

Tinindo, Trincando:

Jorge Luís Caê Rodrigues²

O DESIGN GRÁFICO NO TEMPO DO DESBUNDE

Resumo

A partir das mudanças provocadas pela Tropicália, nos cenários social e cultural do Brasil, no fim dos anos 60, verifica-se sua influência no caminho que tomaria o *design* das capas de discos dali até o fim dos anos 70. O artigo tem por objetivo contextualizar o que ficou conhecido como pós-Tropicália ou Contracultura, seu desdobramento no comportamento social da juventude brasileira e seu reflexo no design das capas de discos durante a ditadura militar. Apesar do momento crítico que se vivia, artistas e *designers* traduzem nas capas de discos sonhos e desejos de centenas de jovens. Surge um *design* inovador, audacioso e quiçá pós-moderno.

Abstract

The changes brought on by the Tropicália movement in the social and cultural scene in Brazil at the end of the 1960s influenced the direction record-cover design would take from that time until the end of the 1970s. This article seeks to contextualize the Post-Tropicália or Counter Culture movement and its impact on the social behavior of Brazilian youth and its reflection on album cover design during the military dictatorship. In spite of the bleak moment people were living, artists and designers put the dreams and desires of hundreds of young people on the covers of records. A daring, innovative and perhaps even post-modern design was born.

Palavras-chave

Design gráfico; capas de disco; MPB.

Key words

Graphic design; album covers; MPB.

¹ Título da música de Moraes e Galvão. Som Livre, 1972.

² Graduado em Comunicação Visual pela UFRJ, em 1980. Trabalhou como designer em várias empresas até 1993 quando fundou a Plug Comunicações. A agência tinha entre seus clientes a Revista Backstage, o CCBB, entre outros. Tem o Curso Especial de Licenciatura em Artes pelo Instituto Metodista Bennett. É mestre em *design* pela PUC/Rio. Atualmente é professor no Curso Técnico em *Design* Gráfico do Senai – Artes Gráficas, na UniGranrio, no Centro Federal Tecnológico de Química e doutorando em Literatura Comparada pelo Instituto de Letras da UFF. E-mail: cae_rodrigues@globo.com.

Os anos 60 ficaram conhecidos como os das grandes transformações. Nessa década, assistiu-se a um fenômeno de dimensões sociais e culturais até então nunca visto. Em muitos “países industrializados, em particular os anglo-saxões, a juventude começou a negar todo o modo de vida ocidental, abandonando suas tradições tidas como mais firmes e contestando quase todos os seus valores, mesmo os mais sagrados”. (MACIEL, 1987, p. 109). Neste artigo pretendo, a partir do panorama brasileiro desse momento histórico, tratar de suas repercussões no campo do *design* gráfico dos anos 70, especificamente, nas capas de discos da época.

A década de 60, sobretudo na Europa, é caracterizada por forte tendência de orientação pragmática e funcional, o ultra-racionalismo de *Ulm*, para o qual a “boa forma” seria o resultado de uma “fórmula”. No fim da mesma década, o desconforto resultante de tal processo começa a provocar reações – a Contracultura e todo questionamento da racionalidade que levou aos anos 60 o risco de serem os últimos da humanidade: guerra fria e forte possibilidade de destruição nuclear. Levanta-se a discussão sobre as funções sociais do design. Contra a “estética dos engenheiros” impõe-se então uma nova maneira, mais imaginativa, mais lúdica, de tratar a forma. Pode-se afirmar que o cenário da “década de 60” foi composto, entre outros elementos, pelos desdobramentos do movimento *beat* dos anos 50, do existencialismo do pós-guerra e das novidades libertárias dos anos 20. Ainda que pareça que a década nada tenha inaugurado de novo, seu destaque sociológico reside na confluência de idéias, as quais, vindas das mais diferentes esferas, configurarão o imaginário revolucionário daquele momento. O emprego maciço dos novos meios de comunicação, os satélites de telecomunicação, entre outros, afetam de forma profunda as relações entre os povos. É o início da “aldeia global” e das diferentes formas de protesto.

O ano de 1968 apresenta-se como um divisor de águas na política internacional – a ofensiva Tet na guerra do Vietnã em janeiro; o assassinato de Martin Luther King em abril; a greve geral e protesto dos estudantes em Paris em maio; a intervenção dos estudantes de Berkeley – USA em julho; a invasão da Checoslováquia pelas forças do Pacto de Varsóvia em agosto; o rompimento feito pelos *hippies*; a Convenção Nacional do Partido Democrata em Chicago, no mês de agosto. O ativismo político cresce dentro de vários setores da sociedade: *Feministas*, *Maoístas*, *Trokistas*, *Gays*, *Blacks* tornam-se vozes eloqüentes de protesto.

No Brasil, a década de 60 traz a mudança da capital da República, a esperança da emancipação nacional em inédito projeto político, econômico e social, projeto que seria ceifado pelo golpe de 64. Em março de 68, após o assassinato do estudante

Edson Luís, o protesto contra o regime militar amplia-se; em junho do mesmo ano, é realizada a “Passeata dos Cem Mil”, considerada o ápice desses protestos. Esse tipo de protesto será rapidamente coibido, mas os efeitos dessa luta marcarão as próximas décadas.

No Brasil, o Movimento Tropicalista foi o último grande arauto cultural e político, que, emergindo em 1967, influenciou toda uma geração. Ele abriu novos caminhos para os cenários musical e estético, além de revitalizar a discussão do imaginário brasileiro.

A partir das capas de discos criadas de 1972 em diante, e por meio da análise de aspectos do comportamento social daquela época, busco estabelecer parâmetros para classificar e analisar alguns importantes exemplos dessa produção gráfica. Para os Estudos Culturais, referência teórico-metodológica deste artigo, o significado de cultura é amplo, envolvendo toda a produção de sentido, sobretudo os que oferecem as práticas cotidianas; dessa maneira, relativiza a tradição elitista de “cultura”. Como diz Agger (1992), “os defensores dos estudos culturais não falam apenas de uma cultura, mas, ao invés disso, freqüentemente, falam de culturas que muitas vezes se entrecruzam – culturas de classe, raça, gênero, entre outras”. As capas de discos, além de espelhar a visualidade dos aspectos que os Estudos Culturais privilegiam, refletem um período de poucas alegrias e muitas tristezas, mas de enorme criatividade. Música e *design* ajudam a escrever a história de uma década. Um *design* que, a partir do início da década, por diversos motivos, rompe com o funcionalismo, legitimando assim uma “linguagem estética popular marginalizada pelo discurso do racionalismo funcionalista”. (BONFIM, 1998).

Estariam, também, nas capas da pós-Tropicália, os indícios do que viria a ser conhecido como *design* pós-moderno? As mudanças que a Tropicália trouxe seriam o acontecimento da pós-modernidade brasileira?

As capas de discos, além de espelhar a visualidade dos aspectos que os Estudos Culturais privilegiam, refletem um período de poucas alegrias e muitas tristezas, mas de enorme criatividade.

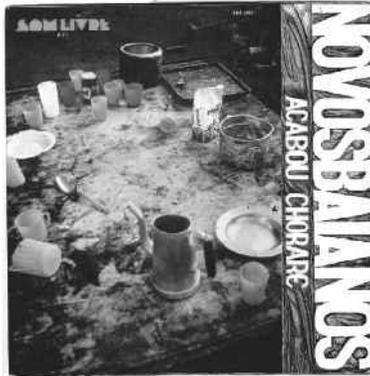


Figura 1

Design gráfico como expressão da juventude

Apesar do progresso e da industrialização, a sociedade, na década de 60, permaneceu presa a seus valores morais arcaicos, motivos de grande insatisfação na juventude, principalmente da classe média. “É dentro desse contexto que surge uma cultura própria da juventude, reflexo de suas tendências comportamentais de revolta, expressa principalmente pela música, de forma individualizada ou em pequenos grupos.” (BRANDÃO; DUARTE, 1990). A indústria da música *pop* foi o fator que mais influenciou essas mudanças, gerando a simbolização da cultura da juventude. Nesse contexto, o *design* gráfico teve um papel bastante significativo.

