
Capa de disco de *rock*: mídia, texto cultural e objeto de memória¹

Herom VARGAS²
Universidade Metodista de São Paulo

RESUMO

Neste artigo, pretende-se refletir sobre três aspectos que caracterizam as capas de disco, em especial as de *rock*: como mídia, em suas imagens e representações e na própria materialidade de objeto; como texto da cultura, que articula dimensões semióticas em vários níveis; e como objeto de memória, ao traduzir elementos do passado para o presente e seus respectivos processos comunicacionais. Tais aspectos funcionam como “entradas” para compreender essa embalagem, cuja função básica é a mediação entre artista, sua música, a gravadora e o ouvinte, sempre atravessado pelas marcas do consumo. Como aportes teóricos serão usadas a semiótica da cultura, da teoria das materialidades na comunicação e os estudos de memória.

PALAVRAS-CHAVE: capa de disco; *rock*; mídia; texto cultural; objeto de memória

Introdução

Ir a uma feira do vinil hoje em dia é experiência curiosa e reveladora de certas atitudes perante o objeto disco e sua capa. A diferença começa pela mudança de nome para *vinil*. Quando surgiu, em finais dos anos 1940, era tratado de *long playing* ou pela sigla LP, que designava o tempo maior de gravação em relação ao formato anterior – o 78 rpm. Hoje, o nome aponta para o material (vinil) de que era fabricado, para diferenciá-lo do material do *compact disc* (CD), surgido nos anos 1980. O espaço da feira é cheio de bancas com as capas expostas e acessíveis ao manuseio pelos interessados como nas antigas lojas de música. É possível observar que muitas pessoas chegam ávidas para encontrar a obra que procuram ou para se surpreenderem com alguma raridade. O encantamento é visível nos rostos de grande parte dos frequentadores: primeiro de quem vende, pelo orgulho de ter o exemplar procurado; depois, dos compradores, pela conquista; por fim, do público em geral, em busca de lazer e entretenimento em torno desse objeto que volta a participar dos roteiros culturais das cidades.

¹ Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UMESP, e-mail: heromvargas50@gmail.com.

A busca pelos álbuns antigos põe em destaque a prática da coleção. Em seu clássico estudo sobre os objetos publicado em 1968, Baudrillard (2008, p. 95) trata a coleção como “empreendimento apaixonado de posse” em que “a prosa cotidiana dos objetos se torna poesia, discurso inconsciente e triunfal”. Ao colecionarmos, queremos possuir o objeto, o reverenciamos pela raridade ou por preencher um espaço outrora vazio no acervo. Para satisfazer essa paixão, retiramos o exemplar de suas funções na vida cotidiana, de seus sentidos denotativos, para colocá-lo em um sintagma poético estruturado pela subjetividade que reina frente à racionalidade do mundo material adaptado às funcionalidades. No caso do disco e da capa, suas funções cotidianas – uma embalagem do disco que é tocado e ouvido – são preservadas; no entanto, não há como não estabelecer o vínculo subjetivo e apaixonado com o objeto na coleção.

Tal paixão, por mais que esteja centrada no sujeito, tem parte de sua origem no objeto. Se o gosto pela música tem a ver com as qualidades da canção gravada (ritmo, melodia, arranjo, vozes, letra etc.) e com os vínculos identitários construídos socialmente no gosto, outro elemento que motiva esse interesse é a capa. Por mais que sua função, como embalagem, seja proteger o disco, seu perfil se transformou muito desde o surgimento do *rock*, a ponto de ganhar certa autonomia estética e material frente à mera função de acondicionamento do produto principal.

Obviamente, capas de outros estilos musicais também construíram relações criativas como essas. Cito como exemplo o trabalho do *designer* Cesar Villela no selo Elenco, especializado em bossa nova, entre 1963 e 1966 (VILLELA, 2003). No entanto, mesmo que a experiência da Elenco e a atuação de Villela sejam dos anos 1960, boa parte do desenvolvimento da capa se deu com as possibilidades criativas abertas pela cultura jovem dessa década e pelos desdobramentos da arte fundada na contracultura.

É importante mapear e analisar as capas dos álbuns hoje em dia. Mesmo tornados antigos e, aparentemente, anacrônicos, o fato de ouvintes se interessarem por LPs os torna, em algum grau, objetos articuladores de memória. Como textos na cultura, trazem inscritos nas imagens e em suas materialidades, algumas relações com processos comunicacionais de tempos anteriores. Constroem uma coleção de índices estéticos e culturais vinculados ao gênero musical em questão e ao arco completo de relações dessas músicas com outros âmbitos da vida sociocultural: comportamentos, representações, códigos corporais e de performance, aspectos emoldurados pelo dispositivo e que marcam as potências de significação e sentido.

