


03

# PRINCÍPIOS DE DESIGN PARA BANDAS

*Design para quem não é designer: menos enfeite, mais impacto e nenhum arquivo rejeitado*

NECROX

28 MIN DE LEITURA
INICIANTE → INTERMEDIÁRIO

CC BY-NC-SA 4.0
NOVEMBRO DE 2026

GUIA 03 — SUMÁRIO

# PRINCÍPIOS DE DESIGN PARA BANDAS


| | |
|---|---|
| I | Por que sua banda precisa de identidade visual |
| II | Os fundamentos que ninguém te ensinou |
| III | Tipografia: o grito tem que ser lido |
| IV | Cor: preto, branco e uma arma |
| V | Logo, capa, cartaz e feed |
| VI | Estéticas do underground: inspire, não copie |
| VII | Ferramentas e fechamento de arquivo |
| VIII | Checklist final |
| IX | Recursos e referências |


ÁREA
**Design**

NÍVEL
**Iniciante → Intermediário**

LEITURA
**28 min**


**Copie e espalhe.** Este guia é gratuito e está sob licença Creative Commons BY-NC-SA 4.0: você pode imprimir, xerocar e distribuir à vontade, desde que cite o NECROX / M3Ink e não venda. Versão online, perguntas frequentes e outros guias em userexperience.com.br/necrox.

Antes de alguém ouvir um acorde da sua banda, essa pessoa vê alguma coisa: um cartaz no poste, uma miniatura no streaming, um adesivo na porta do banheiro do bar. Design não é perfumaria, é a primeira linha de frente da sua música. Este guia não vai te transformar em designer, mas vai te dar as regras básicas para parar de errar o óbvio, fazer muito com pouco e saber exatamente o que pedir quando for contratar alguém.

CAPÍTULO I

# POR QUE SUA BANDA PRECISA DE IDENTIDADE VISUAL

Identidade visual é o conjunto de escolhas que faz alguém reconhecer sua banda sem ler o nome: o logo, as fontes, as cores, o tipo de imagem, o jeito de compor um cartaz. O logo é só uma peça; a identidade é o sistema. Quando essas escolhas se repetem com consistência, viram assinatura, e o cartaz de março conversa com o post de julho.

Pense nas bandas que você reconhece de longe numa camiseta sem ler nada: as quatro barras do Black Flag, um logo de black metal em forma de galho seco. Isso é identidade funcionando.

## *O que a identidade visual faz por você*

- **Reconhecimento:** quem viu seu cartaz três vezes começa a reconhecer o quarto antes de chegar perto.
- **Posicionamento:** a estética diz que tipo de som esperar. Um cartaz em pastel com fonte arredondada promete outra coisa que não grindcore.
- **Profissionalismo percebido:** produtor de festival, curador de selo e casa de show julgam pela embalagem, gostando ou não.
- **Economia:** com regras definidas, cada nova peça leva uma fração do tempo. Você não reinventa a roda a cada show.

**NA PRÁTICA**

A banda fictícia Cova Rasa definiu em uma tarde: logo em preto, fonte Anton para títulos, IBM Plex Mono para informações, fotos sempre em preto e branco com alto contraste e vermelho puro como única cor de destaque. Seis meses depois, qualquer pessoa da cena reconhece um cartaz deles a dez metros de distância, e cada arte nova leva meia hora em vez de uma noite inteira.

## *Monte seu mini manual de identidade*

Não precisa de um PDF de 40 páginas. Uma página resolve. Guarde em uma pasta compartilhada da banda junto com os arquivos do logo.

```
MANUAL DE IDENTIDADE - COVA RASA
-------------------------------------------------
Logo:         principal / simplificado / monocromático
Arquivos:     SVG e PDF (vetor), PNG fundo transparente
Fonte 1:      Anton (títulos, sempre caixa alta)
Fonte 2:      IBM Plex Mono (datas, locais, créditos)
Cores:        preto #000000 / branco #FFFFFF
               vermelho #E10600 (destaque, max. 10%)
Fotos:        P&B, contraste alto, granulação ok
Alinhamento: textos sempre à esquerda
Proibido:     gradiente, sombra projetada, 3a fonte
```

CAPÍTULO II

# OS FUNDAMENTOS QUE NINGUÉM TE ENSINOU

Design tem regras. Você pode quebrá-las, e o underground vive disso, mas quebrar de propósito é bem diferente de quebrar por não saber que elas existem.

## *Os quatro princípios de Robin Williams*

Robin Williams (a designer e autora, não o ator) escreveu *The Non-Designer's Design Book*, um livro feito exatamente para quem não estudou design. Ela resume tudo em quatro princípios: contraste, repetição, alinhamento e proximidade. Em inglês as iniciais formam a sigla CRAP, que todo mundo decora por motivos óbvios.

**Contraste.** Se dois elementos não são iguais, faça-os *muito* diferentes. Um título em 72 pontos e o subtítulo em 60 pontos não geram contraste, geram dúvida. O contraste pode ser de tamanho, peso (fino e grosso), cor (preto e branco), forma (serifada e sem serifa) ou direção. É o contraste que puxa o olho para onde você quer.

**Repetição.** Repita elementos visuais ao longo da peça e entre peças diferentes: a mesma fonte para todas as datas, a mesma cor para todos os destaques, a mesma faixa preta no topo de todos os cartazes. Repetição cria unidade dentro da peça e identidade entre as peças.

**Alinhamento.** Nada deve ser colocado de forma arbitrária. Cada elemento precisa ter uma ligação visual com outro elemento da página. Escolha um eixo forte (todos os textos alinhados à esquerda, por exemplo) e respeite. O centralizado é o alinhamento que iniciantes mais usam e o que mais facilmente parece amador, porque não cria uma linha clara.

**Proximidade.** Coisas relacionadas ficam juntas. Coisas não relacionadas ficam separadas. Data, horário e local formam um bloco. O nome das bandas de apoio forma outro bloco. Quando tudo está igualmente espaçado, o olho não sabe o que pertence a quê.




Diagrama: os quatro princípios aplicados a um cartaz, antes e depois. Fonte: NECROX, baseado em Robin Williams, The Non-Designer's Design Book.

**MITO**

"Quanto mais coisa no cartaz, mais informação o público recebe." Na prática, quando tudo grita, nada é ouvido. Um cartaz com doze elementos do mesmo tamanho comunica menos que um cartaz com três elementos bem hierarquizados.

## *Hierarquia: a ordem da leitura*

Hierarquia não é um quinto princípio do livro, é o resultado de aplicar bem contraste e proximidade. É decidir a ordem em que a pessoa vai ler: primeiro isto, depois aquilo, por último o resto.

Na maioria das peças de banda, três níveis bastam:

1. **Nível 1:** uma coisa só (nome da banda ou nome do evento).
2. **Nível 2:** o que faz a pessoa agir (data e local).
3. **Nível 3:** o resto (preço, horário, bandas de apoio, link, classificação etária).