Durante o fim dos anos 50 e o começo dos anos 60, artistas como Elvis Presley e Ricky Nelson já dominavam a cena internacional da música *pop*. Mas foi com o surgimento dos Beatles, em 1962, e o fenômeno da beatlemania, que a música *pop* mundializou-se. Por conta das possibilidades mercadológicas oferecidas pelo fenômeno da popularidade dos Beatles foi criada uma verdadeira indústria de *design* para sua imagem, que incluía desde canetas a pequenos bonecos, de meias a camisas, de pôsteres a papel de parede. “O *design* gráfico especialmente vai ter uma importância muito grande neste contexto, sendo ele mais acessível e um versátil meio de expressão – visivelmente ubíquo na forma de posters, capas de discos, embalagens, revistas e efêmeros.” (JOBILING; CROWLEY, 1996, p. 212). Ou como escreveu Nigel Whiteley em seu livro: *1966 and all that*, “era acima de tudo o *design* gráfico da década de 60 que codificava o que “era ser jovem”. (Apud JOBILING; CROWLEY, 1996). Foi essa juventude que adotou o *rock 'n' roll* como ritmo de vida. Uma maneira nova de pensar as coisas, a sociedade e o comportamento. Essa juventude exibiu como característica predominante do ideário da época o “questionamento radical a todas as formas de poder e a todas as autoridades constituídas”. (SALÉM, 1991, p. 64).

Contesta-se tudo. Surgem comunidades alternativas anárquicas, bucólicas, artesanais e vegetarianas. Como explica Maciel (1987), na raiz interna, o inconformismo era existencial. Não era apenas a sociedade que estava errada; era o jeito como a gente vivia. A palavra de ordem era a liberdade.

Foram muitas as formas de procurar a liberdade. A sexualidade em todas as suas formas, o culto às drogas, principalmente os alucinógenos, as influências do misticismo oriental, as medicinas alternativas, a preocupação com a ecologia, a busca por uma vida alternativa, comunidades *hippies*, tudo isso parecia ser o caminho para se atingir o autoconhecimento, uma maneira que se acreditava segura de, por meio da experiência de novas sensações, se libertar. A essa concentração de fenômenos sociais, alguns analistas sociais deram o nome de Contracultura.

Antagônicas às qualidades opressivas da racionalidade técnico-burocrática de base científica manifesta nas formas corporativas e estatais monolíticas e em outras formas de poder institucionalizado, as contraculturas exploram os domínios da auto-realização individualizada por meio de uma política distintivamente “neo-esquerdista” da incorporação de gestos antiautoritários e de hábitos iconoclastas (na música, no vestuário, na linguagem e no estilo de vida) e da crítica da vida cotidiana. (HARVEY, 2000, p. 44).

O *design* registraria a visualidade desses gestos e hábitos. Um dos *designs* mais famosos dessa época é o **logo** feito pelo *designer* inglês John Pasche, erroneamente atribuído a Andy Warhol, a partir da boca sensual e lasciva de Mick Jagger. De acordo com George Melly (1999), a “contracultura” é a primeira explosão *pop* a apresentar uma linguagem gráfica específica (podemos observar as formas lembrando cogumelos, a boca de sino, a tipografia, no caso a Hobo, Homeward Bound, etc.). A contracultura conscientemente desenvolve a representação gráfica de seu imaginário paralelamente com suas produções musicais, literárias e filosóficas. O *design*, nesse contexto, marca o seu papel de tradutor e mantenedor da sociedade na qual ele se inscreve.



Figura 2

A primeira grande mudança no contexto sociocultural brasileiro iniciou em 1967, a já mencionada Tropicália, movimento basicamente musical, que durou menos de dois anos. Em dezembro de 1968, duas semanas após a promulgação do Ato Institucional n. 5, que radicalizou o cerceamento da sociedade brasileira, os criadores da Tropicália, Caetano Veloso e Gilberto Gil, são presos e expulsos do Brasil. Entretanto, o que haviam deflagrado deixou marcas e abriu importantíssimos caminhos para a cultura brasileira.

É nessa época que começam a chegar ao País informações sobre a Contracultura européia e americana. Ganham destaque na mídia os debates sobre o uso das drogas, sobre a psicanálise, as políticas do corpo, a criação dos circuitos alternativos, as ações e produção dos poetas *beats* americanos, do feminismo, do *gay power*, do *black power*. A juventude da pós-Tropicália, inconformada diante da repressão e do conservadorismo vigente no País, conforme Heloísa Hollanda (1981), vai desconfiar da direita e da esquerda ortodoxas, radicalizando a crítica comportamental e fortalecendo um novo tipo de atuação, já presente na Tropicália, que privilegia a intervenção múltipla, guerrilheira, diversificada e de tom anarquista nos canais de sistema. Para Shelton Waldrep (2000), nos anos 70, continua a tentativa da década de 60 de abraçar as mudanças sociais e formais: “os anos 70 são tanto o produto da visão de uma geração de si mesma quanto os sintomas de uma série de momentos históricos. Os anos 70 – a década da busca do “eu”.

Em janeiro de 1972, após dois anos vivendo em Londres, Caetano e Gil retornam do exílio. No calor do Hemisfério Sul, encontram uma juventude ligada aos movimentos globais. Herdeira do legado da Tropicália, essa juventude reagia ao regime político como podia, inventando modos novos de encarar a repressão, buscando, de forma inédita, a liberdade por meio da ação do corpo, do sexo, da mente, e das drogas. O movimento tropicalista tinha acabado (será?), mas suas idéias tinham sido incorporadas e aglutinadas, por essa juventude, a todas as manifestações artísticas que viria a produzir.

A juventude vivia o “desbunde”. Estar à margem era uma questão capital. Fatal. Vivia-se a Contracultura. Uma contestação da sociedade ocidental como um todo. Reivindicava-se uma



Figura 3

“Os anos 70 são tanto o produto da visão de uma geração de si mesma quanto os sintomas de uma série de momentos históricos. Os anos 70 – a década da busca do “eu”

liberdade individual mais ampla. O *rock n'roll*, já totalmente assimilado pela juventude, era mais que simples acordes distorcidos das guitarras elétricas. Ele tinha se transformado em uma atitude perante a vida, onde sexo e drogas eram protagonistas. Esoterismo, orientalismo, naturalismo e outros “ismos” faziam participações especiais.

Surgem, nessa época, no Brasil e no mundo, jornais alternativos que anunciam esse novo modo de vida. Na Bahia surge o *Verbo Encantado*; no Rio, os jornais a *Flor do Mal* e *Presença*. É publicado, também, no Rio, o primeiro e único número da revista *Navilouca*. Essas publicações anunciavam a nova “era”. Gilberto Gil (1993) pontua a influência dessas novidades no seu trabalho: “A Contracultura, produto novo e instigante no campo político-cultural, os movimentos e manifestações de caráter trans ou neo-religioso, o psicodelismo, tudo isso era nosso material.” (GIL apud SUKMAN, 1996, O Globo, Segundo Caderno, p. 1 e 2).

O *design* gráfico dos periódicos “marginais”, juntamente com as capas de discos dos artistas que se envolveram direta ou indiretamente com todos esses assuntos, vai refletir o comportamento social da juventude pós-Tropicália. Com influências que vão do concretismo ao psicodelismo, utilizando-se de signos orientais, absorvendo todos os valores da contracultura e de todas as linguagens artísticas surgidas no fim dos anos 60, abrem-se espaços onde Hélio Oiticica, Lúcia Clark, Antônio Dias, entre outros, vão plasmar essa nova estética. O *design* gráfico das capas de discos da MPB do pós-Tropicália, seguindo a linha evolutiva das capas tropicalistas (RODRIGUES, 2006), foi uma possibilidade de romper com as “formas geométricas retilíneas e com os tons acromáticos, características

da tradição de *Ulm*". (NIEMEYER, 1997, p. 20). Foi no inesquecível ano de 68 que os próprios alunos e professores resolveram acabar com a escola de *Ulm*. Mudanças estavam acontecendo: "Coloridos, irreverentes e assumidamente artísticos, a obra [desse período] marca um ponto importante de ruptura com os valores vigentes do Estilo Internacional" (DENIS, 2000, p. 181), fazendo com que surgisse um *design* ousado, transgressor, biscoito fino.