Neste artigo, pretende-se levantar alguns aspectos que caracterizam essa embalagem dos discos de *rock*³ a partir de três níveis de sua compreensão, a saber, a capa como mídia – em suas imagens, representações e mediações, e na própria materialidade de objeto –, como texto da cultura – que articula dimensões semióticas em vários níveis –, e como objeto de memória – ao traduzir elementos do passado e seus respectivos processos comunicacionais para o presente. Serão usadas a semiótica da cultura, a teoria das materialidades na comunicação e os estudos de memória, sem esquecer a função básica desse objeto que é o vínculo tradutório entre artista, sua música, a gravadora e o ouvinte, sempre atravessada pelas marcas do consumo.

Uma embalagem diferente para uma nova música jovem

Por mais que, no *design*, toda embalagem tenha as mesmas funções⁴, não há como pensá-las de um mesmo jeito devido às especificidades que envolvem os produtos e os processos de consumo. Capas de discos de *rock*, por exemplo, são embalagens diferentes e têm suas peculiaridades. Na forma, até podem ser simples e parecidas, ou seja, um quadrado de 31 cm de lado feito de papel cartão duplex com gramatura entre 180 gm² e 450 gm², dobrado e colado deixando uma abertura em um dos lados para inserir o disco (como um envelope), podendo ter encarte ou divisões que podem ser folheadas como um álbum (SASTRE; MARTEL, 2016). No entanto, seus produtores conseguiram criar formas visuais variadas que traduzem aspectos que envolviam o *rock* nos anos 1960 e 1970: o gênero musical propriamente dito, elementos característicos do trabalho do artista, o movimento cultural a que se vincula ou outros detalhes não observáveis diretamente no disco, mas que envolvem sua semiosfera cultural.

Um olhar mais apressado pode aproximar a capa do disco à capa do livro, pois são dois produtos culturais importantes no mercado. Tanto uma quanto a outra partem do princípio de que as integridades física e simbólica de ambos objetos e suas capas são inseparáveis, desde sua origem. Tornados objetos de consumo cultural e de desejo, livro e disco sujeitam sua materialidade (embalagem, capa, gramatura, imagens etc.) às demandas publicitárias (McCRAKEN, 2003). Nos dois casos, a embalagem não pode ser descartada, como ocorre com outros objetos da sociedade de consumo. Além dessa

³ Estas reflexões fazem parte de um projeto de pesquisa em desenvolvimento sobre as capas de discos de *rock* brasileiro.

⁴ Em resumo, uma embalagem deve cumprir as seguintes funções básicas: acondicionamento, funcionalidade, informação, identificação, imagem do produtor e venda do produto (MESTRINER, 2002).

integridade e de fazer parte da lógica publicitária, elas são o primeiro espaço visual de contato com seus leitores/ouvintes; por meio dela, informações essenciais – autoria, título, editora/gravadora etc. – ficam imediatamente acessíveis ao consumidor. Essas características demarcam a capa, portanto, como privilegiado elemento mediador no consumo. No caso do livro, Carvalho (2008, p. 13) afirma que enquanto “face visível do livro, a capa assume um papel privilegiado na comunicação com o público e, conseqüentemente, constitui um veículo privilegiado de promoção comercial”.⁵

No entanto, também há distinções entre ambas. O ditado popular “nunca julgue um livro pela capa” não funciona bem quando nos referimos aos álbuns de *rock*. Em primeiro lugar, porque era comum avaliar e julgar assim um disco de *rock*. Esse gênero musical e a revolução cultural que ajudou a promover fizeram com que a capa também se transformasse de um mero envelope a embalar os antigos discos de 78 rpm para os álbuns dos anos 1960 e 1970 com várias inovações gráficas e visuais. O incremento levou artistas, fotógrafos e *designers* a repensar o suporte e as formas de construí-lo para atender às demandas de sentido do novo som, de seus artistas e do novo público jovem. Em segundo, se a capa de livro costuma ser modificada a cada edição, conforme os interesses das editoras, a do disco obedece a uma lógica estável de identificação visual, sendo, em muitos casos, elemento constituinte da estrutura conceitual da obra de artistas do *rock*, a ponto de ser impossível pensar o disco e a música gravada sem as respectivas imagens.

Ian Inglis (2001, p. 85) é assertivo ao mostrar a importância das capas dos discos dos Beatles para a própria banda, pois “[...] forneceram um vínculo físico entre a imagem visual do grupo e as gravações, que de alguma forma refletiam a identidade musical e profissional corrente dos Beatles”.⁶ A capa, portanto, é parte importante do projeto estético do disco de *rock*. No caso brasileiro, não há como pensar a obra de alguns roqueiros sem essas referências visuais: *Fruto Proibido* (1975), de Rita Lee e Tutti Frutti; *Krig-há, bandolo!* (1973), de Raul Seixas; *Secos e Molhados* (1973), do grupo homônimo; *Cabeça Dinossauro* (1986), do Titãs; *Brasil* (1989), do Ratos de Porão; ou *Arise* (1991), do Sepultura, entre muitos outros.