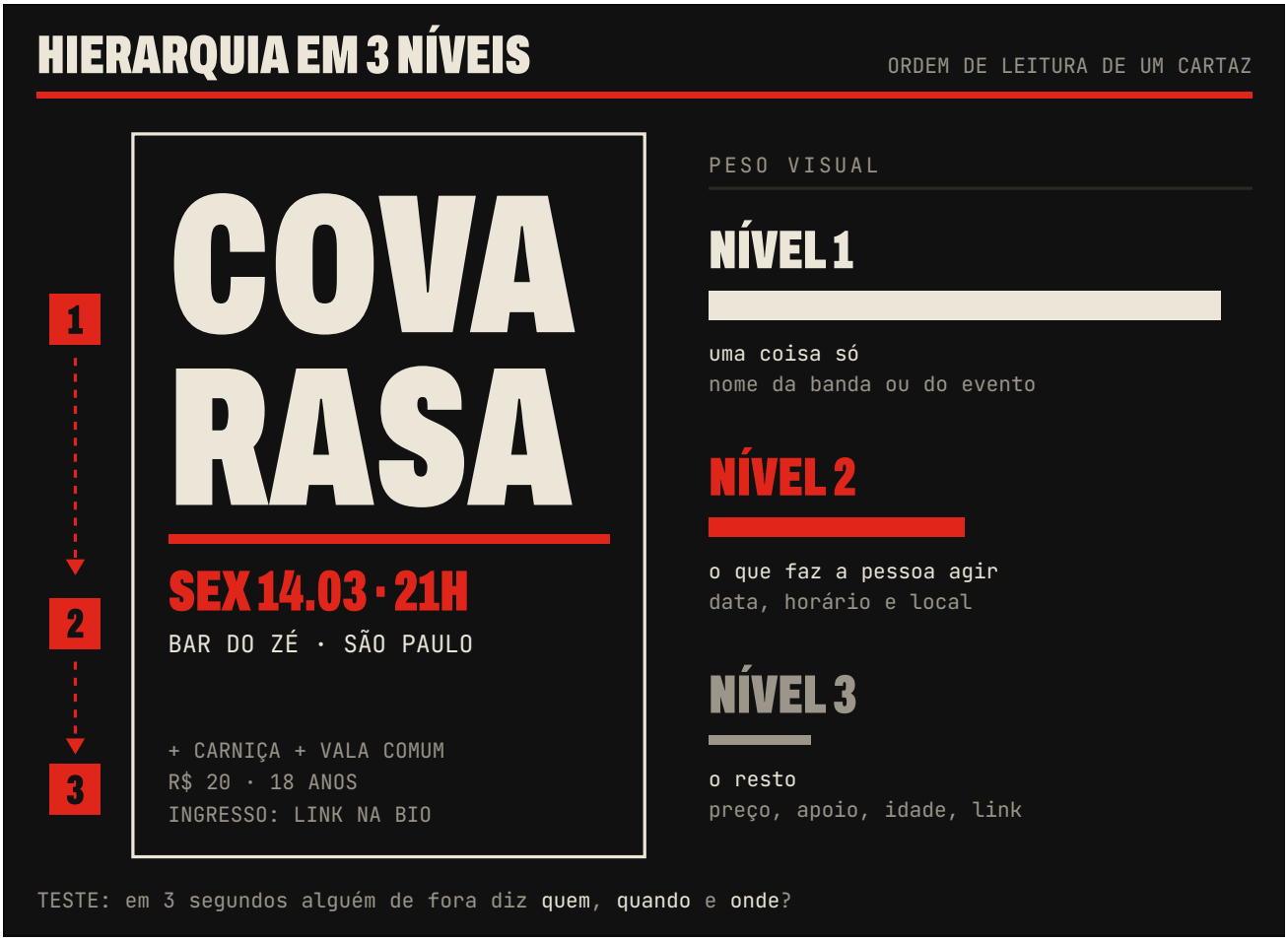



Diagrama: os três níveis de hierarquia num cartaz de show, da banda fictícia Cova Rasa. Fonte: NECROX.

## *Espaço negativo*

Espaço negativo é a área “vazia” da composição, que não precisa ser branca. Ele não é desperdício: é o que dá respiro e destaque ao que importa. Um logo no meio de um fundo preto enorme tem muito mais peso que o mesmo logo espremido entre quatro patrocinadores.

## *Grid: a estrutura invisível*

Grid é uma malha de colunas e margens que organiza a página. Você não vê, mas sente quando ela existe. Para cartaz, comece simples: margens iguais nos quatro lados e duas ou quatro colunas. Alinhe as bordas dos blocos de texto e imagem às linhas dessas colunas.

O grid é o que permite cartazes caóticos que ainda funcionam: colagens punk que parecem aleatórias muitas vezes respeitam um ou dois eixos fortes. Caos sobre estrutura é estilo; caos sem estrutura é ruído.

## *Regra dos terços*

Divida a área em três partes iguais na horizontal e três na vertical. Os quatro pontos onde essas linhas se cruzam são pontos de interesse naturais. Colocar o rosto do vocalista, o símbolo da banda ou o título perto de um desses pontos cria uma composição mais dinâmica do que centralizar tudo.

Não é lei. Composições centralizadas e simétricas funcionam muito bem para estética ritualística, solene ou de propaganda. A questão é escolher, não cair no centro por preguiça.




Diagrama: grid de quatro colunas e regra dos terços aplicados a um cartaz. Fonte: NECROX.

**EXERCÍCIO**

Pegue o último cartaz da sua banda e responda por escrito: qual é o nível 1, o nível 2 e o nível 3? Quais elementos estão alinhados entre si? Quantas fontes aparecem? Onde existe espaço vazio? Refaça a peça em 30 minutos aplicando só o que este capítulo ensinou e compare as duas lado a lado.

CAPÍTULO III

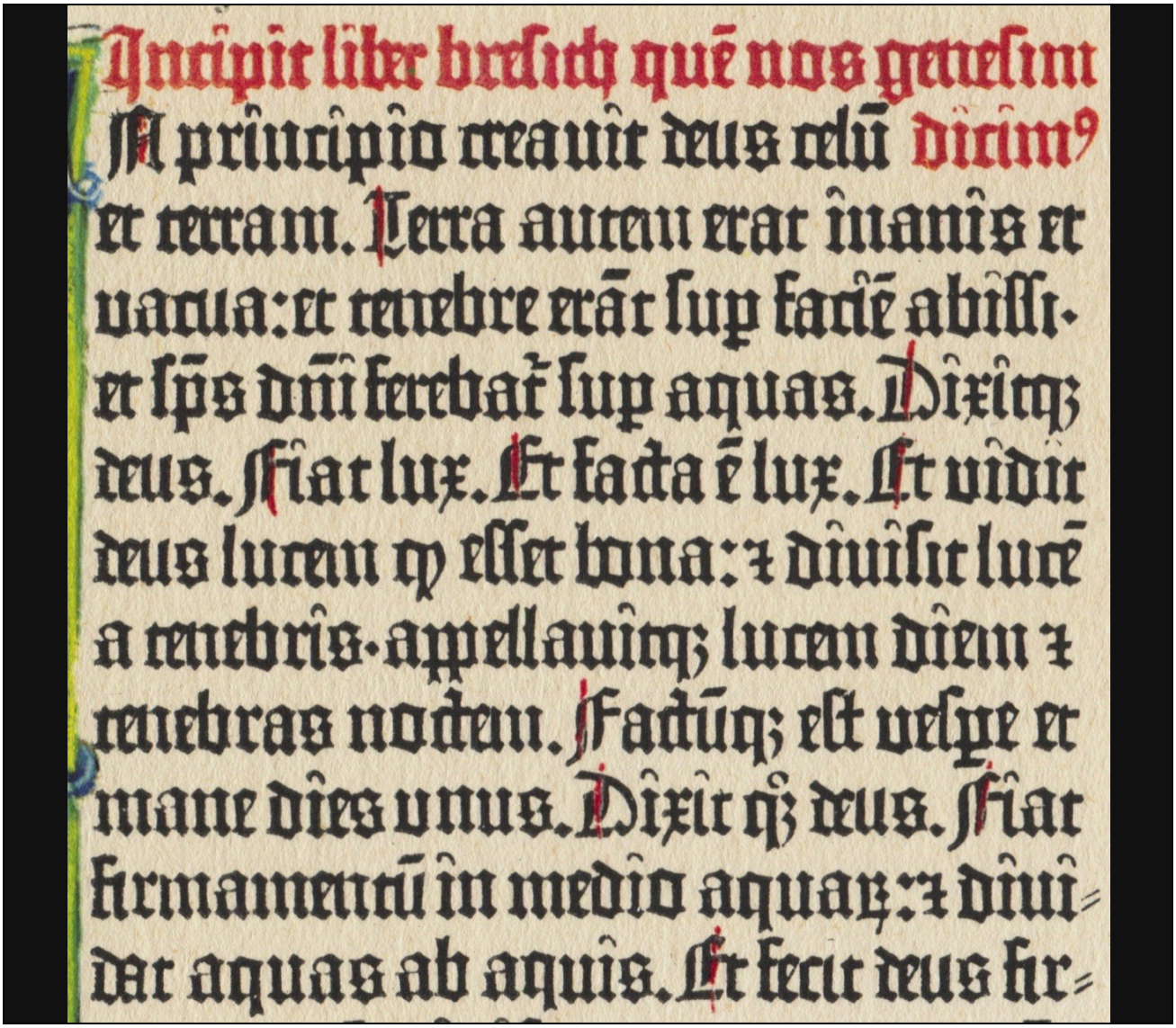
# TIPOGRAFIA: O GRITO TEM QUE SER LIDO

Tipografia é metade do design de banda. Às vezes é tudo: muito cartaz bom é só texto bem resolvido.

## *Classificações que você precisa conhecer*

| CLASSIFICAÇÃO | CARACTERÍSTICAS | USO TÍPICO EM BANDA |
|---|---|---|
| Serifada | Pequenos “pés” nas pontas das letras | Clima clássico, literário, doom, folk sombrio |
| Sem serifa | Traço limpo, sem pés | Informação, cartazes diretos, punk moderno |
| Condensada | Letras estreitas e altas | Títulos grandes em pouco espaço, propaganda |
| Monoespaçada | Todas as letras com a mesma largura | Clima de máquina de escrever, zine, créditos |
| Gótica (blackletter) | Traço quebrado, herança medieval | Metal, hardcore, crust, estética ritual |
| Manuscrita | Imita escrita à mão ou pincel | Assinatura, detalhes, clima pessoal |
| Display | Decorativa, feita para tamanho grande | Títulos e logos, nunca texto corrido |

A gótica que o metal adotou vem direto dos primeiros livros impressos na Europa:




Johannes Gutenberg (impressor), Bíblia de 42 linhas, início do Gênesis, c. 1455. Domínio público. Fonte: Wikimedia Commons.

## *No máximo duas fontes*

A regra mais útil da tipografia para iniciantes: use no máximo duas famílias tipográficas por peça. Uma para títulos, com personalidade. Outra para informação, discreta e legível.

A combinação funciona quando há contraste claro entre as duas (uma gótica e uma mono, uma condensada pesada e uma sem serifa neutra). Duas fontes “parecidas mas não iguais” é o pior cenário, porque parece erro.

Precisa de variação? Use pesos, tamanhos e caixa alta ou baixa da mesma família. Uma família com vários pesos rende mais que três fontes aleatórias.

| TÍTULO | INFORMAÇÃO | CLIMA |
|---|---|---|
| Anton | Space Mono | Agitprop, cartaz de propaganda |
| Bebas Neue | Inter | Hardcore e punk moderno, direto |
| UnifrakturMaguntia | IBM Plex Mono | Black metal e doom com informação legível |
| Special Elite | Archivo | Zine, crust, colagem de fotocópia |
| Pirata One | Work Sans | Heavy tradicional, clima de pirataria |

Todas essas famílias estão no Google Fonts. Confira a licença na página de cada uma antes de usar (mais sobre isso abaixo).