É interessante sublinhar a participação de artistas plásticos ou literários na confecção dessas capas. A partir da chegada do *long-play* no Brasil, surgiu um novo mercado de trabalho na indústria gráfica. Durante muitos anos a ilustração e/ou a foto-montagem foi a técnica corrente mais utilizada para os projetos das capas, e os artistas plásticos foram as pessoas mais procuradas pelas agências responsáveis por esse tipo de trabalho. Di Cavalcanti, Darcy Penteado, Lan, entre outros, foram alguns dos responsáveis pela grande produção do início ao fim dos anos 50. A Tropicália vai também trazer artistas plásticos para a confecção de suas capas, mas, dessa vez, fazendo a concepção total do objeto "capa de disco", da embalagem do fonograma como "veiculador de idéias". (FIGUEIREDO, 2000). Hélio Oiticica, Rogério Duarte, Wally Salomão, Luciano Figueiredo, Oscar Ramos, Rubens Gershman, entre outros, serão os *designers* das capas de discos de Gal Costa, Jorge Mautner, Ney Matogrosso, Caetano Veloso, Gilberto Gil, entre outros artistas, que tiveram sua carreira consolidada nos anos 70.

A partir dos anos 70, com a ESDI já estabelecida como templo do *design*, ou melhor, do "Desenho Industrial", as possibilidades de um *design* brasileiro que pudesse solucionar as necessidades da indústria no Brasil, podem ser vistas nos 13 cursos de graduação que surgem entre 71 e 75. Conforme Bonfim (1998), duas correntes estéticas vão surgir: a primeira, valorizando a humanização da técnica e formando



Figura 4

um bom gosto na população; a segunda, decepcionada com o *design* como meio de superar os problemas sociais e econômicos de um Brasil vivendo uma ditadura. De qualquer forma, essas duas tendências mantiveram-se distantes das manifestações culturais brasileiras, que, apesar do arrocho, "pipocavam" aqui e ali.

Luciano Figueiredo, junto com Oscar Ramos, foi um dos artistas plásticos

que viveu as mudanças ideológicas da época e muito contribuiu para as mudanças do *design* das capas de disco. Questionado sobre o verão de 1972, conhecido como o verão do "desbunde", Figueiredo disse que as mudanças internacionais marcaram muito esse período da cultura brasileira. Ele considera que o mundo *pop* tinha se ampliando muito e, nessa ampliação, a música popular era uma das áreas que mais crescia. Figueiredo não vê o "desbunde" como um fenômeno local. Ele enfatiza a ampliação do mundo *pop*, cita os filmes *underground*, a Contracultura, a arte fora dos museus, a literatura fora das academias ou, em suas palavras, "tudo ficou um pouco fora do lugar oficial". (FIGUEIREDO, 2000, informação verbal). Ou como referia Luís Melodia "tá tudo solto na plataforma do ar". Os projetos para as capas de disco eram idealizados dentro desse contexto.



Figura 5

A ESDI, desde sua formação em 63, tinha se firmado como o pólo deflagrador dos grandes nomes do *design* no Brasil. Às vésperas de completar uma década de ensino, ela passava distante, pelo menos no campo estético, do verão do "desbunde". A estética racionalista trazida via *Ulm*, ainda predominava em seu currículo. Para Figueiredo, contudo, que vinha do campo das artes plásticas e, ainda em Salvador, começou a desenhar cartazes para atividades estudantis, essa época foi propícia às experimentações. Indagado se as capas de discos refletiam e/ou projetavam essas questões, Figueiredo afirma que

elas fazem parte disso tudo. Nós fazíamos esses trabalhos todos querendo praticar as possibilidades desse terreno experimental que existia. Isso foi fenomenal para nós. Veja bem, eu e o Oscar não éramos artistas gráficos, nós tínhamos possibilidades gráficas, talentos gráficos e idéias para a visualidade impressa num quadrado industrial, uma embalagem de um fonograma. Então era um campo de ação a ser considerado com muita ambição, com muita garra. Nós víamos a capa de disco como um espaço de veiculação para esses problemas poéticos e gráficos muito grandes. (2000, informação verbal).

Oscar Ramos, parceiro de Figueiredo no design das capas, concorda com a questão da experimentalidade de usar a embalagem como um campo novo para experiências estéticas. Para ele “fundamentalmente, o que foi importante nas capas de disco é que elas foram [...] um veículo de alcance extraordinário. Todo mundo comprava disco. “Era a expansão do nosso próprio talento, ou seja, era procurar de que maneira colocar o nosso talento no meio daqueles anos horrorosos.” (RAMOS, 2001, informação verbal).

Neste ponto, podemos ver claramente a questão que sempre permeou o *design gráfico*: sua proximidade com as artes plásticas e a tensão estabelecida a partir dessa proximidade. Tensão que tem origem no século XVIII, quando a mecanização trazida pela primeira Revolução Industrial vai criar a distinção entre a esfera artística



Figura 6

e a esfera produtiva, tensão que se consolidara no século XIX, configurando uma separação de atividades até então vistas como unas. A partir daí, vamos ter as chamadas arte pura, enaltecendo o espírito, e a *arte aplicada*, feita para a produção, para a esfera econômica. O *design gráfico* surge no meio dessa imbricada relação. Alberto Alessi, *designer* italiano, no seu texto *Object and image*, fala que o *design* tende mais para a arte e poesia do que para tecnologia e mercado. Ele diz que em

nossa sociedade os objetos assumem cada vez mais o papel de interlocutores dos indivíduos, expressando valores, *status* e personalidade. As pessoas compram objetos pelo prazer intelectual ou espiritual, novos objetos cujo valor é diferente do valor de uso ou de troca, pois, conforme Alessi (apud COUTO, 1997), o *design* seria responsável pela transformação de um imenso potencial criativo em objetos reais e viria ao encontro do crescimento dramático da necessidade de arte e poesia na sociedade.

Figueiredo e Ramos, artistas plásticos, utilizam o *design gráfico* “como fator de razão, ordenação e clareza do processo comunicacional, orientado prioritariamente para uma dada concepção de função”. (Apud VILLAS-BOAS, 1988, p. 57). O *design* comunica não apenas o trabalho do artista cuja música veicula, mas apresenta também todos os interesses formais em que o *designer* está envolvido.

Figueiredo assinala que o trabalho era feito com muita garra, e o *design gráfico* das capas de discos era visto como a linguagem mais ambiciosa a ser realizada: “Ouvíamos as gravações, estávamos com o artista, íamos aos ensaios. Conversávamos com os autores das músicas, com os poetas. Líamos as letras e tentávamos nos impregnar desse material, para que o resultado da capa traduzisse ou que estivesse muito próximo do trabalho do artista”. (2000, informação verbal).

Ramos concorda com Figueiredo: “O fundamental na capa de disco era a gente conseguir colocar a nossa criatividade na coisa mais popular, mais manuseada, mais vista nas lojas, nas vitrines e sobretudo porque as pessoas geralmente, na época do vinil, as pessoas curtiam muito as capas de disco.” (RAMOS, 2001, informação verbal).

A capa atinge por completo seu papel de objeto de expressão. O farto espaço gráfico que oferece é ocupado por idéias que marcam, tanto ou mais, que as músicas que ele continha.



Figura 7

Interdisciplinaridade Fenomenal

Novidades na música, novidades no comportamento, novidades na apresentação. Os projetos de capa já não se preocupam em estampar o rosto do artista na sua forma *três por quatro* tão comum na década de 50, nem com as cores chapadas, as linhas geométricas e o alto contraste, tão característicos da Bossa Nova. O *design* das capas nesse período vai reproduzir o imaginário “cultural”³ que permeava o período em questão. Desenhos alucinógenos, fotos em que os detalhes têm importância maior (predominantemente as partes do corpo humano associadas ao prazer), muitas

³ É claro que todo imaginário é tributário da cultura que o sustenta, mas usamos o adjetivo aqui para designar aquelas configurações imaginárias que uma cultura produz e mantém para se sustentar enquanto tal. (PORTINARI, 1999, p. 99).

cores, imagens metafóricas, alegorias e poesia. As imagens se tornam espaço de discussão de gênero, sexualidade — subversão da linguagem e do comportamento.

