

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

FERNANDO NISHIJIMA

**CONCEITUALIZAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E IMPRESSÃO
SERIGRÁFICA DE PÔSTERES DE ROCK UNDERGROUND**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA
2014

FERNANDO NISHIJIMA

**CONCEITUALIZAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E IMPRESSÃO
SERIGRÁFICA DE PÔSTERES DE ROCK UNDERGROUND**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Disciplina de Trabalho de Diplomação, do Curso de Tecnologia em Design Gráfico, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus Curitiba como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Design Gráfico.

Orientadora: Prof^a. Marilda Lopes Pinheiro Queluz

CURITIBA
2014



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Curitiba
Diretoria de Graduação e Educação Profissional
Departamento Acadêmico de Desenho Industrial

TERMO DE APROVAÇÃO

TRABALHO DE DIPLOMAÇÃO Nº 611

“CONCEITUALIZAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E IMPRESSÃO SERIGRÁFICA DE PÔSTERES DE ROCK UNDERGROUND”

por

Fernando Nishijima

Trabalho de Diplomação apresentado no dia 25 de julho de 2014 como requisito parcial para a obtenção do título de TECNÓLOGO em Design Gráfico do Curso Superior de Tecnologia em Design gráfico do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O aluno foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora:

Prof(a). Dra. **Marinês Ribeiro dos Santos**
DADIN - UTFPR

Prof(a). Dra. **Mariuze Dunajski Mendes**
DADIN – UTFPR

Prof(a) Dra. **Marilda Lopes Pinheiro Queluz**
Orientador(a)
DADIN – UTFPR

Prof(a). MSc. **Josiane Lazaroto Riva**
Professora Responsável pela Disciplina TD
DADIN – UTFPR

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho não teria sido possível sem a ajuda da prof Marilda que teve paciência e aceitou a loucura de me orientar, aceitando a proposta de trabalho no último momento, e puxando a minha orelha em várias situações. Minha família, pelo grande esforço que possibilitou o meu ingresso na faculdade e finalmente chegar a este momento de conclusão. Meus amigos, que se dispuseram a ajudar no que puderam, apoiaram e contribuíram com idéias e às bandas participantes do projeto, que prontamente contribuíram com o processo de levantamento de dados e confiaram seus nomes num projeto desenvolvido por mim. Fica aqui registrada a minha gratidão por todos.

RESUMO

NISHIJIMA, Fernando. **Conceitualização, desenvolvimento e impressão serigráfica de pôsteres de rock *underground***. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Tecnologia em Design Gráfico) – Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2014.

O objetivo deste trabalho é a criação e produção de uma pequena tiragem de pôsteres de bandas de rock dentro do cenário underground sul-americano, especialmente dentro do Brasil. Para isso, foram escolhidas 5 bandas da atualidade que se enquadram no quesito *underground* proposto. No trabalho foram utilizados como fundamentos teóricos, a história do design gráfico e a história da arte a partir dos anos 1960, destacando as influências de movimentos de contracultura no Brasil e no mundo. Foi feito um levantamento bibliográfico a fim de definir o que é o underground, não apenas dentro do rock, como movimento, mas sim como linha de pensamento e postura ideológica. Os pôsteres foram compostos por ilustrações e algumas tipografias feitas pelo próprio autor, à mão, aliado a recursos do computador para arte final. Cada um dos pôsteres teve como referência, além da estética única de cada banda, os próprios materiais gráficos delas já existentes, como arte de discos e pôsteres de shows, procurando considerar a fonte de suas influências musicais, fazendo um diálogo direto com a origem do estilo, seu período, contexto e proposta. Por fim, foi produzida uma pequena tiragem de cada um dos pôsteres através do método de impressão serigráfico.

Palavras-chave: Serigrafia. Rock. Underground. Poster. contracultura.

ABSTRACT

NISHIJIMA , Fernando . **Conceptualization , development and screen printing posters for underground rock** . . Labour 2014 End of Course (Course Technology in Graphic Design) - Academic Department of Industrial Design, Federal Technological University of Parana , 2014.

The objective of this work is the creation and production of a small run of posters of rock bands in the South American underground scene , especially within Brazil . For this, 5 bands were chosen today that fall in the proposed underground regard. At work were used as theoretical foundations , the history of graphic design and art history from the 1960s , highlighting the influences of counterculture movements in Brazil and worldwide. A literature survey was done in order to define what is underground , not only within the rock , as a movement , but rather as thinking and ideological line stance . The posters were made by some printers and graphics made by the author himself , by hand, combined with computer resources for artwork . Each of the posters had as reference in addition to every single band aesthetic , existing charts of these materials themselves , as art of records and concert posters , consider looking for the source of their musical influences , making a direct dialogue with the origin of style, its period context and proposal. Finally, a small run was produced from each of the print through the silk screen printing method .

Keywords : Serigraph. Rock. underground. Poster. counterculture .

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Roda de Bicicleta, Marcel Duchamp, 1913	11
Figura 2 - Harbor, Robert Rauschenberg, 1964	12
Figura 3 - Double Elvis, Andy Warhol, 1963.....	13
Figura 4 - God Nose, Jack Jackson	18
Figura 5 - Capa da revista Zap Comix #0, Robert Crumb	19
Figura 6 - Fritz the Cat, Robert Crumb	20
Figura 7 - Mr. Natural, Robert Crumb.....	21
Figura 8 -Bolhas, John Milais, comprada pela Pears	23
Figura 9 - Bal au Moulin Rouge, Jules Chéret, 1889.....	24
Figura 10 - Fumos Job, Alphonse Mucha.....	25
Figura 11 - Absinthe Ducros Fils, Leonetto Cappiello	26
Figura 12 - Liebig, Leopoldo Metlicovitz, 1889	27
Figura 13 - Simplicissimus, Thomas Theodor Heine	28
Figura 14 - Chap Book, Will Bradley	29
Figura 15 - Poster do Atelier Populaire	30
Figura 16 - I Want Out, Committee to Help Unsell the War, 1970.....	32
Figura 17 - Q. And Babies? A. And Babies., Art Workers Coalition.....	32
Figura 18 - Cartaz para o Fillmore, Wes Wilson.....	34
Figura 19 - Neon Rose #6, Victor Moscoso, 1966.....	34
Figura 20 - God Save the Queen, Jaime Reid.....	35
Figura 21 - Buzzcocks, Orgasm Addict, Malcolm Garret, 1977	36
Figura 22 - Having, Stefan Sagmeister	39
Figura 23 – Mr. Occhio e Chucrobillyman, arte de Klaus Koti	43
Figura 24 – Capa do disco “Chicken Album”, 2011	44
Figura 25 - Capa do disco "Man-Monkey", 2014	44
Figura 26 - Poster "King Kong", 1933.....	45
Figura 27 – Rascunho do cartaz O Lendário Chucrobillyman	46
Figura 28 – Cartaz O Lendário Chucrobillyman	47
Figura 29 - Poster de show Amazing One-Man-Band	49
Figura 30 - Disco "Hell Blues"	50
Figura 31 - Santo Contra Los Zombies	51
Figura 32 - Santo Contra La Magia Negra	51
Figura 33 – Rascunho do cartaz The Amazing One Man Band	52
Figura 34 – Cartaz The Amazing One Man Band.....	53
Figura 35 - Capa do disco "Gotham Beggars Syndicate", 2008	55
Figura 36 - Capa do disco "Three-Gun Mojo", 2010.....	55
Figura 37 - Trecho da HQ Love and Rockets dos irmãos Hernandez	56
Figura 38 - Damn Laser Vampires, foto de divulgação	57
Figura 39 - Poster de show, autoria do Damn Laser Vampires	58
Figura 40 - Rascunho do cartaz Damn Laser Vampires.....	58
Figura 41 – Cartaz Damn Laser Vampires	59
Figura 42 - Capa de disco Louis Armstrong, Jim Flora	61
Figura 43 - Arte de Sam Gambino.....	62
Figura 44 - Arte de Shag	62
Figura 45 - Capa do disco “Verão em Havaiano” (2011).....	63
Figura 46 - Capa do disco "Tiki Twist" (2006)	63
Figura 47 - Rascunho do cartaz The Dead Rocks.....	64

Figura 48 - Cartaz The Dead Rocks.....	65
Figura 49 - Capa do disco "It`s not human, it's Human Trash", 2010.....	67
Figura 50 - Capa do disco "Addicted to trash", 2013.....	67
Figura 51 - Poster de turnê européia.....	69
Figura 52 - Poster do filme "Street Trash".....	70
Figura 53 - Poster do filme "Toxic Avenger".....	70
Figura 54 - Ilustração do artista McBees Fonte:.....	71
Figura 55 - Cartaz Human Trash.....	72
Figura 56 - Enforcado na Paisagem, Dionísio Del Santo, 1968.....	74

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1 - Manifestação em Paris, 1968, Jean Claude Reine	31
Fotografia 2 - Atelier Populaire, 1968.....	38
Fotografia 3 - Chucrobillyman nas ruas de Curitiba	41
Fotografia 4 - Chucrobillyman ao vivo	42
Fotografia 5 - Amazing One-Man-Band, divulgação.....	48
Fotografia 6 - El Santo	49
Fotografia 7 - Ron e Francis K. dos Damn Laser Vampires	54
Fotografia 8 - The Cramps	56
Fotografia 9 - Dead Rocks, divulgação	60
Fotografia 10 - Instrumentos da banda Dead Rocks	64
Fotografia 11 - Human Trash ao vivo, foto de divulgação	66
Fotografia 12 - Human Trash, foto de divulgação	68
Fotografia 13 – Gravação de tela	76
Fotografia 14 - Registro das folhas a serem impressas	77
Fotografia 15 - Impressão	77
Fotografia 16 - Impressos 1 cor.....	78
Fotografia 17 - Preparação para segunda cor	78
Fotografia 18 - Impressos finalizados.....	78

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	UNDERGROUND	11
3	PÔSTERES	22
3.1	A ORIGEM E LINGUAGEM DOS PÔSTERES	22
3.2	DESIGN E O UNDERGROUND	38
4	BANDAS	41
4.1	O LENDÁRIO CHUCROBILLYMAN (CURITIBA-PR)	41
4.2	AMAZING ONE-MAN-BAND (PIRAMIDES DE YAGUARÍ - URUGUAI)	48
4.3	DAMN LASER VAMPIRES (PORTO ALEGRE - RS)	54
4.4	DEAD ROCKS (SÃO CARLOS - SP)	60
4.5	HUMAN TRASH (SÃO-PAULO - SP)	66
5	SERIGRAFIA	73
5.1	A HISTÓRIA DA SERIGRAFIA	73
5.2	DESCRIÇÃO DO PROCESSO	75
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	79
	REFERÊNCIAS	81

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por objetivo a criação e produção de uma pequena tiragem de pôsteres de bandas de rock dentro do cenário underground sul-americano, especialmente dentro do Brasil. O assunto foi escolhido por afinidade do autor com a temática, visando demonstrar a importância da pesquisa visual e do contexto histórico cultural para o processo criativo, enriquecendo as propostas e a geração de alternativas. Cada uma das cinco bandas selecionadas possui som e estéticas distintas, tal como repertório cultural e referências únicas, e, com isto em mente, o designer gráfico atuará tentando articular esta bagagem cultural de cada uma das bandas, somado com a música de cada um, para uma peça gráfica impressa.

A música é um campo rico para experimentações, pois esta não possui limites. Pode-se criar música tanto com um violão ou com partes de lixo/sucata, como é o caso de uma das bandas estudadas. O design dentro deste meio também se encontra livre de regras e conceitos pré-estabelecidos do que é um “bom design”, podendo, ao invés do preceito de comunicar com clareza, sobrecarregar o observador com informações, se este for seu objetivo.

O cenário underground foi escolhido justamente por não ter o apelo comercial dos grupos que estão na mídia ou que fazem parte de grandes gravadoras. Deste modo, pode-se concluir que tudo que é produzido, musicalmente dentro do underground, é feito com uma certa autonomia do artista, com maior poder de intervenção, já que ele não precisa vender milhões de discos ou agradar as massas. Ele tenta fazer o que quer, sem uma preocupação em atender os gostos da maioria, sem depender das rádios e gravadoras, sem precisar seguir modismos ou tendências, buscando métodos de produção e divulgação alternativos.

Optou-se pela serigrafia como método de impressão pois nossa hipótese é de que, dentro da história das artes gráficas, ela desempenhou semelhante papel ao das bandas dentro do underground. A serigrafia foi usada para questionar as pessoas sobre a realidade em que viviam e o que era a arte, durante o período da pop art, também foi usada para produzir mídia alternativa e de guerrilha pelos estudantes, nos conturbados anos 60. Além

disso, sua estética parece conter este apelo do “faça você mesmo” e do pensamento punk presente no underground.

No trabalho foram utilizados como fundamentos teóricos, principalmente os autores Richard Hollis e Ligia Canongia, para estudar os movimentos de contra-cultura no Brasil e no mundo, tal como a ligação destes com as artes e o design. Outro marco teórico para este estudo foi a tese de doutorado em história de Marcos Alexandre Capellari: O Discurso da Contracultura no Brasil, pela Universidade de São Paulo, que foi utilizada para definir o conceito central do que é o underground e o espírito da contracultura.

Em primeiro lugar, foi feito um levantamento bibliográfico a fim de definir o que é o underground, não apenas dentro do rock, como movimento, mas sim como linha de pensamento e postura ideológica, analisando casos dentro da história da arte e de movimentos de contracultura, principalmente dos anos 60 e 70.

Tendo como base este estudo, foram escolhidas 5 bandas da atualidade que se enquadram no quesito underground proposto: O Lendário Chucrobillyman, Amazing One-Man-Band, Dead Rocks, Damn Laser Vampires e Human Trash. Os pôsteres foram compostos por ilustrações e algumas tipografias feitas pelo próprio autor, à mão, aliado a recursos do computador para arte final. Cada um dos pôsteres teve como referência, além da estética única de cada banda, os próprios materiais gráficos delas já existentes, como arte de discos e pôsteres de shows, procurando considerar a fonte de suas influências musicais, fazendo um diálogo direto com a origem do estilo, seu período, contexto e proposta.

Por fim, foi produzida uma pequena tiragem de cada um dos pôsteres através do método de impressão serigráfico, também pelo próprio autor, conforme apresentado no final desta pesquisa.

Este trabalho está dividido da seguinte maneira: a introdução apresenta os objetivos e os principais conceitos e teóricos que orientaram a pesquisa. O segundo capítulo procura discutir o conceito de underground, pontuando momentos importantes do contexto histórico para as propostas alternativas e da contracultura. O terceiro capítulo aborda os caminhos da história dos cartazes e da constituição das linguagens destas peças gráficas. Em seguida, propõe-se uma reflexão sobre o design e o underground. No quarto capítulo

mostram-se os contextos da serigrafia e seus procedimentos técnicos. O quinto capítulo apresenta as bandas e suas características. Finalmente, são apresentadas as propostas e algumas etapas do processo criativo para a confecção dos pôsteres a serem produzidos, inspirados nas respectivas bandas. As considerações finais tentam estabelecer laços entre a pesquisa teórica e as experiências de gravura.

2 UNDERGROUND

O *underground* é definido como um gênero dentro da música, e costuma denominar outras formas de arte, existentes fora da cultura de massa, sendo, por vezes, também caracterizado pelo seu alto nível de originalidade e experimentação, procurando opor-se aos padrões e modas impostos pela mídia hegemônica. (URBAN DICTIONARY, 2005)

Segundo Ligia Canongia, no livro *O Legado dos anos 60 e 70* (2005), o Expressionismo Abstrato norte-americano estava em declínio no final dos anos 50 e, com ele, as vanguardas modernas europeias sobre a arte internacional pareciam acabar. Tudo o que foi produzido posteriormente, já com a capital mundial da arte transferida de Paris para Nova York, tinha a plena infiltração dos efeitos da sociedade americana, culminando em processo de emancipação que se ensaiava desde fins da Segunda Guerra Mundial. A América do Norte dava passos para uma linguagem artística nova. A influência de Marcel Duchamp, europeu, mas naturalizado americano nos anos 50, corria atuante, disseminando experiências de natureza diversa nos EUA. Duchamp já havia instaurado o estatuto do *readymade* desde “A roda de bicicleta”, em 1913, na França, e por onde quer que o *readymade* fosse visto, as reações eram sempre traumáticas, pois era impossível manter-se indiferente a este novo conceito, e à revolução que propunha diante do fazer artesanal e artístico.