## *Legibilidade versus estilo*

Legibilidade é a facilidade de reconhecer as letras. Estilo é a personalidade da fonte. As duas brigam o tempo todo, e quem decide o vencedor é a função da informação:

- **Nome da banda e título:** podem sacrificar legibilidade em nome do estilo, porque são vistos muitas vezes e viram imagem.
- **Data, local, preço, link:** legibilidade vence sempre. Ninguém vai decifrar um endereço escrito em gótica distorcida.

Regras rápidas para não errar: evite texto longo em caixa alta com fonte decorativa; não coloque texto fino sobre foto cheia de detalhes; não distorça fontes esticando na horizontal ou vertical (se precisa de uma fonte mais estreita, escolha uma condensada); cuidado com texto branco pequeno sobre fundo de cor fraca.

## *O caso do logo ilegível de black metal*

O logo de black metal que parece uma moita de espinhos não é um erro, é um código. Ele comunica gênero, atitude e pertencimento a quem é da cena, e afasta quem não é. Funciona como uma senha visual.

Esse logo **funciona** quando:

- Seu público principal já é da cena e reconhece o código.
- Ele é usado como imagem (camiseta, patch, capa, backdrop), onde é visto muitas vezes.
- Existe sempre o nome da banda escrito de forma legível em algum lugar próximo: na descrição, no cartaz, nos metadados, no texto do post.

- Ele mantém uma silhueta reconhecível mesmo quando reduzido, geralmente com simetria forte e uma forma geral definida (triângulo, losango, arco).

Esse logo **não funciona** quando:

- É a única forma de identificar a banda num cartaz de festival misto, onde metade do público não sabe ler aquilo.
- Vira uma mancha cinza em tamanho pequeno.
- É o único texto num flyer de evento: ninguém consegue procurar sua banda depois.

**TÁTICA**

Tenha duas assinaturas. A banda fictícia Névoa de Ferro usa o logo de galhos na capa, no backdrop e no merch, e uma versão tipográfica simples (o nome em UnifrakturMaguntia, legível) em cartazes de festival, perfil de streaming e materiais de imprensa. A estética fica intacta e ninguém precisa adivinhar como se escreve o nome.

## *Fontes gratuitas e licenças*

Fonte é software, e software tem licença. Usar a fonte errada num logo ou numa capa vendida pode render notificação, pedido de retirada ou cobrança.

**Google Fonts.** Biblioteca gigante e gratuita de fontes de código aberto. A maioria usa a SIL Open Font License (OFL); algumas usam outras licenças abertas, como a Apache. A página de cada família mostra a licença.

**Licença OFL.** Segundo o FAQ oficial da OFL, você pode usar essas fontes em logos, cartazes, camisetas e produtos comerciais sem pedir permissão nem pagar. A arte que você criar é sua. O que você **não** pode é vender a fonte em si, sozinha. Se modificar a fonte e redistribuí-la, precisa trocar o nome quando houver “Reserved Font Name” declarado.

**Outras fontes livres confiáveis.** Fundições como Velvetyne e The League of Moveable Type publicam fontes abertas com licença clara. O Font Squirrel faz curadoria de fontes liberadas para uso comercial (mesmo assim, leia a licença de cada uma).

**CUIDADO**

Em sites de download de fontes você encontra muita coisa marcada como “free for personal use” (grátis para uso pessoal). Capa de disco, cartaz de show e camiseta de merch **não** são uso pessoal: são uso comercial, porque promovem ou geram dinheiro para a banda. Ou você compra a licença comercial, ou escolhe outra fonte. Leia o arquivo de licença que vem no ZIP antes de abrir o programa.

CAPÍTULO IV

# COR: PRETO, BRANCO E UMA ARMA

Cor é a ferramenta mais emocional e também a mais fácil de estragar. Para banda independente, a regra de ouro é: menos cores, mais impacto, menos custo.

## *Contraste de cor*

O que importa primeiro não é o tom, é a diferença de claro e escuro entre texto e fundo. Vermelho sobre preto parece agressivo e bonito na tela, mas pode virar uma mancha ilegível num cartaz colado num poste no fim da tarde.

Teste rápido: converta sua arte para tons de cinza. Se o texto some, o contraste é insuficiente, não importa quão “contrastantes” as cores parecem.

## *Paletas limitadas*

Trabalhe com uma paleta pequena e fixa. Duas ou três cores dão conta de quase tudo. Uma estrutura que funciona:

- **Cor base:** domina a peça (geralmente preto ou branco no underground).
- **Cor secundária:** o oposto da base, para texto e elementos principais.
- **Cor de destaque:** uma só, usada em pouca área, para o que precisa saltar.

## *Preto e branco mais uma cor*

A estética de propaganda que a gente ama (construtivismo soviético, cartazes de agitação política, capas de hardcore) nasceu em grande parte de limitação técnica: imprimir com poucas cores era mais barato e mais rápido. Preto, branco (o papel) e vermelho é a combinação clássica.

Essa limitação ainda é vantagem: a peça fica forte de longe, reproduz bem em fotocópia e serigrafia e cria identidade imediata. Pode trocar o vermelho por amarelo ou laranja fluorescente, desde que mantenha a escolha por um ciclo inteiro de lançamento.




Diagrama: os papéis de cada cor numa paleta preto, branco e uma cor, e o teste de contraste claro contra escuro. Fonte: NECROX.

## *RGB, CMYK e Pantone*

**RGB** (vermelho, verde, azul) é o sistema das telas, que emitem luz. Tudo que vai para rede social, streaming e site fica em RGB.

**CMYK** (ciano, magenta, amarelo e preto) é o sistema da impressão em gráfica, que funciona com tinta sobre papel. Ele reproduz menos cores que o RGB. Aquele verde neon ou azul elétrico que brilha na tela vai sair mais apagado no papel, porque não existe no espaço de cor CMYK.

**Pantone** é um sistema proprietário de cores especiais (spot colors). Cada cor tem um código e é misturada como uma tinta específica, em vez de ser formada por pontinhos de CMYK. É o que se usa quando a cor precisa ser exata ou quando a tinta especial (fluorescente, metálica) é parte do efeito.

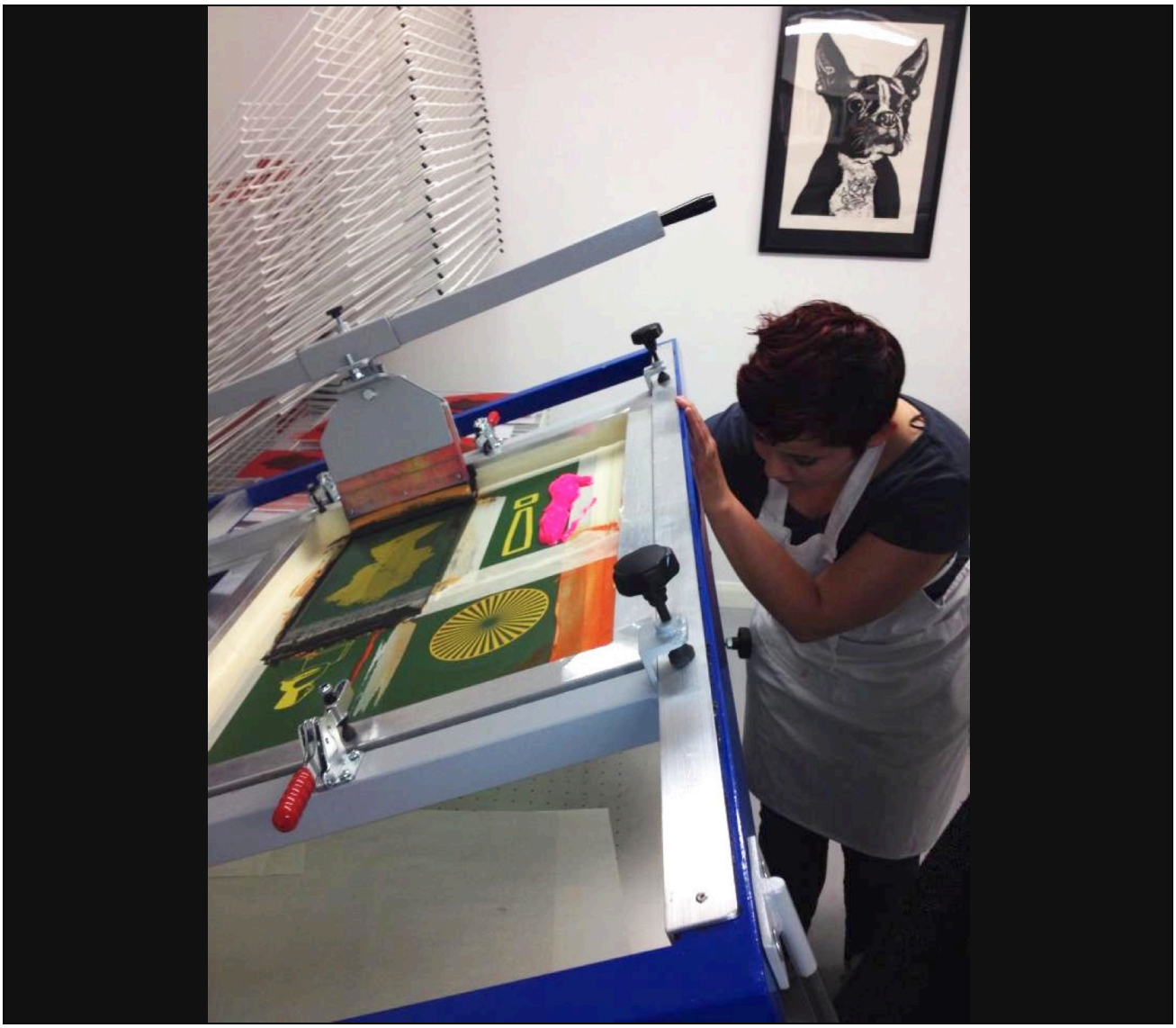
| SISTEMA | ONDE SE USA | O QUE SABER |
|---|---|---|
| RGB | Telas, redes, streaming | Cores mais vivas; padrão para digital |
| CMYK | Gráfica offset e digital | Menos cores; verifique o arquivo antes |
| Pantone / cor especial | Serigrafia, offset com cor especial | Cor exata, tintas fluorescentes e metálicas |

**CUIDADO**

Se a arte vai ser impressa, converta para CMYK (ou peça para quem vai imprimir fazer isso) e veja o resultado **antes** de aprovar. Muita banda se decepciona quando o cartaz chega com o vermelho virando um tijolo. Peça uma prova de cor quando a tiragem for grande.