Como demonstram Jones e Sorger (1999), se o formato LP rodando no toca-discos a 33 $\frac{1}{3}$ rotações por minutos (rpm) foi criado no final dos anos 1940, foi só a partir do

⁵ Ver também Caldas (2009).

⁶ No original: [...] provided a physical link between the group's visual image and its recordings, which in some way reflected the Beatles' current musical and professional identity.

rock, do consumo jovem, da arte pop e de novas técnicas de construção de embalagens, que a capa ganhou o caráter de espaço privilegiado como suporte artístico, objeto experimental de representação e de mediação de gostos. Nick De Ville confirma a mesma relação, na década de 1960, entre os movimentos da contracultura e o *rock*, de um lado, e o disco, as gravadoras e o *design*, de outro:

O surgimento da cultura de massa, o desenvolvimento da contracultura e os movimentos de protesto são todos aspectos da efervescência social da década. Não foi apenas a mudança de geração, mas uma reafirmação fundamental da modernidade, na qual a plenitude da juventude se tornou uma garantia de princípio, criatividade e radicalidade, com a música central para a auto expressão. Isso causou uma revolução nas gravadoras, no mercado, para música gravada e no *design* para música (DE VILLE, 2003, p. 78).⁷

Mesmo atualmente, quando o disco de vinil deixou de ser largamente consumido, a dinâmica das feiras de discos usados e o trabalho incansável de colecionadores demonstram a importância simbólica desse produto midiático, capaz de articular as estéticas visual e sonora, as memórias de determinados gêneros musicais e artistas, as representações do *rock* e seus subgêneros, além de aspectos de nostalgia, afetos e gostos.

Por tudo isso, não se trata de uma simples embalagem, invólucro efêmero jogado fora após o consumo. Além de proteger o disco, a capa de um LP agrega valor à música gravada e ganha autonomia enquanto objeto estético. Ela faz parte do território existencial da música, de sua economia afetiva e discursiva, e articula sua própria escuta.

Tais valores são importantes em vários aspectos sob os quais se pensa a capa de disco: no *consumo*, é campo especial de contato entre artista e público; na *cultura das mídias*, é produto midiático particular em que se dá negociação de gostos e construção de representações na mediação artista-música-gravadora-público; na *estética das mídias*, é obra que aciona sensibilidades e tendências de gosto que acompanham a experiência estética da audição; por fim, no *campo da memória*, é texto cultural por excelência na articulação de afetos e das camadas de sentido que aciona, nos enquadramentos do passado e, como artefato da cultura material (VARGAS; BRUCK, 2020).

⁷ No original: The emergence of mass culture, the development of counter-cultures, and protest movements are all aspects of the decade's social effervescence. This was not just generation-changeover but a fundamental restatement of modernity in which youthfulness became a guarantee of principle, creativity and radicality, with music central to self-expression. It caused a Revolution in record companies, in the Market, for recorded music, and design for music.

A capa como mídia: representação e materialidade

Tratar a capa como mídia significa pensá-la enquanto representação e materialidade, objeto tradutor da música e do artista que embala, que demarca determinados sentidos em seu campo visual para a percepção dos consumidores. O processo de mediação construído pela embalagem se dá pelo compartilhamento de determinados sentidos ligados ao produto e que são, em alguma medida, inteligíveis pelo ouvinte. Sendo materialidade, é objeto de *design* que envolve praticidade no manuseio e estabelece projetos estéticos que articulam afetos e gostos no consumo. Para tanto, cria-se uma representação visual do disco, seja por imagens figurativas ou por alguma abstração, por fotografia, desenho, colagem ou outra técnica de criação visual. Não é sem motivo que muitas capas trazem estampado o rosto do artista em seu melhor ângulo, como se fosse a visão plena do produto à venda. Nesse caso, a embalagem articula uma representação direta do produto e um sentido imediato e redundante.

No entanto, a partir do *rock*, esse modelo de representação começa a ser questionado. Nas capas criadas pelo *designer* Roger Dean (por exemplo, nos discos do grupo Yes) e pelo estúdio londrino Hipgnosis (que funcionou entre 1968 e 1983), para bandas do subgênero progressivo, foram produzidas outras relações visuais baseadas nas novas experiências perceptivas provocadas pela música, em sintonia com a psicodelia. Muitos trabalhos desse estúdio substituíram o padrão de expor o rosto do artista pelo uso de imagens próximas ao surrealismo, como atesta a invenção do seu próprio nome:

[...] o trabalho do Hipgnosis estabeleceu uma era na qual o artista não era obrigado a aparecer na capa do álbum, que já não exigia a adesão a fórmulas ou gráficos literais. A adoção de uma grafia reimaginada de uma palavra conhecida como o nome do estúdio foi emblemática da reinvenção da realidade da Hipgnosis⁸. [...] O coletivo misturou a mídia capa do álbum com o surrealismo, incorporando a paisagem musical de maneiras atraentes e muitas vezes enigmáticas (ALLEYNE, 2014, p. 252)⁹.

