

Memória visual e representação do rock e da jovem guarda nas capas de discos (1959-1970)

Herom Vargas

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil

Mozahir Bruck

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil

Resumo

O rock brasileiro nos anos 1960 foi uma música de grande sucesso e importância para a indústria fonográfica. Dentre várias mídias, as capas de discos se destacam por representarem a música, a juventude e as articulações da memória na fotografia e no design. O objetivo deste artigo é entender a construção da memória do início do rock no Brasil e da jovem guarda por meio das representações visuais nas capas dos *long-playings* (LPs). O corpus compreende as discografias de 35 artistas, entre 1959 e 1970. Usamos as noções de representação (HALL, 2016; LOTMAN, 1998); memória (HALBWACHS, 1990; HUYSSSEN, 2001; POLLAK, 1989; BOSI, 2003; RICOUER, 2007); performance (ZUMTHOR, 2010) e design (DONDIS, 2003). O estudo destaca as representações de corpos e comportamentos, e como o design traduziu rock e juventude nas capas.

Palavras-chave:

Capa de disco. Rock brasileiro. Jovem Guarda. Memória. Representação.

Introdução

Os anos de 1950 e 1960 marcam um período fértil em transformações no mundo urbano ocidental. No Brasil, desde o fim da Segunda Guerra Mundial, observou-se o processo de construção de uma sociedade urbano-industrial, somado ao aumento da classe média, da burocracia pública e do setor terciário na economia, e à reconfiguração dos antigos meios de comunicação (rádio, cinema, imprensa) em função do surgimento e da expansão da televisão e do marketing (ORTIZ, 1991). Pode-se afirmar que a televisão, inaugurada no Brasil em 1950, galvanizou uma rede de relacionamentos econômicos e estéticos entre esses meios, profissionalizando e dinamizando-os, a ponto de intensificar, ao longo dessas duas décadas, a estruturação da cultura midiática ligada às lógicas das indústrias culturais. Essa expansão quantitativa e qualitativa dos meios de comunicação sob a liderança da televisão também é expressão do crescimento da produção e do consumo de bens simbólicos voltados para o lazer urbano.

No caso das músicas populares urbanas, a televisão também impulsionou de novas formas de criação musical, performance, fruição e consumo, sobretudo quando se observa o surgimento e expansão, a partir dos EUA, do *rock* como novo gênero da música jovem. Por juventude, não se pensa em definições a partir da faixa etária, mas, a rigor, como uma “categoria social” (GROPPO, 1996) distinta dos mundos infantil e adulto. A partir dos anos 1950, a juventude passou a se organizar de maneira mais autônoma em torno da nascente cultura midiática, com o *rock* e um novo estilo de vida mais rebelde e em contraposição aos modelos de sociedade, família e comportamento construídos pela sociedade norte-americana. Os novos ídolos são Elvis Presley, Chuck Berry, Little Richard, James Dean e Marlon Brando. A jovem rebeldia se mostrava em corpos e roupas, nas gírias, na dança, nos namoros e nas mídias por meio de filmes, músicas e programas de rádio e TV.

Tanto as visões mais tradicionais e conservadoras quanto as posturas críticas da juventude dos EUA são transferidos a outros países do Ocidente, em especial para América Latina e Brasil¹, como consequência do processo de americanização que se desenvolve, em especial, a partir da Segunda Guerra Mundial

(TOTA, 2000) e na chamada Guerra Fria. No final dos anos 1950, o *rock* ganha espaço a partir da exibição dos filmes norte-americanos (*Sementes da violência*, em 1955, e *Ao balanço das horas*, em 1956), programas de rádio e TV, comentários em colunas especializadas de jornais e revistas e com o lançamento de discos de artistas dos EUA e dos primeiros cantores e grupos musicais jovens brasileiros cantando versões em português de sucessos estrangeiros.

A estrutura midiática, construída em função dessa juventude e do novo gênero musical, articula cinema, imprensa, rádio, televisão, gravadoras e publicidade, sempre orientada para construção e expansão de um mercado de consumo cultural jovem. Nesse contexto, constroem-se estratégias de marketing para divulgação: gravadoras à procura de sucessos, cantores apresentando programas de TV, entrevistas à imprensa, notas sobre a vida particular dos artistas, notícias sobre lançamentos, participação em propagandas, lançamentos de linhas de produtos com o nome do artista de sucesso, entre outras estratégias de venda de produtos culturais.

Nos casos acima, dois pontos se revelam centrais: a relação do *rock* com as mídias e a

1 Em Zimmermann (2013), há maiores explicações sobre a presença no Brasil dos modelos de família, mulher e homem, expressão do *american way of life*, a partir de imagens de propagandas.

propaganda; e a importância que a imagem midiática e o corpo do artista têm na construção de sentidos nesse tipo de música. Daí, entre outros motivos, a necessidade de se prestar mais atenção à moda, ao corpo jovem, aos filmes, aos programas de TV e à publicidade. Esses espaços, meios e linguagens compõem a semiosfera cultural (LOTMAN, 1998) em que a nova música jovem nasce e se define. É também nesse contexto que indicamos um objeto visual ainda pouco discutido e que tem seu papel na produção de sentido do *rock* produzido e consumido no Brasil nos anos 1960: as capas de discos. Ao estudá-las, propõe-se ampliar o entendimento acerca do *rock* brasileiro no seu período inicial e adensar importantes análises que discutem o movimento cultural em outras áreas: história (MEDEIROS, 1984; PEDERIVA, 1998; VALDIVIA, 2002), na moda (ZIMMERMANN, 2013), nos estudos sobre gírias e expressões nas letras das canções (POTIER, 2001), nas relações com a imprensa (GARSON, 2017) e em livros-reportagens (FRÓES, 2000; PUGIALLI, 2006).

Em paralelo às apresentações dos artistas em shows e na TV, é nas capas de disco que suas imagens ganham sentido, numa semiose que traduz sua obra, sua música e seu comportamento e constrói representações visuais

imitadas e recriadas pelos ouvintes por meio do consumo dos discos e que comporão memórias visuais dentro da cultura. A hipótese que se coloca é que o disco e sua capa funcionam como mediadores dentro da relação entre gravadora (empresa que produz e cria uma embalagem para seu produto), artista (criador das canções gravadas) e público (consumidor do disco e também das construções simbólicas que circundam e definem o próprio produto: imagem, comportamento, estética, design, moda etc.). Como mediadora, a capa é um espaço simbólico de negociação entre interesses comerciais, projetos estéticos do *rock*, e gostos e comportamentos de uma juventude que se abre ao consumo e que alimenta novas representações de si própria.

O objetivo deste artigo é compreender a construção da memória do início do *rock* no Brasil e da jovem guarda por meio das representações visuais (fotografias, corpos, composição visual, elementos gráficos etc.) nas capas dos *long-PLAYINGS* (LPS) dos seus artistas entre 1959 e 1970.² Tal período se justifica por abarcar, com relação a lançamentos de LPS (descartando compactos simples e duplos e as coletâneas individuais e coletivas), os primeiros discos de *rock* no Brasil, o *twist*, a jovem guarda propriamente dita, até dois anos após

2 Este artigo é parte de uma pesquisa maior, em andamento, sobre representação e memória visual nas capas de LPS do *rock* brasileiro.

o fim do programa de TV *Jovem Guarda* (1965-1968) quando muitos artistas deslocam seu repertório para outros gêneros, a maioria dos grupos se desfaz e o próprio *rock* nacional se transforma. Foram selecionados 35 artistas e respectivas discografias em LP, lançadas no período citado, num total de 156 discos individuais. As capas de discos são analisadas sob os aspectos de representação (HALL, 2016) da juventude, da música, do corpo e da performance (ZUMTHOR, 2010). Nos aspectos ligados eminentemente à linguagem visual, são trabalhadas algumas noções desenvolvidas por Dondis (2003).

A perspectiva é de que as capas de disco devem ser percebidas como objetos de memória visual que, ao seu modo, alimentam uma textualidade mais ampla que é a própria cultura (LOTMAN, 1998). Como representação visual, são parte da memória coletiva (HALBWACHS, 1990) e de outras articulações da memória (BOSI, 2003; HUYSSSEN, 2001; POLLAK, 1989). Tratar as capas como objetos de memória é pensá-las como memórias-documentos que registram e apontam para um passado que não mais existe e que podem ser rearticuladas por demandas postas hoje. Inscrevemos nossa empiria em uma matriz específica de inteligibilidade que são os domínios nocionais da memória coletiva e individual que, como afirma Ricouer (2007), se destacam

da dimensão histórica e a tensionam. Em uma palavra, o passado estaria, por assim dizer, presente na imagem como signo indicial da sua ausência, ou seja, a falta de algo que esteve ali a apontar para o passado. Essa ausência de algo potencial é o que a memória se esforça por reencontrar e cuja fidelidade lhe é reivindicada. A história busca, em sua lógica científica, fornecer construções racionais que declara serem reconstruções. Mas, nessa lida, entre as reconstruções e o reconhecimento, subsiste um fosso fenomenológico em que a memória se produz e reproduz como matéria da cultura.