Nessa geração de capas, o fator técnico é preservado, mas, simultaneamente, subvertido. A diagramação, a disposição das fotos, os tipos gráficos, a cor, etc, são manipulados pelas técnicas mais modernas do *design*.

Indagado sobre as questões tecnológicas tais como arte-final, fotolito, prova de prelo e outras questões pertinentes ao processo do *off-set*, Ramos é categórico:

Meus *layouts* eram perfeitos, você pode perguntar ao Aldo Luiz⁴ [...]. Antigamente não tinha computador, eu fazia tudo à mão, eu levava 15 dias para fazer um *layout* trabalhando de manhã, de tarde e de noite. Eu fazia aquarelas, eu reproduzia cada fotografia colorida, aquarelada e no tamanho certo. Quando eu entregava o protótipo da capa era como se fosse a capa de disco feita à mão. Pergunte ao Aldo.” (RAMOS, 2001, informação verbal).

Figueiredo já não é tão categórico. Ele assume que as questões técnicas eram deixadas para Oscar, que conhecia o que era retícula e tinha domínio do instrumental de que, naquela época, o *designer* gráfico necessitava para a feitura de uma arte-final, mas reconhece a importância do conhecimento técnico e, hoje em dia, lamenta algumas capas que tiveram projetos excelentes, mas que acabaram menosprezadas tecnicamente, como a capa de *Araçá Azul* (figura 2). Ele enaltece o valor de Rogério Duarte nesse sentido:

O *designer* gráfico tem de entender o processo industrial porque é o processo que vai dizer sim ou não à idéia dele. Se você conhece, você vai tirar proveito de todos os recursos industriais para lhe dar o resultado que você quer; e se você não conhece, você não pode exigir. Rogério conhece de trás para diante a realidade dos processos gráficos industriais e deles se beneficia enormemente. As idéias dele são muito mais bem realizadas do que qualquer outro, é vital isso.” (FIGUEIREDO, 2000, informação verbal).

⁴ *Designer* e arte finalista da gravadora Philips, gravadora que contratava o maior número de artistas interessantes a esta pesquisa.

Ainda conversando com Figueiredo pudemos sentir o terreno fértil daquela época e como o *design* gráfico se beneficiou de tudo isso:

Havia uma combinação poético-ideológica que favorecia uma coisa que só posso dizer que se chama experimentação. O terreno estava prontinho, aberto para o experimental, para a realização de novas idéias, novas técnicas, uma visualidade nova. Então havia esse terreno novo. Isso vem da onde, esse espaço experimental? Vem também da presença de Hélio Oiticica. Essas pessoas todas se conheciam, o Rogério Duarte era muito amigo do Hélio, trabalharam juntos, então era como se fosse ... eu quero dizer é que havia alianças artísticas e ideológicas muito grandes. [...] A arte precisava se firmar às expressões. [...] E assim sendo, esses artistas estavam criando uma **interdisciplinaridade fenomenal**, porque no momento que a música popular começa a olhar para as artes gráficas, olhar para a poesia, se alimentar... [era um] momento de **contaminação das áreas artísticas**. (2000, informação verbal, grifo nosso).



Figura 8

Essa “interdisciplinaridade fenomenal” a que Figueiredo se refere, que enreda música, poesia, artes gráficas, vem corroborar o modo como Bonfim (1998), Villas-Boas (1998) e Couto (1997) entendem a natureza interdisciplinar do campo do design. Para Bonfim, “o *design*, do mesmo modo que qualquer outra atividade do processo extremamente complexo e dinâmico do trabalho social, é orientado por um conjunto de objetivos de natureza política, ideológica, social, econômica, etc.” (1998, p. 11). Daí resultando na dificuldade de termos uma teoria do design, uma vez que ele se move entre diferentes naturezas. O autor, através de estudos sobre uma possível teoria do *design*, propõe que primeiramente deveríamos definir o objeto de estudo e, “para isso, é necessário uma aproximação sobre sua essência, causa e natureza”. (FIGUEIREDO, 2000, informação verbal).



Figura 9

As capas de disco exemplificam como o *design* se valeu de diferentes caminhos para sua compleição. A partir da década de 60, tornam-se extensões plásticas das músicas apresentadas nos discos, que por sua vez, foi a forma mais afirmativa, de impor a identidade que a juventude encontrou para sua inserção na sociedade, e para tentar alcançar suas utopias. Dessa forma, o *design* teria o papel de dar visibilidade a essas utopias e ao *designer* configurar esses objetos de uso. É a esse conhecimento, que é demandado pela práxis, que Bonfim diz “pertencer a diferentes ramificações das ciências clássicas, que se constituíram antes do surgimento do *design* [...]”. Este conjunto de ciências empregadas na fundamentação do design caracteriza-o como atividade interdisciplinar”. (BONFIM, 1997, p. 28).

O *design* gráfico tem uma estreita relação com a comunicação social, as artes plásticas e a arquitetura, além de ser uma especialidade dentro do próprio *design*. Villas-Boas (1998) defende que a atividade *design* gráfico, por não ser regulamentada, apesar de existir um curso superior regulamentado, permite que vários profissionais a exerçam. Nas palavras de Villas-Boas,

a atividade profissional não o é: seu exercício é livre, independente de o sujeito possuir ou não formação acadêmica específica para tal [...]. Isto porque a atividade de *design* gráfico se insere numa perspectiva interdisciplinar que está presente em sua própria inserção no campo produtiva.

O design gráfico tem uma estreita relação com a comunicação social, as artes plásticas e a arquitetura, além de ser uma especialidade dentro do próprio design.

Essa interface é bem marcada no *design* das capas de discos a partir da Tropicália.

Olhando por outro prisma, Couto (1997) faz referência à natureza interdisciplinar do design, que o leva a ser uma área apropriada para o desenvolvimento de tarefas conjuntas com outros campos do conhecimento. É ainda essa autora quem, parafraseando Gaudêncio Frigotto, ressalta que a necessidade de interdisciplinaridade na produção do conhecimento funda-se no caráter dialético da realidade social que é, ao mesmo tempo, una e diversa e na natureza intersubjetiva de sua apreensão. (FRIGOTTO apud COUTO, 1997).

Sob a perspectiva dos Estudos Culturais, está expressa a não-conformidade com as limitações de algumas disciplinas, propondo, então, a interdisciplinaridade, com a intenção de construir um novo campo de estudos, uma área onde se observe com mais conforto a interação de disciplinas diversas.

A pluralidade de questionamentos no campo das artes expressa através da pintura, da música, da poesia, do cinema e do teatro, fenômeno que perpassa toda a década de 60, fez com que fronteiras estabelecidas anteriormente fossem dissolvidas. O *design* gráfico desse período vai aglutinar e refletir essa reterritorialização.

Atendo-me apenas ao *design* das capas de discos a partir da pós-Tropicália, durante a primeira metade da década de 70, sublinho a interdisciplinaridade como chave de leitura para uma melhor compreensão do *design* das capas de discos desse período. Como analisar o *design* gráfico de uma capa sem que precisemos recorrer à sociologia para entender a época em que ela foi feita? Ou a questões de semiologia e/ou semiótica para decifrar os signos que ela contém? Ou à arte para questões estéticas e até à psicologia para desvendar os aspectos subjetivos muitas vezes nelas encontrados? As possíveis respostas a essas questões está nos Estudos Culturais, área de conhecimento em sintonia com os enredamentos disciplinares que caracterizam os produtos do design aqui estudado.