O estúdio se tornou referência e redefiniu a configuração visual das capas do *rock*. De forma pouco usual para uma embalagem, as imagens enigmáticas com seres e cenários

⁸ Junção das palavras *hip* e *gnostic*.

⁹ No original: [...] Hipgnosis's work established na era in which the artist was not obliged to appear on the album cover, which itself no longer required adherence to formulae or literal graphics. Their adoption of a re-imagined spelling of a known word as the studio's name was emblematic of Hipgnosis's reinventions of reality. [...] The collective imbued the album cover médium with surrealism, embodying the musical soundscape in compelling and often enigmatic ways.

fantasiosos, bem ao gosto dos novos ouvintes ligados à contracultura, também ocorreram no *rock* brasileiro, como atestam as capas dos discos *Atrás do Porto tem uma Cidade* (1974), de Rita Lee e Tutti Frutti (Fig. 1); *Snegs* (1974), do Som Nosso de cada Dia (Fig. 2); ou *Ave Sangria* (1974), do grupo homônimo (Fig. 3), entre outros¹⁰.

Figura 1



Figura 2



Figura 3



As imagens configuram mundos ilusórios, produtos de devaneios e delírios. De alguma forma, possibilitam ao espectador adentrar uma nova experiência pela imersão em outra realidade em paralelo à audição da música e de suas paisagens sonoras. Sons e imagens, ambos de difícil inteligibilidade, produzem algum sentido para os consumidores desses gêneros musicais. Além da audição e da visão, tal imersão se dá também pela relação tangível que o espectador tem com a capa, um dispositivo físico por conta de suas condições de produção, tamanho, manuseio e visibilidade que condicionam sua leitura. Conforme Aumont (1993, p. 135), dispositivo é o conjunto de “meios e técnicas de produção das imagens, seu modo de circulação e eventualmente de reprodução, os lugares onde elas estão acessíveis e os suportes que servem para difundi-las”. Capa é o artefato que contém a música gravada em disco e a imagem e seu potencial semiótico de representação dentro das condições que esse suporte sugere. Seu formato, as possibilidades de manipulação e as situações de visibilidade (disposição na discoteca, distância das mãos ao olhar, moldura que recorta a imagem, aspectos de tatibilidade, presença de encarte, textos e imagens) demarcam a experiência sinestésica de quem a vê na relação estabelecida entre imagem e música. A complexidade desse objeto se desdobra, pois se estrutura na interseção de três elementos: sua materialidade, a música gravada e o conjunto visual projetado na capa. Disco e capa se oferecem “ao tato, à visão e à audição, em quaisquer circunstâncias, encarnando uma atualidade permanente e possibilitando ao usuário um domínio completo sobre seu conteúdo” (REZENDE, 2006, p. 20).

¹⁰ Todas as imagens aqui reproduzidas foram retiradas da Internet.

Antes de constituir sentido, é a “produção da presença” (GUMBRECHT, 2010) que define a experiência com o álbum. As presenças do objeto e dessas imagens aparentemente *non sense* enquadradas na moldura da capa e o impacto que geram evidenciam o acoplamento entre o corpo que vê e manuseia o objeto e a imagem constituída em sua materialidade (FELINTO; ANDRADE, 2005).

As imagens das capas de muitos discos de *rock* surpreendem tanto pela sua configuração visual, como pelo vínculo de fruição corporal por meio dos três sentidos. No caso dos álbuns, ao ouvir o disco, era comum olhar capa e contracapa, as imagens internas da capa aberta, retirar e admirar o encarte, observar quem eram os músicos e outros participantes, acompanhar as transcrições das letras etc.¹¹ A manipulação do objeto demonstra seu aspecto de dispositivo que articula sua produção e seus sentidos na materialidade do artefato e nos acoplamentos com o corpo. Pela visibilidade, pela audibilidade e pela tangibilidade, o dispositivo organiza a percepção da peça musical.¹²

A capa como texto cultural

Neste artigo, ao final do primeiro item, está indicado que a capa de disco pode ser observada por vários enfoques: embalagem no consumo, peça de *design*, objeto estético, mídia ou como objeto de memória. Em cada um desses aspectos, a capa se desdobra em relações e sentidos. A rigor, apesar de sua integridade e de seus limites definidores enquanto objeto na cultura, esses desdobramentos a aproximam da noção de *texto cultural* construída pela semiótica da cultura de I. Lotman: um dispositivo múltiplo e tradutório na produção de camadas de sentido dentro de um sistema de linguagem. Esse dispositivo, por sua vez, ao ser lido, será novamente traduzido em novas relações construídas pelos receptores. Esse outro conceito de texto envolve, assim, maior complexidade dos códigos, das relações possíveis entre texto e contexto e dos processos de geração de sentido.