Figura 1 - Roda de Bicicleta, Marcel Duchamp, 1913
Fonte: Marcel Duchamp.net

O *readymade*

é a própria agonia da idéia de modernidade, pois desmantela os princípios e técnicas que regularam os programas modernos e nega o sistema de valores que edificou a própria noção de objeto artístico. O *readymade* impõe-se como uma arte de subversão, que se rebela contra o formalismo e as convenções burguesas, que Duchamp acreditava ainda vigorarem nos movimentos da modernidade. (CANONGIA, 2005, p.15)

Paralelamente a Duchamp e seu conceito do *readymade* é importante citar o dadaísmo, que, ainda conforme Ligia Canongia (2005), foi o primeiro movimento artístico a ir contra a ideia de um “programa” que prescreve a ação estética, surgindo como provocação à estabilidade do pensamento racional e como rompimento do método e da ideia de disciplina. Este pensamento dadaísta de libertar a arte das técnicas e programas prévios, aliado às experimentações de Duchamp, contagiou os artistas norte-americanos no final dos anos 50 e início dos 60.



Figura 2 - Harbor, Robert Rauschenberg, 1964
Fonte: Daily Artist

Artistas como Robert Rauschenberg e Jasper Johns, precursores da *Pop Art*, davam sinais da influência de Duchamp, no campo da tela, inserindo elementos de colagem, como havia sido experimentado anteriormente com os dadaístas, mas utilizando-se, acima de tudo, o espírito do *readymade*. Eles agregavam às telas objetos do cotidiano e elementos colhidos aleatoriamente, sem qualquer pretensão “estética”, o que fazia a pintura dialogar com a esfera

do trabalho, da indústria, do consumo, com as materialidades do mundo. Ainda no livro de Canongia (2005), é dito que a produção dos artistas *pop*, no final dos anos 50, chegou a ser apelidada, de modo depreciativo, de “*junk art*”, que pode ser traduzido como “arte lixo”.

De acordo com Canongia (2005), o *readymade* é a forma de se libertar a arte de regras e procedimentos pré-estabelecidos, pois tira-se um objeto de seu contexto habitual e utilitário, como por exemplo uma roda de bicicleta, um mictório ou um cabideiro, e o transfere para outro meio físico, outro contexto, dando a este objeto um novo sentido. Para Duchamp, este ato da escolha do objeto deveria ser isento de emoções ou preceitos de estética e beleza, era necessário ter indiferença. Esta noção de indiferença foi crucial para o movimento da *Pop Art*.

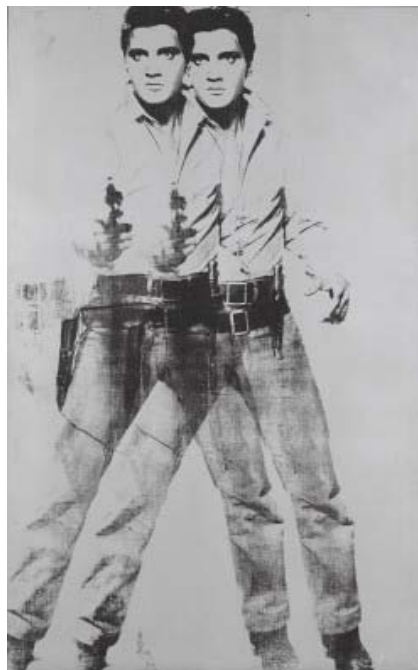


Figura 3 - Double Elvis, Andy Warhol, 1963
Fonte: Moma.org

Artistas da *pop art*, como Andy Warhol, Roy Lichtenstein, George Segal, Jim Dine, Claes Oldenburg, James Rosenquist, Tom Wesselmann, incorporam a cultura da mercadoria, em que, conforme Ligia Canongia,

(...) não mais se distingue a qualidade das coisas, em que o valor se identifica com a quantidade. O artista pop questiona, assim, a identidade do objeto, e mais, a identidade do sujeito. Ao querer ser máquina e assumir o mecanismo das operações seriais, o sujeito refuta a emoção e o juízo, tentando refugiar-se na neutralidade. Ora,

nada mais profano em relação ao “objeto artístico” ou ao “gesto artístico” do que criar uma obra que se pretende anônima, comercial e tão alienada quanto o mundo da indústria e da comunicação em massa. A Pop despreza, assim, a vitalidade das imagens, tornando-as congeladas e inexpressivas. A arte, então, “con-funde-se” com qualquer outro produto da cadeia do cotidiano: sorvete, batata frita, Picasso, Elvis Presley, fios elétricos, vacas ou sapatos. (CANONGIA, 2005, p.44)

Ainda segundo Canongia (2005), a *Pop Art* reviu e comentou com distanciamento a situação em que se encontravam as sociedades pós-industriais. Ao utilizar elementos da publicidade, televisão, cinema e quadrinhos, assumiu a simples objetividade dos fatos, sem romantismo ou heroísmo, colando o mundo da arte ao mundo da experiência real. E, deste modo, destruiu os últimos rastros de aura que revestiam a obra de arte e a figura do artista. A arte estava sendo utilizada apenas como instrumento de “demonstração” imparcial do viver contemporâneo. O fato de as imagens pop explorarem a repetição consistia em enfatizar o maquinismo da vida humana naquele momento, a partir dos efeitos do consumo desenfreado e da publicidade, assim como demonstrar a subserviência dos indivíduos ao comportamento massificado. O aspecto neutro e imparcial da *pop art* norte-americana é o ponto de maior diferença em relação à arte pop que foi feita no Brasil. A produção brasileira da década de 60 assimilou apenas a superfície da questão pop, uma leitura puramente formal, alheia ao seu real sentido. O artista brasileiro dos anos 60 envolveu sua arte pop de uma paixão explícita, cercada de anotações vivas e pessoais, repletas de crítica. Para Canongia (2005), a *Pop Art* original não era crítica, apenas acompanhava a perda da concepção humanista das novas sociedades, em que as pessoas são tratadas como gêneros de consumo. O sentido da Pop está exatamente nessa manipulação neutra da realidade. E, com toda sua exuberância iconográfica e cromática, havia ali muita ironia.

O Brasil vivia um contexto diferente. Vivia-se sob regimes autoritários desde o golpe militar de Estado em 1964, e os artistas viam-se pressionados a adotar posições políticas contra a perseguição e a censura. Não houve arte pop, mas sim, foram adotados elementos formais semelhantes. O fato de os artistas brasileiros terem processado livremente suas técnicas e conceitos nos programas estéticos de referência, acabou por torná-los artistas

contemporâneos. Pois é da natureza da arte contemporânea realizar a confusão e a dispersão das linguagens, rompendo com a ideia de “pureza”. No Brasil, Hélio Oiticica foi o primeiro a compreender a característica nômade, impura e multiforme dos novos tempos, e declarou, durante a apresentação de sua obra *Tropicália*, em 1967, que “a pureza não existe mais” (apud CANONGIA, 2005).

A *Tropicália* de Hélio Oiticica deu origem e nomeou, no mesmo ano, um dos movimentos mais ricos no Brasil: o Tropicalismo. Abrangendo outras expressões artísticas além das artes visuais, o Tropicalismo marcou a produção na música, na poesia e no teatro. Ali iniciava-se o trabalho de Caetano Veloso, Gilberto Gil, Torquato Neto e outros autores hoje consagrados, fazendo a mistura da poesia concreta, da bossa nova e da contracultura, aliada a um elevado senso político.

O Tropicalismo utilizava-se de diferentes tipos de mídias e linguagens, da dispersão dos suportes de trabalho e do contato direto entre várias áreas da arte e da cultura, fazendo assim a “antropofagia da antropofagia” modernista. Deste modo, fundava uma nova linguagem, voltada ao espírito das colagens dadaístas, e movida contra a razão, o discurso linear e a representação clássica. Chacrinha, Dercy Gonçalves, bananas e abacaxis conviviam com Ezra Pound, Beatles e John Cage. O artista plástico mais engajado no Tropicalismo foi Hélio Oiticica. Suas experiências supra sensoriais questionavam o papel e a autoria da arte, rompiam fronteiras entre subjetividade/objetividade, material/processo, procurando descondicionar os corpos, em busca da autonomia criativa dos indivíduos.

Os anos 60 não foram questionadores apenas dentro da arte, foi também uma década de riqueza inquestionável para as pessoas contemporâneas. Os movimentos estudantis que culminaram no “maio de 1968”, em Paris, expressaram ideias revolucionárias em relação à política e aos valores sociais vigentes, mostrando o inconformismo do mundo. A guerra do Vietnã, os regimes totalitários da América Latina e as turbulências políticas de vários continentes contribuíram para que os protestos ganhassem voz mundial. O sentimento antiimperialista se expandiu; Cuba tornou-se a capital revolucionária do planeta, mitificando a figura de Fidel Castro; Kennedy foi assassinado, Brejnev começou seu reinado e Mao Tsé-Tung liderou a

Revolução Cultural na China. Jovens começaram a pontuar uma ação transformadora em direção aos costumes, fundando o movimento *hippie* que pregava “paz e amor”. Tudo mudou, da moda à religião, que passou pela influência crescente de seitas e costumes orientais, na tentativa de restaurar o humanismo pela transcendência. Os negros protestaram contra a discriminação racial, reunidos em torno de Martin Luther King. O papel da mulher na sociedade foi revisto e a pílula anticoncepcional surgiu, causando escândalo entre os conservadores, moralistas e setores da Igreja Católica. Vieram os Beatles, depois os Rolling Stones e, no final da década, a guitarra de Jimmy Hendrix e as canções de Janis Joplin uniam-se à poesia da geração *beatnik* de Jack Kerouac e Allen Ginsberg. Nos anos 70 uma ação da organização terrorista palestina Setembro Negro dizimou a delegação de Israel nas Olimpíadas de Munique de 1972. Em seguida, os militares tomaram o poder no Chile, depondo o presidente Allende e implantando a ditadura de Pinochet. Nos Estados Unidos, o escândalo de Watergate derrubou o governo Nixon, expondo seu jogo sujo contra os adversários políticos e culminando com sua renúncia em 1974. Na área internacional, no entanto, Nixon teve papel importante na diplomacia de distensão com o bloco comunista, selando a trégua com a Guerra Fria. Mas a guerra do Vietnã, mesmo com seu cessar-fogo declarado, ganhava extensões no Laos e no Camboja. Pressionados pela opinião pública contra sua participação nos conflitos, os EUA ainda padeciam com o boicote do petróleo decretado pelos países árabes, numa confrontação direta a seu apoio a Israel. A Opep começava, assim, a influir no poder de barganha da economia mundial. No Brasil, a morte de Vladimir Herzog, dentro dos porões do Departamento Oficial de Investigação, provocou uma cisão no meio militar, levando à extinção da prática de tortura no país e à abertura do regime pelo presidente Ernesto Geisel, não sem antes mobilizar novas manifestações estudantis, setores da oposição e até o empresariado nacional. Na música, surgia o grupo inglês Pink Floyd, cansado da estética roqueira tradicional, que vigorara até a década anterior, com os *Stones*. E em 1976 apareceria o movimento musical mais polêmico, o punk, com o Sex Pistols, Clash, Ramones dentre várias outras bandas, marcando a cultura pop internacional. Como diz o jornalista Luiz Henrique Romanholli, em declaração publicada no encarte “O Globo” (2000), retirado do livro de Canongia (2005,

p.63), “o punk foi um chute nas partes mais baixas do rock”. O movimento punk influenciou o comportamento, a moda, o cinema e as artes gráficas.

Conforme Richard Hollis (2000), no livro *Design Gráfico, Uma História Concisa*, o punk foi um estilo das ruas de Londres, rebelde e ansioso por chocar. Fanzines e outros materiais gráficos que foram produzidos neste momento utilizavam imagens e letras arrancadas de jornais, textos escritos à mão, ou à máquina de escrever, imagens prontas ou qualquer coisa que estivesse ao alcance, tudo colado junto para produzir um material original. O dadaísmo era contra a arte, o punk era antidesign.

Segundo Carlos Alberto M. Pereira (1988), no seu livro “O que é contracultura”, existem duas definições para o termo “contracultura”. A primeira delas é histórica, e refere-se ao conjunto de movimentos de rebelião da juventude, que marcou os anos 60 e 70: o movimento *hippie*, a música rock, a movimentação nas universidades, viagens de mochila, drogas, orientalismo, dentre outras. É um fenômeno datado e situado historicamente. A segunda definição trata-se de algo mais abstrato, como uma opção de vida, um modo de contestação ou enfrentamento diante de uma ordem vigente.

Marcos Alexandre Capellari, em sua tese *O Discurso da contracultura no Brasil*, afirma que tanto Abraão quanto Jesus Cristo podem ser considerados contraculturais e o mesmo se aplica a Prometeu, Buda ou Sócrates. Cada um destes fenômenos possui visões de mundo específicas, sendo muitas vezes opostos entre si, mas tendo em comum a mesma repulsa em relação à cultura e aos valores predominantes no período. A motivação é a constatação, por parte de seus envolvidos, de que a cultura vigente representa alguma forma de opressão ou restrição de liberdade. Este espírito contracultural não configura um conjunto de regras ou valores, mas sim um tipo específico de rebeldia voltado contra valores dominantes considerados opressivos. Ao contrário de outras formas de rebeldia, como por exemplo, contra formas de exploração econômica, o espírito contracultural pode ser considerado mais como um impulso de negação do que de afirmação, mais marcado pela recusa do que pela apresentação de um “projeto”. Ainda segundo Capellari (2007), o espírito contracultural, é e sempre será, a sombra de toda cultura. Na medida em que uma contracultura eventualmente vence seu oponente, eliminando os seus valores e impondo os próprios, ela se transforma

em cultura e a partir dela começam a surgir mecanismos opressivos opostos ao da cultura derrotada; o novo se transforma em velho, os comportamentos inspirados na recusa se tornam padronizados, passando a inspirar novas formas de rebeldia. Foi assim com o cristianismo que, com o decorrer da história, tornou-se hegemônico.

Nos anos 60, vinculado à contracultura da época, surgiu nos EUA o movimento de quadrinhos *underground*. Conforme Capellari (2007), *underground* é definido como o próprio termo já diz: subterrâneo, desconhecido e novo. A origem deste movimento remonta a várias fontes, segundo Joaquim Fonseca (1999), tendo como mais fortes as revistas de humor que circulavam no meio universitário, como *Texas Ranger* e *God Nose*, publicadas por Jack Jackson em 1963 no Texas. Estas revistas circulavam entre um público que se considerava diferente e superior à classe média americana, a qual era conservadora e puritana. Tudo era motivo para expressão humorística: o consumo de drogas, a sexualidade explícita, conflitos com autoridades, etc.



Figura 4 - God Nose, Jack Jackson
Fonte: Emerson Art of Comics

Conforme Fonseca (1999), uma das características deste movimento *underground*, por razão do nome, é que as revistas eram produzidas por empresas pequenas e de poucos recursos financeiros, possuíam baixa tiragem, circulação limitada e produção de baixo custo. Porém, esta série de fatores não impediu o estrondoso sucesso e popularidade que algumas destas revistas alcançaram, como a *Zap Comix*, *Bijou Funnies*, *Yellow Dog*, *Boogeyman* e *Evo*, as quais, inclusive, chegaram a ser produzidas em grandes

tiragens e larga distribuição. No início dos anos 70, estas publicações *underground* estavam sendo produzidas por todo o país, e revistas que tiveram mais sucesso, como a Zap Comix, acabaram afogadas entre diversas publicações baratas e de baixa qualidade, publicadas por desenhistas de pouca habilidade técnica e de modo improvisado. Este grande fluxo de material de baixa qualidade acabou por aborrecer o público e foi assim que esta manifestação da cultura juvenil americana, que havia deliciado desenhistas e leitores, acabou se tornando autodestrutiva por saturação.