Jovem guarda, mídias e imagem

O surgimento e a consolidação do *rock* no Brasil se dão nas relações do novo estilo com as várias mídias do período. Para comprovar, Garson (2017) analisa dois casos na imprensa no início dos anos 1960, antes do sucesso do programa de TV *Jovem Guarda*: a coluna *O Mundo é dos Brotos*, escrita por Carlos Imperial na *Revista do Rádio*, e a publicação especializada *Revista do Rock*. Fica clara a força da imprensa ao agregar os fãs da música jovem, lançar artistas e movimentar os interesses dentro do mercado. Carlos Imperial foi figura central e exemplar nesse processo ao compor canções, atuar como empresário de artistas, apresentar programas de rádio e TV, trazer discos do exterior e conectar fãs do *rock* com informações, promoções e eventos:

Através de seus programas de rádio e de TV e da sua coluna *O Mundo é dos Brotos* na *Revista do Rádio*, [Imperial] ajudou a definir conceitual e materialmente o espaço da música jovem, produzindo a crença em um novo padrão de sucesso musical. Sintonizado com os mais recentes lançamentos internacionais, articulava uma rede de contatos e promoção que envolvia artistas, público e gravadoras. Assim, além de organizar o meio musical como signo de identidade para a audiência jovem, fez dele um meio de recrutamento e condução da carreira de vários intérpretes [...] (GARSON, 2017, p. 192-193).

Como mediador cultural, interessado nos seus negócios e, indiretamente, na construção do mercado da cultura jovem, preocupava-se com vários elementos, inclusive a aparência dos cantores. No entendimento de Imperial e, conseqüentemente, desse novo mercado ligado à juventude

[...] a nova leva de artistas, se quisesse se profissionalizar, deveria buscar uma forma de distinção ao converter um dado objetivo, sua condição etária, em um marcador social de diferença. A atenção ao comportamento, repertório e, fundamentalmente, aparência, já antecipavam a natureza visual com que a música iria lidar dali pra frente,

uma conseqüência de sua incorporação à TV (GARSON, 2017, p. 198).

A televisão foi uma das mídias que alavancou essa face imagética do *rock* e da jovem guarda. Antes mesmo do *Jovem Guarda*, na TV Record, que estreou em agosto de 1965, outros programas já ocupavam as grades de programação de algumas emissoras³. O *rock* também aparecia no cinema, seja como tema central ou com números musicais com cantores e grupos⁴. A indústria fonográfica também se desenvolveu, em primeiro lugar, por conta do sucesso comercial da música jovem e do consumo dos fãs (o *rock* começou sendo lançado em discos compactos simples ou duplos, passando logo para os LPs de 12 polegadas), e em segundo, em adesão às políticas culturais dos governos do período ditatorial militar instaurado em 1964. O crescimento é demonstrado em números nas pesquisas de Ortiz (1991), Paiano (1994) e Vicente (2014). Para este último, por exemplo, os dados entre 1966 e 1976 são expressivos:

O que chama a atenção imediatamente ao analisarmos os números do mercado fonográfico nacional, de 1966 a 1976, é o crescimento acumulado de 444,6% no período, para uma época em que o crescimento

- 3 São os casos de: *Crush em Hifi* (com Celly Campello, TV Record, em 1959), *Alô Brotos* (TV Tupi), *Ritmos para a Juventude* (TV Paulista, em 1961), *Hoje é Dia de Rock* e *Brotos no 13* (ambos na TV Rio). Com o sucesso do programa *Jovem Guarda*, a TV Excelsior também entra na concorrência com o especial *Novos Nove Show* e *Excelsior a Go Go*, ambos com Wanderley Cardoso (FRÓES, 2000).
- 4 Por exemplo, nos filmes: *Rio, Verão e Amor* (1966), *De Vento em Pupa* (1958), *Jerry, a Grande Parada* (1967) e *Em Busca do Tesouro* (1967), ambos com o cantor Jerry Adriani, e *Roberto Carlos em Ritmo de Aventura* e *Roberto Carlos e o Diamante Cor-de-Rosa*, dirigidos por Roberto Farias em 1967 e 1968, respectivamente.

acumulado do PIB foi de 152% [...]. Os anos de 1967 e 68 apresentam crescimento percentual significativo [...]. [...] Para se ter um termo de comparação com outras áreas similares, o mercado de livros cresceu 260% de 1966 a 1976, e as revistas 68,9% de 1965 a 1975 (PAIANO, 1994, p. 195-196).

Para atrair cada vez mais esse público, as capas se tornam um importante espaço de mediação. A visualidade que envolvia essa nova música e se disseminava em programas de TV, filmes e fotos na imprensa, também ocupava o espaço quadrado das capas de disco sempre em exposição para venda nas lojas, ao alcance dos olhares, dos desejos e dos gostos da juventude.

Capas de discos: representação e memória visual

Neste artigo, partimos do entendimento de Hall (2016, p. 32) para quem “representação diz respeito à produção de sentido pela linguagem”. Seja o registro de um fenômeno, objeto físico ou imaterial, seja sua simbolização, representar é colocar um construto, materializado em signos organizados em linguagem, no lugar desse objeto ou fenômeno para referi-lo ou indicá-lo, numa relação inteligível de construção de sentido fundada em ideias ou conceitos partilhados na sociedade.

Segundo Hall (2016), esse processo de significação que aponta para os eventos que intentamos denominar se organiza em dois

sistemas de representação imbricados entre si: as representações mentais e os sistemas de linguagem. As primeiras articulam conceitos às coisas (materiais ou abstratas) que percebemos ao nosso redor, criados e entendidos conforme certos parâmetros de reconhecimento na cultura e tributários de maneiras de classificar, organizar e agrupar os fenômenos. São “mapas mentais” partilhados pela cultura na sociedade por meio dos quais interpretamos e compreendemos o mundo. Os segundos são as formas de organização desses conceitos em linguagens, signos sintaticamente organizados para construir sentidos a respeito das coisas para que, ao serem compartilhados, sejam compreendidas pela sociedade ou determinados grupos sociais: “qualquer som, palavra, imagem ou objeto que funcionem como signos, que sejam capazes de carregar e expressar sentido e que estejam organizados com outros em um sistema” (HALL, 2016, p. 37).

As linguagens materializam os sistemas classificatórios e organizativos em representações cujos sentidos são articulados dentro da cultura, sempre em tensão e negociação. Por exemplo, como veremos, nas capas dos LPs aqui em análise, as imagens dos artistas são parte do processo de representação figurativa do corpo jovem que busca se afirmar nos anos 1960 contra determinados parâmetros de uma sociedade mais conservadora. Tal iconografia constrói, pelo olhar de hoje, uma

memória de disputas no campo dos padrões estéticos e comportamentais ligados ao *rock* e a capa se concretiza como um espaço visual e manuseável privilegiado.

Por sua vez, além de um campo de disputas de poder, a cultura aqui é pensada como um grande locus, nomeado por Lotman (1998) como *semiosfera*, ou seja, uma esfera abstrata e dinâmica na qual textos interagem para modelizar linguagens e construir significados, também em contato com outras esferas externas. Os processos de representação dentro da cultura podem ser concebidos como expressões de linguagens, articuladas interna e externamente em textos semióticos (LOTMAN, 1998), para nomear fenômenos, estabelecer sua compreensão e partilhar seus significados. No caso das imagens das capas, há vários vínculos estabelecidos com outros âmbitos da cultura do período em questão – design, moda, dança, história em quadrinhos, televisão, publicidade etc. – cujas traduções precisam ser entendidas na dinâmica típica aos textos na cultura midiática da época: imagens abstratas que modelizam no design representações do *rock*, do corpo, da rebeldia e do dinamismo da cultura jovem. Na materialidade e nos sentidos desses textos, ambos os conceitos de representação se

complementam e se apresentam, de maneira dinâmica e relacional, seja no espaço visual figurativo de disputa, seja na modelização de outros textos e linguagens para caracterizações abstratas do *rock* e da juventude.