[...] o texto se apresenta a nós não como a realização de uma mensagem em uma só linguagem qualquer, mas como um complexo dispositivo que guarda variados códigos, capaz de transformar as mensagens recebidas e de gerar novas mensagens, um gerador informacional que possui traços de uma pessoa com um intelecto altamente desenvolvido. Em relação a isso muda a ideia que se tinha sobre a relação entre o

¹¹ Alguns discos eram duplos ou até triplos (*Yessongs*, do Yes, de 1973), o que envolvia uma produção gráfica mais aprimorada com dobras e encartes. Outras vezes, o álbum trazia folhas internas para serem folheadas como um livro, caso de *Novos Baianos F.C.*, do Novos Baianos, de 1973, com fotos de shows, dos músicos e do sítio onde moravam em Jacarepaguá.

¹² Por exemplo, ouvir a música no carro era diferente de ouvi-la em casa, com a capa do disco nas mãos.

consumidor e o texto. Ao invés da fórmula “o consumidor decifra o texto”, é possível uma mais exata: “o consumidor trata com o texto”. Entra em contato com ele. O processo de deciframento do texto se complica extraordinariamente, perde seu caráter de acontecimento finito que ocorre uma só vez, tornando-se mais parecido aos atos, que já conhecemos, de trato semiótico de um ser humano com outra pessoa autônoma (LOTMAN, 1996, p. 82).¹³

Um texto é um dispositivo semiótico inteligente na cultura. Longe de ser um mediador passivo e neutro, sempre traz elementos a serem recombinaados para traduzir sentidos e para produzir novos textos, em variadas dinâmicas dialógicas. Dos textos culturais, os artísticos têm estruturas e articulações mais complexas. Mesmo dentro de um sistema, conseguem acionar e traduzir linguagens e sentidos de outros sistemas e se orientarem “por um lado, para o aumento da unidade interna de suas fronteiras e, por outro, para a heterogeneidade de seus códigos” (NUNES, 2011, p. 33).

Nas palavras de Lotman sobre texto artístico, com o exemplo da dança:

Ao ser reexposto na linguagem de uma dada arte, o material multivocal adquire uma unidade complementar. Assim, a conversão de um ritual em um ballet é acompanhada da tradução de todos os subtóxtos diversamente estruturados à linguagem da dança. Mediante a linguagem da dança se transmitem gestos, atos, palavras e gritos, e as próprias danças, que, quando isso ocorre, se “duplicam” semioticamente. A multiestructuralidade se conserva, mas está como empacotada na envoltura multiestructural da mensagem na linguagem da arte dada (LOTMAN, 1996, p. 79).¹⁴

Ao produzir presença, construir representações e articular sentidos outros que não apenas os de sua função básica de embalagem, a capa de disco, em especial a de *rock*, potencialmente produz a multivocalidade típica dos textos mais intrincados na cultura. Aqui se mostra duas das principais funções do texto cultural, segundo Lotman (1990): a comunicativa (transmissão de uma mensagem ou informação) e, principalmente, a

¹³ No original: [...] el texto se presenta ante nosotros no como la realización de un mensaje en un solo lenguaje cualquiera, sino como un complejo dispositivo que guarda variados códigos, capaz de transformar los mensajes recibidos y de generar nuevos mensajes, un generador informacional que posee rasgos de una persona con un intelecto altamente desarrollado. En relación con esto cambia la idea que se tenía sobre la relación entre el consumidor y el texto. En vez de la fórmula «el consumidor descifra el texto», es posible una más exacta: «el consumidor trata con el texto». Entra en contactos con él. El proceso de desciframiento del texto se complica extraordinariamente, pierde su carácter de acontecimiento finito que ocurre una sola vez, tomándose más parecido a los actos, que ya conocemos, de trato semiótico de un ser humano con otra persona autónoma.

¹⁴ No original: Al ser reexpuesto en el lenguaje de un arte dado, el material multivocal adquire una unidad complementaria. Así, la conversión del ritual en un ballet se acompaña de la traducción de todos los subtóxtos diversamente estructurados al lenguaje de la danza. Mediante el lenguaje de la danza se transmiten gestos, actos, palabras y gritos, y las propias danzas, que, cuando esto ocurre, se «duplican» semioticamente. La multiestructuralidad se conserva, pero está como empacotada en la envoltura multiestructural del mensaje en el lenguaje del arte dado.

geradora de sentido. Nessa segunda, também definida como função criativa, o texto cultural cresce, desdobra-se ou se traduz em outros textos para produzir novos sentidos. No caso da capa de disco de *rock*, ao deixar de lado a imagem do artista e trabalhá-la sob novos padrões, esse suporte se dispõe em novas relações. Como já indicado, a criatividade dos *designers* e dos músicos deu margem a produções mais ousadas e criativas. Nesse amplo e variado campo estético, é possível perceber como, na visualidade e na concretude, as capas articulam vários elementos traduzidos em relações cada vez mais distantes e complexas.