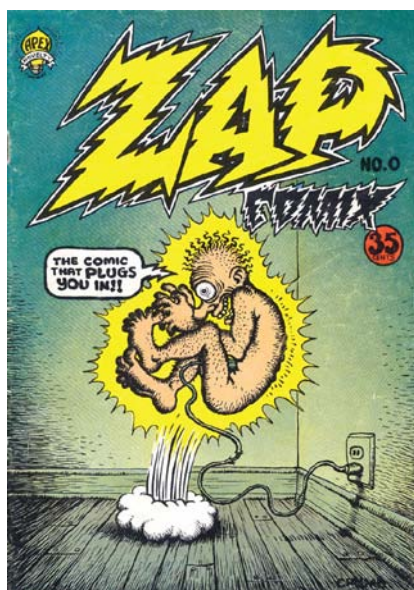


Figura 5 - Capa da revista Zap Comix #0, Robert Crumb
Fonte: Robot 6 Comic Book Resources

Entre os autores de quadrinhos *underground*, o mais famoso foi Robert Crumb. Em sua obra, segundo Joaquim Fonseca (1999), observa-se que Crumb tinha como alvo o conservadorismo da população norte-americana. Seu estilo gráfico e narrativo era bastante vulgar e truculento, o que o colocou em destaque entre os outros desenhistas de contestação. A obra de Crumb pode ser dividida em duas ramificações, uma explicitamente sexual e outra mais “filosófica”, ainda que esta última também apresente boa dose de sexualidade. Naquela época, o material do primeiro grupo era bastante chocante, tendo em vista o público norte-americano, puritano e conservador. Eram histórias que tinham como tema central o sexo e suas diversas variações e as chamadas perversões das variadas possibilidades sexuais. Crumb foi alvo de protesto por parte de grupos feministas, as quais alegavam que ele tratava a mulher em

suas histórias como mero objeto sexual. Em outra situação, a revista Zap foi levada aos tribunais por causa de uma história sobre incestos, julgada pelo juiz Joel Tyler, no que ficou conhecido como Zap Obscenity Trial (Processo Zap sobre Obscenidade). Nessa vertente, alguns dos personagens mais famosos de Crumb, segundo Joaquim Fonseca (1999), são Whiteman, um americano comum, sexualmente reprimido; Angelfood Mcspade, uma africana totalmente sexy e livre; Yetti, uma caçadora que acabou ficando junto com Whiteman; e Fritz, um gato cínico e maluco, personagem que foi levado às telas do cinema, em 1972. Na produção filosófica se destacam Mr. Natural, Flackey Foont e Schuman the Human. Mr Natural era bastante semelhante a um guru indiano, figura comum de seitas espirituais que estavam na moda naquele contexto de protesto da época.

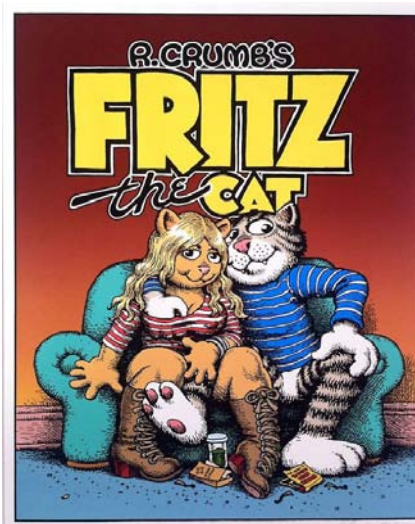


Figura 6 - Fritz the Cat, Robert Crumb
Fonte: Pictify



Figura 7 - Mr. Natural, Robert Crumb
Fonte: Mickie Vulture

3 PÔSTERES

3.1 A ORIGEM E LINGUAGEM DOS PÔSTERES

Tal como afirma Richard Hollis (2000), o pôster, em termos de design gráfico, é uma peça gráfica que tem como finalidade a apresentação ou promoção de algum produto, evento etc., onde o uso da imagem e da palavra precisam ser econômicos e estar vinculados a um único significado que seja fácil de ser lembrado pelos observadores. No final do século XIX, nas ruas das cidades, os pôsteres eram uma expressão da vida econômica, social e cultural, os quais competiam entre si para atrair compradores para os produtos ou público para os entretenimentos. Com o advento da impressão litográfica os pôsteres puderam ficar mais coloridos e chamativos, atraindo de forma mais eficaz a atenção dos transeuntes.

Antes da litografia, os pôsteres eram impressos através do processo tipográfico, assim como eram produzidos os livros, com tinta preta e ocasionalmente com ilustrações impressas em xilografia. Era o tipógrafo que determinava quais os tipos que iria utilizar e geralmente os escolhia de modo que preenchesse a totalidade da folha. Neste período, a fotografia já era uma técnica existente há algumas décadas, porém, suas imagens não podiam ser reproduzidas em tamanho ampliado e nem em grandes tiragens. Com o domínio da litografia, os artistas podiam criar e pintar os seus desenhos diretamente para a pedra litográfica, uma para cada cor, chegando-se a algumas vezes utilizar até mesmo quinze delas. Esta “cromolitografia” permitia a reprodução de toda a variedade de cores e tons da pintura a óleo

As ilustrações dos pôsteres refletiam o estilo artístico em voga na época e inseriram uma nova estética, com o uso de imagens econômicas e simplificadas, decorrentes dos meios utilizados para reproduzi-las. Um fator importante era o modo como os textos eram parte da composição, dialogando com as ilustrações, dando um novo contexto ao conjunto.

. A litografia é uma técnica que sobreviveu até muitos anos após a Segunda Guerra Mundial, pois a “cromolitografia” permitia a reprodução de toda a gama de tons e cores das pinturas à óleo, como é o caso da famosa obra *Bolhas* (1886), do artista Sir John Milais, quadro no qual é retratada uma

criança, que posteriormente foi comprado pela Pears e utilizado na promoção de seu sabão.



**Figura 8 -Bolhas, John Milais, comprada pela Pears
Fonte: Kitsch a Go-Go**

A integração entre produção artística e industrial pode ser exemplificada analisando-se a carreira de Jules Chéret. Este artista era filho de um tipógrafo e foi aprendiz de litógrafo em Paris, e também viajou a Londres para estudar as técnicas mais recentes que estavam sendo utilizadas na época. Retornando a Paris, na década de 1860, foi, aos poucos, desenvolvendo um sistema de impressão utilizando de três a quatro cores, sendo o desenho em preto sobre um fundo de cores esmaecidas e degradês, geralmente azul no topo, com adições de vermelho vivo e amarelo suave.

Jules Chéret e demais artistas, na década de 1890, que seguiram seu exemplo, utilizando esta técnica de impressão, desenhavam eles próprios sobre a pedra litográfica, com tinta ou giz, ou pintavam livremente a superfície para obter grandes áreas de cor uniforme, podendo também borrifá-la para criar texturas irregulares. Esta pedra que utilizavam para desenhar e posteriormente reproduzir os desenhos, conferia uma textura compacta ou aberta às marcas feitas com o giz, fator que permitia a reprodução de uma variedade de tons de cores fotográficas. Dessa forma, os artistas passaram a ter acesso direto ao processo de reprodução, sem as restrições e limitações

gráficas que outros processos de impressão possuíam, como a gravura em metal ou em madeira.

Após o ano de 1866, Jules Chéret e seu estúdio passaram a se dedicar à reprodução e impressão de seus próprios designs, os quais, algumas vezes, chegavam a ter 2,5m de altura, tamanho que exigia mais de uma folha de papel. Frequentemente seus designs eram compostos por uma única figura, com uma ou duas palavras-título desenhadas e, ocasionalmente, um slogan. Essas figuras flutuavam na superfície do pôster, eram retratadas independentes das leis de perspectiva usuais, seus pés não necessariamente precisavam tocar o chão, estavam livres. A figura solitária e o texto direto e compacto continuariam sendo a combinação mais utilizada entre palavras e imagem, quase como uma fórmula base adotada para os pôsteres produzidos na Europa e nos Estados Unidos na virada do século. O uso de imagens para a representação concreta de um produto ou como forma de representação simbólica de uma ideia era raro, pois os artistas estavam muito mais preocupados com o apelo estético do pôster.



Figura 9 - Bal au Moulin Rouge, Jules Chéret, 1889
Fonte: Jules Chéret.org

Com o crescimento do estilo decorativo *Art Nouveau*, toda a área do pôster se tornou parte de uma superfície texturizada. Um exemplo disto são os trabalhos de Alphonse Mucha, artista tcheco que atuava em Paris. Em suas obras, o rosto e o corpo de suas figuras femininas possuíam contornos suaves, os cabelos eram áreas estilizadas de cor uniforme e com cachos traçados de forma detalhada. Seus pôsteres eram decorados com letras criativas que dialogavam diretamente com o restante da peça gráfica e, em alguns casos, o próprio desenho das letras formava monogramas geométricos que apareciam ao fundo repetidamente, como motivo decorativo, tal como pode-se constatar no anúncio de papéis para enrolar fumo *Job*.



Figura 10 - Fumos Job, Alphonse Mucha
Fonte: Masterpiece Art.net

Os pôsteres que estavam sendo produzidos em Paris neste momento eram admirados pelos artistas que moravam fora, os quais consideravam Paris a capital artística do mundo. Porém, a produção de pôsteres não estava restrita somente a Paris, pois cidades como Amsterdam, Berlim, Viena, Madri, Nova York dentre outras também investiam em suas próprias escolas de artistas de pôsteres e também geraram talentos individuais brilhantes. Dentre estas cidades, a que produziu o maior número de obras significativas foi Milão, sendo que a originalidade de seus pôsteres chegou a desafiar Paris. O mais conhecido e influente artista milanês foi Leonetto Cappiello, cuja carreira resultou numa produção de mais de três mil pôsteres. No início, Cappiello utilizou variados estilos, mas foi principalmente influenciado pela estética de Lautrec e Chéret, de quem adotou os fundos de cor uniforme.

Na Itália, o design de pôsteres foi liderado por Adolfo Hohenstein e seus colegas Leopoldo Metlicovitz e Marcello Dudovich. Os desenhos destes três artistas apresentavam traços uniformes e cores vivas, opostamente à coloração transparente de Chéret. Se, de um lado, seus pôsteres para espetáculos de ópera e outros eventos eram apenas ilustrações decorativas, os pôsteres que anunciavam bens de consumo introduziam uma relação direta de causa e efeito, associando uma representação realista do produto a uma simbolização de suas propriedades. Um exemplo disto é o pôster de Metlicovitz para o extrato de carne Liebig (figura 12) no qual é retratado um homem segurando um touro pelos chifres. Esta ideia de força, compartilhada pelo touro e pelo homem, é transmitida exagerando-se a virilidade do homem e a do animal, gerando um contraste com as nuvens de algodão suaves ao fundo. Esse contraste é uma técnica gráfica típica do design italiano, que coloca em primeiro plano um desenho tridimensional e realista sobre uma cor uniforme: o homem e o animal, o céu azul e as manchas do animal (HOLLIS, 2000).



Figura 11 - Absinthe Ducros Fils, Leonetto Cappiello
Fonte: All Posters.net

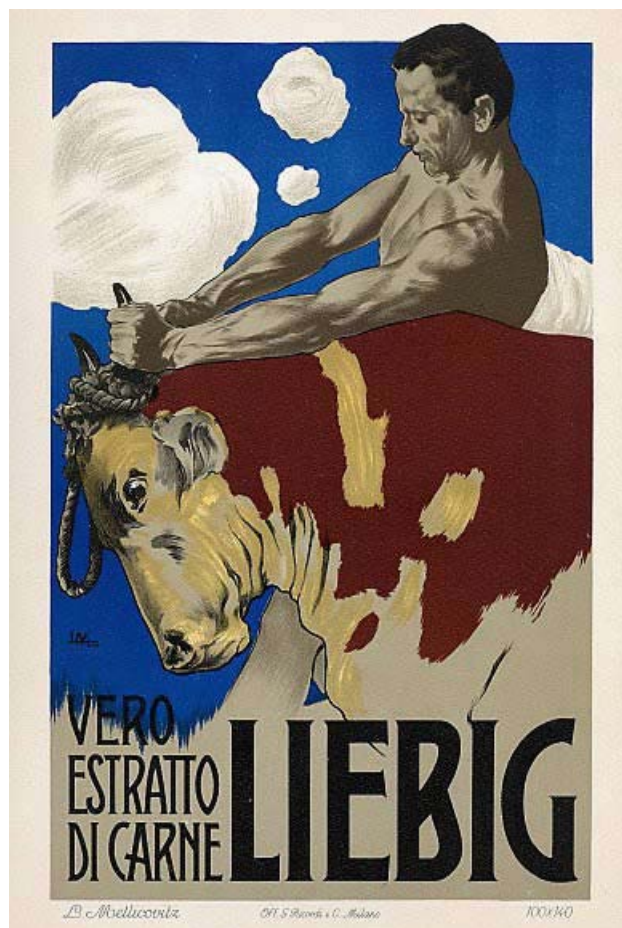


Figura 12 - Liebig, Leopoldo Metlicovitz, 1889
Fonte: Arte Liberty

O uso desta metáfora visual, na qual um objeto é identificado como uma ideia, era muito utilizado em charges políticas, e seu uso em pôsteres era um pouco menos frequente. Porém, este recurso foi muito bem empregado, segundo Richard Hollis (2000), num dos designs mais influentes e de maior impacto já criados: um pôster em duas cores para o semanário satírico alemão chamado *Simplicissimus*, design criado por Thomas Theodor Heine, um dos ilustradores da revista (figura 13). Neste pôster, um cão vermelho sobre um fundo preto fita o leitor, uma parte da corrente, quebrada, pende da coleira do animal, o outro pedaço está preso no chão sob sua pata esquerda. O branco dos olhos do cão, os dentes projetando-se do maxilar inferior e as duas metades da corrente são destacados por causa do branco, assim como a única palavra do pôster, *Simplicissimus*. O uso do branco, que era nada mais que o papel não impresso tornou-se um recurso tradicionalmente usado para ampliar as possibilidades gráficas dos designers.



Figura 13 - Simplicissimus, Thomas Theodor Heine
Fonte: Moma.org

Artistas americanos também se destacaram na produção de pôsteres, dentre eles, os mais bem sucedidos foram Edward Penfield, cujo estilo era bastante influenciado pelo de Lautrec; Louis J. Rhead, que fazia uma espécie de versão da *Art Nouveau*, porém mais acadêmica e contida; os ilustradores da revista *Lippincott's*, William Carqueville e J.J. Gould; e, por fim, Will Bradley, cujo estilo foi amadurecendo numa série de pôsteres que produziu para a revista *Chap-Book* e com as capas que fez para o *Inland Printer*. Estes trabalhos reinventaram os maneirismos da *Art Nouveau* utilizando letras inspiradas nos modelos medievais e renascentistas. Will Bradley não foi influenciado apenas pela produção francesa, mas também pelo Japão e Inglaterra, onde, neste último, até mesmo um jornal mensal foi lançado em 1898, chamado *The Poster*, em resposta à curiosidade e ao entusiasmo do público por este novo tipo de arte. Porém, anteriormente à publicação do *The Poster*, em 1886, já havia sido publicado um livro sobre este assunto, *Les Affiches illustrées*, que foi o ponto inicial para os pôsteres adquirirem respeitabilidade cultural e inclusive tornando-se moda colecioná-los. (HOLLIS, 2000, p.9)



Figura 14 - Chap Book, Will Bradley
Fonte: All Posters.net

Os artistas de pôsteres deste período, que estavam iniciando o uso da litografia para reproduções em série, demonstravam uma liberdade estética e ousadia criativa que o primeiro contato com uma inovação técnica na área de produção e reprodução gráfica permitia. No final do século XIX, a litografia permitiu aos artistas imprimir grandes áreas de cor uniformes, utilizar cores variadas e desenhar suas próprias letras. Antes de seu surgimento, a composição dos textos era limitada a uma pequena variedade de tipos já prontos. Quando os artistas, ao invés de utilizar os caracteres tipográficos já prontos, passaram a desenhavam à mão livre as letras dos textos na pedra litográfica, e quando se responsabilizavam por cada elemento na composição do que iria ser reproduzido, estavam praticando aquilo que veio a se tornar o design gráfico. Posteriormente, com os avanços tecnológicos, os artistas continuaram agregando os novos recursos para controlar a produção de texto e imagem, até os dias atuais, com o massivo uso da fotografia e do computador.