As capas de discos produzidas na Tropicália e na pós-Tropicália são artefatos culturais que evidenciam o trabalho do cantor/cantora, mas que, ao mesmo tempo, narram os contextos social e político no qual está inserido. Desde 1967, com a criação do penetrável Tropicália, que mais tarde virá a dar nome ao movimento (hoje mais associado à música), Hélio Oiticica sempre esteve próximo do trabalho do “grupo baiano”. O seu estandarte “Seja herói, seja marginal”, utilizado por Caetano como cenário de seu *show* na Boate Sucata, em 1968, é considerado por muitos, o gesto deflagrador do processo que culminará com a expulsão de Caetano e Gil do País. Quando Oiticica faz uma capa, no caso a capa do disco *Legal* (figura 8) da

cantora Gal Costa, ele não segue nenhuma tradição de *design*: cria livremente. A capa é uma colagem de fotos de pessoas ícones da época, de pessoas amigas e fatos isolados que simulam o cabelo desalinhado da cantora. O cabelo grande e despenteado significava rebeldia e contestação. O nome do disco carrega vários significados. A mensagem lingüística é múltipla. O nome da cantora é lido na divisão silábica do adjetivo/substantivo LEGAL – alguma coisa prazerosa, muito bom; o que é permitido por lei. Legalizar o proibido. Hélio leva para a capa do disco seu trabalho de artista plástico.

As capas que veremos a seguir trazem essa interação e/ou integração das diversas áreas afins com a Música Popular Brasileira. São fotógrafos, poetas, artistas plásticos e designers que utilizarão o espaço gráfico das capas de discos para estampar suas idéias, migrando, alterando, determinado fronteiras entre as diferentes linguagens.



Figura 10



Figura 11

Dessa forma, podemos observar como é importante o entendimento da questão interdisciplinar para o estudo do *design* gráfico, pois, como diz Couto (1997), “interdisciplinaridade deve ser entendida, antes de tudo, como atitude pautada pelo rompimento com a postura positivista de fragmentação, visando à compreensão mais ampla da realidade”. (FIGUEIREDO, 2000, informação verbal).

Figueiredo relata que havia uma impregnação, contaminação de um artista pelo outro, e que toda essa especulação começou a aparecer nas artes gráficas também. Começou com o trabalho de Rogério Duarte, que era amigo de Hélio Oiticica e tinha sido aluno de Aloysio Magalhães. “Quando Caetano e Gil surgem trazendo um repertório de idéias muito próprio, outras linguagens [...] existia uma filosofia”. (FIGUEIREDO, 2000, informação verbal). Figueiredo considera que esses aspectos foram decisivos. Todos eram amigos e trocavam

informações o tempo todo. Novos repertórios demandavam novas visualidades, que emergiam nas primeiras capas do movimento tropicalista. É importante situar a gênese dessa situação, pois foi ela que abriu espaço para que Figueiredo e outros realizassem seus trabalhos.

Através da música, meio que melhor definiu o movimento, o tropicalismo tece uma rede na qual se vêem diferentes linguagens trocando informações umas com as outras, fundindo-se. Nessa rede, com diferentes pontos de apoio, observa-se claramente a força da interdisciplinaridade. Música, artes plásticas, poesia, tudo ao mesmo tempo se amalgamando no *design* gráfico das capas de discos. As peculiaridades do *design* propiciam tal enredamento.

O *design* é sempre colocado em discussão quando se pretende inseri-lo em um dos campos do conhecimento. Onde inseri-lo: nas artes, na tecnologia, na ciência? Segundo Jobling e Crowley (1996, p. 2), o design gráfico é uma complexa “matrix” de diferentes sistemas e signos e mídia, que abarca tanto a “alta” quanto a “baixa” cultura dos artefatos... Da rede de idéias que tenta decifrar, codificar ou traduzir o design, recorro a Buchanan (1989), que diz: “O *design* nos organiza a maneira como sentimos o encontro direto com nosso meio ambiente; nos dá uma experiência que satisfaz e esclarece, talvez até possa nos lembrar as belas artes, embora o objetivo seja prático e talvez mundano.” (p. 96). Esse é o caso das capas de discos. Elas podem até parecer, lembrar, evocar um poema, uma pintura, uma instalação, mas não o são. São bons exemplos da complexidade no *design* gráfico.

Linguagens não canônicas

Vejamos a capa do disco que ilustra as questões contempladas acima. FA-TAL- GAL A TODO VAPOR (figuras 4 e 5).

Esse é um álbum duplo, característico da época. A capa é dividida em duas partes: na parte superior a palavra FA-TAL, está localizada sobre um close da boca da cantora. Na parte inferior, o nome do disco em amarelo aparece sobre um fundo vermelho sangue. Criada a partir do cenário do *show*, a capa é uma espécie de protovideoclipe do *show* ou de um *trailer* do *show*. É ouvir o disco e rever o *show*, é um meio de expressão dos freqüentadores do *pier*, das Dunas da Gal. A capa é sensual, agressiva e poética.

A capa traduz-se, pois, numa linguagem não canônica, que se opõe radicalmente ao funcionalismo geométrico que tão bem serviu a Bossa-Nova: fundamenta e viabiliza

as especulações tropicalistas. Quando se categoriza essa capa dentro de uma linguagem não canônica, se enfatizam os aspectos semânticos conceituais que envolvem os elementos textuais e não textuais que compõem a capa, e não os aspectos técnico-formais, ou seja, a determinação e o uso dos elementos estético-formais, pois, nesse caso, esses aspectos são usados de forma clara e objetiva.⁵ Com isso chama-se a atenção para o fato de que os *designers* poderiam utilizar uma foto da cantora no palco e simplesmente colocar o nome do *show* em baixo ou em cima e pronto, teríamos uma capa. Mas não é isso que se dá. Vê-se o todo pela parte. Frente e verso vão utilizar fragmentos do todo. No verso, também está presente a boca, um pedaço da mão, um pedaço do violão, fragmentos que vão se espalhar no interior do álbum. É uma capa-vídeo, a seu modo, cinética. Cores quentes, boca sensual, tipografia bastão, forte e agressiva, assim era o verão do “desbunde”. Os tempos eram difíceis, mas a mudança, inevitável.



Figura 12

Será que poderíamos ver nessa capa indícios da pós-modernidade? O *design* trazendo as mudanças estéticas que marcariam fortemente as décadas de 70 e 80? Acredito que sim. E uma forma de posicionar essa questão é, mais uma vez, citando Bonfin (1998, p. 3): “Em oposição à ditadura do angulo reto, o pós-moderno representaria a liberdade da prática estética, a recuperação da expressividade, a revalorização do subjetivo”. Ou ainda, tendo por base Harvey (1989, p. 293) quando fala da pós-modernidade como condição histórica, nos faz ver que “em períodos de confusão e incertezas, a virada para a estética (de qualquer espécie) fica mais pronunciada”. Diante da opressão da ditadura, ou se pegava em armas ou “viajava-se”. Mas, mesmo assim, ainda se fazia arte. Não importava se no teatro, nos filminhos super oito, ou nas canções. O importante era respirar e, citando mais uma vez Bonfim (1998, p. 115), “enquanto no funcionalismo o efeito estético é dependente da função prática – a forma segue a função – o pós-moderno é um meio para a supercodificação do objeto – a forma segue a fantasia”. O *design* gráfico para as capas de discos passa a ser **visto** como um grande aliado para exprimir muitas vezes o que não cabia ou o que era proibido

⁵ Para maiores esclarecimentos, veja-se *Utopia e disciplina*, de André Villas-Boas (1998, p. 105-123).

existir na canção. O simbólico, a metáfora, a alegoria serão personagens dessa ruptura feita por Rogério Duarte e mantida por Figueiredo, Ramos e muitos outros capistas.

Voltando ao disco *Gal a todo vapor*, Figueiredo fala detalhadamente de todo o processo que começa com o *show* e finaliza na capa do disco.