O sentido tem a ver com os aspectos estéticos fundados na criação da composição visual e na experiência estética sugerida. Dependendo do contexto cultural em que se insere, poderão ser destacados outros sentidos de acordo com as novas relações estabelecidas pelo texto no novo contexto. Algumas capas se tornaram unanimidade em termos de apuro estético, pouco usual nesse suporte, como indicam os casos, por exemplo, do disco *The Beatles* (Fig. 4), conhecido como *Álbum Branco* (1968), capa minimalista criada pelo artista pop Richard Hamilton; *Physical Graffiti* (1975), do Led Zeppelin (Fig. 5), em que a retirada do encarte possibilita outras visões das janelas recortadas do prédio situado em New York (EUA), com imagens do astronauta Neil Armstrong, das atrizes Judy Garland e Marilyn Monroe, dos músicos da banda etc.; ou o já citado *Secos e Molhados* (1973) (Fig. 6), em que se observa a iluminação barroca contrastada e o *non sense* das cabeças postas sobre a mesa.

Figura 4



Figura 5

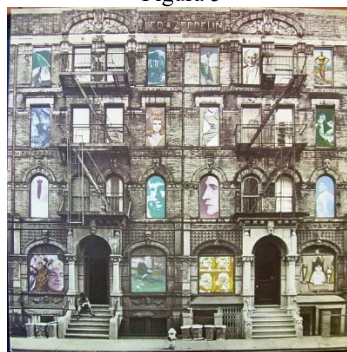


Figura 6



Outra possibilidade de entendimento tem a ver com as representações visuais em várias camadas: da música, do conceito do disco, do trabalho do artista, de algum movimento cultural a que se vincula, de determinados gostos e afetos ligados também aos ouvintes. Nesse campo, as possibilidades são incalculáveis: *Wish You Were Here* (1975), do Pink Floyd (Fig. 7), mostra um ponto de vista crítico com a imagem do cumprimento de dois executivos e um deles pegando fogo; *Acabou Chorare* (1972), de Os Novos

Baianos, cujas fotos da capa (Fig. 8), da contracapa (Fig. 9) e dos encartes traduzem o ambiente em que o grupo vivia no sítio em Jacarepaguá (RJ).

Figura 7



Figura 8



Figura 9



Um vasto campo de possibilidades em que o texto capa de disco pode ser exercitado está nas configurações do corpo, da performance, da dança e da moda, seja como sistemas sociais vinculados ao *rock* (roupas, androginia, danças, cenários etc.), seja como figurações criativas do próprio artista. Neste caso, alguns textos (corpo e seus códigos) são traduzidos em outro (capa de disco). Exemplos de apresentação do corpo são vistos em: *Aladdin Sane* (1973), de David Bowie (Fig. 10), com sua famosa imagem andrógina; *Jack, o estripador* (1976), da banda brasileira Made in Brazil (Fig. 11), em que se destacam típicas poses de performance roqueira dos músicos com seus instrumentos; *Fruto Proibido* (1975), de Rita Lee e Tutti Frutti (Fig. 12), em que o corpo da cantora na foto apresenta-se de maneira afirmativa e sedutora, com roupa de tecido fino, encarando o espectador; e *Sociedade da Grã-Ordem Kavernista Apresenta Sessão das 10* (1971), de Raul Seixas, Sérgio Sampaio, Edy Star e Miriam Batucada (Fig. 13), com a imagem dos quatro cantores fantasiados em frente ao palco de um cineteatro.

Figura 10



Figura 11



Figura 12

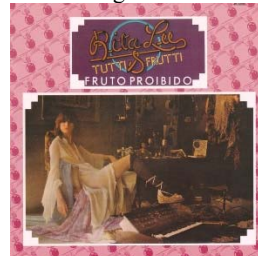


Figura 13



Capa como objeto de memória

Segundo Lotman (1990), além das duas funções do texto cultural já citadas – a comunicativa e a geradora de sentido – há a terceira: a função mnemônica:

O texto não é apenas um gerador de novos significados, mas também um conservador da memória da cultura. Um texto tem a capacidade de preservar a memória de seus contextos anteriores. Sem essa função, não poderia haver ciência da história, uma vez que a cultura das épocas anteriores (e, amplamente falando, sua imagem da vida) chega inevitavelmente a nós em fragmentos (LOTMAN, 1990, p. 18).¹⁵

Pensar a capa de disco como texto cultural implica concebê-la como espaço de articulação de outros textos sincrônicos ou diacrônicos. Ela pode traduzir elementos do passado para o presente, em movimento de reorganização, como se estivessem arquivados em determinado código e voltassem à tona em novos agenciamentos, conforme os contextos com os quais dialoga. Observá-la no presente é também tratá-la como dispositivo tradutor da cultura, por meio do qual determinados signos da tradição (uma memória coletiva) se atualizam no presente em outros sentidos, como se houvesse novos processamentos, provocando o crescimento semiótico desse texto.