No campo do consumo, a embalagem é a materialidade e o primeiro discurso visual e tátil referente ao objeto posto à venda, além de construir parte do significado ao apresentar o produto ao consumidor.⁵ A mediação feita pela embalagem se dá pelo compartilhamento de determinados sentidos ligados ao produto e que são, em alguma medida, inteligíveis pelo comprador. Porém, cada tipo de embalagem se estrutura com determinados objetivos e constrói valores traduzidos pelo design. No caso das capas dos LPS, um quadrado de cartolina com 31 cm de lado, sua singularidade está na produção de imagens na capa e contracapa e na particularidade do manuseio. Tal como um texto na cultura, o projeto de design compõe sentidos relacionados ao produto (o disco, a música gravada, seu gênero, o movimento cultural, a obra do artista ou a própria imagem da gravadora), revestindo a capa de camadas de significação. Logo, não é embalagem efêmera descartada após o consumo. Ao contrário, além da sua função básica, ela constrói valores e adensa

5 Em resumo, uma boa embalagem deve cumprir algumas funções básicas: acondicionamento, funcionalidade, informação, identificação, imagem do produtor e venda do produto (MESTRINER, 2002).

sentidos; enquanto objeto estético, ganha autonomia para transformar-se em espaço privilegiado de construção de representações visuais da obra musical partilhadas e recodificadas pelos ouvintes-consumidores.

No caso dos primeiros discos de *rock* e da jovem guarda no Brasil, as representações da música, da juventude e seus comportamentos, do corpo e da moda foram construídas e negociadas entre gravadoras, artistas, público e o conjunto de padrões partilhados pela sociedade. Tais sentidos compartilhados, que em última instância fazem parte dos “mapas mentais” dos grupos sociais, podem ser pensados retrospectivamente, enquanto *memória coletiva* (HALBWACHS, 1990): conjunto de ideias, valores, representações, gostos e afetos que atravessam lembranças de determinado grupo ou sociedade e que marcam esse coletivo de maneira a produzir alguns pontos identitários comuns, ainda que sempre mutáveis e algumas vezes contraditórios.

Por mais que processos identitários sejam construções simbólicas tensivas, de tempos em tempos renegociados, os pontos mais próximos e que são reconhecidos com certa

facilidade constroem representações e, por meio delas, conceitos e sentidos são também coletivamente criados e partilhados. No caso das capas de disco, boa parte dos significados ali fixados é proveniente desses pontos de vista comuns que, tomados à distância no tempo, são motivo de lembranças que circunscrevem “comunidades de gosto”.⁶ Se, quando foram produzidas, as capas correspondiam a certos aspectos de gosto no consumo, demandas específicas criadas pelos jovens ouvintes traduzidas pelo mercado musical e fonográfico da época, hoje tais aspectos são índices de construção de memórias visuais da música em questão. O reconhecimento dessas imagens e do seu potencial de produção de sentido – uma das funções do texto semiótico na cultura, segundo Lotman (1998) – demonstra o grau de pertencimento das pessoas ao núcleo afetivo que partilha as músicas gravadas e que marcaram, de alguma maneira, as dinâmicas de suas vidas, como memória visual.

Mas as relações de representação não se dão como reconhecimento mecânico e imediato, mas se apresentam como contraditórias e movediças. As capas são objetos dinâmicos de memória cujas representações, no contato

6 Hennion (2010) discute a construção do gosto não como reflexo mecânico de uma obra musical, por exemplo, mas a partir de construções ativas realizadas pelos ouvintes por meio de objetos, corpos, meios e dispositivos, estruturados em comportamentos. Essa perspectiva do espectador é um dos vetores que interferem na produção da capa, pois parte de sua construção simbólica e dos vínculos que ela media levam em consideração as formas do gosto produzidas pelo público.

com espectadores, constantemente se reconstroem conforme o tempo passa e outras pessoas as manuseiam, olham e ouvem a música gravada no disco que embala. Nesse sentido, pode-se afirmar que a capa de disco é um *objeto de memória*, pensado aqui como artefato que se desdobra no tempo e que cresce com ele ao ser manuseado, fruído. É um provocador de lembranças (que aciona) e de esquecimentos, já que, ao demarcar e enquadrar (POLLAK, 1989) o que se lembra, escamoteia outros aspectos que não precisam ser recordados. E é provocador também porque constrói memórias nos contatos produtivos que os espectadores ao longo do tempo, desde o passado, estabelecem com ela. Capas de discos são peças antigas, arqueológicas, que carregam camadas de sentido recuperadas pelo manuseio no presente (HUYSEN, 2001). Por isso, são documentos que indicam possíveis representações na sua materialidade (peso, forma, textura, cor, acabamento ou integridade), nas imperfeições provenientes do uso e do tempo (arestas gastas, cores desbotadas, a marca do círculo do disco na capa, pequenos rasgos e dobras, frases escritas à caneta à mão), nas imagens que contém e nos afetos que aciona.

Como objetos de memória, são materialidades e tecnologias que duram no tempo sob a forma de signos e linguagem e que transportam do passado ao presente o ato comunicativo que acionavam (BARBOSA, 2019). São vestígios

(memória-documento) de processos comunicacionais que provêm de atos no passado e que os documentam para serem reconectados à sua existência e ao trabalho de memória que realizam sob a perspectiva do presente. Hoje, em um contexto contraditório em que se vê a crise dos suportes físicos na música e a virtualização cada vez maior do fonograma, observa-se também uma retomada do LP de vinil como forma de reconstruir a memória material e tecnológica, ainda que sob outras condições de consumo, enquanto texto cultural articulador de memória.

Capas de disco acionam afetos, como os “objetos biográficos” relatados por Bosi (2003), peças cotidianas que marcam nossa vida, nosso espaço, que “envelhecem com o possuidor e se incorporam [*sic*] à sua vida” (2003, p. 26). No entanto, a capa opera de forma diferente. O disco pode não ser um objeto nosso, pode não estar na nossa discoteca particular. Por ser produto industrializado e existir em cópias, por se relacionar com as pessoas pelo aspecto simbólico das imagens e da música, não precisa ser nossa propriedade. Basta que o vejamos e possamos reconhecê-lo.

Tal relação, estabelecida entre artista, sua obra musical, capa e espectador, se dá no tempo e no espaço de escuta, e se desdobra além deles para produzir sentidos no decorrer de determinados períodos, extensos ou curtos, ou ser

retomada posteriormente em novos contextos. Aqui, novamente, o tempo da imagem visual se amplia do passado ao presente no fluxo. Da mesma forma, o espaço de fruição da capa não se limita ao ambiente de audição. Fundado na relação entre música e imagem, avessa à organização narrativa da história, a memória faz com que esse espaço se expanda para quaisquer situações, físicas ou imaginárias, em que ambas linguagens são lembradas.

Assim, as representações visuais presentes nas capas, ainda que com certo grau de contradição, acionam memórias, afetos, conceitos musicais e valores de comportamento dentro de um amplo leque de sentidos partilhados pelos ouvintes de variadas épocas. Observadas hoje, as capas realizam o trabalho da memória-documento por possibilitarem uma retomada de suas inscrições visuais e por registrarem um processo comunicacional reconstruído atualmente.

As capas do início do rock e da jovem guarda

O que se propõe neste artigo é entender a construção da memória visual do *rock* e da jovem guarda nos anos 1960 por meio das representações visuais nas capas dos *long-playings* (LPS) dos seus artistas. Tais representações estão nas fotografias, na configuração dos corpos (gestos, performance, roupas, adereços etc.), na composição visual da capa e nos elementos

gráficos do design, que fazem da capa um texto semiótico na cultura. Esse objeto se estrutura na interseção de três elementos: sua materialidade, a música gravada e o conjunto visual projetado na capa. Disco e capa se oferecem “ao tato, à visão e à audição, em quaisquer circunstâncias, encarnando uma atualidade permanente e possibilitando ao usuário um domínio completo sobre seu conteúdo” (REZENDE, 2006, p. 20). O que articula os três elementos nesse objeto de memória são as representações visuais partilhadas por artistas, gravadoras e fãs dentro da sociedade no âmbito da semiosfera.

Para analisar as capas do início do *rock* no Brasil e da jovem guarda, levamos em consideração duas categorias observadas no *corpus* da pesquisa a serem descritas:

- Representação de corpos e comportamentos (roupa, cabelo, acessórios, gestual, dança, marcas de performance, cultura negra) nas fotografias;
- Composição visual na relação com o movimento musical (*lettering*, desenhos, elementos gráficos, psicodelia, colagem, narratividade, aguçamentos da composição).

De maneiras variadas, os elementos que compõem ambas categorias – uma fundada na figuratividade da representação do corpo e outra, na abstração da composição visual

– circunscrevem a memória visual construída pela produção das capas e acionam as formas de representação da música e do gosto da juventude da época.