## *Como a serigrafia limita (e melhora) suas cores*

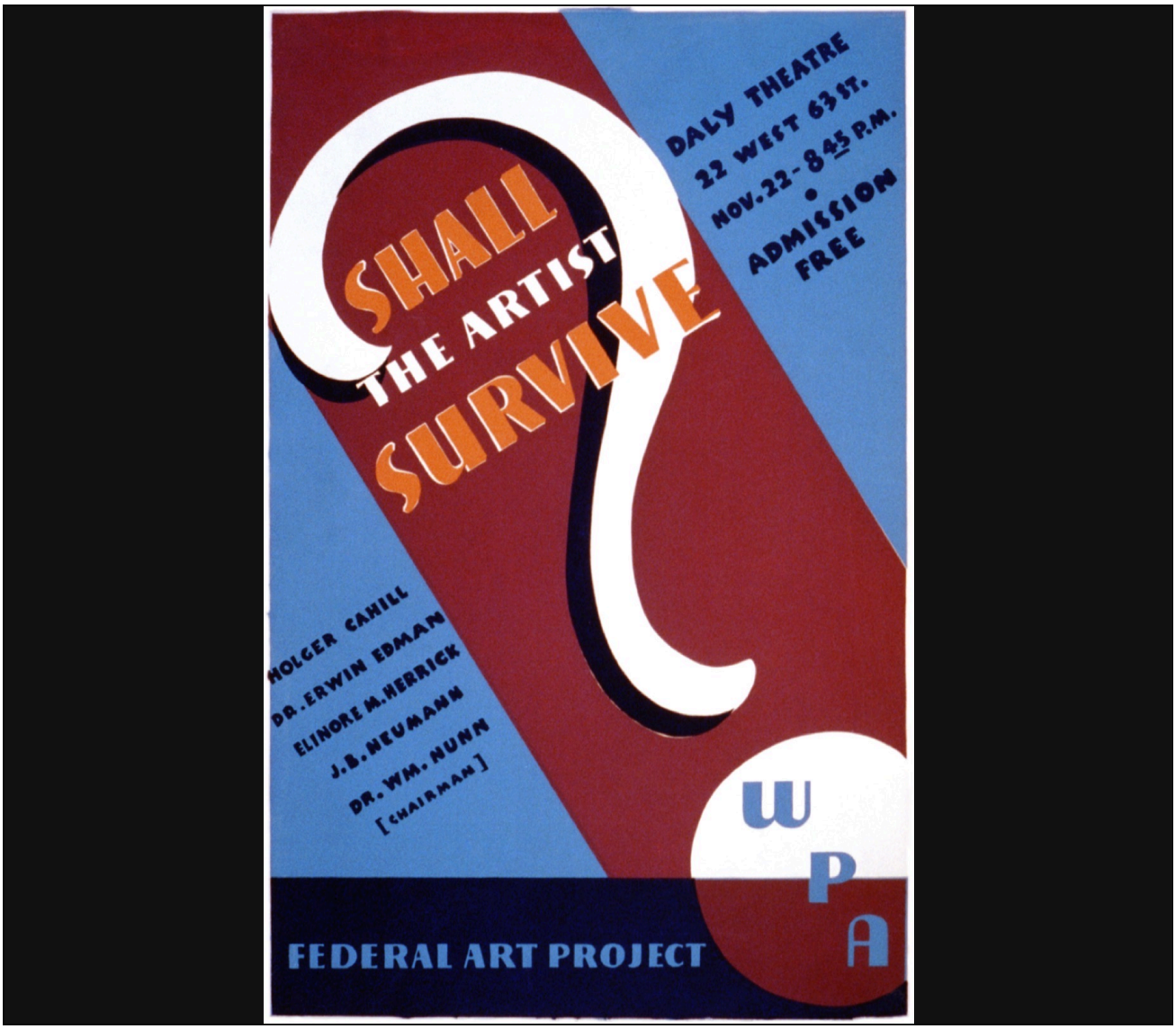
Na serigrafia, cada cor precisa de uma tela (matriz) separada e de uma passada de tinta. Quatro cores significam quatro telas, quatro gravações e mais tempo de produção, então o custo sobe a cada cor adicionada. Isso vale para cartaz serigrafado, camiseta, patch e ecobag.



Scrud123, Screen print squeegee hand bench (impressão de quatro camadas numa mesa manual), 2013. CC BY-SA 3.0. Fonte: Wikimedia Commons.

Para criar arte pensando em serigrafia:

- **Cores chapadas.** Cada cor é uma área sólida. Degradês e sombras suaves viram problema.
- **Tons médios com retícula.** Para simular cinza com uma cor só, use retícula (halftone): pontinhos que, de longe, parecem um tom.
- **Separe as cores em camadas.** Cada cor numa camada do arquivo, em preto 100%, facilita a gravação das telas.
- **Cuidado com o encaixe (registro).** Cores que se encostam podem desalinhar alguns milímetros na impressão. Evite detalhes finos que dependem de encaixe perfeito, ou deixe uma pequena sobreposição entre as cores.
- **O fundo é de graça.** A cor do tecido ou do papel entra na composição sem custo: camiseta preta com arte branca usa uma tinta só.




Federal Art Project (WPA), cartaz serigrafado Shall the Artist Survive?, Nova York, 1936. Domínio público (obra do governo dos EUA). Fonte: Wikimedia Commons, via Library of Congress.

**NA PRÁTICA**

A banda fictícia Lixo Atômico queria uma camiseta com a capa do disco, que tinha sete cores e degradês. Orçamento alto. Redesenharam a arte em branco e amarelo, com retícula no lugar dos degradês, sobre camiseta preta. Duas telas, custo bem menor, e a camiseta virou a mais vendida da banda.

CAPÍTULO V

# LOGO, CAPA, CARTAZ E FEED

Agora é aplicar tudo nas peças que sua banda realmente vai produzir.

## *Logo de banda*

Um bom logo de banda é reconhecível, reproduzível e versátil. Ele vai parar em lugares que você nem imagina: carimbo, adesivo de 5 cm, bumbo da bateria, avatar de 98 px no YouTube, backdrop de 3 metros.

**As três versões que você precisa ter:**

- **Principal:** a versão completa, com todos os detalhes, para capa, backdrop e camiseta grande.
- **Simplificada:** menos detalhes, traço mais grosso, ou só o símbolo ou as iniciais. Para avatar, adesivo pequeno, patch, palheta.
- **Monocromática:** uma cor só, sem degradê nem sombra, em versão preta (para fundo claro) e branca (para fundo escuro). É a que vai para carimbo, estêncil, serigrafia de uma cor e gravação.

**Vetor versus bitmap.** Um arquivo bitmap (JPG, PNG, a maioria dos arquivos de foto) é feito de pixels: ampliou demais, serrilha. Um arquivo vetorial (SVG, PDF, AI, EPS) é feito de curvas matemáticas: pode ir de 1 cm a 10 metros sem perder qualidade. O logo **precisa** existir em vetor. Se ele foi desenhado à mão, digitalize em alta resolução e vetorize (no Inkscape, a função de vetorizar bitmap ajuda; em logos complexos, redesenhar os contornos à mão costuma dar resultado melhor).

**EXERCÍCIO**

Teste de redução. Imprima seu logo com 2 cm de largura e cole na parede. Afaste-se três passos. Depois coloque a versão digital num quadrado de 100 por 100 pixels e veja na tela do celular. Se em algum dos casos ele vira uma mancha, você precisa de uma versão simplificada. Faça o mesmo teste com o logo em preto chapado: se ele depende de degradê ou sombra para existir, ainda não está pronto.