Imagens das capas produzem esse efeito, de um lado, quando referências das tradições são figuradas, por exemplo, em corpos que se moldam em roupas e cenários de padrões antigos, porém, atualizados de alguma maneira nas fotografias. A capa de *A divina comédia ou ando meio desligado* (1970), de Os Mutantes (Fig. 14), é exemplo de dois textos ancestrais traduzidos. Nela se vê a reconstrução de uma cena do Inferno, desenhada por Gustave Doré (1832-1883), de *A divina comédia* (séc XIV), de Dante Alighieri. Na contracapa (Fig. 15), o humor típico da fase inicial do grupo aparece em outra cena com os três componentes aparentemente nus em uma cama de casal sob o olhar do baterista Dinho Leme. Outro exemplo pode ser visto no encarte do disco *Durante o verão* (1976), do grupo A Barca do Sol (Fig. 16), em que o tom sépia da foto dos músicos recompõe a atmosfera tecnológica das imagens fotográficas antigas.

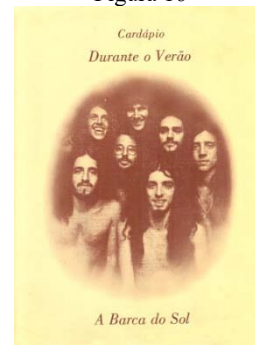
Figura 14



Figura 15



Figura 16



¹⁵ No original: The text is not only the generator of new meanings, but also a condenser of cultural memory. A text has the capacity to preserve the memory of its previous contexts. Without this function, there could be no science of history, since the culture of preceding ages (and more broadly speaking, its picture of life) inevitably comes down to us in fragments.

De outro lado, essa função mnemônica do texto cultural também é ativada quando manuseamos hoje um álbum antigo. Observamos como esse objeto, há tempos produzido, fora composto, que vínculos estabelecia na origem e que leituras contemporâneas podem ser feitas dele. Neste segundo caso, temos uma memória-documento: um tempo comprimido no objeto e que se torna índice de determinado contexto e ponto de partida para outras relações. Esse tipo de memória vincula-se a determinados objetos antigos que aglutinam experiências, manuseios e compartilhamentos. São o que pode ser definido como *objetos de memória*, artefatos que crescem e se desdobram com o tempo, se desgastam, que provocam experiências de memória ao serem vistos ou manuseados por espectadores ao longo do tempo, que demarcam e enquadram lembranças (POLLAK, 1989). São o que Baudrillard (2008, p. 81) define como objeto antigo: “singulares, barrocos, folclóricos, exóticos, antigos. Parecem contradizer as exigências do cálculo funcional para responder a um propósito de outra ordem: testemunho, lembrança, nostalgia, evasão”. No caso da capa, não perde sua funcionalidade, condição que esse autor define como fundamental para ser um objeto antigo. Mesmo assim, constrói as marcas que a faz ser pensada como memória materializada, objeto arqueológico por meio do qual o passado se reconstrói em sucessivos presentes.

Capa de disco é peça antiga que carrega camadas de sentido. Ativa que é, reconstrói-se constantemente no tempo. É documento cujos sentidos estão também em

[...] sua materialidade (peso, forma, textura, cor, acabamento ou integridade), nas imperfeições provenientes do uso e do tempo (arestas gastas, cores desbotadas, a marca do círculo do disco na capa, pequenos rasgos e dobras, frases escritas à caneta à mão), nas imagens que contém e nos afetos que aciona (VARGAS; BRUCK, 2020, p. 9).

Como objetos de memória, capas são materialidades e traduzem tecnologias que duram no tempo na forma de textos da cultura. Nesse movimento, reconstruem constantemente, a cada manuseio, o ato comunicativo que acionavam. Ao documentarem vestígios de processos culturais, semióticos e comunicacionais ancestrais, realizam, como dispositivos, um trabalho de memória sob a perspectiva do presente (BARBOSA, 2019).