Como trabalhamos com material pouco estudado dentro dos parâmetros aqui propostos, a pesquisa tem caráter exploratório. As características de ambas categorias serão descritas, analisadas e ilustradas por exemplos representativos de cada uma. Para seleção do *corpus*, foram definidos alguns critérios. A partir de pesquisa bibliográfica e de levantamento em três sites genéricos⁷ e em sites de alguns artistas individuais, foram listados 35 artistas (9 cantoras, 16 cantores e 10 grupos, duplas e trios) que gravaram LPs (no mínimo um) no período de 1959 até 1970, totalizando 156 discos, conforme descrito na Tabela 1.

Na década de 1960, praticamente todos esses artistas lançaram mais compactos (duplos e simples) do que LPs. Mais baratos e de maior vendagem, os compactos eram usados pelas gravadoras como estratégia de divulgação de novos talentos, ou para músicas de sucesso, para um consumo mais imediato, mesmo que já gravadas em *long playings* (PAIANO,

1994; VICENTE, 2014)⁸. O *long playing* era um suporte recente e que se popularizava ao longo da década. Tinha 12 polegadas de diâmetro, microsulco e girava em 33 $\frac{1}{3}$ rotações por minuto (rpm), com cerca de 20 minutos de gravação de cada lado. Como permitia mais tempo de gravação e demandava mais recursos, era usado para cantores e grupos de maior sucesso, carreira consolidada e vendas mais estáveis. Assim, primeiro, os cantores lançavam compactos ou 78 rpm. Depois, se fizessem sucesso, lançariam um LP. Muitos artistas do *rock* não chegaram a um nível mínimo de vendas que justificasse comercialmente a gravação de um LP. No período desta pesquisa, por exemplo, o cantor Ed Wilson gravou apenas um LP, mas teve 10 compactos e um 78 rpm lançados.

Como produto mais sofisticado, a produção gráfica da capa do LP ganhava maior cuidado com mais investimento, bem diferente da embalagem pequena do compacto que, muitas vezes, ainda mantinha apenas a marca da gravadora e a abertura redonda no centro para mostrar o selo colado no disco com os nomes do artista e das canções gravadas, conforme padrão derivado das capas dos 78

7 *Discogs* (www.discogs.com), *Jovem Guarda* (www.jovemguarda.com.br) e *Dicionário de MPB Cravo Albin* (www.dicionariompb.com.br).

8 Além dos compactos, no início dos anos 1960 ainda eram lançados os antigos 78 rpm com os mesmos fins comerciais. Pouco a pouco, em meados da década, esse suporte deixou de ser usado em discos de *rock*.

rpm antigos. Desde os anos 1950, havia uma pequena produção de LPs no Brasil⁹, alguns já com boa produção gráfica com desenhos, colagens, *letterings* e fotografias (LAUS, 1999): eram coletâneas de samba, bolero, músicas de carnaval e poesias, dos selos Sinter (pioneiro

no lançamento de LPs em 1951), Festa, Polydor, Columbia, RCA, RGE, Continental, Odeon, Musidisc, Copacabana etc. Dentre os primeiros ilustradores, estavam Di Cavalcanti, Lan, Santa Rosa, Miécio Caffé, entre outros (LAUS, 1999).

Tabela 1: Artistas (cantores e grupos*) e número de LPs individuais lançados no período 1959-1970

	Artista	Nº de LPs	-		Artista	Nº de LPs
1	Bobby de Carlo	2	-	18	Os Vips	3
2	Carlos Gonzaga	9	-	20	Renato e seus Blue Caps	8
3	Celly Campello	6		21	Roberto Carlos	9
4	Cleide Alves	2		22	Ronnie Cord	4
5	Demétrius	4	-	23	Ronnie Von	6
6	Deny e Dino	3	-	24	Sergio Murilo	7
7	Ed Carlos	1		25	Silvinha	2
8	Ed Wilson	1	-	26	The Clevers / Os Incríveis ***	4 / 6
9	Eduardo Araújo	3		27	The Fevers ****	6
10	Erasmu Carlos	6	-	28	The Jet Blacks	8
11	George Freedman	2	-	29	Tony Campello	3
12	Golden Boys	5		30	Trio Esperança	6
13	Jerry Adriani **	7		31	Trio Ternura	1
14	Joelma	3		32	Vanusa	2
15	Leno e Lilian	2	-	33	Waldirene	1
16	Marcio Greyck	3		34	Wanderléa	6
17	Martinha	5		35	Wanderley Cardoso	8
18	Meire Pavão	2	-			

Obs.:

* Os Mutantes são um grupo de *rock* importante na passagem da década de 1960 para 1970. Porém, nesta pesquisa, não foi levado em consideração por ser mais fortemente relacionado ao tropicalismo e ao pós-tropicalismo dos anos 1970. Seus discos serão contemplados em investigações posteriores.

** Não foram incluídos dois discos de música italiana de Jerry Adriani.

*** O grupo começou como The Clevers e, em 1964, mudou o nome para Os Incríveis.

**** O grupo The Fevers gravou discos sob o pseudônimo The Supersonics e parte de seus músicos envolveu-se no projeto The Big Seven, com alguns membros do Renato e seus Blue Caps, também com discos lançados. Esses trabalhos, porém, não foram considerados nesta pesquisa.

Fonte: Autores.

9 Depois de EUA e França, o Brasil foi o terceiro país a ter o formato, ainda com 10 polegadas (LAUS, 1999).

No caso dos primeiros discos de *rock* nacional e da jovem guarda, em geral, as capas são pouco criativas e seguem um modelo: título e foto e nome do artista. Apesar de o *rock* no mercado anglo-americano ter sido um impulsionador de inovações no design, sobretudo pela ligação entre músicos e artistas plásticos e pelas influências da *pop art* (JONES; SORGER, 1999), no caso do *rock* brasileiro as novidades demoraram um pouco a chegar¹⁰. Aqui, o vínculo forte dessa música com as lógicas mercantis tornou o disco um produto de rápido consumo sem necessidade de um projeto gráfico de excelência. Em segundo lugar, o limitado poder de compra da juventude fez com que a indústria fonográfica não se dispusesse a investir muito (salvo exceções) no design das capas. Segundo Melo (2006, p. 47), “a indústria fonográfica estava menos preparada e tinha uma inércia maior” do que outros meios, como a TV, no cuidado com a produção visual de seus produtos.

No entanto, tais condições não significam que não houvesse nas capas soluções visuais compatíveis com a nova música e com as

demandas simbólicas da juventude. Daqui em diante, veremos exemplos em que as imagens traduzem aspectos importantes na representação do *rock*, da jovem guarda e da cultura jovem.

Como é possível perceber nos primeiros discos de *rock* brasileiro selecionados, as capas traziam, basicamente, fotografia, nome do cantor/cantora e o título do álbum, seguindo um padrão bastante comum que vinha de outros gêneros musicais. São os casos, por exemplo, das capas de Tony Campello e Ronnie Cord (Figuras 1 e 2)¹¹, com apenas o rosto, e os de Celly Campello e Carlos Gonzaga (Figuras 3 e 4), de corpo inteiro.

Esse padrão de capa coloca a fotografia do rosto da artista em primeiro plano sobre um fundo neutro. A foto é deslocada para um dos lados sendo o campo oposto ocupado pelos nomes. De maneira geral, a composição dessas primeiras capas é equilibrada, com leve aguçamento visual (DONDIS, 2003) por conta do deslocamento do rosto ou corpo em oposição às informações textuais, conforme modelos de capas na época.

10 Outros gêneros musicais brasileiros receberam bons cuidados na produção de seus discos nos anos 1960. São os casos da bossa nova, com as capas dos selos Elenco (criadas por Cesar Villela) e Som Maior, de alguns trabalhos da MPB (Nara Leão, Geraldo Vandré, Elis Regina) e do tropicalismo, em capas feitas por Rogerio Duarte e outros artistas plásticos e gráficos (MELO, 2006, p. 40-45).

11 Todas as imagens numeradas e comentadas neste trabalho podem ser vistas no site especialmente criado para este artigo: <<https://capadediscobr.wixsite.com/jovemguarda>>.

O corpo na capa

Nos casos em que o artista aparece de corpo inteiro no quadro da capa, a análise abarca a primeira categoria, ou seja, os elementos de representação da música e da juventude no corpo. Ganha destaque a noção abrangente de performance como comunicação: o corpo ativo em um espaço-tempo presencial ou midiático que compõe um texto entre si e o espectador. Nas palavras de Zumthor (2010, p. 31):

[...] ação complexa pela qual uma mensagem poética é simultaneamente, aqui e agora, transmitida e percebida. Locutor, destinatário, circunstâncias [...] se encontram concretamente confrontados, indiscutíveis. Na performance, se redefinem os dois eixos da comunicação social: o que junta o locutor ao autor; e aquele em que se unem a situação e a tradição.