Eu e o Oscar, quando fizemos o **Gal-Fatal**, já fizemos juntos. O **Gal-Fatal**, foi uma coisa muito importante e que confirma o que estava acontecendo antes, porque eu, o Wally Salomão que dirigiu o *show*, com o Oscar, a própria Gal e as pessoas em volta, nós sabíamos desse campo novo, muito excitante, estimulante, que era a interação de linguagens. Na época, nos não falávamos essa palavra: interação de linguagens nem interdisciplinaridade. Nós só tínhamos uma certeza: era que nós nos alimentávamos muito um do outro, da linguagem do outro, ou seja, era muito importante prestar atenção à poesia, eu como artista plástico, prestar atenção às novidades poéticas, às novidades musicais, novidades cinematográficas, teatrais, enfim, tinha uma atenção muito grande nisso [...]. A capa sai do trabalho. Ela é derivada da cenografia do trabalho [...]. Quando a Gal gravou ao vivo [...], e ela nos convidou para fazer a capa. Foi mais uma oportunidade de aplicar no espaço da capa do disco todas aquelas idéias que estavam lá, que faziam parte daquele repertório de trabalho que nós estávamos realizando na época. (FIGUEIREDO, 2000, informação verbal).

O design gráfico para as capas de discos passa a ser visto como um grande aliado para exprimir muitas vezes o que não cabia ou o que era proibido existir na canção.

Essa inter-relação de linguagens de que nos fala Figueiredo, que destacava fortemente a imagem, foi a tônica das capas de discos do período da Contracultura. Utilizei o disco Gal-Fatal como porto de partida para falar de Contracultura porque ele representou de forma sintética todo o imaginário do período do “desbunde”. A Tropicália tinha colocado no mesmo caldeirão o *rock* e o samba, a fossa e a palhoça,⁵ Jackson do Pandeiro e a poesia concreta. Muita coisa que em outros tempos causara estranheza passou a ser consumida. Nesse cenário vão se firmar os Novos Baianos, o Grupo dos Nordestinos, discretamente, o Grupo Mineiro, os Roqueiros, os *Drop-outs*, os Andróginos e muitos outros. Cada um deles urdindo a seu modo a tessitura da música popular brasileira.

Ainda no período da Contracultura, que começa a aparecer no Brasil a partir de 69 e estendendo-se até 1976 (tendo o seu ápice durante os três primeiros anos, período de grande produção cinematográfica, que ficou conhecido como “cinema marginal”), outros trabalhos merecem ser comentados. A seleção das capas que serão analisadas a seguir, foi baseada no seu *design* ou no *designer* que a projetou e não na proeminência do músico/cantor. Foram estabelecidos diferentes aspectos para que pudéssemos ver as diversas manifestações do imaginário da época tais como: psicodelia, vida alternativa, sexualidade, estar à margem, entre outros. Com o auxílio dessas categorias, procurei ver o que norteou o projeto gráfico nas capas de discos.

Durante a década de 70 surge uma nova geração de compositores e cantores vindo das mais diferentes regiões do País. A hegemonia do Rio de Janeiro e de São Paulo começa a desfazer-se com a chegada de artistas do Norte, do Nordeste e do Sul do País. A força da musicalidade popular brasileira é evidenciada em sua regionalidade e diversidade.

O Brasil vivia em clima de euforia — para militares, burgueses, monopólios internacionais e uma classe média ascendente. Era o cenário do “milagre econômico”. Apesar do momento político que vivíamos, a década de 70, como disse José Miguel Wisnik (apud BAIANA, 1980), “sem movimentos culturais típicos, sem grandes bandeiras, sem grandes alardes, chegou a dar impressão de que nada acontecia”, mas qual o quê: o desbunde, a contracultura, a imprensa marginal, o cinema marginal, tudo isso contrastando com a luta armada e a violência da ditadura, foram os principais personagens desse início de década. Era um inconformismo diante da repressão e do conservadorismo que se abatia sobre o povo brasileiro. Como em todo o percurso da história do nosso país, a música reflete todos os acontecimentos, e em certos momentos protagoniza grandes fatos.

Seria quase impossível, tratar de toda a produção musical que surgiu na década de 70 e de todas as capas de disco. Entre marcantes desdobramentos da música popular desse período, uma nova gama de sambistas aparece, volta à cena a música ufanista/exaltação; surge o *rock* progressivo e o *rock* rural. A indústria fonográfica, durante os anos 70, teve um crescimento sem precedentes. No fim da década, o Brasil era o quinto mercado de discos do mundo e um grande mercado para os *designers* brasileiros.

Para mostrar o caminho que o *design* das capas de discos seguiu no pós-Tropicália, resalto alguns aspectos, que já estavam presentes na estética tropicalista, e que foram dinamizados no início da década pela Contracultura.

A pluralidade de informação, que na Tropicália era um dado de sua proposta estética, começa a se partir em campos distintos. Vários aspectos, até então aglutinados, passam a ser vistos como possibilidades únicas de experimentação do sujeito.

No Brasil temos uma geração que, embora exposta à influência da Tropicália, começa a produzir no clima político e cultural dos anos 70, procurando seus próprios caminhos. Conforme Xavier (1993), depois do AI5,

constitui um matiz vigoroso de expressão, não propriamente de uma fuga pura e simples do político, como muitos querem, mas de um estilo de oposição à ordem em que a dimensão da cultura veio a primeiro plano e, por isto mesmo, articulou muito diretamente as transgressões do cotidiano com a produção artística. (p. 24).



Figura 13

O aperto da censura sobre o discurso político e cultural provocou um deslocamento tático de uma parte da juventude para propostas alternativas tanto estéticas quanto políticas.

A estética psicodélica, que a Tropicália tinha colocado no seu caldeirão de referências, continua a ser vista em algumas capas. O grupo “Os Mutantes”, no seu quarto disco, já distante da Tropicália, assumindo totalmente o *rock*,

deixa de lado as capas irônicas e alegóricas e faz dois discos totalmente psicodélicos, em música e comportamento. Em 1971, lançam *Jardim Elétrico* (figura 7). A capa, desenhada por Alain Voss, era ilustração de uma planta de olhos bem grandes e muito engraçada, que, segundo Carlos Calado (1996, p. 250), “era a estilização de um grande pé de maconha”. *Os Mutantes e seus cometas no país do Baurets* (figura 9) o quinto disco do grupo lançado em 1972, teve muitos problemas com a censura. Uma das músicas, *Cabeludo Patriota*, teve o nome e um dos versos alterados, caso contrário, o disco não sairia. A censura implicou com a música, mas a mensagem da capa e o “país” onde eles estavam passaram despercebidos aos censores. Tendo Voss, mais uma vez, como *designer*, a capa traz uma ilustração de cores fortes, na qual o grupo é mostrado metamorfoseando-se em aves e insetos. Alucinação total. Conforme Calado (1996), “baurets” era uma gíria inventada por Tim Maia para maconha. O grupo, vivendo num sítio, em São Paulo, realizava o imaginário de muitos jovens – viver de sexo, drogas e *rock'n'roll*. Os próximos discos do grupo⁶ terão o mesmo tratamento: ilustrações fantásticas, imagens alucinógenas. Era ouvir, ver e viajar. A capa do disco cumpria o seu papel de traduzir suas músicas e as idéias nelas contidas.

A estética psicodélica foi usada em várias capas de diferentes artistas. Capas que nem sempre buscavam uma correlação direta com o conteúdo musical ou com a atitude do trabalho do artista. Foram recursos puramente estéticos.

No imaginário social dos anos 70, o questionamento das formas de poder e de todas as autoridades se deu de várias maneiras. Paralelamente à luta armada, uma parcela da juventude, incluindo alguns artistas, preferiu um caminho alternativo para sua luta – o *rock*, o hipismo, a vida comunitária, as experiências com drogas, o erotismo – intervenções iniciadas pela Tropicália. Todas são assimiladas enquanto comportamento desviante. Conforme Hollanda (1982, p. 66), “esta nova forma de conceber a política veio a se traduzir numa explosiva capacidade de provocar áreas de atrito e de tensão não apenas no plano específico da linguagem musical, mas na própria exploração dos aspectos visuais/corporais”. Um outro grupo, diretamente herdeiro da Tropicália, que bem representou essas questões, foi *Novos Baianos*. O grupo, que surgiu em 1970, além de misturar *rock* com chorinho, guitarras e afoxés, divulgou junto com sua música uma nova alternativa de vida comunitária e tresloucada, ou novos padrões de família. Isso fez com que muitos jovens partissem

⁶ O grupo lançaria apenas mais três discos: em 73, 74 e 76.

para experiências comunitárias. Todos vivendo juntos num mesmo espaço, respeitando o espaço de cada um.