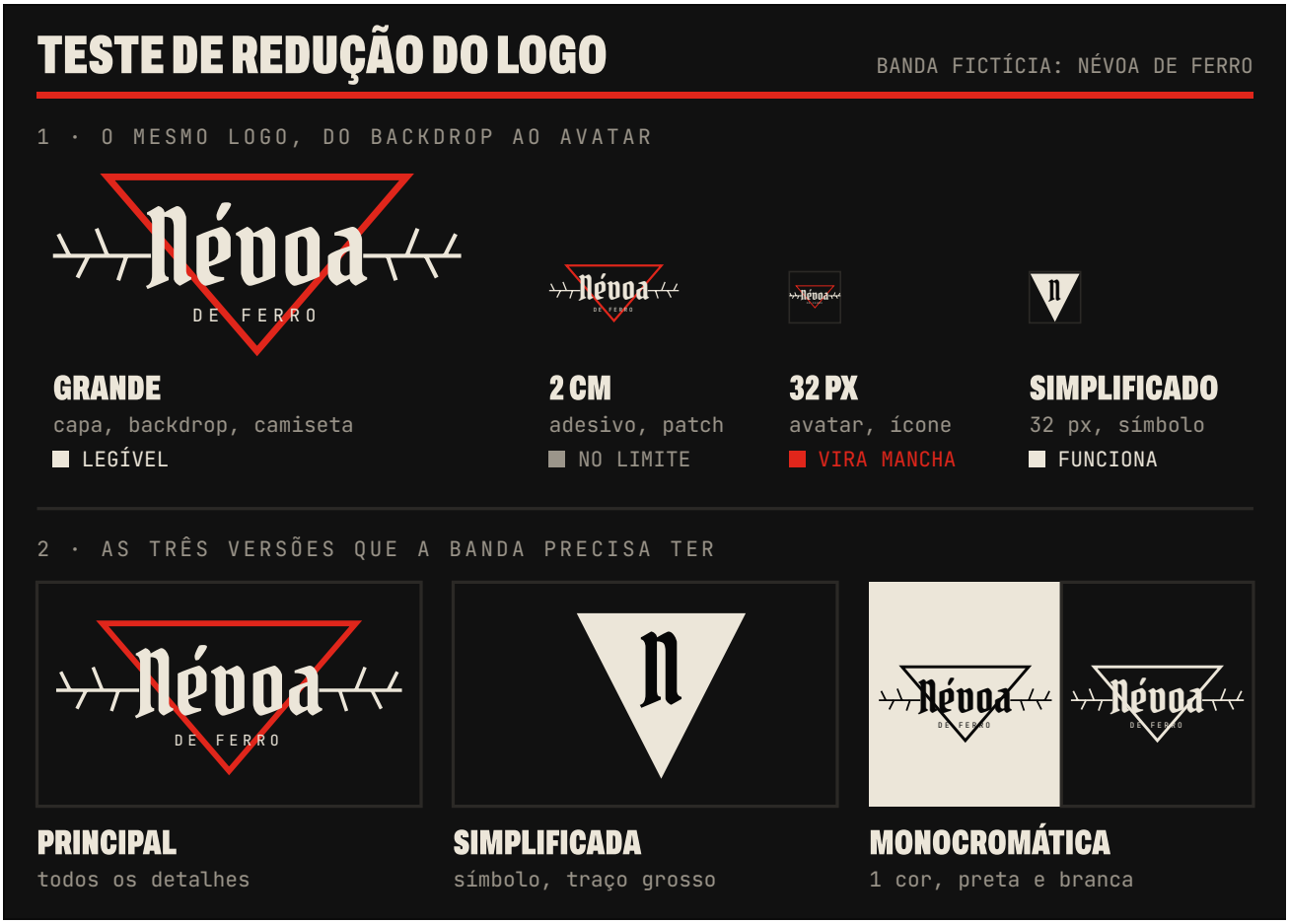



Diagrama: teste de redução e as três versões do logo, com a banda fictícia Névoa de Ferro. Fonte: NECROX.

**Arquivos que a banda deve ter na pasta:**

```
/logo
  logo-principal.svg
  logo-principal.pdf
  logo-principal-preto.png        (fundo transparente)
  logo-principal-branco.png       (fundo transparente)
  logo-simplificado.svg
  logo-simplificado-preto.png
  logo-mono-preto.svg
  logo-mono-branco.svg
  avatar-1500x1500.png
```

## *Capa de disco*

A capa é a peça que mais tempo fica no mundo. Ela vai aparecer em tamanho de selo postal na lista do streaming e, se você prensar vinil, em 31 cm de largura. Precisa funcionar nos dois extremos.

**Especificações digitais.** O padrão de mercado para capa em distribuidoras é uma imagem quadrada de 3000 x 3000 pixels, em RGB, JPG ou PNG. Mas cada distribuidora tem sua regra. Alguns exemplos documentados:

| PLATAFORMA | EXIGÊNCIA DE CAPA | OBSERVAÇÃO |
|---|---|---|
| iMusician | Quadrada, mínimo 3000 x 3000 px | Aceita apenas JPEG |
| Bandcamp | Quadrada, mínimo 1400 x 1400 px | “Quanto maior, melhor” |
| Padrão de mercado | 3000 x 3000 px, RGB | Confira sempre a sua distribuidora |

Crie sua capa em 3000 x 3000 px desde o início (ou maior, se for imprimir em vinil) e você atende a praticamente todos os casos.

**O que as distribuidoras costumam recusar.** A lista do iMusician é um bom resumo do que costuma dar problema em qualquer lugar: redes sociais, e-mails ou sites escritos na capa; preços e termos promocionais; datas; códigos de barras; logos de lojas ou plataformas; referências a formatos físicos (“CD”, “vinil”); imagens com direitos autorais sem licença; e texto que não bate com os metadados (nome da banda e do lançamento escritos de forma diferente do cadastro).

**Legibilidade em miniatura.** Abra o app de streaming no celular e veja o tamanho das capas na busca e nas playlists: menores que a unha do polegar. Nesse tamanho, só sobrevivem formas grandes, contraste forte e, no máximo, uma ou duas palavras.

- Teste a capa reduzida a 150 x 150 px antes de aprovar.
- Uma imagem central forte vence uma colagem de vinte detalhes.
- Escuro sobre escuro some. Capa toda preta com logo cinza-escuro some duas vezes.

**TÁTICA**

Para quem não é da cena, a capa é um cartaz em miniatura disputando atenção com milhares de outras. Coloque sua capa num print de tela ao lado das capas de lançamentos do mesmo gênero e da mesma semana. Se ela some, refaça. Se ela é a única coisa que você enxerga, aprove.

## *Cartaz de show*

O cartaz tem uma missão: fazer alguém que está passando parar, entender e lembrar. A hierarquia da informação é quase sempre a mesma:

1. **Quem:** a banda principal (ou o nome do evento).

2. **Quando:** dia da semana, data e horário.
3. **Onde:** nome da casa e, se couber, bairro ou cidade.
4. **Quanto e como:** preço, ponto de venda ou link do ingresso.
5. **O resto:** bandas de apoio, classificação etária, apoio cultural, realização.

**Tamanhos comuns.** O formato A segue a norma ISO 216, a mesma do A4 que você conhece.

| FORMATO | MEDIDA (MM) | PIXELS A 300 DPI | USO TÍPICO |
|---|---|---|---|
| A4 | 210 x 297 | 2480 x 3508 | Mural, balcão, fotocópia |
| A3 | 297 x 420 | 3508 x 4961 | Cartaz padrão de show |
| A2 | 420 x 594 | 4961 x 7016 | Lambe-lambe, cartaz grande |

Os valores em pixels são do tamanho final, sem sangria. Com 3 mm de sangria em cada lado, um A3 vira 303 x 426 mm (cerca de 3579 x 5031 px a 300 dpi).

**Sangria, margem de segurança e resolução.** Três conceitos que separam arquivo amador de arquivo que a gráfica aceita sem reclamar:

- **Sangria:** área extra além da linha de corte, geralmente 3 mm por lado (algumas gráficas pedem mais). Se a arte tem fundo ou imagem que vai até a borda, ela precisa ultrapassar o corte. O corte da guilhotina nunca é perfeito; sem sangria, aparece um filete branco na borda.
- **Margem de segurança:** área interna, também por volta de 3 a 5 mm a partir do corte, onde não deve haver texto nem elemento importante. Assim nada some se o corte variar um pouco.
- **Resolução:** 300 dpi no tamanho final de impressão é o padrão para imagens em gráfica. Aumentar uma imagem de 72 dpi baixada da internet para 300 dpi não cria detalhe nenhum, só cria uma imagem maior e borrada.