Na capa de disco, a presença do corpo é mediada pela fotografia impressa no suporte de cartolina que marca sua materialidade. Porém, mesmo virtualizado, ele está ali presente e é reconhecido pelo espectador fruidor. Por meio da foto impressa, o corpo se mostra e se demonstra em determinadas ações comunicativas. Ele não é só individual, idiossincrático, mas se constitui na semiosfera cultural (LOTMAN, 1998) das mídias que envolvem o *rock*: reportagens na imprensa, entrevistas, propagandas, apresentações ao vivo, no rádio e na TV, tendo como centro simbólico o fonograma fixado

no suporte disco dentro de sua embalagem peculiar. Na semiosfera da cultura midiática, entre todos esses sistemas que a compõem, a capa articula na linguagem corporal os códigos do comportamento jovem, da música, da moda, do consumo e as tensões entre tradição e rebeldia. Cada um desses sistemas de signos modeliza-se mutuamente e no conjunto, aciona sentidos conforme essas múltiplas relações e, de outro lado, conforme se constrói a percepção da juventude a respeito dessas representações na fruição e no consumo cultural.

Na capa, mesmo estático e enquadrado na foto, o corpo em performance “implica competência. Além de um saber-fazer e de um saber-dizer, [...] manifesta um saber-ser no tempo e no espaço, [pois] a performance lhe impõe um referente global que é da ordem do corpo. É pelo corpo que nós somos tempo e lugar” (ZUMTHOR, 2010, p. 166). Pelo corpo, somos reconhecidos, reconhecemo-nos e construímos os textos com os quais expressamos e representamos conceitos e valores; com o corpo, emulamos as coisas e as ideias do mundo. Enquanto imagem midiática, a performance também é percebida como modulação da imagem da TV, veículo central nos anos 1960 e que mobiliza o corpo e seu entorno midiático com maior potência do que outras mídias (AUSLANDER, 2008). Além do gestual, a relação mais óbvia é a presença de imagens

dos artistas em programas de TV nas contracapas dos discos.

Em sua materialidade, o corpo performático na foto da capa se insinua em gestos, roupas, adereços e cenário. O gesto é produto da movimentação do corpo, mesmo que apenas indicado, e está sempre integrado a uma poética e em um desejo de “dizer” sem necessariamente mimetizar. “O gesto não transcreve nada, mas produz figurativamente as mensagens do corpo” (ZUMTHOR, 2010, p. 220), seja como norma, convenção ou marca de subjetividade, sutil ou exacerbado, como dança ritualizada e coletiva ou como expressão livre e puramente individual. O corpo também é coberto por roupas e adereços, tradutores e amplificadores dos sentidos dados a ele, como partes do invólucro social de circunscrição e expressão. Vestimentas, enfeites e objetos demarcam o caráter do corpo e seus valores culturais. No quadrado das capas do início do *rock* e da jovem guarda, músicos, cantoras e cantores têm suas imagens construídas em função da gestualidade indicada, dos trajés (novos, juvenis, diferentes) e de objetos, sejam enfeites sejam instrumentos musicais ou microfones, que os qualificam. Por fim, as imagens dos artistas estão em contextos imagéticos, cenários que também os moldam, envolvem e definem, podendo ser mais neutros em cores únicas e “fundos infinitos” ou forjados para construir uma cena, muitas vezes vinculados a determinados cotidianos.

Nos corpos jovens nas capas de discos do *rock* nos anos 1960, um primeiro aspecto tem a ver com o processo de construção, ao longo da década, de uma nova imagem de masculinidade (ZIMMERMANN, 2013). O corpo se torna mais livre, partilhando configuração e adereços mais próximos do que, na época, entendia-se como de uso feminino. Nas primeiras capas dos cantores, os cortes curtos são ainda pertinentes aos padrões antigos. Pouco a pouco, os cabelos crescem sob inspiração dos Beatles e de outros grupos anglo-americanos: cresce primeiro o topete, como na foto de Sergio Murilo em seu LP de 1960 (Figura 5), e a franja, como no disco *Nº 3*, Ronnie Von, de 1967 (Figura 6); depois a parte de trás, a cobertura da orelha ou as costeletas (disco de Jerry Adriani na Figura 7), até chegar no cabelo como um todo (LP de Marcio Greyck na Figura 8). Ainda quanto ao corpo, no conjunto de capas em análise nesta pesquisa, apenas um cantor – Ronnie Von, em disco de 1969 (Figura 43) – aparece sem camisa fotografado de frente.

Quanto às roupas, novas peças passam a fazer parte do modo de vestir: parkas, conjuntos de ternos para grupos à moda de Beatles (Figura 9), camisas de mangas bufantes, estampados, blusas de gola rolê (Figura 10), calças justas, até se aproximar da psicodelia e do padrão *hippie* mais no final da década com os coletes com franjas, lenços e outras peças coloridas (Figura 11). Essas três capas de discos de Renato e seus

Blue Caps, entre 1967 e 1969, demonstram essas transformações no vestuário.

Os adereços e objetos de cena constroem e ampliam sentidos. Nos homens, a novidade era usar anéis, pulseiras e colares. Na postura, as mãos na cintura, a camisa aberta com parte do peito à mostra. Adereços e posições aparecem em duas contracapas, de Erasmo Carlos (Figura 12) e Roberto Carlos (Figura 13), e em uma capa da dupla Deny e Dino (Figura 14).

Três objetos são importantes de serem observados nas capas: o microfone, os instrumentos musicais, com destaque para o violão e a guitarra, e o carro. Os instrumentos implicam o gesto e a performance do músico e acionam o corpo todo para compor a identidade da nova música e da nova juventude, visível no disco de Ronnie Cord, de 1960 (Figura 15), na capa do grupo The Clevers, de 1964 (Figura 16) e no disco *O Bom*, de Eduardo Araújo, de 1967 (Figura 45). O gestual que envolve a manipulação dos instrumentos também ocorre com o microfone no momento do canto. Muitos cantores e cantoras construíram uma performance particular para esse ato, a ponto de desenharem uma identidade gestual, uma *marca de performance*, espécie de “assinatura” corporal no canto e no manuseio do microfone. Um caso ilustrativo é Roberto Carlos: quando canta, uma mão segura o microfone e a outra segura a articulação do pedestal, fecha os olhos

e movimentava de leve lateralmente o rosto. Esse tipo de pedestal é bastante usado pelo artista até hoje. Essa representação visual identitária do cantor pode ser vista na capa e na contracapa, espelhadas, em fotos em alto contraste, de seu LP de 1970 (Figuras 17 e 18).

O carro é outro objeto cultuado na jovem guarda. Desde os anos 1950, o automóvel apontava para um ideal de ascensão social e econômica, bem de consumo durável representativo das políticas desenvolvimentistas do presidente Juscelino Kubitschek. Com a juventude da década seguinte, transformou-se em item do universo masculino e indicava rebeldia, poder e *status*. Em seus vários modelos e tamanhos, o carro aparecia ora como “símbolo de ostentação, ora signo de independência e de uma certa agressividade, ora peça importante no jogo da sedução amorosa, ora companheiro e parceiro no elogio à solidão magoada” (MEDEIROS, 1984 p. 32-33), como se nota nas letras das canções *Rua Augusta*, *Calhambeque*, *Parei na contramão*, *As curvas da estrada de Santos*, entre outras. A capa do disco de Demétrius, de 1963 (Figura 19), o insere numa cena em que carro e violão se articulam como objetos no jogo do amor. Mesmo em um contexto rural e bucólico, ambos objetos compõem a imagem masculina em torno da mulher.

O corpo feminino também foi reestruturado pela juventude, pela música e pela moda na

época, na tentativa de libertá-lo dos códigos mais conservadores que regiam os costumes e comportamentos até meados dos anos 1950, tornando-o mais livre dos estereótipos representados pelas figuras da menina meiga e frágil, da mãe e da dona de casa. Isso fica patente nas roupas, que mostram o corpo cada vez mais, nos cabelos e na gestualidade. As capas trazem as minissaias, os vestidos curtos, meias-calças, calças justas, calças de couro, botinhas e movimentos de dança, mesmo que, contraditoriamente, algumas características tradicionais permaneçam em latência. Por exemplo, a figura de Celly Campello demonstra essa tensão: ela se torna um ídolo da juventude, canta os primeiros *rocks*, mas tem imagens de capa com cabelos e roupas mais tradicionais, como no LP *A bonequinha que canta*, de 1960 (Figura 20)¹².