No final dos anos 60, em resposta a uma série de eventos, tendo como os mais influentes a Guerra do Vietnã, o assassinato de Che Guevara, em 1967, e o de Martin Luther King em 1968, seguido pelos acontecimentos de maio em Paris e pela invasão soviética da Tchecoslováquia em agosto, estudantes e demais grupos de protesto dominaram técnicas de impressão,

sendo a mais utilizada nesse período a serigrafia. O estado controlava os principais meios de comunicação em massa, como os jornais, as rádios e a televisão. Para levar a sua versão dos fatos à casa das pessoas, em contrapartida, os estudantes e trabalhadores tinham as ruas para apresentar seu lado da história. Os protestos foram muitas vezes violentos, mostrando a intensidade de seu comprometimento com a causa, porém, conforme Richard Hollis (2000) propõe em seu livro, foram seus pôsteres que produziram uma impressão dramática e indelével deste momento.

Durante a revolta dos estudantes em Paris, no que ficou conhecido como “maio de 1968”, os pôsteres eram produzidos no *Atelier Populaire*, pelos estudantes da *École des Beaux-Arts* (Escola de Belas Artes), através do uso da serigrafia. Os slogans dos pôsteres eram inspirados nos gritos de guerra usados pelos estudantes quando confrontavam a polícia nas ruas. Centenas de diferentes designs foram distribuídos pelos estudantes e trabalhadores por toda a Paris. As mensagens eram claras e diretas e as impressões feitas em regime de urgência. Na maior parte das vezes, os estudantes utilizavam apenas o preto e branco nas impressões. A simplicidade de seus meios gráficos, com letras desenhadas e silhuetas pintadas, foi amplamente utilizada e explorada pelos estudantes para questionar a complexidade da produção de imagens impressas na sociedade de consumo, valores os quais eles eram contrários.



Figura 15 - Poster do Atelier Populaire
Fonte: Formes Vives.org



Fotografia 1 - Manifestação em Paris, 1968, Jean Claude Reine
Fonte: Formes Vives.org

Conforme Hollis (2000, p.199), os pôsteres tiveram importante papel nos apelos à paz e ao desarmamento, especialmente no caso do Vietnã. Muitos destes pôsteres foram criados por designers profissionais. Nessa época, em Nova York, havia o *Committee to Help Unsell the War* (Comitê para Ajudar a Desacreditar a Guerra), no qual diretores de arte de agências de propaganda se uniram para produzir anúncios contra a guerra, utilizando os mesmo arranjos de imagem e textos que eram usados diariamente para vender produtos e serviços. Um exemplo disto é o pôster “*I Want Out*” (Quero sair [da guerra]), de 1971, produzido pelo Comitê a caráter de protesto (figura 16).

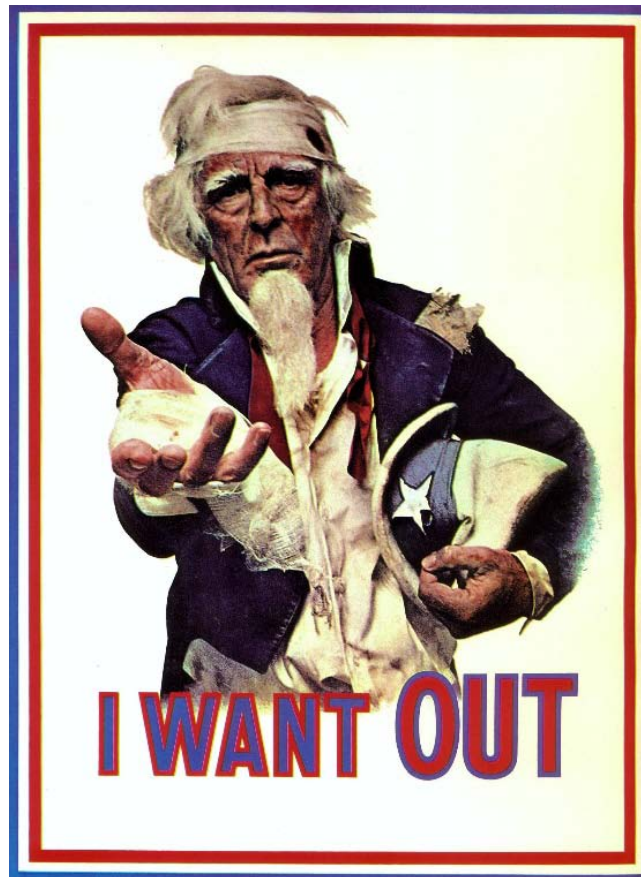


Figura 16 - I Want Out, Committee to Help Unsell the War, 1970
Fonte: Reddit

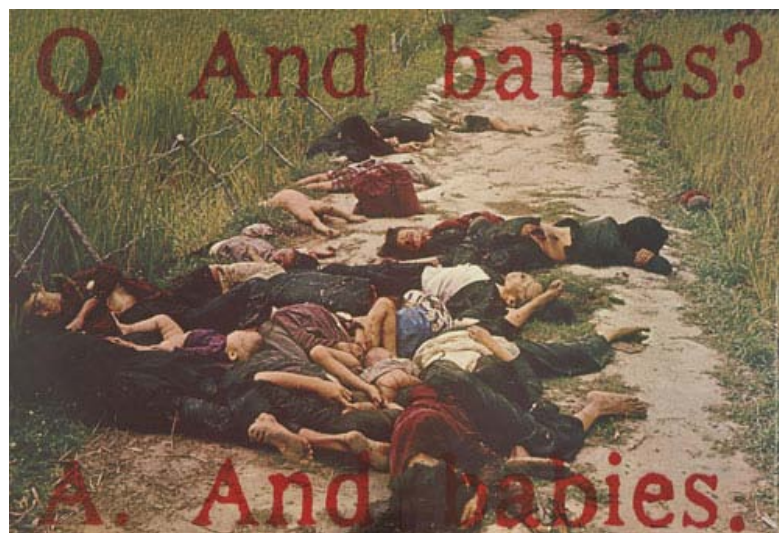


Figura 17 - Q. And Babies? A. And Babies., Art Workers Coalition
Fonte: Art Critical

Ainda neste período, Richard Hollis (2000, p.199) afirma que a mais poderosa demonstração da eficiência de um material impresso, foi produzida em 1970, pela *Art Workers Coalition* (Coalizão dos Profissionais da Arte) nos

EUA, a qual utilizou de uma conhecida técnica de jornalismo televisivo, fotos documentais aliadas a diálogos de entrevistas. Na imagem produzida em questão (figura 17) foi empregada uma foto de aldeões vietnamitas massacrados, sobreposta com um trecho de uma entrevista feita com uma das testemunhas do massacre, na qual ela fala sobre suas ordens: P. Bebês também? R. Bebês também”.

Na televisão esta imagem seria exibida momentaneamente, dando sequência a outras notícias e programações, mas numa folha impressa, congelada, a foto tem o poder de transmitir com muito mais intensidade ao espectador o seu horror, reforçado ainda mais pelas palavras.

No interior das casas, os pôsteres de caráter político e cultural se tornaram mais que mero objeto decorativo, mas evoluíram para símbolo de status e principalmente de compromisso ideológico de seu proprietário. Estes pôsteres foram além dos limites do design gráfico da época, pois anteriormente eram apenas associados a interesses comerciais. Neste momento, sua produção não dependia mais da indústria gráfica e nem de designers profissionais. O indivíduo, agora, podia ele mesmo criar a mensagem e controlar o meio de produção para tal.

É fundamental destacar a importância cultural, dentro das propostas pop, do movimento psicodélico para o design gráfico e para a produção de cartazes para bandas e shows de rock. O psicodelismo é uma tentativa de simular os efeitos alucinógenos das drogas, especialmente o LSD, e as viagens e experiências transcendentais, os estados alterados de consciência. Para criar estes efeitos, diversos artistas se inspiraram nos cartazes populares de circos da época vitoriana, nos traços dinâmicos e decorativos do *art nouveau*, usando cores vibrantes e contrastantes, provocando explosões visuais. A tipografia passa a ser explorada com movimento, espessura e forma que dão força expressiva e ornamental às informações, ao mesmo tempo. Observa-se, também, um diálogo com a vibração óptica da *op art* e com a estética *hippie* de liberdade e contato com as formas da natureza. Dois exemplos emblemáticos são Wes Wilson e Victor Moscoso. O primeiro é um artista americano que ficou famoso por seus cartazes para o auditório Fillmore, em São Francisco, Califórnia.



Figura 18 - Cartaz para o Fillmore, Wes Wilson
Fonte: Wes Wilson.com

Victor Moscoso nasceu na Espanha, estudou artes na Yale University e mudou-se para São Francisco em 1959. Fez cartazes para o grupo vocal Family Dog no Avalon Ballroom, em São Francisco.



Figura 19 - Neon Rose #6, Victor Moscoso, 1966
Fonte: Victor Moscoso.com

No final dos anos 70, o artista Jamie Reid criou várias imagens para a banda punk Sex Pistols, incluindo a capa do primeiro single, God Save the Queen, lançado em 1977, coincidindo com a celebração do Jubileu de Prata da

Rainha. Na época, a música foi considerada chocante e oficialmente banida das estações de rádio inglesas. Vinte e quatro anos depois, em 13 de março de 2001, uma banca formada por juizes ingleses, composta por editores e artistas, elegeram esta controversa capa de Jamie Reid como “a melhor capa de disco já produzida” (VALLEN, Mark, Art for a Change)



Figura 20 - God Save the Queen, Jaime Reid
Fonte: Art for a Change

Dentro do universo dos pôsteres de shows de rock existe uma linguagem bastante específica e própria, assim como acontece com outras microculturas. Entender seus signos e expressões é a diferença entre uma apreciação superficial e um completo entendimento. Conforme Stacey Brook, dentro deste cenário, mas não unicamente dentro dele, é possível brincar com a cultura pop, dar novos significados a velhos ícones assim como também é possível usar técnicas que hoje, na era dos computadores, são consideradas antiquadas (BROOK, Stacey, Learning the language of the rock posters underground). John Foster, no livro *Dirty Fingernails – A One-of-a-Kind Collection of Graphics Uniquely Designed By Hand*, publicado em 2009, afirma que o computador é uma incrível ferramenta, mas não passa disto, é apenas

uma ferramenta. Os pôsteres de rock não são somente uma peça gráfica marcando um evento de um dia específico, mas são também um diálogo com o momento cultural no qual este pôster está inserido.

Para se entender o porquê do tipo de linguagem empregada, deve-se entender o meio no qual foi produzida e o contexto histórico-cultural em que essa linguagem se constitui. No documentário *Died Young, Stayed Pretty*, da fotógrafa Eileen Yaghoobian, é possível verificar como os pôsteres da era do punk rock, que teve seu ápice em 1977, se refletem nos pôsteres que são produzidos nos dias de hoje, mais de 30 anos depois, focando nas expressões dessa cultura, que se perpetuaram, e não em fatos históricos.

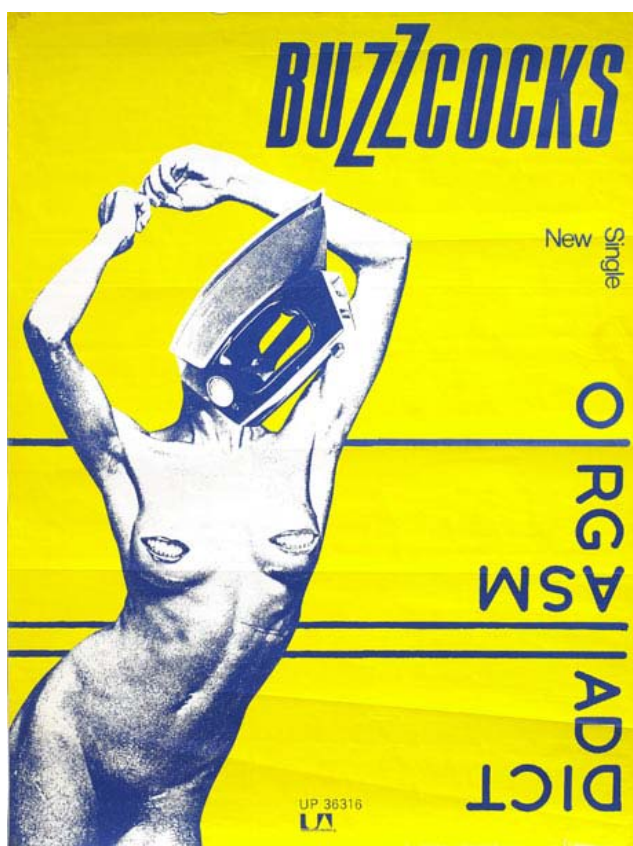


Figura 21 - Buzzcocks, Orgasm Addict, Malcolm Garret, 1977
Fonte: The Guardian

Segundo Eileen Yaghoobian, trata-se do diálogo que acontece entre o pôster e a comunidade. Um dos melhores exemplos deste diálogo encontra-se na linguagem adotada nos pôsteres de rock psicodélico dos anos 60. As letras e desenhos eram distorcidos e as cores extremamente vibrantes, tornando a leitura para o observador comum bastante complicada. A estética adotada simulava os efeitos visuais do uso do LSD, droga a qual era bastante popular

dentro deste meio. Segundo Abraham Moles (1974), no livro *O Cartaz*, se você não conseguia ler o pôster, ele não estava destinado a você, estava destinado a comunicar apenas com um público alvo específico.

3.2 DESIGN E O UNDERGROUND

Conforme analisado anteriormente, a serigrafia teve importante papel dentro de movimentos de contra-cultura, podendo-se citar novamente como exemplo o “maio de 68”, evento no qual os estudantes parisienses da *École des Beaux-Arts* (Escola de Belas Artes) produziam através desta técnica os próprios pôsteres, cartazes e panfletos com suas mensagens, a fim de ser uma mídia alternativa para a população. Dentro da arte também tiveram destaque os artistas pop, que com o uso da serigrafia, produziam “obras de arte em série”, refletindo, e ironizando de certa forma, o maquinismo e o consumo desenfreado daquele momento.

Tal como Joaquim Fonseca (1999) explica, em relação aos quadrinhos underground, que as revistas eram produzidas por empresas pequenas e de poucos recursos financeiros, possuíam baixa tiragem e circulação limitada, o mesmo ocorre com as bandas underground. São bandas que não possuem o apoio de grandes gravadoras e os discos, na maioria das vezes, são lançados de forma independente ou por pequenos selos. Sua visibilidade é limitada a geralmente apenas seus nichos e eventos específicos, longe de mídias de massa.



Fotografia 2 - Atelier Populaire, 1968
Fonte: Formes Vives

Da mesma maneira como as bandas tentam se manter independentes, o uso da serigrafia como método de impressão se justifica. Assim como ocorreu no maio de 68, quando os estudantes dominaram o método de produção a fim de ser uma mídia alternativa para suas mensagens e ao mesmo tempo questionar a complexa produção de imagens para a sociedade de consumo, o uso da serigrafia, neste caso, funcionará como expressão gráfica da proposta alternativa e da situação das bandas.

Adicionalmente a isto, será utilizado o pensamento do autor John Foster, no livro *Dirty Fingernails*, de 2009, o qual tem como objetivo mostrar através de vários exemplos de trabalhos de famosos designers, como Stefan Sagmeister, como uma etapa do processo de criação de um design, feita à mão, pode, geralmente, causar “felizes pequenos acidentes” e experimentos que não são possíveis digitalmente. No caso de um projeto solicitado por um cliente hipotético, ele diz que todos nós podemos utilizar a mesma tipografia no computador, mas nunca poderemos desenhar tipografias idênticas.



