vida digital, são paulo, companhia das letras, 1995.

Semântica

CHALHUB, Samira. A Meta-linguagem. São Paulo: Editora Ática, 1998.
FERRARA, Lucrecia d'Alessio. Design em espaços. São Paulo: Editora Rosari, 2003.
GUIMARÃES, Luciano. A Cor como Informação-A Construção Biofísica, Linguística e Cultural da Simbologia das Cores. São Paulo: Annablume, 2001.
JOLY, Martine. Introdução à Análise da Imagem. Campinas: Papirus, 1995.
SANTAELLA, Lúcia e W. NOTH. Imagem – Cognição, Semiótica, Mídia. São Paulo: Iluminuras, 1998.
SANTAELLA, Lúcia. Semiótica Aplicada. São Paulo: Thomson, 2002.

Sintaxe

ALBERS, Joseph. The Interaction of Colors, 1997.
ARNHEIN, Rudolf. Arte & Percepção Visual-uma psicologia da visão criadora , São Paulo, pioneira, 1974.
DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual, são paulo, martins fontes, 2001.



obrigado.

nelson.jurssi@sp.senac.br
urssi@uol.com.br
www.urssi.com