No polo oposto, há as capas de Wanderléa, no disco *Pra ganhar meu coração* (Figura 21)¹³, Vanuza (Figura 22) e Silvinha Araújo (Figura 23), com saia ou vestido mais curtos, calças apertadas e em poses provocativas de dança.

Percebe-se nos corpos um dos conflitos da jovem guarda: por um lado, os artistas tentam acompanhar o turbilhão de transformações da

juventude na década de 1960, e por outro, há limites por estarem inseridos no contexto da música de sucesso, com grande visibilidade. As imagens das capas apontam para mudanças importantes no corpo jovem: subversão de tabus, quebra do modelo de diferenciação dos corpos masculino e feminino, a moda unissex que indicava simetria de gêneros, a praticidade das vestimentas, a libertação da moda *hippie* (CIDREIRA, 2008). É o momento em que o corpo passa a ser o centro de um processo maior de questionamento político: “a afirmação de uma ideologia do corpo autêntico e libertário, nas décadas de 1960 e 1970, contribuiu para a construção da imagem de um corpo puro centrado na experiência física e cotidiana” (MATESCO, 2009, p. 8). No entanto, no polo oposto do conflito, tais subversões ainda encontram barreiras tendo em vista o consumo midiático dessa música. Algumas imagens respeitam limites e não ultrapassam questões mais agudas que só serão enfrentadas na década de 1970, como a androginia, por exemplo, presente nas imagens midiáticas do grupo Secos e Molhados e nos espetáculos de teatro do Dzi Croquetes.

O terceiro aspecto referente ao corpo e à performance nas capas de disco do início

12 Inclusive, a cantora deixou a carreira para se casar, tornar-se mãe e dedicar-se ao lar.

13 As fotos usadas na capa do disco *Pra ganhar meu coração* haviam sido feitas para divulgação de um filme que seria dirigido por Luiz Sergio Person, mas que não saiu do papel. As fotos eram para ser “sexy” (FRÓES, 2000).

do *rock* e da jovem guarda tem a ver com a dança, movimento rítmico e expressivo para acompanhar a música. O *rock* inaugura, na tradição da música popular que vem dos anos 1950¹⁴, a dança de casais em separado, a dança coletiva e a solitária. Desenvolve-se o *twist* e o *hully gully* e o corpo se liberta em movimentos cada vez mais sensuais em direção à liberdade e ao prazer. Conforme Zumthor (2010, p. 226):

A dança, prazer puro pulso corporal sem outro pretexto que ela própria é, também, por isso mesmo, consciência. [...] A dança expande, em sua plenitude, qualidades comuns a todos os gestos humanos. Ela manifesta o que se oculta alhures; revela o reprimido; faz desabrochar o erotismo latente.

As fotografias nas capas traduzem essa energia expressiva que extravasa os limites das tradições e coloca em ação o corpo em êxtase. Mesmo estática, a imagem se traduz em desejo e ímpeto para uma juventude que se reorganizava em novos modelos.

Os grupos de *twist* são um primeiro exemplo de como as capas representavam a novidade da dança no *rock*. A dança amplia o tempo e o espaço de ação do corpo, potencializa o desejo e instaura o “corpo como fonte de

prazer” (MEDEIROS, 1984, p. 35). Nas capas, são os casos dos grupos Renato e seus Blue Caps (Figura 24) e The Jet Black’s (Figura 25), com cenas da coreografia do *twist*. Neles, há uma alteração no padrão da capa: ao invés da centralidade foto do artista, agora são os jovens no dinamismo da dança que ancoram a capa.

No caso do *rock*, a dança é parceira da festa, espaço-tempo dinâmico em que a juventude libertava os corpos dos limites das tradições para se extasiar na alegria, na bebida, no cigarro e na sensualidade. A canção *Festa de arromba*, composta pela dupla Roberto e Erasmo Carlos e gravada por Erasmo, narra na letra o ambiente festivo da jovem guarda citando a música, o carro, a televisão, a dança, a bebida, o amor, entre outros elementos que permeiam o ambiente da festa como espaço de representação da juventude. Dentre as capas, um exemplo é o disco *Isto é Renato e seus Blue Caps* (Figura 26), em que uma foto pouco definida tirada da altura do chão mostra o dinamismo dos corpos na festa: uma moça no centro dançando e fumando destacada pelos contrastes entre luz e sombra e entre imagens em primeiro plano e fundo. Outro é o disco *A Juventude manda...*, de The Fevers (Figura 27), cuja imagem mostra mulheres em pleno

14 Não levamos em consideração aqui, por exemplo, a tradição do samba.

movimento de dança, também com pouca definição. Nessas peças visuais, fica claro o *ethos* representativo da festa e da dança em que subjaz o *rock*.

O corpo negro também esteve presente no *rock* nacional nos anos 1960. No *corpus* analisado, três grupos se destacam: Trio Esperança, Trio Ternura e Golden Boys. Nas capas é possível perceber aspectos da cultura *black* dos EUA que se modeliza no *rock* brasileiro, provavelmente derivada da Motown, gravadora de Detroit fundada em 1959 e especializada em *soul music*. O negro se revela nas capas pela pele, pelos cabelos e pelas roupas. Este último elemento aparece dentro dos padrões do *rock* nos primeiros discos (ternos e vestidos curtos) nos LPs do Trio Esperança (Figura 28) e do Trio Ternura (Figura 29). Já na capa do disco *Fumacê*, dos Golden Boys (Figura 30), surge a bata de cores fortes, que os aproxima de um padrão estético que tende ao africano nos figurinos, como influência da estética *hippie*. Além da vestimenta, os gestos com as mãos à frente do corpo apontadas para o espectador são expressivos e indicam um posicionamento marcado frente às questões raciais. Apesar de localizado dentro do *corpus* da pesquisa, essa capa embala um disco lançado em 1970, cujo trabalho musical foge um pouco da jovem guarda. O repertório traz tanto baladas típicas dos anos 1960 como novas misturas com *soul music*, baião e tendências do *rock* rural.

A composição visual

A segunda categoria de observação das capas de disco do início do *rock* nacional e da jovem guarda que constrói representações da música e parte de sua memória visual se circunscreve à composição da imagem. Distante da relação mimética proporcionada pela fotografia, o projeto gráfico da capa tenta traduzir abstratamente com os elementos visuais básicos do design, as noções de juventude, rebeldia, movimento e novidade que se construía na música e no comportamento. No *corpus* em questão, são os casos do *lettering*, das técnicas de desenho e colagem, do estilo psicodélico de cores e linhas curvas, de alguns projetos gráficos criativos compatíveis com o desenvolvimento do design na época, de relações narrativas entre capa e contracapa, contrastes e aguçamentos na composição.

Os projetos visuais das capas do *rock* e da jovem guarda, mesmo devedores do citado padrão formado pela imagem do artista, construíram uma identidade gráfica representativa da nova música e da juventude. Na década de 1960, em parte acompanhando os fenômenos estéticos da contracultura, da *pop art*, do experimentalismo, do “desbunde” e dos comportamentos rebeldes, relativiza-se a dicotomia, como explica Dondis (2003), entre a função objetiva da embalagem e a expressão subjetiva do capista ao representar a obra do artista musical. Seja na imagem

no quadrado de 31 cm de lado, seja na constituição do objeto manipulável de cartolina (simples envelope ou mais complexo como um álbum), a capa tornou-se espaço propício à criatividade já que a música gravada no disco se tornava diferente para uma audição e um consumo também novos. Os vínculos entre música e gosto jovem serão, em parte, mediados pela constituição física e visual da capa.

O primeiro elemento de representação do *rock* nessas capas é o *lettering*, em especial os direcionamentos ondulados, tipos fantasia em formas arredondadas, em manuscrito (como no LP de Waldirene, de 1968 – Figura 31) e em variações da fonte Hobo (Homeward Bound). Já nos primeiros discos aparecia um uso mais dinâmico da letra e do texto escrito, como se vê no citado disco de Tony Campello (Figura 1) em que as letras da palavra *ROCK!* se deslocam como se estivessem dançando. Há também a solução dinâmica do LP *Os Incríveis*, do grupo The Clevers (Figura 16), em que as palavras aparecem cortadas ao meio simulando deslocamento. Além disso, os músicos aparecem performando com seus instrumentos e a diagramação os coloca em duas diagonais em cruz, o que intensifica a percepção de movimento da imagem.