Figura 22 - Having, Stefan Sagmeister
Fonte: Dezeen

Segundo Foster (2009, p.7), atualmente, os designers estão descobrindo ou redescobrando o prazer de, literalmente, sujar suas mãos e criar algo novo de fato. Até mesmo novos designers, educados para fazer seus

designs apenas no computador, estão descobrindo que um design feito à mão, assim como a arte de rua, é muito mais profunda e pessoalmente mais satisfatória de se produzir do que arte gerada por computador. Quanto mais próxima a relação do designer com seu trabalho, mais individual será o seu resultado; e ser individual significa trazer alguma novidade em relação aos demais trabalhos, reiterando uma das significações do *underground* para Capellari: “subterrâneo, desconhecido e novo” (CAPELLARI, 2007, p.216)

Um design vai além de “estilo sobre substrato, as impressões digitais de um designer são o que ficam em evidência. Seja manifestando-se diretamente no imagético ou no método utilizado para completar o ciclo” (FOSTER, 2009, p.7). Quando Sagmeister constrói tipos e imagens através do uso de múltiplos objetos físicos e na sequência os fotografa, gerando uma imagem única, Foster demonstra que o design na atualidade está mais personalizável do nunca.

John Foster (2009) finaliza afirmando que somos criaturas táteis e que o designer atua numa área onde paixão e criatividade são supremos. Para ele, a era do computador fez com que os designers não fizessem mais do que apertar teclas e dar cliques no mouse. Fez com que perdessem o toque com seu próprio trabalho, literalmente.

Esta negação ao uso excessivo do computador dentro do design gráfico pode ser considerada, segundo a concepção de contracultura analisada por Capellari (2007), um movimento de protesto dentro do design, ao mesmo tempo que faz um diálogo histórico-ideológico direto com o movimento Arts & Crafts, o qual, conforme Gombrich (1988, p.506), no seu livro “A história da arte”, explica que foi um movimento surgido na Inglaterra, na segunda metade do século XIX por artistas e arquitetos cansados de um modo de produção mecanizado, buscando revalorizar o trabalho manual.

Utilizando primordialmente o trabalho manual, na composição do design e no seu método de impressão, que além de manual, também é controlado pelo próprio designer, este projeto segue toda a premissa *underground* e contracultural, fazendo relação direta com sua proposta temática.

4 BANDAS

As bandas foram selecionadas através de análise de originalidade de suas propostas musicais e suas singularidades estéticas. Todas as bandas se encontram dentro deste cenário *underground* e estão ativas há vários anos.

Foi feito contato via e-mail com cada uma das bandas, realizando a proposta de criação de um pôster e, após retorno positivo, efetuou-se a coleta de informações sobre as bandas e materiais para estudo.

4.1 O LENDÁRIO CHUCROBILLYMAN (CURITIBA-PR)



Fotografia 3 - Chucrobillyman nas ruas de Curitiba
Fonte: acervo do músico

Após ouvir o disco “Chicken Walk” de Hasil Adkins no início de 2005, Klaus Koti deu início a seu projeto musical tocando tudo ao mesmo tempo: bateria, guitarra, kazoo e um megafone com o qual faz os vocais. Assim nascia sua banda de um homem só, “O Lendário Chucrobillyman Monobanda Orquestra”. No seu som as misturas de *punk* e *blues*, rock de garagem e *rockabilly trash* originam, conforme dito pelo próprio artista, um som minimalista, primitivo, com batidas repetitivas e hipnóticas que remetem a um tipo sórdido de *rock’n’roll*. O Lendário Chucrobillyman tem participado de vários festivais de música independente no Brasil, como “Bananada” de Goiânia, “Floripa Noise” de Florianópolis, “Demosul” de Londrina, “PMW Rock Festival”

de Palmas - TO, "BH Rumble" de Belo-Horizonte, "Festival Macondo" de Santa Maria RS, "Radio Trash" de Belém do Pará, Festival Eletronyca de Belo-Horizonte, "Tempo Festival" no Rio de Janeiro. Chucrobillyman também realizou turnês pelo exterior, a primeira se deu em 2007, e passou por alguns lugares da Europa como Portugal, Áustria, Eslovênia, França e Itália. Em 2009, realizou novamente alguns concertos pela Europa, Áustria e Inglaterra; em junho do ano de 2011 voltou outra vez para a Europa e passou por países como Suíça e Alemanha, onde lançou seu primeiro Vinyl para o disco "Chicken Album", em parceria com o selo alemão "OffLabel Records" de München. O Lendário também se apresentou de modo independente pelos Estados Unidos, tocando desde o Texas até Nova Iorque, passando por West Virginia, Mississipi e New Orleans. O Lendário Chucrobillyman participou também da Mostra Sesc de Artes de São Paulo de 2008, quando se apresentou nos Sesc Pompéia e no Sesc Avenida Paulista, nos SESCOs Vila Mariana, São José dos Campos e Santana, divulgando seu novo trabalho "The Chicken Album". Esteve, também, no Teatro de Arena, em evento paralelo da 29ª Bienal de São Paulo. Atualmente, Chucrobillyman vive no Pilarzinho, em Curitiba, no que ele chama de decadência de um monobanda, criando seu próprio selo de criação "Fon-Fon Records". Recentemente lançou seu novo disco "Man-Monkey", no qual a música africana e o *punk blues* mesclam-se num frenesi de descompassos.



Fotografia 4 - Chucrobillyman ao vivo
Fonte: acervo do músico

Suas influências musicais vão desde o *blues* rural, especialmente o da região do Delta do Mississippi, como Mississippi Fred McDowell, RI Burnside etc, e passam pelo rock, *rockabilly*, chegando até o movimento *Punk* e *Post punk*.

Além de músico, Klaus Koti é designer e gravurista, formado pela EMBAP, Escola de Música e Belas Artes do Paraná. As inspirações que carrega para sua arte gráfica, que ele mesmo cria, na maioria das vezes, nascem do design gráfico, principalmente do minimalismo na concepção de logotipos e símbolos e vem também das artes de impressão como a xilogravura, a linoleogravura e água tinta. Também possui influência de cartazes de filmes antigos de cinema, da arte construtivista, da arte dadaísta, da arte *naif*, e da cultura popular.

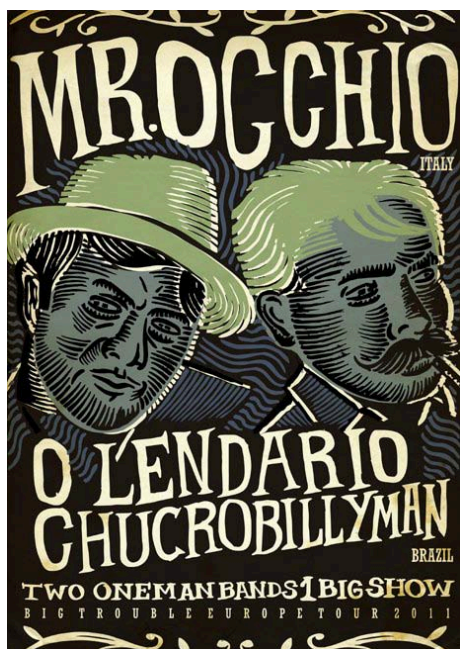


Figura 23 – Mr. Occhio e Chucrobillyman, arte de Klaus Koti
Fonte: acervo do músico

Klaus Koti acredita que a imagem faz parte da música e vice versa, procurando sempre flertar com isso e até mesmo explorar estas conexões entre traços e notas, ou preenchimentos, sejam eles de massa sonora ou de massa de cor ou de grandes formas, pois, para ele, tudo se relaciona de alguma maneira. O músico crê que este personagem, esta entidade artística, se molda a partir de sua bagagem cultural, em que você compõe e cria a partir de um repertório que se assimila e administra através dos anos e, com isso, molda sua identidade artística e que ao seu ver é sempre mutável.



Figura 24 – Capa do disco “Chicken Album”, 2011
 Fonte: acervo do músico

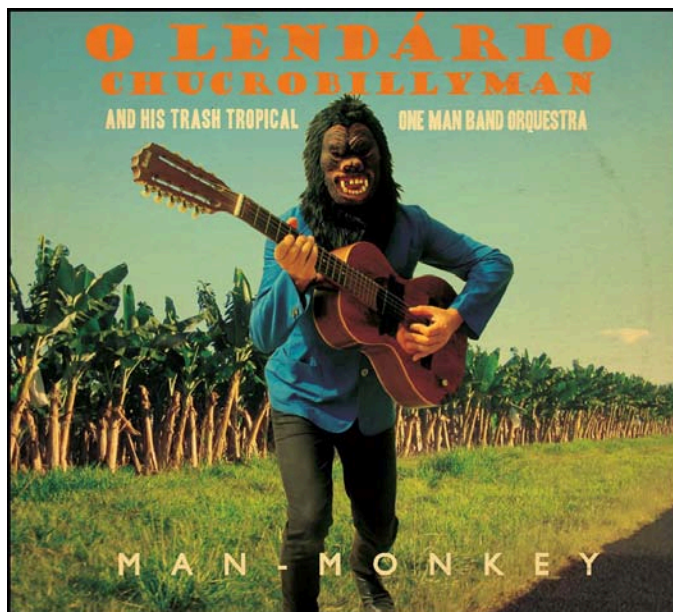


Figura 25 - Capa do disco "Man-Monkey", 2014
 Fonte: acervo do músico

Analisando o material gráfico produzido por Koti para o Lendário Chucrobillyman, é nítido o seu estilo bastante próprio de ilustração e design, que conforme dito pelo próprio, tem forte influência de técnicas de gravura, mesmo tratando-se de arte digital. A presente proposta de criação de um pôster para o Lendário Chucrobillyman visa, principalmente, estudar seu personagem,

sua música e as influências que estes carregam. Por este motivo, optou por usar referências mais visíveis em seu personagem, Chucrobillyman, do que na arte de Klaus Koti. A máscara de gorila utilizada em seus shows, aliada ao repertório de cartazes de filmes antigos e cultura popular, traz à tona a referência óbvia e principal, que foi utilizada no trabalho, que são os cartazes do filme King Kong (1933).



Figura 26 - Poster "King Kong", 1933
Fonte: Google

Foram gerados alguns esboços, mas todos mantendo a ideia central do King Kong. Após busca de referências, foram notados alguns signos relevantes ao personagem e que foram aplicados da mesma forma ao Chucrobillyman, sendo os mais recorrentes a feição do gorila ameaçador, visto que sua face geralmente tem um nível de detalhamento muito maior que o restante de seu corpo; a mulher, indefesa, presa em suas mãos e os aviões atacando o gorila.

Para a arte do Chucrobillyman, a expressão desenhada teve como base de referência a própria máscara utilizada por Koti, porém, exaltando o fato de se tratar de uma máscara e não um monstro real, conforme evidenciado no recorte para os olhos, fazendo menção ao último disco intitulado *Man-Monkey*. A fim de manter este caráter de ludicidade, os aviões que atacam King Kong

foram substituídos por aviões de brinquedo, conforme é possível notar através da sua falta de realismo e pelos fios mantendo-os suspensos no ar. A mulher capturada por King Kong também foi substituída por uma galinha de borracha, estabelecendo um diálogo com o disco *Chicken Album*. A tipografia que dá título ao pôster foi desenhada à mão, com estilo semelhante às utilizadas nas artes do filme King Kong, a fim de reforçar a referência utilizada.



Figura 27 – Rascunho do cartaz O Lendário Chucrobillyman
Fonte: O autor

A ilustração e título foram feitas à mão pelo autor e arte-finalizadas com nanquim no papel. Na sequência houve a inserção de textos secundários e cores no computador.

DIRETAMENTE DAS SELVAS DE ITARARÉ



Figura 28 – Cartaz O Lendário Chucrobillyman
Fonte: O autor

4.2 AMAZING ONE-MAN-BAND (PIRAMIDES DE YAGUARÍ - URUGUAI)



Fotografia 5 - Amazing One-Man-Band, divulgação
Fonte: acervo do músico

Bêbado, fanfarrão, mulherengo, mau caráter e ladrão de galinha, assim é Amazing One-Man-Band. Segundo a lenda nasceu no segundo período da Era Crustácea e foi criado por capivaras sanguíneas selvagens no norte do Uruguai, num lugar chamado Pirâmides de Yaguarí, um lugar onde poucos conseguem sobreviver. Tem feito shows incendiários por todos os cantos do planeta, e quem já viu um show seu, não esquecerá jamais do Hellblues doentio executado por este demônio mascarado. Atualmente dedica seu tempo a serviços sociais e pequenos furtos. (OSPITALETCHE, 2014)

Foi assim, de maneira bastante informal, que Coco Ospitaletche usou para definir Amazing One-Man-Band, seu alter-ego.

Suas influências, segundo o próprio, vão do *blues* ao *rock'n'roll*, passando por lutadores de *lucha libre* mexicana, como Huracan Ramirez e Dr. Wagner e chegando até “garotas de duvidosa reputação”. Seu visual, de máscara de *lucha libre*, contrastado com camisa social e gravata, surgiu, segundo Coco, quando ele morou no México por um período, e estava lendo o jornal. Neste, havia uma matéria sobre El Santo, um famoso lutador mexicano, e na foto da matéria, El Santo estava saindo de um tribunal, de máscara, terno e gravata. Este fato, de ver o lutador assumindo este personagem para a vida pessoal, causou um forte efeito sobre Coco, e quando ele iniciou seu projeto

musical, lembrou do ocorrido e quis causar nas pessoas o mesmo impacto que El Santo teve sobre ele.



Fotografia 6 - El Santo

Fonte: <https://mubi.com/topics/the-auteurs-film-cast-member-database?page=132>

O material gráfico de Amazing One-Man-Band tem, de forma geral, dois tipos de abordagens temáticas. Um evidenciando o fato de se tocar como um lutador mascarado, fazendo relação a cartazes de luta ou fotografias em poses de luta.



Figura 29 - Poster de show Amazing One-Man-Band

Fonte: acervo do músico

E o segundo, com a abordagem de “garotas de duvidosa reputação”, poses sensuais, elementos de fetiche com certos tipos de feminilidades, como é possível verificar na capa de seu cd “Hell Blues”.



Figura 30 - Disco "Hell Blues"
Fonte: acervo do músico

Sua referência principal, e essência de seu personagem, são os lutadores de *lucha libre* mexicana, em especial o lutador El Santo, e com isto em mente, foi feita uma pesquisa na internet sobre eles e o que existia de material gráfico a respeito. Além dos cartazes de luta, há muito material referente a filmes que estes lutadores mais populares faziam antigamente. Sobre os lutadores da atualidade há muito pouco além dos cartazes das lutas.



Figura 31 - Santo Contra Los Zombies
 Fuente: Google



Figura 32 - Santo Contra La Magia Negra
 Fuente: Google

Tendo em vista o impacto que El Santo teve sobre Coco, de terno saindo de um tribunal, o pôster feito para o Amazing One-Man-Band deveria ressaltar este lado não-lutador dos lutadores mascarados. Como além dos cartazes de luta, havia apenas os cartazes dos filmes, esta foi a ideia central a ser utilizada.

Nestes cartazes de filmes, o herói geralmente é retratado com certa imponência e ao redor são utilizados vários elementos, personagens e cenas relevantes do filme em questão, para instigar o observador. No pôster de Amazing foi usada a mesma linguagem. O músico é retratado com seriedade, sendo o elemento principal da composição, realizando uma atividade que não está relacionada à luta, assumindo o cotidiano do personagem na vida real. Para terminar de compor a arte, foram utilizados elementos referentes a como o próprio se define, demônio, o “*Hell Blues*”, que em tradução livre é “Blues Infernal” e às mulheres, elementos que também fazem diálogo direto com estes antigos pôsteres de filmes.