Considerações finais

Hoje, mesmo com a virtualização da música, a crise dos suportes físicos de gravação e o *streaming*, há um processo de retomada do consumo do disco de vinil, ainda que nos limites do colecionismo, do consumo de nicho e em caráter *retrô*, como comprovam as feiras do vinil. Na condição especial de embalagem, a capa também se torna parte constitutiva desse objeto de culto, tanto como materialidade quanto objeto que produz sentidos e representações. Pensado como texto cultural, a retomada do conjunto disco-capa implica a reconstrução das memórias material, afetiva e tecnológica da música. Como se tentou mostrar neste artigo, os três aspectos desatacados para o entendimento de capa (mídia, texto cultural e objeto de memória), todos interrelacionados, servem para observar a complexidade dos mecanismos semióticos que esse objeto encerra. Foram destacadas as capas dos discos de rock por terem proporcionado maior criatividade e usos inovadores desse objeto.

Sendo mídia, a capa se construiu, de um lado, na materialidade e na presença do objeto e, de outro, nas ações de representação que apontam também para possíveis construções mnemônicas. Vista como texto, as camadas de sentido e os desdobramentos semióticos acionam memórias, sobretudo quando observadas na distância do presente, momento de releitura de uma tecnologia “antiga”. A capa realiza, por fim, um trabalho de memória-documento ao proporcionar a tradução do passado e por registrar um processo comunicacional reconstruído atualmente.

As várias maneiras de a capa relacionar visualmente o artista, sua obra musical e os ouvintes revelam não apenas aspectos de quando foram produzidas, mas, por conter e articular semiótica e materialmente passado e presente, também desdobram parte das experiências e do processo comunicativo no presente. Sempre que a capa é manuseada, o objeto e o espaço original de escuta crescem com o tempo, multiplicam-se para produzir novos sentidos. Aqui, o tempo do objeto e da imagem visual que contém amplia-se no fluxo. Ouvir o disco e manipular a capa novamente é pôr em ação um processo semiótico que envolve uma experiência estética integrada pelos três sentidos – audição, tato e visibilidade. Sendo articulados, o espaço visual e o objeto capa definem parte da audição; como objeto ativo de memória, funda-se na relação entre música e imagem; ainda como memória, faz com que o espaço visual se expanda para outras situações, reais, tangíveis ou imaginárias, em que ambas linguagens são rememoradas; por fim, é mídia que, por meio das representações, atravessa os tempos, define experiências auditivas nas sempre novas dinâmicas da cultura.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, M. Comunicação, história e memória: diálogos possíveis. **Matrizes**, v. 13, n. 1, p. 13-25, jan./abr. 2019.
- BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos**. 5 ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- CALDAS, S. **Gabriela baiana de todas as cores**: as imagens das capas e suas influências culturais. Salvador: EDUFBA, 2009.
- CARVALHO, A. **A capa de livro**: o objecto, o contexto, o processo. 2008. 98 p. (Dissertação de Mestrado em Design) – Universidade do Porto, Porto, 2008.
- DE VILLE, N. **Album**: style and image in sleeve design. London: Mitchell Beazley, 2003.
- FELINTO, E.; ANDRADE, V. A vida dos objetos: um diálogo com o pensamento da materialidade da comunicação. **Contemporânea**, v. 3, n. 1, p. 75-94, 2005
- GUMBRECHT, H. U. **Produção de presença**: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto/ PUC-Rio, 2010.
- INGLIS, I. “Nothing you can see that isn’t shown”: the album covers of the Beatles. **Popular Music**, v. 20, n. 1, p. 83-97, 2001.
- JONES, S.; SORGER, M. Covering music: a brief history and analysis of album cover design. **Journal of Popular Music Studies**, v. 11, n. 1, p. 68-102, 1999.
- LOTMAN, I. M. **La semiosfera I**. Semiótica de la cultura y del texto. Madrid/ Valencia: Ediciones Cátedra/Frónesis Universidad de Valencia, 1996.
- _____. **The universe of the mind**: a semiotic theory of culture. Bloomington: Indiana University Press, 1990.
- McCRAKEN, G. **Cultura e consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- MESTRINER, F. **Design de embalagem**: curso avançado. São Paulo: Makron Books, 2002.
- NUNES, M. R. F. Passagens, paragens, veredas: semiótica da cultura e estudos culturais. In: SANCHES, T. A. (org). **Estudos culturais**: uma abordagem prática. São Paulo: SENAC, 2011, p. 13-38.
- POLLAK, M. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989.
- SASTRE, R. M.; MARTEL, M. Do vinil ao MP3: análise evolutiva das embalagens de discos no Brasil. **Arcos Design**, v. 9, n. 1, p. 121-136, 2016.
- VARGAS, H.; BRUCK, M. S. Memória visual e representação do *rock* e da jovem guarda nas capas de discos LP (1959-1970). **E-Compós**, v. 23, p. 1-26, 2020.
- VILLELA, C. G. **A história visual da bossa nova**. Rio de Janeiro: ADG Brasil/ UniverCidade, 2003.