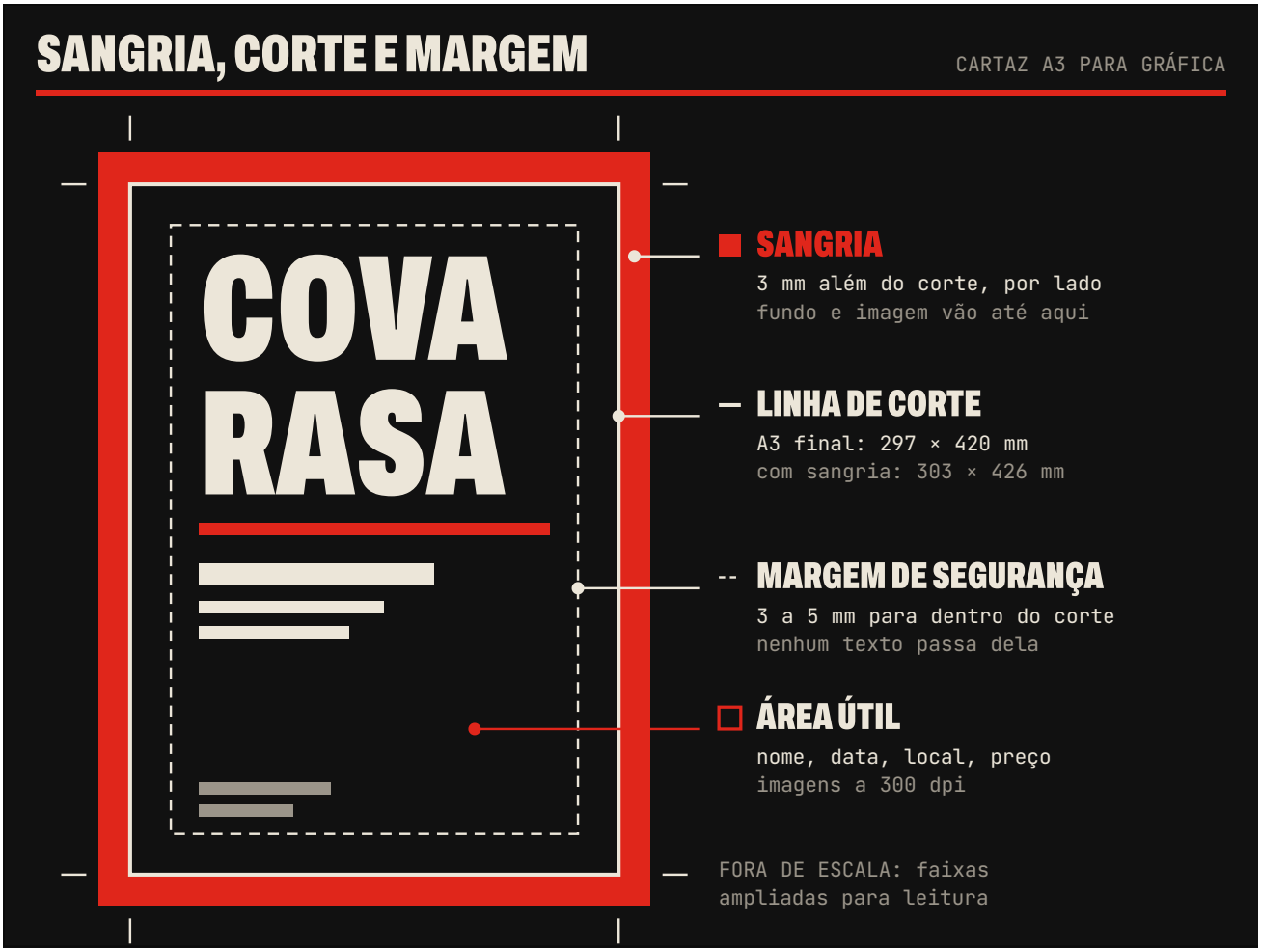



Diagrama: sangria, linha de corte, margem de segurança e área útil num cartaz A3 (fora de escala). Fonte: NECROX.

Cartaz de lambe-lambe e fotocópia tem outra lógica. Fotocópia não reproduz bem cinzas médios nem fundo preto chapado gigante (mancha e falha). Se o cartaz vai ser xerocado, pense em preto e branco puro, linhas grossas e retícula grossa, e teste uma cópia na própria máquina antes de rodar cem.

**EXERCÍCIO**

O teste dos três metros. Imprima seu cartaz em A4, cole na parede e ande para trás até três metros. Você consegue ler o nome da banda, a data e o local? Peça para alguém de fora da banda olhar por cinco segundos e dizer o que entendeu. Se a pessoa não souber dizer o dia do show, volte para a hierarquia.

## *Arte para redes*

No digital, trabalhe em RGB, exporte em PNG ou JPG de boa qualidade e lembre que quase todo mundo vai ver no celular, rolando rápido.

Os tamanhos abaixo foram conferidos em novembro de 2026 em fontes oficiais ou guias atualizados. Plataformas mudam formatos sem aviso, então confira antes de uma campanha grande.

| FORMATO | TAMANHO (PX) | PROPORÇÃO | OBSERVAÇÃO |
|---|---|---|---|
| Instagram feed retrato | 1080 x 1350 | 4:5 | Formato mais usado no feed |
| Instagram feed 3:4 | 1080 x 1440 | 3:4 | A grade do perfil mostra tudo em 3:4 |
| Stories e Reels | 1080 x 1920 | 9:16 | Deixe cerca de 250 px livres no topo e na base |
| Miniatura do YouTube | 3840 x 2160 (recom.) | 16:9 | Largura mínima de 640 px |
| Banner do YouTube | 2560 x 1440 (recom.) | 16:9 | Área segura de 1235 x 338 px no tamanho mínimo |
| Cabeçalho do Spotify | 2660 x 1140 (mín.) | cerca de 7:3 | Parte de baixo fica coberta pelo nome |
| Spotify Canvas | 1080 x 1920 | 9:16 | Vídeo de 5 a 8 segundos |

Dicas que valem para qualquer rede:

- **Área segura.** As interfaces cobrem partes da imagem com botões, nome de perfil e legenda. Mantenha texto e logo no centro.
- **Corte da grade.** No Instagram, a grade do perfil recorta as prévias em 3:4. Se a informação importante estiver nas bordas de um post 4:5, ela some na grade.
- **Série visual.** Para divulgar um show, crie um modelo fixo (mesmas fontes, mesma posição do logo, mesma cor de destaque) e troque só o conteúdo. Isso é a repetição do capítulo de fundamentos trabalhando para você.

CAPÍTULO VI

# ESTÉTICAS DO UNDERGROUND: INSPIRE, NÃO COPIE

A tradição visual da cena nasceu da falta de dinheiro e do excesso de urgência. Saber de onde ela vem te ajuda a usá-la com consciência, em vez de só imitar a superfície.

## *Colagem, xerox e o zine punk*

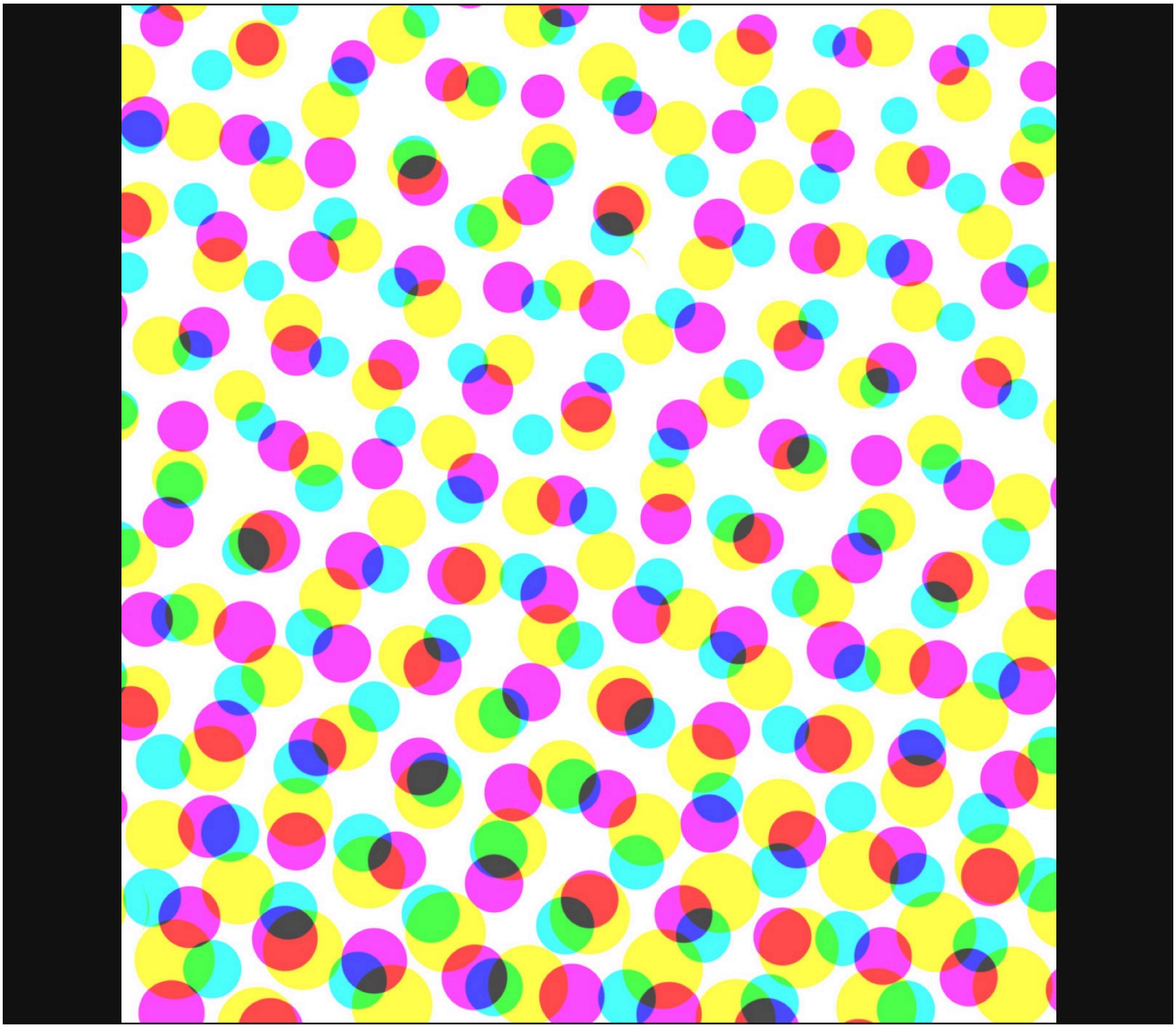
Nos anos 1970 e 1980, fanzines, flyers e capas punk eram feitos com tesoura, cola, letras recortadas de revistas e fotocopiadora. A fotocópia achatava tudo em preto e branco duro, estourava contrastes e gerava texturas de ruído. Essa limitação virou linguagem.