A capa do segundo disco (álbum), *Acabou Chorare* (figura 1), reflete esse clima. A capa traz o nome do grupo e o nome do disco numa barra vertical junto a uma foto da cozinha da casa. Estampar copos, bules, pratos, colheres e panelas que estão por lavar é mostrar o cotidiano da vida deles. A cozinha é lugar sagrado, é o lugar do pão nosso de cada dia. Segundo Galvão (1997), “Novos Baianos? Banda de *rock*? Uma turma? Uma família? Cada um atento para não atentar o outro”. O álbum é recheado de fotos nas quais se vê o grupo tocando, jogando futebol, abraçando suas crianças, divertindo-se. Duas ilustrações oníricas, utilizando-se de elementos mágicos e medievais, abrem e fecham o álbum. A viagem termina no verso do álbum. A imagem é múltipla, fragmentada, justaposta, uma colagem que poderia muito bem ser vista como algo gerado em computador. Mas não é. O trabalho ainda foi feito pelo processo de arte-final, com indicação de *overlay* e a ajuda preciosa do técnico do fotolito. Essa superposição de imagens remete ao conceito dos Palimpsestos, e, conforme lembra Cauduro (2000), essa

estética é privilegiada pelas artes e pelo *designer* na era pós-moderna. Elas se alimentam da anarquia, da fragmentação, da instabilidade, da heterogeneidade, da reciclagem de memórias e textos descontextualizados, descontínuos, procurando maior riqueza nas significações geradas nas interpretações das audiências dessas recombinações irracionais. (p. 758).

Essa é uma das características do *design* pós-moderno, uma multiplicidade de informações. Não que Lula Martins estivesse pensando em pós-modernidade quando projetou a capa. O *design* mais uma vez está refletindo o seu entorno.

No álbum seguinte, uma foto de uma partida de futebol ocupa toda a superfície da capa. Reafirmando o modo de vida deles, o álbum *Novos Baianos F.C.* (figura 11) continua não só trazendo um som alegre e único, mas também o mesmo apuro gráfico visto no disco anterior. É uma grande colagem. Dezenas de fotos de seus integrantes em situações prosaicas, jogando futebol, comendo, tomando banho, tocando, passeiam pelo álbum como se fossem um videoclipe – raios de luz, raios de sol, raios violeta. No verso do álbum, a foto de uma pomba no ninho, que, segundo Galvão (1997), “o fotografo madrugou uns três dias para obter”. Era a



Figura 14

imagem de paz para aqueles tempos de cólera. A loucura bendita dos Novos Baianos, refletida nas capas dos álbuns, era um doce colírio.

Outro comportamento que referencia uma parcela da juventude é a marginalidade, ou “estar à margem”. Essa marginalidade é vivida e traduzida de forma imediata ante a ordem do cotidiano. Estar à margem se tornou a forma de expressão dos jovens que procuravam cair fora (*drop out*). Seus personagens produzem, assim,

um trabalho com um sentido crítico e anárquico que evidencia bem essa nova sensibilidade *pop*, de drogas, sexo e liberação analítica.

Alguns artistas, que em diferentes áreas foram rotulados de marginais, acabaram tendo o seu trabalho prejudicado em função do imaginário preconceituoso que lhes foi associado. É o caso do compositor/cantor Sérgio Sampaio. Quase um *outsider*, a capa do seu primeiro disco *Eu quero é botar meu bloco na rua* (figura 14), de 1972, traz um *design* agressivamente inusitado. A capa é cinematográfica, caótica, mostra o artista em múltiplos 3x4 (fotogramas) nos quais ele aparece transfigurado, quase um ser de outro planeta; o seu nome vem em uma tipografia que imita sangue pingando. Quebrando todas as regras do “bom gosto”, Sampaio botou seu bloco na rua em meio à procissão que passava.

O fragmento, o mundo despedaçado, que marcou a produção cultural do movimento tropicalista passa a ser aprofundado e relacionado com os integrantes que surgem nos anos imediatamente seguintes. O *design* dessa capa e de outras dá adeus às formas limpas e retilíneas e aos tons acromáticos que as escolas de *design* ensinavam. A representação está profundamente ligada às identidades assumidas.

Nesse mesmo ano, Walter Franco, outro artista nada convencional, que tinha aparecido para o grande público no festival da Globo, cantando/declamando *Cabeça*, um poema concreto, lança o álbum *Ou não* (figura 15). O álbum é uma sucessão de músicas/poemas, todos de forma concreta, que faz uma ponte direta com o álbum *Araçá Azul* que Caetano tinha lançado no mesmo período. Não poderia haver exemplo melhor do que esse disco para ilustrar todo o deboche desse “malditos benditos”. A pureza do álbum branco, do início ao fim, é maculada na frente pela presença de uma mosca e, no verso, pelas palavras “ou não”.

Raul Seixas, outro maluco beleza, lança, em 1973, *Krig-ha, bandolo!* (figura 12), seu

O fragmento, o mundo despedaçado, que marcou a produção cultural do movimento tropicalista passa a ser aprofundado e relacionado com os integrantes que surgem nos anos imediatamente seguintes.

disco de estréia. Com uma foto que mostra a magreza radical do cantor, a capa traz insinuações das idéias místicas do artista. Tipografia antiga e clássica contrastando com a cara de deboche de Seixas. O título é uma referência às histórias de Tarzan, é o seu grito de guerra e significa “Cuidado! Aí vem o inimigo”. Pela capa, via-se que Raul estava chegando para bagunçar a festa. Se Raul era a mosca na sopa,⁷ Walter foi uma dor de cabeça para o meio fonográfico.

O *design* que se vê nas capas de disco desse período é uma das possíveis interpretações do imaginário que residia no início da década. De acordo com Portinari (1999), “o *design* desempenha um papel importantíssimo na constituição e manutenção de um imaginário 'cultural'. Outro aspecto importantíssimo foi o questionamento da sexualidade. Caem as barreiras para o corpo na vida e na arte. Antônio Manuel expõe seu corpo como obra (Corpobra), no Salão Nacional de Arte Moderna no Rio de Janeiro em 1970. No teatro o grupo de atores/bailarinos “Dzi Croquetes” começava seu *show* de 1972, dizendo “não somos homens nem mulheres — apenas pessoas”. Em 1974, é montada no Rio de Janeiro, a peça *Rocky Horror Show*, cujo protagonista é um vampiro bissexual. As capas que traduzem esse aspecto vão ser identificadas pela exposição de partes do corpo, por fotos sensuais e provocantes.

A discussão sobre gênero era umas das questões que o grupo baiano, principalmente Caetano, tinha iniciado ainda na Tropicália e que tomaria um vulto

⁷ Uma das músicas de maior sucesso do cantor.

maior com a volta desse cantor de Londres. A apresentação de Caetano e Gil, usando batas femininas e beijando-se na boca, no Teatro Municipal do Rio de Janeiro, provoca discussões sobre o novo ser “andrógino”. Na praia de Ipanema, os corpos são expostos quase em sua totalidade. Nas areias da praia, tentava-se, viver um mundo à parte. A despeito da ditadura, naquele pedaço, à beira-mar, era proibido proibir. Como postulou Marcuse, “hoje a luta pela vida, a luta de Eros, é uma luta política”. (Apud SALÉM, 1991, p. 73).

O grupo vocal *Secos e Molhados*, que desponta nesse período, também causa grande impacto, mais pelo visual andrógino do que propriamente pela música. O grupo consegue vender 800 mil cópias do seu disco de estréia. Na capa desse primeiro LP (figura 13) eles se apresentam como comida, prontos para serem devorados. Numa grande mesa posta, as cabeças dos integrantes do grupo são servidas com secos e molhados. E, no verso, uma janela aberta mostra os integrantes do grupo. Uma nova saída? A ótima solução encontrada para o *design* da capa fez dela, anos mais tarde, a primeira na escolha do público, como resultado de pesquisa que o jornal A folha de São Paulo, de março de 2001, fez para descobrir as melhores capas de todos os tempos. O grupo, apesar do sucesso, durou pouco tempo, e em julho de 1974 o *Secos e Molhados* foi desfeito.