As formas curvas também indicam a formação cinética. Colocadas ao lado do corpo,

como nos discos das cantoras Joelma (Figura 32) e Vanuza (Figura 22), ambos de 1968, traduzem na forma o dinamismo da dança. Na capa da Joelma, seu nome se destaca pela grande área da capa que ocupa e pelo próprio desenho, ganhando força sobre as três fotos da cantora. Na capa do LP do grupo The Jet Black's (Figura 33), apesar de as letras terem serifa e não serem arredondadas, a diferença de tamanho e o direcionamento ondulante replicam a sensação de movimento implícita na música dançante do grupo.

Já no LP *Socorro, nosso amor está morrendo*, de Wanderley Cardoso (Figura 34), como em uma história em quadrinhos, a composição articula letra, frase e o gesto do artista na foto. O título do disco (nome de uma das músicas), escrito em linhas ondulantes, simula a fala do cantor, como se estivesse dentro de um “balão” de HQ, importante linguagem juvenil e produto midiático na época. Neste caso, como um texto da cultura, a capa articula as linguagens musical e das HQs em um suporte reconhecido pelo público.

Colagens e desenhos são duas técnicas também usadas em LPs da jovem guarda. Dois exemplos das primeiras são: o disco da dupla Os Vips (Figura 35), com suas fotos cortadas de forma irregular intercaladas a figuras geométricas vermelhas sobre fundo branco, e o de Bobby De Carlo (Figura 36), com sua foto

de perfil cortada à mão e colada sobre uma parede de tijolos cinzas.

Quanto aos desenhos, três exemplos são importantes pela diferença que marcam entre si: o disco *Hully Gully*, da cantora Cleide Alves, de 1964, em que mescla foto e desenho com traços infantis (Figura 37), outro apenas com traços infantis, da dupla Leno e Lílian (Figura 38), e o terceiro com imagens dos componentes dos Golden Boys desenhadas com técnica mais apurada (Figura 39). Os desenhos aqui marcam parte do posicionamento de público do *rock* e da jovem guarda entre a infância e a idade adulta, expressão ainda das contradições do próprio movimento da juventude.

Outra tendência das imagens é a psicodelia, estética ligada à contracultura e ao *rock* entre os anos 1960 e 1970 que recriava nas linguagens visual, sonora, da moda etc. simulações do sonho, do delírio e das alucinações provocadas pelo consumo de drogas. No campo visual, os padrões psicodélicos nas capas de disco foram formas de tradução da sonoridade do *rock* (alto volume, estridência, saturação/distorção etc.) e seu *ethos* dinâmico e dançante à linguagem visual. Compunha-se, de maneira geral, por figuras abstratas, colagens *nonsense*, muitas cores, linhas curvas, figuras próximas a padrões fitomórficos e com sentidos perceptivos de profusão e proliferação.

Tais imagens, de caráter experimental, buscavam representar a sensação de absurdo e liberdade típica dos estados alucinatórios.

Principalmente no final dos anos 1960, a psicodelia surgirá tímida nas capas da jovem guarda e de alguns artistas ligados ao *rock* mais experimental. São os casos dos discos de George Freedman (Figura 40), dois discos de Os Incríveis (Figuras 41 e 42) – um deles com uso de colagem –, e dois de Ronnie Von (Figuras 43 e 44). Novamente, salta aos olhos os limites estéticos da jovem guarda, que se apresenta como inovação para a juventude, mas posiciona-se na manutenção da tradição: no *corpus* da pesquisa, poucas são as capas que trabalham com padrões psicodélicos e muitas mantêm o formato padrão da foto do artista na capa.

Tal contradição, no entanto, não impediu soluções inovadoras nas capas do começo do *rock* nacional e da jovem guarda que representavam novas relações estéticas entre música, arte gráfica e consumo da juventude. Dentro do *corpus* aqui adotado, é possível observar dois aspectos criativos na linguagem visual das capas.

Em primeiro lugar, as relações de narrativa e espelhamento entre capa e contracapa demonstram as possibilidades de criação nesse tipo de embalagem. Como a capa deve ser manuseada pelo ouvinte para retirar

o disco e para obter informações referentes às músicas, aos músicos, à gravação etc., alguns capistas usaram a possibilidade de manipulação para construir novas soluções. É o caso da relação de narratividade visível nos dois lados da capa, em que a imagem de trás simula uma continuidade de movimento e/ou de deslocamento temporal em relação à da frente, como ocorre no LP *O Bom*, de Eduardo Araújo, de 1967 (Figuras 45 e 46).

O espelhamento é outra possibilidade criativa na composição da capa. Os discos do Trio Esperança, de 1968 (Figuras 47 e 48), e de Os Incríveis, de 1970 (Figuras 49 e 50), mostram praticamente a mesma cena em ângulos opostos, positivo e negativo, na capa e na contracapa. No caso do disco de Os Incríveis, há as particularidades de o nome do grupo estar grafado na forma psicodélica e as tradicionais fotos terem sido substituídas por radiografias de crânios. Além desses, o mesmo efeito de imagens espelhadas aparece também no citado disco de Roberto Carlos de 1970 (Figuras 17 e 18).

A segunda característica criativa nas capas do início do *rock* nacional e da jovem guarda aqui analisados está nos projetos visuais tensivos construídos visando uma composição instável e provocativa, bem ao sabor da representação de certa rebeldia jovem. Tais efeitos são produzidos por linhas diagonais, em imagens assimétricas, ou em alto contraste, seja em

preto e branco ou luz e sombra (DONDIS, 2003). Com relação às diagonais, quatro discos se destacam. No LP de Meire Pavão (Figura 51), o conjunto visual inclina-se levemente, nítido no paralelismo entre os textos e o braço da cantora, e provoca um pequeno aguçamento na composição. A linha diagonal indica o dinamismo mimetizado no movimento de corpo na dança. No disco *A juventude canta – vol. 2*, do grupo The Fevers (Figura 52), a diagonal é produzida pela foto em perspectiva. Outras diagonais aparecem no disco *O novo ídolo*, de Ronnie Von (Figura 53), simulada na foto de seu rosto em perfil inclinado à frente, e no disco da cantora Martinha (Figura 54), em que sua foto emoldurada em branco é colocada em posição inclinada sobre fundo vermelho, como se tivesse jogada sobre o fundo.

Outros dois casos de composição tensiva se mostram nas imagens em contraste, em preto e branco, como no disco *Coruja*, da dupla Deny e Dino (Figura 55), ou em luz e sombra, ao estilo barroco de Caravaggio, com efeito emotivo, como na capa do LP *Quando o amor se transforma em poesia*, de Wanderley Cardoso (Figura 56).

Considerações finais

A observação de 156 capas de LPs de 35 celebrados artistas do início do *rock* no Brasil e da jovem guarda, lançados entre os anos de 1959 e 1970, nos revela um universo rico e, muitas

vezes, contraditório. Em primeiro lugar, se, por um lado, várias capas seguem um padrão visual simples, tendo em vista o modelo de design de embalagem para um produto cultural de consumo massivo, por outro, algumas revelam espaço profícuo para inovações na construção de uma linguagem visual dinâmica e diferenciada. Em segundo lugar, as capas se mostram importante suporte para representação da nova música jovem, apesar de tensionado entre representações culturais tradicionais e de rebeldia e inovação. De formas variadas, as capas buscam representar o *ethos* do *rock*, do movimento cultural da jovem guarda e da própria juventude por meio do corpo, das novas configurações de gênero, figurinos e adereços, da dança e do dinamismo e da criatividade das composições visuais.

Assim como na TV, no cinema e na publicidade, as capas conjugam imagens que traduzem a novidade e as transformações da cultura jovem nos anos 1960. Mesmo criadas como embalagem, dentro das demandas do mercado, revelam, sobretudo quando olhadas em conjunto e em retrospectiva no tempo, as marcas visuais que contribuíram para determinadas leituras sobre essa produção cultural.

Longe de fazer uma história das imagens do *rock* dos anos 1960 – pois não está no escopo do artigo a análise dos processos históricos referentes – a memória visual aqui em

relevo aponta para o conflito e a negociação entre tradição e novas molduras do corpo, do design e da música materializadas nas capas e nas visualidades. Além de vestígios desse passado já ausente, em suas nuances e contradições, capas e imagens realizam um trabalho de memória ao articularem-se no presente e acionarem sentidos conforme novas solicitações feitas dentro dos interesses atuais, quando os suportes se desmaterializam e o LP de vinil é retomado, ainda que em outras formas de consumo.