Jamie Reid, que criou peças visuais icônicas dos Sex Pistols, usava letras recortadas de manchetes de jornal no estilo “bilhete de sequestro”, técnica que já vinha do trabalho dele em publicações políticas. A capa do single “God Save the Queen” é um dos exemplos mais citados dessa estética.

Como usar hoje: recorte, cole, fotocopie e escaneie de verdade. Textura de processo real é difícil de falsificar com filtro.

## *Halftone (retícula)*

Retícula é a técnica de representar tons com pontos de tamanhos diferentes, usada na impressão de jornal e revista. Ampliada, ela vira textura gráfica: pontos grandes, visíveis, com cara de impresso barato. Combina com serigrafia (porque simula tons com uma cor só) e com fotocópia (porque sobrevive bem à reprodução). GIMP, Krita e Photopea têm filtros de retícula; teste ângulos e tamanhos de ponto diferentes.



Magica, Halftone screen (retícula em ciano, magenta e amarelo ampliada), 2020. CC BY-SA 4.0. Fonte: Wikimedia Commons.

## *Estêncil*

Estêncil é uma máscara recortada por onde se passa tinta. É barato, rápido, reproduzível e tem cara de rua. Para funcionar, a arte precisa de **pontes**: pequenas ligações que seguram as partes internas das letras e formas (o miolo do “O”, do “A”, do “B”). Sem ponte, o miolo cai e a letra vira uma mancha. Por isso as fontes de estêncil têm aqueles cortes característicos.

Com uma versão estêncil do logo, uma lata de spray vira gráfica: camiseta, case, capa de demo.

## *Construtivismo russo e propaganda*

O construtivismo soviético das décadas de 1910 e 1920 deu ao mundo uma gramática visual que a música pesada e o punk usam até hoje: diagonais fortes, formas geométricas, fotomontagem, tipografia pesada e a paleta vermelho, preto e branco.

O cartaz “Bata nos brancos com a cunha vermelha”, de El Lissitzky (1919), é um exemplo clássico: uma cunha vermelha penetrando um círculo branco, propaganda política feita quase só com formas abstratas. Alexander Rodchenko é outro nome central; a capa de *You Could Have It So Much Better*, do Franz Ferdinand, é modelada numa obra de Rodchenko de 1924 com Lilya Brik.




El Lissitzky, Bata nos brancos com a cunha vermelha (Klinom krasnym bei belykh), 1919. Domínio público. Fonte: Wikimedia Commons.

O que aprender com eles: diagonal gera movimento e tensão; poucas formas fortes bastam; texto pode ser elemento gráfico, não só legenda.

## *Raymond Pettibon e o Black Flag*

Raymond Pettibon é irmão mais velho de Greg Ginn, fundador do Black Flag e do selo SST Records. Foi ele quem sugeriu o nome Black Flag e desenhou o logo das quatro barras, uma bandeira ondulando estilizada. Seus desenhos em nanquim sobre papel, muitas vezes com frases ácidas e ambíguas, ilustraram flyers, capas e camisetas do Black Flag, dos Minutemen e de outras bandas do selo. Ele também fez a capa de *Goo*, do Sonic Youth (1990).

Lição: o logo das quatro barras prova que um símbolo simples, que qualquer um consegue desenhar com caneta numa mochila, se espalha muito mais do que uma ilustração complexa.

## *Black metal e Christophe Szpajdel*

O belga Christophe Szpajdel, apelidado de “Lord of the Logos”, estima ter desenhado mais de 10 mil logos, a maioria para bandas de black metal, death metal e dark ambient. O logo do Emperor (1992) é um dos mais conhecidos. Seu trabalho foi reunido no livro *Lord of the Logos: Designing the Metal Underground* (Gestalten, 2010).

O que estudar nos logos dele e na tradição do gênero: simetria rigorosa, uma silhueta geral forte (o logo “cabe” num triângulo ou num losango), ornamentos que nascem das próprias letras e o equilíbrio entre caos de detalhe e ordem de estrutura. É por isso que os melhores logos de black metal continuam reconhecíveis mesmo quando ninguém consegue ler.

## *Inspirar sem plagiar*

Existe uma diferença enorme entre referência e cópia:

- **Referência:** você estuda a técnica (diagonal construtivista, retícula grossa, colagem com letras recortadas, simetria do logo de black metal) e aplica ao seu conteúdo, com suas imagens e suas ideias.
- **Cópia:** você pega a composição, a imagem ou o desenho de alguém e troca o nome.

Método: junte de cinco a dez referências de épocas e artistas diferentes e anote o que te atrai em cada uma (cor, textura, tipografia, composição). Depois feche as referências e desenhe. Misturar fontes e trabalhar sem a imagem na frente transforma influência em estilo.

> **MITO**
>
> “Se eu mudar 30% da imagem, não é plágio.” Não existe porcentagem mágica na lei. O que importa é se a obra original é reconhecível na sua e se você tinha autorização para usá-la. Mudar a cor de uma ilustração alheia continua sendo usar uma ilustração alheia.

## *Direitos de imagem: não roube arte*

A Lei de Direitos Autorais brasileira (Lei 9.610/1998) protege desenhos, pinturas, gravuras, ilustrações e fotografias. Entre os direitos morais do autor está o de ter o nome, pseudônimo ou sinal indicado quando a obra é usada. Em resumo:

- **Imagem achada no Google não é livre.** Estar online não significa estar disponível para uso.
- **Contrate artistas e pague.** Combine por escrito o que está sendo vendido: só a capa digital, ou também uso em camiseta, cartaz e vinil? Por quanto tempo? Exclusivo ou não? Um e-mail claro com valores e usos já protege as duas partes.
- **Credite sempre.** Na ficha técnica do lançamento, na descrição do Bandcamp, na legenda do post. Crédito não substitui pagamento, mas é obrigação e é educação.
- **Use bancos com licença clara.** Imagens sob licenças Creative Commons podem ser usadas conforme as condições de cada licença; atenção especial às que proíbem uso comercial (NC) ou exigem atribuição (BY).
- **Fotos de pessoas.** Se a foto mostra alguém identificável (público do show, modelo da capa), peça autorização por escrito para uso de imagem, principalmente em capa e merch.

**CUIDADO**

O Canva permite criar coisas rápidas, mas o próprio Canva explica, nas suas páginas sobre licenciamento, que conteúdos da biblioteca dele (Free ou Pro) não podem ser usados como marca registrada, com exceção de fontes, formas simples e linhas. Como a biblioteca é compartilhada por milhões de pessoas, seu “logo” pode ser igual ao de outra banda. Logo de banda feito a partir de elemento pronto do Canva é uma péssima ideia.

CAPÍTULO VII

# FERRAMENTAS E FECHAMENTO DE ARQUIVO

Você não precisa de assinatura cara para fazer design de banda. Precisa saber qual ferramenta serve para quê e como entregar o arquivo do jeito que a gráfica quer.

## *Ferramentas gratuitas*

| FERRAMENTA | TIPO | MELHOR PARA |
|---|---|---|
| Inkscape | Vetor, código aberto | Logo, vetorização, cartaz tipográfico |
| GIMP | Imagem bitmap, código aberto | Tratamento de foto, textura, retícula |
| Krita | Pintura digital, código aberto | Ilustração, desenho de logo à mão |
| Photopea | Editor no navegador | Abrir PSD, edição rápida sem instalar |
| Figma (plano gratuito) | Design no navegador | Posts em série, modelos, colaboração |
| Affinity | Vetor, imagem e diagramação | Fluxo profissional completo, gratuito |
| Canva | Modelos prontos online | Posts rápidos, com as ressalvas acima |

Notas importantes:

- **Inkscape** é a melhor porta de entrada para vetor, mas a exportação de PDF nativa dele trabalha em RGB. Se a gráfica exige CMYK, uma saída comum é levar o arquivo para o Scribus (diagramador gratuito) e exportar em PDF/X de lá, ou perguntar se a gráfica faz a conversão.
- **GIMP** chegou à versão 3.0 em março de 2025, com suporte melhorado a CMYK na importação, exportação e prova de cor na tela, embora a edição continue sendo em RGB.
- **Figma** tem plano gratuito com limite de arquivos de design compartilhados; confira os limites atuais na página de planos.
- **Affinity** mudou bastante. Depois de ser comprada pelo Canva, relançou em outubro de 2025 um aplicativo único que junta os antigos Designer (vetor), Photo (imagem) e Publisher (diagramação). Segundo o site oficial, ele é gratuito para uso individual e roda em Mac, Windows e iPad; exige uma conta Canva, e só os recursos de inteligência artificial dependem de plano pago do Canva. Para banda, é hoje a opção gratuita mais completa para fechar arquivo de gráfica.
- **Canva** resolve post de última hora, mas lembre do alerta sobre logos no capítulo anterior.