O cantor Ney Matogrosso, oriundo do grupo *Secos e Molhados*, é um dos que mais vai questionar os gêneros estabelecidos — com roupas, trejeitos femininos e uma postura provocativa em suas apresentações, assim como nas capas de seus discos. A capa do seu primeiro álbum solo estampa bem as novas tomadas de posição pós-tropicália. Uma foto do cantor — meio homem, meio animal — surge das espumas do mar e apresenta-se de corpo seminuo no interior do álbum. Uma alegoria do novo ser: sem vestes, sensual, ecológico, bicho-homem. Nos próximos discos, que têm nomes como *Bandido*, *Pecado e Feitiço*, as capas apresentam o cantor sempre em posição sensual, provocativa. No álbum *Feitiço* (figuras 3 e 10), a foto da capa é só um estímulo para o que vem dentro: o cantor nu deitado num leito de rosas brancas.

O poeta/compositor Waly Salomão é o autor da capa do álbum *Índia* (figura 6) de Gal Costa de 1973, mais um exemplo da interdisciplinaridade das linguagens. Um *close-up* do minúsculo tapa-sexo que a cantora usa e a palavra Índia colocada bem em cima da pélvis, compõem a capa. Nem o nome da cantora aparece. A capa mais uma vez abre espaço para a discussão de gênero e sexualidade. Mais uma vez o imaginário se traduz em imagens. Tomando o pensamento de Foucault, pode-se dizer que a sexualidade é erigida em instância de emergência de um discurso de verdade não só individual, mas também social: erotizar as relações sociais significa, a um só tempo, coroar a desrepressão, dismantelar o poder e inaugurar uma nova



Figura 15

ordem social. (FOUCAULT apud SALÉM, 1999, p. 73). A capa do LP *Índia*, de Gal Costa, é censurada. Para chegar às lojas, a bellissima foto foi encoberta por um plástico azul opaco; a liberdade tinha estranhos limites.

As décadas de 60 e 70 foram de desejos, propostas e utopias. Segundo Faria, desde Descartes o sujeito ocupava o lugar privilegiado do conhecimento e da verdade. O desejo era visto, então, como perturbação da ordem, ameaça de modificações inadequadas do pensamento. Se a alma

fosse puramente passiva, isto é, cognitiva, não haveria erro; esse surge porque o desejo introduz deformações no material adquirido pelo conhecimento para a autoconsciência. O sujeito surge, então, somente a partir do desejo. (FARIA, 1997). E esse sujeito foi ator e platéia. Os *designers* da época souberam traduzir os desejos, as propostas e as utopias daquela juventude. As capas de disco, mais que uma embalagem, tornam-se um discurso em favor do ideário alternativo. O *designer*, em vez de simplesmente criar um objeto ou coisa, está criando, na verdade, um argumento persuasivo que se aviva sempre que um usuário contempla ou usa um produto como meio para alcançar um determinado fim. (BUCHANAN, 1989).

Referências

- AGGER, Ben. *Cultural studies as critical theory*. Washington, DC: The Falmer Press, 1992.
- ALMEIDA, Cláudio Aguiar. *Cultura e sociedade no Brasil: 1940-1968*. São Paulo: Atual, 1996.
- BONFIM, Gustavo Amarante. *Idéias e formas na história do design*. João Pessoa: UFPB, 1998.
- _____. *Morfologia dos objetos de uso: uma contribuição para o desenvolvimento de uma teoria do design*. In: P&D ESTUDOS EM DESIGN, 1996, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Associação de Ensino de Design do Brasil, 1996.
- _____. *Fundamento de uma teoria transdisciplinar do design: morfologia dos objetos de uso e sistema de comunicação*. In: ESTUDOS EM DESIGN, 1997, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Associação de Ensino de Design do Brasil, 1997.
- BRANDÃO, Antônio Carlos; DUARTE, Milton Fernandes. *Movimentos culturais da juventude*. São Paulo: Moderna, 1990.
- BUCHANAN, Richard. Declaration by design: rhetoric, argument, and demonstration in design practice. In: MARGOLIN, Victor (Org.). *Design discourse*. Chicago: Chicago Press, 1989.
- CALADO, Carlos. *A divina comédia dos Mutantes*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.
- _____. *Tropicália: a história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34, 1997.
- CAUDURO, Flávio Vinícius. *A estética visual do Palimpsesto no design pós-moderno*. In: P&D, 2000, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Associação de Ensino de Design do Brasil, 2000.
- COUTO, Rita. *Design como corpo de conhecimento*. 1997. Tese (Doutorado) – PUCRJ, Rio de Janeiro, 1977.
- DENIS, Rafael Cardoso. *Uma introdução à história do design*. Rio de Janeiro: Edgard Blücher, 2000.
- _____. *Design, cultura material e o fetichismo dos objetos*. *Revista Arcos: design, cultura, material e visualidade*, Rio de Janeiro: Contracapa, 1998.
- DUARTE, Rogério. O naufrago da barca tropicalista. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 2000.
- FARIA, Lia. *Ideologia e utopia nos anos 60: um olhar feminino*. Rio de Janeiro: UERJ, 1997.
- GALVÃO, Luiz. *Anos 70: novos e baianos*. São Paulo: Editora 34, 1997.
- GIL, Gilberto. Entrevista. In: CAMPOS, Augusto de. *Balanço da bossa e outras bossas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1993.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2000.
- HOLLANDA, Heloísa Buarque de. *Impressões de viagem: CPC, vanguarda e desbunde: 1960/70*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1981.
- _____. *Cultura e participação nos anos 60*. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- JOBLING, Paul; CROWLEY, David. *Graphic design: reproduction and representation since 1800*. Inglaterra: Manchester University Press, 1996.
- MACIEL, Luiz Carlos. *Anos 60*. Porto Alegre: L&PM, 1987.
- MELLY, George. Visual pop: looking closer 3. *Classic Writings on Graphic Designer*, USA: Allworth Press, 1999.
- NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil: origens e instalação*. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 1997.
- PORTINARI, Denise. *A noção do imaginário e o campo do design: formas do design*. Rio de Janeiro: 2AB, 1999.
- RODRIGUES, Jorge Caê. O design tropicalista de Rogério Duarte. In: MELLO, Chico Homem de. (Org.). *O design gráfico brasileiro anos 60*. São Paulo: CosacNaify, 2006.

SALEM, Tânia. Individualismo libertário no imaginário social dos anos 60. *Physis – Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro: IMS; UERJ; Relume-Dumará, 1991.

STOREY, John. *Cultural studies & the study of popular culture: theories and methods*. Georgia: University of Georgia Press, 1996.

SUKMAN, Hugo. Nunca houve um verão como aquele. *O Globo*, segundo caderno, 1996.

VILLAS-BOAS, André. O *design* gráfico como objeto dos estudos culturais. In: ESTUDOS EM DESIGN, . 1999, Rio de Janeiro: Anais... Rio de Janeiro: Associação de Estudos em *Design* do Brasil, 1999.

VILLAS-BOAS, André. O que é e o que nunca foi design gráfico. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

_____. *Coisas nossas. Outra música*. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

_____. *Utopia e disciplina*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

XAVIER, Ismail. Alegorias do subdesenvolvimento. São Paulo: Brasiliense, 1993.

WALDREP, Shelton. *The seventies the age of glitter in popular culture*. New York: Routledge, 2000.

WISNIK, José Miguel. Nada será como antes. In: BAIANA, Ana Maria. *Nada será como antes: MPB nos anos 70*. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1980.

ENTREVISTAS

FIGUEIREDO, Luciano. Entrevista realizada em outubro de 2000, Rio de Janeiro.

RAMOS, Oscar. Entrevista realizada em janeiro de 2001, Manaus.