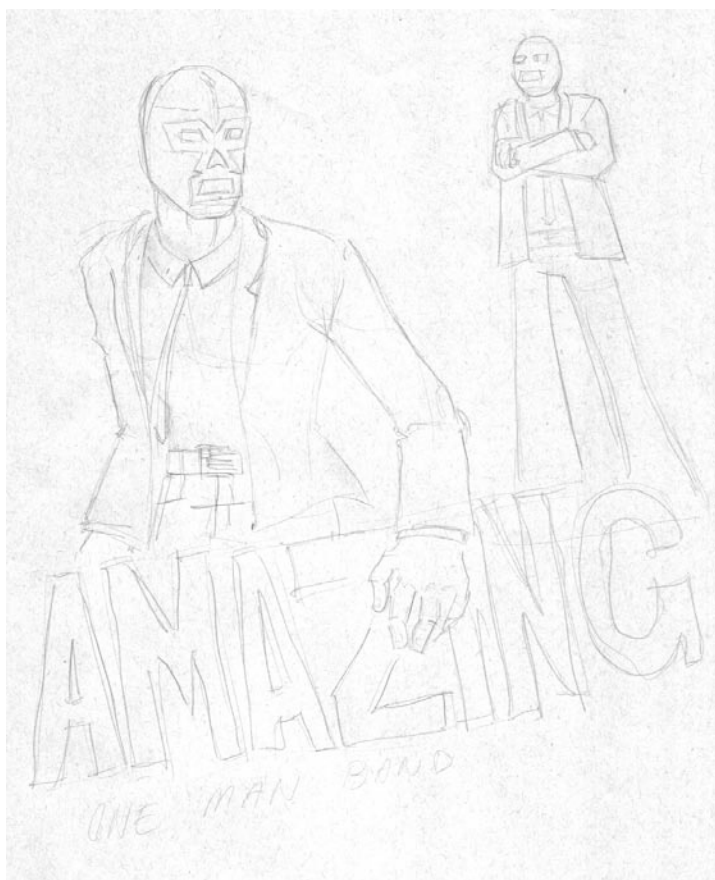


Figura 33 – Rascunho do cartaz The Amazing One Man Band
Fonte: do autor



Figura 34 – Cartaz The Amazing One Man Band
Fonte: do autor

4.3 DAMN LASER VAMPIRES (PORTO ALEGRE - RS)



Fotografia 7 - Ron e Francis K. dos Damn Laser Vampires
Fonte: acervo da banda

Desde seu surgimento, em 2005, o Damn Laser Vampires foi chamado de *pós-punk*, *neo-punkabilly*, *psychobilly minimal*, *gothpunk*, *artpunk*, *garage polka*, *punk-polka*, e nunca se chegou a um consenso.

Ron Selistre (voz e guitarra), Francis K (backing e guitarra) e Michel Munhoz (bateria) cruzaram o Brasil, dos pampas até a Amazônia. Lançaram nos EUA o álbum de estreia “Gotham Beggars Syndicate” (2008), elogiado em diversos países, e criaram um círculo de admiradores pelo mundo. Em 2010 gravaram o sucessor, “Three-Gun Mojo”, no Caffeine SoundStudio, em São Paulo.

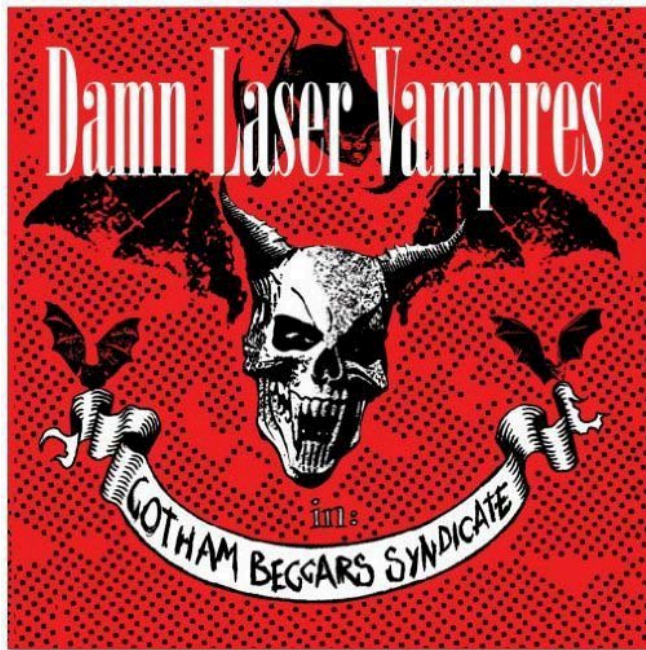


Figura 35 - Capa do disco "Gotham Beggars Syndicate", 2008
Fonte: acervo da banda



Figura 36 - Capa do disco "Three-Gun Mojo", 2010
Fonte: acervo da banda

Musicalmente e esteticamente são influenciados por bandas como Sonics, Bauhaus e The Cramps, além de possuírem forte influência do mundo dos quadrinhos, do qual Ron Selistre cita como principais *Love and Rockets* dos irmãos Gilbert e Jaime Hernandez, o quadrinista Daniel Clowes, os Minutemen (grupo de vigilantes do quadrinho Watchmen) e até mesmo o

batsinal, ao qual a própria logo dos Damn Laser Vampires se assemelha bastante.



Fotografia 8 - The Cramps
Fonte: Google



Figura 37 - Trecho da HQ Love and Rockets dos irmãos Hernandez
Fonte: COLLINS, Sean T. 2012



Figura 38 - Damn Laser Vampires, foto de divulgação
Fonte: acervo da banda

Como visto, a linguagem dos quadrinhos é muito forte e importante para os DLV, aliado ao fato de que os três integrantes da banda estão ligados profissionalmente a este universo, pois atuam como ilustradores há anos. Inclusive, alguns de seus cartazes, são produzidos por eles próprios, explorando essa linguagem ao máximo.

Devido a esta grande importância dos quadrinhos para a banda e esta ligação profissional e pessoal com os integrantes, foi adotado este estilo para o pôster da banda, baseado nos autores e referências citados.

Foi feita uma capa de revista em quadrinhos, como pôster, utilizando o nome da banda como título da HQ e o nome de uma das músicas do disco Gotham Beggars Syndicate, “Graveyard Polka”, que traduzido significa “Polka do Cemitério”, como título da hipotética história; e a logo da banda foi aplicada de modo semelhantemente às logos das editoras nas capas das revistas.



Figura 39 - Poster de show, autoria do Damn Laser Vampires
Fonte: acervo da banda

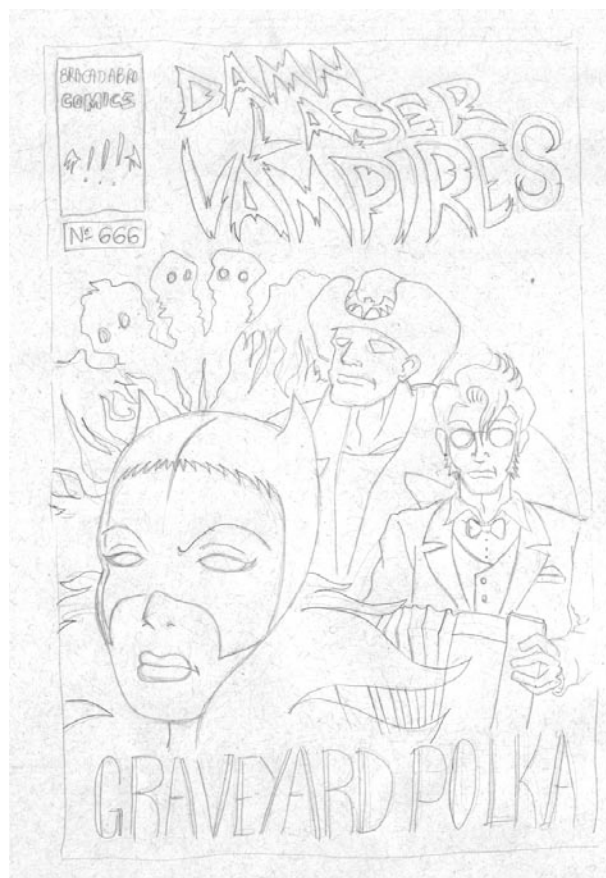


Figura 40 - Rascunho do cartaz Damn Laser Vampires
Fonte: do autor

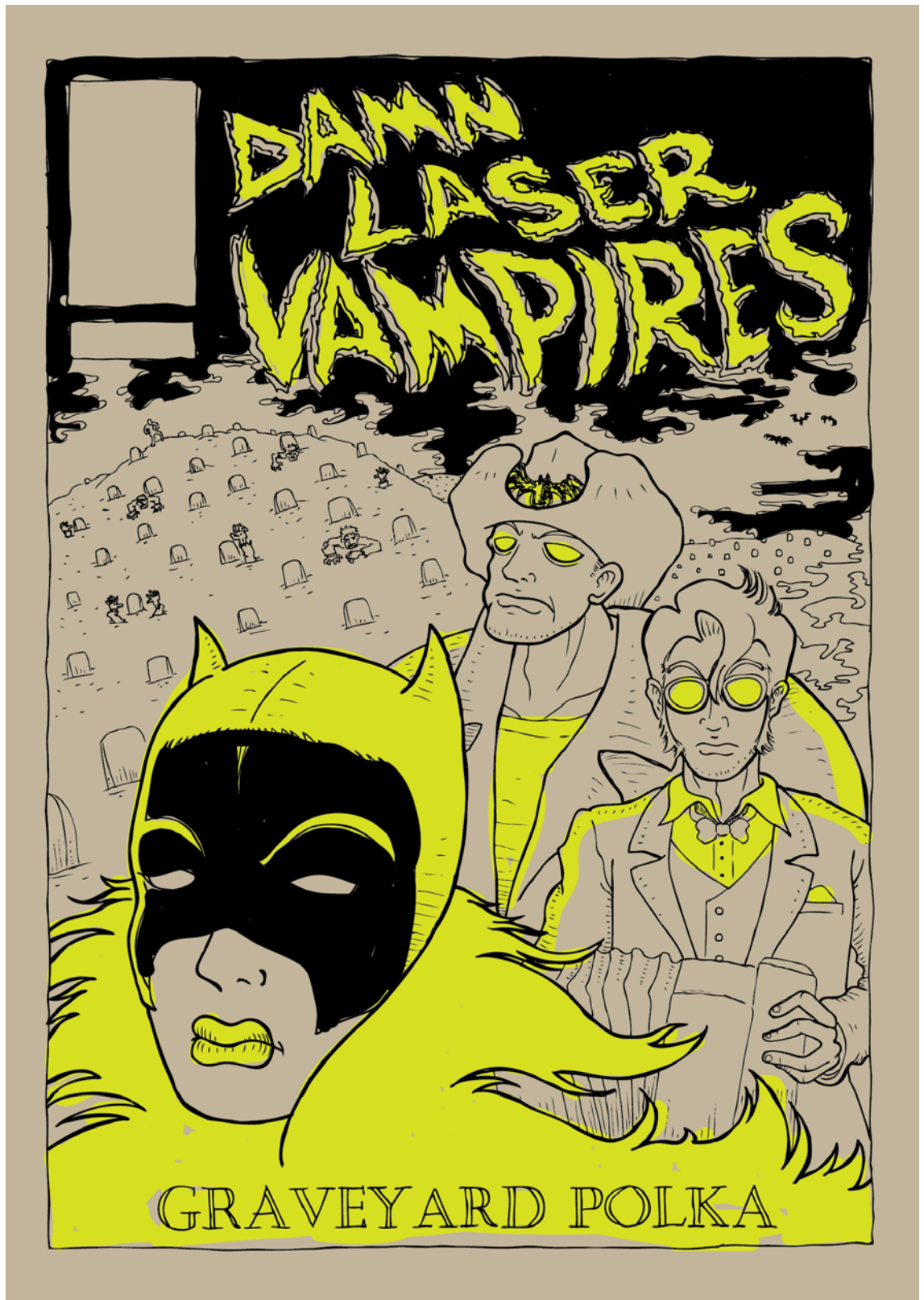


Figura 41 – Cartaz Damn Laser Vampires
Fonte: do autor

4.4 DEAD ROCKS (SÃO CARLOS - SP)



Fotografia 9 - Dead Rocks, divulgação
Fonte: acervo da banda

Em 10 anos de carreira o conjunto The Dead Rocks conseguiu colocar seu nome entre os grandes da música jovem mundial, deixando o Brasil e a América Latina em destaque entre os grandes apreciadores do Rock Instrumental em todos os cantos do planeta, além de proporcionar aos mais exigentes colecionadores o som aveludado das antigas gravações em discos de vinil de alta fidelidade. Aos afortunados que presenciaram seus concertos, ficam inesquecíveis lembranças cheias de alegria, diversão e o alto astral que só os maiores bailes e festas dançantes podem proporcionar.

Sempre bem trajados em paletós escarlates, elegantes topetes e instrumentos exclusivos, o conjunto interpretou suas canções em distantes territórios europeus, como a França, Inglaterra, Alemanha, Itália, Luxemburgo e Bélgica. Em terras latino-americanas o conjunto viajou por quase 20 estados brasileiros, além de concertos pelo território argentino.

Com quatro Long-Plays lançados, além de participações em coletâneas, EPs e *singles* em Portugal, Estados Unidos, Alemanha e Inglaterra, o conjunto vem provando que, além de incríveis intérpretes e instrumentistas, são dedicados compositores da nova música jovem mundial.

O sucesso do conjunto é constantemente comprovado pelos meios de comunicação do Brasil e do mundo. Estações de rádio e emissoras de televisão,

como a Rede Globo, MTV Brasil, Tv Cultura, ABC, Eldorado FM, Kiss FM entre outros, não se cansam de exibir o conjunto, sendo imagens e sons dos garotos em ação ou usando suas composições em trilhas musicais de seus programas. A norte-americana Continental Magazine e as inglesas Pipeline Magazine e New Gandy Dancers, mais importantes revistas especializadas do gênero, já teceram grandes elogios ao conjunto, publicando resenhas de seus discos e entrevistas com os integrantes.

Musicalmente são influenciados por bandas dos anos 50 e 60, de *surf music* instrumental como The Ventures, The Shadows, The Jordans, Jet Blacks, e por rock'n'roll dos anos 50, tal como Chuck Berry e Buddy Holly. Adicionalmente, também apresentam como referência o trabalho dos artistas Jim Flora, Shag e Sam Gambino para seus materiais gráficos.

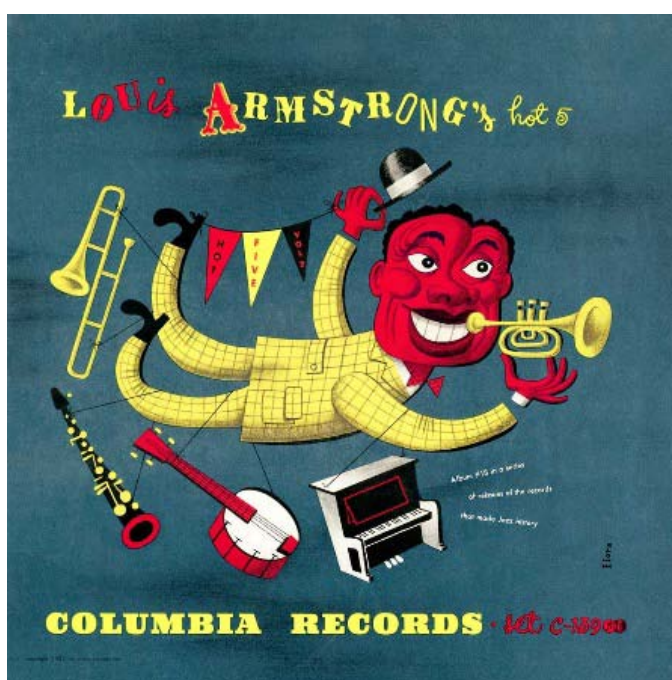


Figura 42 - Capa de disco Louis Armstrong, Jim Flora
Fonte: Jim Flora.com



Figura 43 - Arte de Sam Gambino
Fonte: samgambino.com



Figura 44 - Arte de Shag
Fonte: Shag.com

Suas temáticas são, na grande maioria, imagens e estereótipos de elementos tropicais, fazendo menção ao Havaí, dançarinas de hula e praia, tal como o próprio gênero, *surf music*, sugere.