**TÁTICA**

Divida o trabalho por ferramenta. Logo e símbolos vivem no Inkscape ou no Affinity (vetor); fotos e texturas passam pelo GIMP ou Krita; modelos de posts ficam no Figma, onde qualquer integrante troca a data sem quebrar o layout. Assim ninguém exporta o logo de um print de tela.

## *Arquivo para gráfica: o fechamento*

"Fechar arquivo" é preparar a arte para a gráfica imprimir sem surpresas. Cada gráfica tem suas especificações, e a regra número um é: **baixe o gabarito ou a ficha técnica da gráfica antes de começar a arte**, não depois.

**PDF/X.** É uma família de padrões ISO de PDF feita para impressão. Os mais pedidos:

- **PDF/X-1a:** só aceita CMYK e cores especiais, sem RGB. Transparências precisam ser achatadas. É o mais restritivo e o que menos dá surpresa em gráficas tradicionais.
- **PDF/X-4:** aceita transparência viva e cores com gerenciamento por perfil ICC, inclusive RGB com perfil. Mais moderno e flexível, mas confirme se a gráfica aceita.

**Fontes convertidas em curvas.** Antes de gerar o PDF final, converta todo o texto em curvas (contornos). Assim a gráfica não precisa ter a fonte instalada e nada é trocado por outra fonte. No Inkscape, o comando é "Objeto para caminho". Guarde **sempre** uma cópia do arquivo com o texto editável: depois de convertido, corrigir um erro de digitação vira um pesadelo.

**Imagens.** Todas em 300 dpi no tamanho em que vão ser impressas, incorporadas ao arquivo (não apenas vinculadas).

**Preto rico versus preto 100% K.** Em CMYK, o preto "puro" é K100 (só tinta preta). Em grandes áreas, ele pode sair meio acinzentado. Por isso existe o **preto rico**: K100 com um pouco de outras cores por baixo, o que dá um preto mais profundo. Não existe receita universal. Exemplos de receitas usadas por gráficas: C40 M0 Y0 K100, ou C50 M30 Y30 K100. Pergunte qual a sua gráfica prefere e qual o limite de carga total de tinta. Duas regras não mudam:

- **Texto pequeno e linhas finas sempre em K100 puro.** Em preto rico, qualquer desalinhamento entre as chapas deixa um contorno colorido em volta das letras.
- **Nunca use C100 M100 Y100 K100** (o "preto registro"), que é carga de tinta máxima: borra, demora a secar e pode ser recusado.

```
FICHA DE FECHAMENTO - CARTAZ A3
------------------------------------------------
Formato final:   297 x 420 mm
Sangria:         3 mm por lado (confirmar)
Margem segura:   5 mm
Cor:             CMYK (perfil indicado pela gráfica)
Imagens:         300 dpi no tamanho final
Pretos:          texto em K100; fundo em preto rico
Fontes:          convertidas em curvas
Saída:           PDF/X-1a ou PDF/X-4 (confirmar)
Marcas de corte: só se a gráfica pedir
Nome do arquivo: covarasa_cartaz_a3_v3_final.pdf
```

**NA PRÁTICA**

A banda fictícia Sindicato do Caos mandou um cartaz para a gráfica com o fundo preto em K100 e o texto pequeno em preto rico. Resultado: fundo acinzentado e letras com borda azulada. Na reimpressão inverteram (fundo em preto rico, texto em K100) e o problema sumiu. Custou uma tiragem aprender o que cabe num parágrafo.

CAPÍTULO VIII

# CHECKLIST FINAL

Antes de enviar qualquer arte para a gráfica ou para a distribuidora, passe por esta lista:

- [ ] A hierarquia está clara: em três segundos dá para saber quem, quando e onde.
- [ ] A peça usa no máximo duas famílias tipográficas.
- [ ] Todas as fontes têm licença que permite uso comercial (OFL ou licença comprada).
- [ ] Nome da banda, título, data, local e preço foram revisados por outra pessoa.
- [ ] O logo usado é o arquivo vetorial original, não um print ou JPG ampliado.
- [ ] Todas as imagens têm 300 dpi no tamanho final de impressão.
- [ ] O arquivo está no tamanho certo, com sangria de 3 mm (ou a que a gráfica pediu).
- [ ] Nenhum texto ou elemento importante está na margem de segurança.
- [ ] As cores estão em CMYK (ou a gráfica confirmou que faz a conversão).
- [ ] Texto pequeno está em K100 puro; fundos grandes em preto rico conforme a gráfica.
- [ ] As fontes foram convertidas em curvas, e existe uma cópia editável guardada.
- [ ] O PDF foi exportado no padrão pedido (PDF/X-1a ou PDF/X-4).
- [ ] A capa digital tem 3000 x 3000 px, sem link, preço, data ou código de barras.
- [ ] Toda arte de terceiros foi paga, autorizada por escrito e creditada.

CAPÍTULO IX

# RECURSOS E REFERÊNCIAS

- The Non-Designer's Design Book (Pearson) (https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/non-designer-s-design-book-the/P200000000691/9780133966343) - o livro dos quatro princípios.
- Google Fonts (https://fonts.google.com) - fontes abertas e gratuitas.
- SIL Open Font License - FAQ (https://openfontlicense.org/ofl-faq/) - o que a licença OFL permite.
- Velvetyne (https://velvetyne.fr) - fontes livres experimentais.
- The League of Moveable Type (https://www.theleagueofmoveabletype.com) - fontes abertas.
- Font Squirrel (https://www.fontsquirrel.com) - fontes para uso comercial.
- Pantone (https://www.pantone.com) - sistema de cores especiais.
- Serigrafia (Wikipedia) (https://pt.wikipedia.org/wiki/Serigrafia) - processo e histórico.
- iMusician: que tipo de capa você deve usar (https://imusician.pro/pt/suporte/faqs/artigo/que-tipo-de-capa-voce-deve-usar) - requisitos de capa e o que é recusado.
- Bandcamp: design tutorial (https://get.bandcamp.help/en/articles/15263106-bandcamp-design-tutorial) - capa e página da banda.
- ONErpm: tamanhos de imagem para plataformas de música (https://blog.onerpm.com/tips-tricks/image-sizes-for-music-platforms/) - tamanhos de perfil e cabeçalho por plataforma.
- YouTube: miniaturas personalizadas (https://support.google.com/youtube/answer/72431?hl=pt-BR) - especificações de miniatura.
- YouTube: branding do canal (https://support.google.com/youtube/answer/10456525?hl=pt-BR) - banner e foto de perfil.
- Buffer: tamanhos de imagem do Instagram (https://buffer.com/resources/instagram-image-size/) - feed, Stories, Reels e grade (2026).
- PDF/X (Wikipedia) (https://en.wikipedia.org/wiki/PDF/X) - os padrões de PDF para impressão.
- Inkscape (https://inkscape.org) - vetor, código aberto.
- GIMP (https://www.gimp.org) - imagem, código aberto.
- Krita (https://krita.org) - ilustração, código aberto.
- Photopea (https://www.photopea.com) - editor no navegador.
- Figma: planos (https://www.figma.com/pricing/) - limites do plano gratuito.
- Affinity (https://www.affinity.studio) - site oficial.
- MacRumors: Canva relança o Affinity gratuito (https://www.macrumors.com/2025/10/31/canva-relaunches-affinity-free-app/) - o relançamento gratuito de 2025.

- Lei 9.610/1998 (Planalto) (https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm) - Lei de Direitos Autorais.
- Licenças Creative Commons (https://creativecommons.org/licenses/) - tipos de licença.
- Beat the Whites with the Red Wedge (Wikipedia) (https://en.wikipedia.org/wiki/Beat_the_Whites_with_the_Red_Wedge) - cartaz de El Lissitzky.
- Jamie Reid (Wikipedia) (https://en.wikipedia.org/wiki/Jamie_Reid) - visual dos Sex Pistols.
- Raymond Pettibon (Wikipedia) (https://en.wikipedia.org/wiki/Raymond_Pettibon) - Black Flag e SST.
- Christophe Szpajdel (Wikipedia) (https://en.wikipedia.org/wiki/Christophe_Szpajdel) - o “Lord of the Logos”.
- El Lissitzky, Beat the Whites with the Red Wedge (Wikimedia Commons) (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Beat_the_Whites_with_the_Red_Wedge.jpg) - imagem do cartaz, domínio público.
- Bíblia de Gutenberg, Gênesis (Wikimedia Commons) (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Gutenberg_Bible_B42_Genesis_cropped.jpg) - página em letra gótica, domínio público.
- Screen print squeegee hand bench (Wikimedia Commons) (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Screen_print_squeegee_hand_bench.jpg) - foto de serigrafia, CC BY-SA 3.0.
- WPA, Shall the Artist Survive? (Wikimedia Commons) (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:WPA-Forum-for-Artists-poster-1936.jpg) - cartaz serigrafado de 1936, domínio público.
- Halftone screen (Wikimedia Commons) (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Halftone_screen.jpg) - retícula ampliada, CC BY-SA 4.0.

# Faça barulho.

## NINGUÉM VAI FAZER POR VOCÊ.

---

NECROX — UM PROJETO M3INK, UM ATO DE AMOR AO ESQUISITO
USEREXPERIENCE.COM.BR/NECROX / CC BY-NC-SA 4.0 / COPIE, COLE, ESPALHE

Por Wellington Oliveira da Mota (M3Ink), Brasília-DF · Publicado em novembro de 2026 · Grátis, sem cadastro, sem cookies · CC BY-NC-SA 4.0 · userexperience.com.br/necrox/