Pensadas como objetos de memória, textos culturais que articulam relações entre passado e presente e que acionam lembranças e construções mnemônicas mediante determinados enquadramentos, as capas revelam variadas formas de pensar a jovem guarda e o *rock*. Por estarem inscritas em imagens, as capas documentam representações figurativas e abstratas da música e da juventude e estabelecem o duplo jogo de materializar os processos comunicacionais da época pregressa e possibilitar sua rearticulação no presente. Como objetos arqueológicos das mídias, tecem múltiplas temporalidades na sua materialidade (forma, cor, desenho, textura, integridade) e nas marcas produzidas pelo tempo e pelo manuseio. Vistas desde o momento atual, são peças que crescem pelas camadas de tempo que contêm, pelas dobras, fissuras e contágios que produzem ressignificações nos textos da

cultura. Imagetivamente, as capas fazem reemergir as ambiguidades daquele momento em que cultura, juventude e indústria cultural pendulam estrategicamente entre rebeldia e bom-mocismo, entre o tradicional e o pretensamente novo.

Observadas como objetos de representação, revelam-se como documentos visuais que circunscrevem maneiras de recompor o passado inexistente. É objeto que constrói memórias, variáveis ou contraditórias, ao sabor das imagens. Não à toa, sugere relações afetivas de lembrança e de reconhecimento e que, no contato com os espectadores, aciona e produz sentidos.

Referências

- AUSLANDER, Philip. **Liveness**: performance in mediatized culture. 2. ed. New York: Routledge, 2008.
- BARBOSA, Marialva. Comunicação, história e memória: diálogos possíveis. **Matrizes**, v. 13, n. 1, p. 13-25, jan./abr. 2019.
- BOSI, Ecléa. **O tempo vivo da memória**: ensaios de psicologia social. São Paulo: Ateliê, 2003.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. A moda nos anos 60/70 (comportamento, aparência e estilo). **Recôncavos–Revista do Centro de Artes, Humanidades e Letras**, v. 1, n. 2, p. 35-44, 2008.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- FRÓES, Marcelo. **Jovem Guarda**: em ritmo de aventura. São Paulo: Ed. 34, 2000.
- GARSON, Marcelo. Imprensa de nicho e música jovem no Brasil: O Mundo é dos Brotos e Revista do Rock (1960-1965). **Antíteses**, v. 10, n. 19, p. 185-210, jan./jun. 2017.
- GROPPO, Luís A. **O rock e a formação do mercado de consumo cultural juvenil**. 1996. 313 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia)– Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1996.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice/Edit. Revista dos Tribunais, 1990.
- HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Apicuri/ PUC-Rio, 2016.
- HENNION, Antoine. Gustos musicales: de una sociología de la mediación a una pragmática del gusto. **Comunicar – Revista Científica de Educomunicación**, v. XVII, n. 34, p. 25-33, 2010.
- HUYSEN, Andreas. **En busca del futuro perdido**: cultura y memoria en tiempos de globalización. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2001.
- JONES, Steve; SORGER, Martin. Covering music: a brief history and analysis of album cover design. **Journal of Popular Music Studies**, v. 11, n. 1, p. 68-102, 1999.
- LAUS, Egeu. **Mostra de capas de disco no Brasil**: os primeiros anos; 1951 a 1958. São Paulo: ADG, 1999.
- LOTMAN, Iuri. **La semiosfera II**. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio. Madrid/Valencia: Ediciones Cátedra/ Frónesis Universidad de Valencia, 1998.
- MATESCO, Viviane. **Corpo, imagem e representação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

MEDEIROS, Paulo de Tarso C. **A aventura da jovem guarda**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MELO, Chico Homem de (Org.). **O design gráfico brasileiro: anos 60**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

MESTRINER, Fabio. **Design de embalagem: curso avançado**. São Paulo: Makron Books, 2002.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PAIANO, Enor. **O berimbau e o som universal: lutas culturais e indústria fonográfica nos anos 60**. 1994. 241 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)–Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

PEDERIVA, Ana Barbosa A. **Jovens tardes de guitarras, sonhos e emoções: fragmentos do movimento musical-cultural Jovem Guarda**. 1998. 183 f. Dissertação (Mestrado em História)–Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1998.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989.

POTIER, Suely M. Boer. **Gíria em canções da Jovem Guarda**. 2001. 145 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica)–

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2001.

PUGIALLI, Ricardo. **Almanaque da Jovem Guarda**. São Paulo: Ediouro, 2006.

REZENDE, André Novaes de. **Da Lapa para a capa: estudo intersemiótico das capas de discos de samba vinculadas à imagem do malandro**. 2006. 110 f. Dissertação (Mestrado em Educação, Arte e História da Cultura)–Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2006.

RICOUER, Paul. **A memória, a história, o esquecimento**. Campinas: Unicamp, 2007.

TOTA, Antonio P. **O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da segunda guerra**. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.

VALDIVIA, Marcia B. **Velhos tempos, belos dias: Roberto Carlos nos embalos da Jovem Guarda – 1963-1968**. 2002. 152 f. Dissertação (Mestrado em História) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2002.

VICENTE, Eduardo. **Da vitrola ao iPod: uma história da indústria fonográfica no Brasil**. São Paulo: Alameda, 2014.

ZIMMERMANN, Maíra. **Jovem Guarda: moda, música e juventude**. São Paulo: Estação das Letras e Cores/Fapesp, 2013.

ZUMTHOR, Paul. **Introdução à poesia oral**. Belo Horizonte: UFMG, 2010.

Informações sobre o artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese: Este artigo é parte da pesquisa *O rock brasileiro nas capas de discos: representações culturais e memória visual*, liderada por Herom Vargas, tendo Mozahir Bruck como colaborador.

Fontes de financiamento: Mozahir Bruck é bolsista em produtividade CNPq nível 2. Processo 305837/2017-6.

Considerações éticas: Não se aplica.

Declaração de conflito de interesses: Não se aplica.

Apresentação anterior: Este artigo é produto da comunicação oral *Memória visual da Jovem Guarda nas capas dos LPs (1959-1970)*, no IV Congresso Internacional sobre Culturas: memória e sensibilidade, realizado em Cachoeira (BA), na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), em novembro de 2018.

Agradecimentos/Contribuições adicionais: Não se aplica.

Visual memory and representation of Brazilian rock and *Jovem Guarda* on album covers (1959-1970)

Abstract:

Brazilian rock in the 1960s was successful and important for the record companies. Among various media, album covers stand out for representing music, youth and the articulations of memory by photography and design. The aim of this article is to understand the construction of the memory of the early Brazilian rock and of the *Jovem Guarda* through visual representations on the LP album covers. The *corpus* consists of 35 artists' discographies between 1959 and 1970. We apply the notions of representation (HALL, 2016; LOTMAN, 1998); memory (HALBWACHS, 1990; HUYSEN, 2001; POLLAK, 1989; BOSI, 2003; RICOUER, 2007); performance (ZUMTHOR, 2010) and design (DONDIS, 2003). The study highlights the representations of bodies and behaviors, and how design translated rock and youth on the covers.

Keywords:

Album cover. Brazilian rock. *Jovem Guarda*.
Memory. Representation.

Memoria visual y representación del rock brasileño y de la *Jovem Guarda* en las portadas de discos (1959-1970)

Resumen:

El rock brasileño en los años 1960 fue una música exitosa y importante para la industria fonográfica. Entre varios medios, las portadas de disco se destacan por representar la música, la juventud y las articulaciones de la memoria en la fotografía y en el design. El objetivo de este artículo es comprender la construcción de la memoria del comienzo del rock en Brasil y de la *Jovem Guarda* a través de representaciones visuales en las portadas de *long-playings* (LPs). El *corpus* comprende las discografías de 35 artistas entre 1959 y 1970. Utilizamos las nociones de representación (HALL, 2016; LOTMAN, 1998); memoria (HALBWACHS, 1990; HUYSEN, 2001; POLLAK, 1989; BOSI, 2003; RICOUER, 2007); performance (ZUMTHOR, 2010) y design (DONDIS, 2003). El estudio destaca las representaciones de cuerpos y comportamientos, y cómo el diseño tradujo el rock y la juventud en las portadas.

Palabras clave:

Portada de disco. Rock brasileño. *Jovem Guarda*.
Memoria. Representación.

Herom Vargas

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil.

E-mail: heromvargas50@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7837-6740>

Mozahir Bruck

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Bolsista produtividade CNPq.

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil.

E-mail: mozahir@uol.com.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9983-6072>

Contribuição dos autores

Concepção e desenho do estudo: Herom Vargas

Aquisição, análise ou interpretação dos dados:

Herom Vargas e Mozahir Bruck

Redação do manuscrito: Herom Vargas e Mozahir Bruck

Revisão crítica do conteúdo intelectual: Mozahir Bruck