Figura 45 - Capa do disco "Verão em Havaiano" (2011)
Fonte: acervo da banda

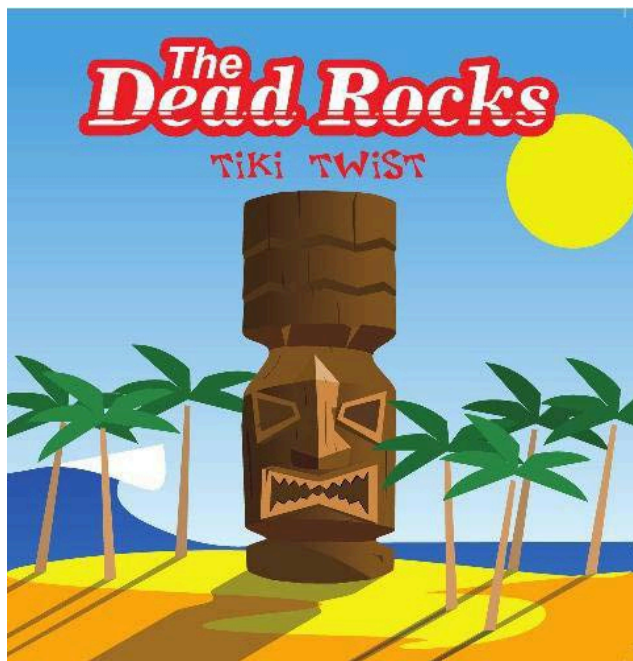


Figura 46 - Capa do disco "Tiki Twist" (2006)
Fonte: acervo da banda

A arte realizada para os Dead Rocks utiliza estes elementos tropicais e havaianos, dando ênfase à cor vermelha dos ternos dos integrantes, maior marca da banda, na composição do design, utilizando um estilo de desenho retrô, baseado nos trabalhos dos artistas citados pelo grupo. O estilo retrô casa perfeitamente tanto com toda a proposta da banda, tanto no visual, que

relembra as bandas dos anos 50 e 60, quanto com o próprio som, que é um gênero surgido também a partir dessas duas décadas.



Fotografia 10 - Instrumentos da banda Dead Rocks
Fonte: acervo da banda



Figura 47 - Rascunho do cartaz The Dead Rocks
Fonte: do autor

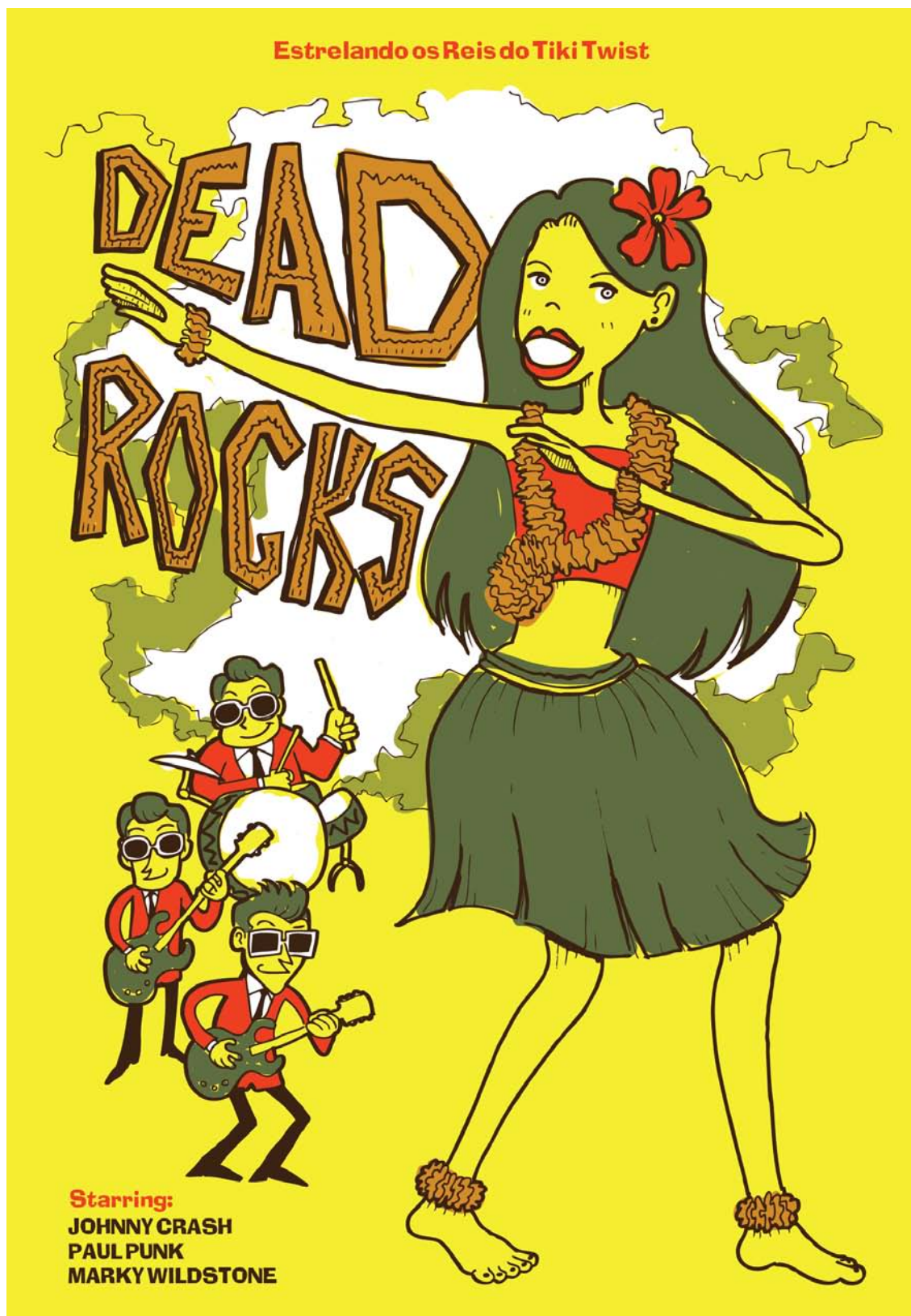


Figura 48 - Cartaz The Dead Rocks
Fonte: do autor

4.5 HUMAN TRASH (SÃO-PAULO - SP)



Fotografia 11 - Human Trash ao vivo, foto de divulgação
Fonte: acervo da banda

Sister Mayra e Mari Trash dividem os vocais e guitarras sujas, enquanto Brother LT toca uma bateria não convencional, usando latas de lixo, garrafas e todos os tipos de bens indesejados abandonados nas ruas, criando um som muito peculiar para a banda.

Human Trash teve início em 2009, em São Paulo, e eles insistem que não são humanos! São personagens construídos com o que a sociedade joga fora, não apenas lixo material, mas também atitudes que não se encaixam nos parâmetros tidos como normais; muito primitivo para o homem moderno ou, talvez, muito sincero, assim se transpondo para uma realidade paralela, um mundo invertido chamado Trashville. No palco, apresentam-se como criaturas malucas e assim também é a música, soando como sujeira, um verdadeiro lixo! É assim que eles mostram a sua arte para o mundo.

O primeiro álbum, "It's not human, It's human trash" foi lançado em 2010, pelos selos Luna Sounds (Alemanha) e Mamma Vendetta Records (Brasil). O álbum foi produzido por Rob K (Workdogs/Jam Messengers) e Marco Butcher (Thee Butcher Orchestra / Jam Messengers). Com este 12", Trash Human trouxe aquele sentimento que assusta pais e deixa seus vizinhos

loucos. Nenhum som aveludado, nada manso, som de lixo humano como um taco de beisebol quebrando uma loja de cristal.



Figura 49 - Capa do disco "It`s not human, it's Human Trash", 2010
Fonte: acervo da banda

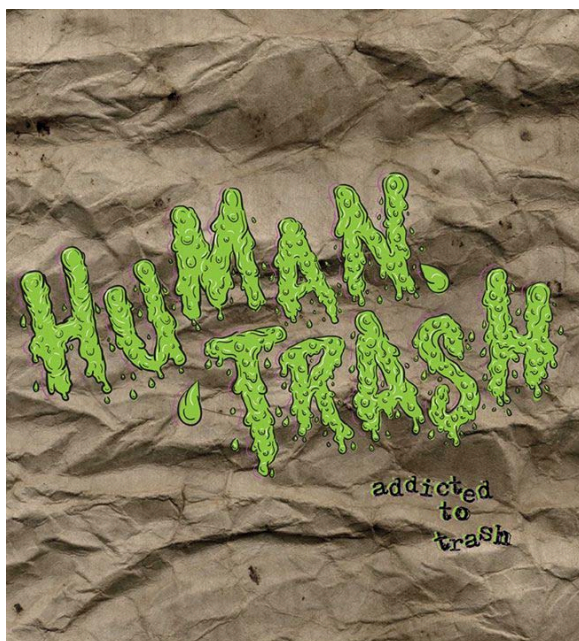


Figura 50 - Capa do disco "Addicted to trash", 2013
Fonte: acervo da banda

Depois de três anos tocando o primeiro álbum ao redor da América do Sul e Europa, o Human Trash lançou seu segundo álbum, "Addicted to Trash", com mais 12 golpes de lixo, gravado e produzido pela própria banda. O novo álbum soa como *groove* e *soul*, com a mesma atitude do *punk* que vem dos guetos de Trashville. Novos elementos e experimentos foram introduzidos pela

banda, tais como diferentes percussões lixo, saxofone, gaita e teclado.

As influências do Human Trash não são meramente sonoras. O cotidiano da cidade e a ambiguidade de se viver feliz e infeliz num local cinza, sujo e caótico onde se é atacado diretamente ou indiretamente por tudo, refletem no som. Então, bandas que de alguma forma se relacionam com isso, tem influências no som, como Bo Diddley, Jon Spencer, Mercenárias, James Chance and The Contortions, Pussy Galore, etc



Fotografia 12 - Human Trash, foto de divulgação
Fonte: acervo da banda

Consideram-se um fruto podre da sociedade que descarta descontroladamente tudo: relações humanas, música, utensílios etc. Foi andando de madrugada nas ruas de São Paulo, onde vivem, que se transpuseram para Trashville e se tornaram o Human Trash. Seres de uma realidade invertida onde o lixo é o bonito e limpo e o limpo é lixo sujo. Junto com isso vem todas as cores radioativas, elementos e os utensílios que usam como instrumentos musicais, como botijão de gás, latas e garrafas das ruas.

Chegaram aos personagens quando se deram conta que o ser podre, ignorado da cidade, não tem rosto, então, com o saco pardo na cabeça firmaram um pacto de irmandade e transferência do que é real numa sociedade fictícia de lixo.

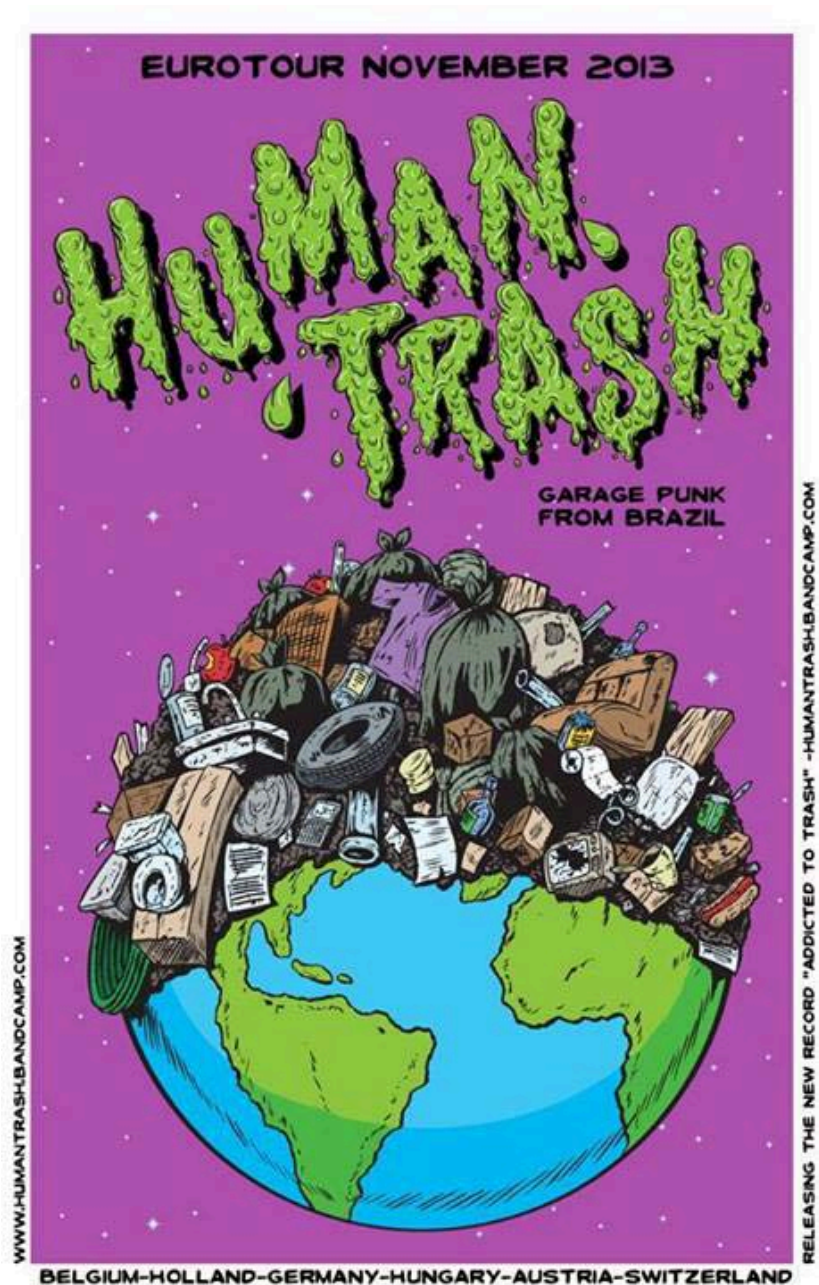


Figura 51 - Poster de turnê europeia
Fonte: acervo da banda

A arte do poster do Human Trash precisava seguir a mesma proposta da banda, ser sujo, poluído, urbano e tóxico. Através de análise de alguns materiais gráficos da banda, notou-se o uso recorrente do roxo e do verde, cores que, dependendo de sua aplicação, transmitem exatamente esta ideia de toxicidade desejada.

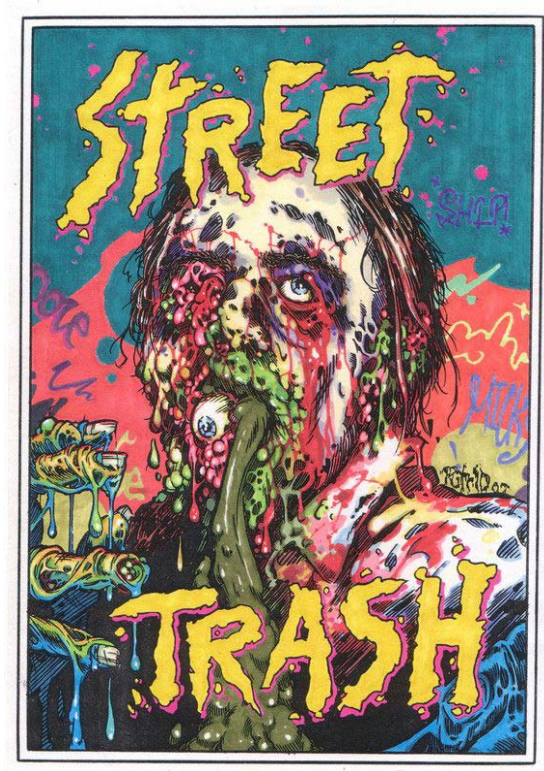


Figura 52 - Poster do filme "Street Trash"
Fonte: Google



Figura 53 - Poster do filme "Toxic Avenger"
Fonte: Google

Para dar o caráter urbano e caótico das grandes cidades, foi feita uma pesquisa de imagens e artistas que adotam esta temática e estilo. Uma grande referência visual foi o trabalho do ilustrador francês McBees, cujo estilo que remonta ao grafite e é bastante rico visualmente, criando uma espécie de caos e desordem, que neste caso, é desejada.



Figura 54 - Ilustração do artista McBees Fonte: mcbes.com



Figura 55 - Cartaz Human Trash
Fonte: do autor

5 SERIGRAFIA

“Serigrafia vem de *sericum*, seda, e mais grafia. Ou seja, a escrita na seda. É também chamada de *silkscreen*, ou tela de seda.” (Fajardo, 1999)

5.1 A HISTÓRIA DA SERIGRAFIA

Embora não se saiba com precisão quando houve o surgimento da serigrafia, é sugerido por historiadores que seu início foi na China, na época da construção das grandes muralhas. A serigrafia também foi usada pelos japoneses, os quais faziam desenhos delicados nos estênceis e para unir as diferentes partes dos recortes eram feitas tramas de cabelo humano, que juntamente com a seda deram o nome para o processo, sendo os métodos mais usados para impressão serigráfica (Silkscolor online, 2013).

Durante a história da gravura, desde seu surgimento até os dias atuais, os artistas e artesãos têm sido movidos por imensa curiosidade, o que os leva a querer aperfeiçoar não só suas criações, mas também os seus métodos de impressão (FAJARDO, 1999).

Por volta dos séculos XVIII e XIX, algumas amostras de arte japonesa, impressas através da serigrafia, chegam à Europa, e a partir deste momento a serigrafia começa a ser aprimorada. Técnicas de preparação da matriz, como as chinesas e japonesas que utilizavam fios de seda ou cabelo humano foram substituídas por composições modernas como o poliéster e o nylon. O rodo moderno, de borracha nitrílica ou poliuretano também era bastante rudimentar, era composto de um pedaço de madeira revestida com pele de animal.

Foi na Europa que se desenvolveu a maioria das técnicas serigráficas modernas, mas também houve avanço nos Estados Unidos, onde a serigrafia chegou no início do século XX, época em que o país vivia a Grande Depressão, iniciada com a quebra da bolsa em 1929. A serigrafia, então, passou a ser largamente disseminada na América do Norte como uma alternativa barata para se imprimir.

No âmbito artístico da serigrafia, foi fundada a National Serigraph Society, no ano de 1936. Ben Shahn foi o primeiro artista a desenvolver a técnica, depois dele Hans Arp, Josef Albers, Willi Baumeister, entre outros, se destacaram durante algumas décadas no uso artístico da serigrafia e posteriormente com o período da Pop Art, Andy Warhol e Roy Lichtenstein ajudaram a difundir a técnica.

No Brasil, a serigrafia tem uma história bastante recente. Chegou juntamente com o início da Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945) quando o exército norte-americano veio ao nordeste brasileiro para construir bases militares. Estes militares utilizavam a serigrafia para imprimir os números e códigos nos materiais e uniformes dos soldados e, deste modo, os brasileiros tiveram o conhecimento da técnica.

Na década de 1950, com a ascensão do futebol e dos desfiles carnavalescos, o país foi invadido por uma verdadeira mania de flâmulas, as quais eram impressas em serigrafia. Eram feitas aos milhares para festas de igreja, clubes de futebol, clubes carnavalescos e uma variedade de outras instituições que se encantaram com o custo e a beleza do processo.

Na década de 1960, a gravura se fortalecia como forma artística no Brasil, tal como a serigrafia. Um exemplo de artista que se utilizava desta última é Dionísio Del Santo, o qual era um grande experimentador de técnicas e criador de uma linguagem própria, com elementos geométricos. (Fajardo, 1999)

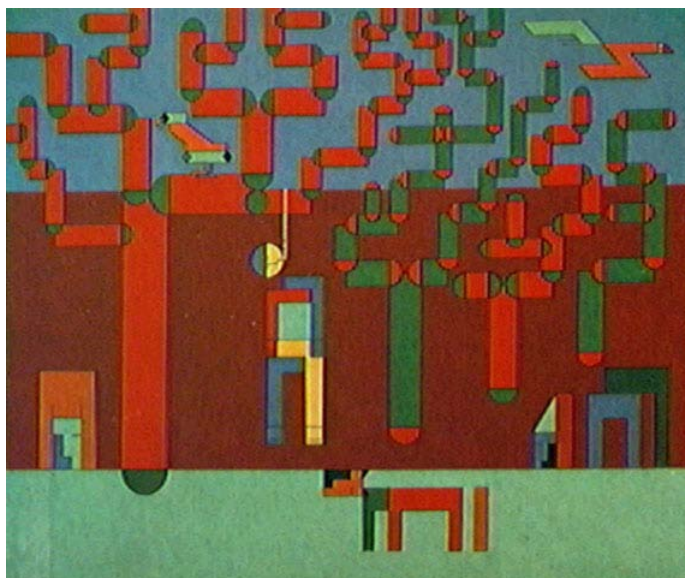


Figura 56 - Enforcado na Paisagem, Dionísio Del Santo, 1968
Fonte: Itaú Cultural, 2014

5.2 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

O primeiro passo para se iniciar o processo de impressão em serigrafia é a escolha da matriz a ser usada. Existem dois tipos, as com quadro de madeira e as com quadro de alumínio. A diferença entre elas é que a matriz com quadro de madeira é mais suscetível a variações de temperatura e umidade, mas mesmo assim é a mais utilizada, devido ao seu custo inferior. As matrizes com quadro de alumínio possuem uma qualidade bastante superior e são geralmente utilizadas em impressões em tecido a metro e outros tipos de impressão que necessitem um registro mais apurado das cores.

Após escolher o tipo de matriz que vai ser usado, o passo seguinte é desengordurar a tela e lixar o tecido, a fim de evitar defeitos na hora da impressão.

Para desengordurar a tela, deve-se esfregar bem os dois lados da tela com uma esponja e sabão neutro ou pasta desengraxante, lavar a tela com jato d'água e secá-la em um lugar livre de poeira, além de evitar tocar a tela com as mãos após essa operação. É importante fazer esse procedimento mesmo em telas novas porque, embora pareçam limpas, elas se sujam pela manipulação e pela poeira do próprio ambiente.

Com a matriz definida e a tela limpa é hora de gravar a imagem, ou seja, o original que se quer imprimir. Existem variadas técnicas para esta etapa, mas o processo mais adequado para esta proposta, e o mais comum, é conhecido como "Incisão Fotoquímica". A imagem que se deseja imprimir, o original, deve ser o mais opaco possível numa folha que seja translúcida, como o papel *laserfilm*. O papel vegetal não é recomendado por sua instabilidade dimensional. O original deve ser bem definido, com linhas nítidas em negro intenso, sem meios tons. Este será o fotolito a ser usado na gravação da tela.

O próximo passo é fazer uma mistura de emulsão com sensibilizador específico e utilizar as proporções sugeridas pelo fabricante. Na sequência, com uma calha, própria para este fim, emulsiona-se a tela e é feito o processo de secagem. Esta emulsão sensibilizada e tela emulsionada devem ser preparados e mantidos em sala com luz vermelha, caso contrário irá se perder todo o material.

Com o fotolito pronto e com a tela sensibilizada, é hora da gravação em uma mesa de vidro com uma fonte de luz. Sobre a mesa, deve-se ficar em sequência o fotolito, a tela, um pedaço de flanela para proteger dos objetos que vem acima, uma placa de vidro e um peso para garantir o melhor contato entre a tela e o fotolito e impedir a dispersão da luz. Com cada elemento na ordem correta, procede à exposição à luz, que encontra-se abaixo, direcionada para cima.

Após lavar a tela para se retirar o resto de emulsão não incidido pela luz, a tela estará pronta para se começar as impressões.



Fotografia 13 – Gravação de tela
Fonte: o autor

Com a tela pronta, só resta a escolha da tinta para que se inicie o processo de impressão. As tintas podem ser vinílica, acrílica, a base de água, sintética, fluorescente, com características foscas, brilhantes, alta ou baixa cobertura, entre outras.

Começa-se registrando na mesa a posição do papel, contornando a borda de fora com uma fita crepe, para saber a posição de onde colocar as outras folhas a serem impressas. Preparamos a tela colocando em seus quatro cantos externos um nível para que a tela não encoste no papel. Colocamos tinta na parte oposta à que se vai imprimir da tela, com ela ainda suspensa cobrimos totalmente o motivo com tinta. Baixamos a tela e executamos a impressão pressionando o puxador, assim impressa, removemos a folha e colocamos outra em seu lugar repetindo o processo com o puxador e assim sucessivamente.



Fotografia 14 - Registro das folhas a serem impressas

Fonte: o autor



Fotografia 15 - Impressão

Fonte: o autor



Fotografia 16 - Impressos 1 cor
Fonte: do autor



Fotografia 17 - Preparação para segunda cor
Fonte: do autor



Fotografia 18 - Impressos finalizados
Fonte: do autor

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho foi proposto a criação de uma arte para cada uma das cinco bandas escolhidas, as quais foram selecionadas de dentro do cenário underground.

Em primeiro lugar foi necessário fazer a pesquisa para definição do termo “underground”. Simplesmente traduzindo-o, teremos “subterrâneo”, “desconhecido” e até mesmo “novo”. Deste modo, pode-se definir uma banda underground, como uma banda fora de padrões totalmente convencionais. Esta fuga aos padrões, ao popular, ao mainstream, não é uma exclusividade do campo musical. Dentro das artes, esta insatisfação e desejo por mudança trouxe riquíssimos movimentos no decorrer da história, em grande parte, desencadeados pelo pensamento contra-cultural de Marcel Duchamp e seu ready-made, como a Roda de Bicicleta. O pensamento contra-cultural não busca necessariamente apresentar um novo grupo de idéias e conceitos, ele é baseado na insatisfação para com a cultura dominante, é um espírito questionador e de negação.

Historicamente falando, contra-cultural também pode ser considerado o período dos anos 60, no qual houve diversas manifestações estudantis e populares. Neste período, o design e as artes gráficas desempenharam importante papel social como mídia alternativa para a população. Estudantes parisienses, durante o final dos anos 60, dominavam a técnica de impressão serigráfica e, através desta, conseguiam produzir vários cartazes e panfletos com informações variadas, as quais, não eram veiculadas pelos grandes meios de comunicação, controlados pelo estado, apresentando assim um outro ponto de vista sobre os fatos para as pessoas.

Partindo desta premissa do underground e desta postura contra-cultural, procurou-se transpor isso para dentro do design gráfico. Pesquisando sobre as bandas, foi possível constatar que as referências individuais e motivações são variadas. O design atuou tentando transportar para o papel a essência de cada uma das bandas. Desta forma, foi possível constatar que uma mesma proposta, para bandas presentes e atuantes no mesmo cenário,

produziu resultados bastante distintos entre si, explicitando as diferentes bagagens culturais que cada um carrega consigo.

Para finalizar, o método de impressão escolhido para este projeto foi a serigrafia, a qual, além de sua importância dentro do mundo das artes, observando e gerando questionamentos durante o período da pop art e de seu caráter de mídia de guerrilha nos anos 60, é um processo independente, o qual foi realizado pelo próprio autor, mantendo o caráter contra-cultural das bandas.

A relevância deste trabalho dá-se pela sua busca ao novo. Através de uma temática de pouca abordagem e de técnicas, na maioria artesanais, como a serigrafia e o desenho até mesmo de tipografias a mão-livre, chegou-se a resultados bastante interessantes, difíceis de serem reproduzidos caso fossem feitos inteiramente no computador, como é usual hoje em dia. O trabalho artesanal está mais suscetível a “felizes acidentes”, que dão um caráter mais humano à peça gráfica.

REFERÊNCIAS

- ARTCRITICAL.COM. **Contemporary Art Workers**. Disponível em: <<http://www.artcritical.com/2010/01/07/1969-at-p-s-1-contemporary-art-center/art-workers/>>. Acesso em: set. 2013
- ARTE LIBERTY. Manifesti. Disponível em: <http://www.artelibrary.it/manifesti_metl._distillerie.html>. Acesso em: Nov. 2013
- BOEDER, Laurie. **King Kong**. Disponível em: <http://classicfilm.about.com/od/earlysciencefiction/fr/King_Kong.htm>. Acesso em: out. 2013
- BROOK, Stacey. Learning the language of the rock pôster underground. Disponível em: <<http://www.staceybrook.com/learning-the-language-of-the-rock-poster-underground.html>>. Acesso em: nov. 2013
- CAPELLARI, Marcos Alexandre **O discurso da contracultura no Brasil: o *underground* através de Luiz Carlos Maciel (c. 1970)** São Paulo, 2007, Tese. (Doutorado em história). Universidade de São Paulo
- CANONGIA, Ligia **O legado dos anos 60 e 70** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005
- COMIC BOOK RESOURCES. **Fantagraphics**. Disponível em: <<http://robot6.comicbookresources.com/2011/07/sdcc-11-fantagraphics-to-publish-complete-zap-comix/>>. Acesso em: jan. 2014
- DAILY ARTIST. **Robert Rauschenberg**. Disponível em: <<http://dailyartist.blogspot.com.br/2011/01/robert-rauschenberg-october-22-1925-may.html>>. Acesso em: jan. 2014
- EMERSON ART OF COMICS. **Comics Get Relevant**. Disponível em: <<http://emersonartofcomics.blogspot.com.br/2013/10/class-4-oct-16-comics-get-relevant.html>>. Acesso em: jan. 2014
- FAJARDO, Elias; SUSSEKIND, Felipe; VALE, Marcio do; SENAC. **Gravura**. Rio de Janeiro: SENAC, 1999.
- FONSECA, Joaquim – **Caricatura: a imagem gráfica do humor** Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999
- FORMES-VIVES.ORG. **Atelier Populaire**. Disponível em: <<http://www.formes-vives.org/histoire/?post/mai-68>>. Acesso em: out. 2013
- FOSTER, John - **Dirty Fingernails: A One-of-a-Kind Collection of Graphics Uniquely Designed by Hand** editora Rockport Publishers Inc, 1ª edição, 2009

GOMBRICH, E. H.. **A história da arte**. 4 ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

HOLLIS, Richard **Design gráfico: uma história concisa** 1ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ITAU CULTURAL. **Dionísio del Santo**. Disponível em: <http://www.itaucultural.org.br/aplicExternas/enciclopedia_IC/index.cfm?fuseaction=artistas_biografia&cd_verbete=1540&cd_idioma=28555>. Acesso em: set. 2013

JULES CHERET.ORG. **Ball at the Moulin Rouge**. Disponível em: <<http://www.jules-cheret.org/%27Ball-at-the-Moulin-Rouge,-Place-Blanche%27,-1889.html>>. Acesso em: Nov. 2013

KITSCH A GO-GO. **Pears Soap**. Disponível em: <<http://www.kitschagogo.com/19a504-pears-soap-bubbles-steel-sign-%28small%29-.html>>. Acesso em: Nov. 2013

MARCEL DUCHAMP.NET. **Bicycle wheel**. Disponível em: <http://www.marcel Duchamp.net/Bicycle_wheel.php>. Acesso em: jan. 2014

MASTERPIECE ART. **Alphonse Mucha**. Disponível em: <<http://masterpieceart.net/alphonse-mucha/>>. Acesso em: out. 2013

MICKIE VULTURE. **Robert Crumb**. Disponível em: <<http://www.mickievulture.com/r-crumb/>>. Acesso em: jan. 2014

MOLES, Abraham Antoine **O Cartaz** São Paulo: Perspectiva, 1974

MOMA. **Double Elvis, Andy Warhol, 1963**. Disponível em: <http://www.moma.org/learn/moma_learning/andy-warhol-double-elvis-1963>. Acesso em: jan. 2014

OSPITALETCHE, Coco. Release enviado por e-mail em: out. 2013

PEREIRA, Carlos Alberto M. **O que é contracultura**. 6ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1988, p.88

PICTIFY. **Robert Crumb**. Disponível em: <<http://pictify.com/195329/robert-crumb-fritz>>. Acesso em: jan. 2014

REDDIT. **Propaganda Posters**. Disponível em: <http://www.reddit.com/r/PropagandaPosters/comments/wlafw/i_want_out_antivietnam_war_poster_by_the/>. Acesso em: out. 2013

SABOYA, Wagner de. **Iniciação à serigrafia**. 4. ed. rev., ampl. e atual. Rio de Janeiro, RJ: SENAI/CETIQT, 1993.

Silkscolor online, 2010. Disponível em: <<http://www.silkscolor.com.br>>. Acesso em: ago. 2013

THE GUARDIAN. **Punk Poster Design**. Disponível em:
<<http://www.theguardian.com/music/gallery/2010/aug/29/punk-poster-design#/?picture=366189542&index=0>>. Acesso em: out. 2013

URBAN DICTIONARY. **Underground**, abr. 2005. Disponível em:
<<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Underground>>. Acesso em: set. 2013

VALLEN, Mark. **Punk**. Disponível em: <<http://www.art-for-a-change.com/Punk/punka1.htm>>. Acesso em: set. 2013

VICTOR MOSCOSO.COM. **Neon Rose**. Disponível em:
<<http://www.victormoscoso.com/gallery1.htm>>. Acesso em: set. 2013