

“Êxtase gráfico”: a viagem ao universo visual das raves - Um breve estudo sobre as possibilidades estéticas do design gráfico em *flyer art*.¹

Nilton Alcântara Silveira²

Francisco Norton Falcão Chaves³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo: Analisa o contexto histórico e social do surgimento das raves em seu desenvolvimento inicial a partir de *flyers* - mídia de divulgação característica - auxiliando na compreensão da colcha de retalhos que o fenômeno constitui, delineando de forma mais nítida o seu universo, seus simbolismos e práticas. A partir daí sugere e aprofunda a reflexão sobre influências estéticas e fontes de pesquisa que sirvam de inspiração ao produtor visual, guardando alguma relação com o imaginário das raves. Problematisa a produção visual dentro da comunicação desses eventos, colaborando para que seja feita de forma mais consciente e efetiva.

Palavras-chave: Rave; Flyer; Comunicação visual; Design gráfico

1.Introdução

Para o artista gráfico, uma parte tão complexa quanto a própria expressão da arte visual é ingressar no universo simbólico da mensagem que pretende comunicar. Essa habilidade é provavelmente o que diferencia os profissionais com uma formação mais elaborada dos simples operadores de máquinas. “As novas tecnologias, por mais espetaculares que sejam, continuam sendo apenas ferramentas. Ferramentas para a articulação de signos, de significados, de sentidos.” (CAUDURO, 1999 p. 242) Por mais que se tente sistematizar o processo criativo a partir de fases⁴ é nítido que não há uma fórmula que funcione eficientemente para todos, mas uma característica comum a esses processos é que se espera da produção de peças publicitárias uma linguagem adequadamente direcionada ao seu público-alvo. Para impactar corretamente o público específico, é necessário mergulhar em seu universo, conhecer todas as suas necessidades, expectativas, desejos e vontades: vivenciar o “outro”. Esse exercício de alteridade parece o mais complexo da criação publicitária, uma vez que há a necessidade de se abstrair do “eu”, viver o “outro”, sem, todavia, poder sê-lo em sua

1. Trabalho apresentado na Divisão Temática, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2. Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Publicidade do ICA-UFC, email: niltinhoas@hotmail.com

3. Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade da ICA-UFC, email: fnortonf@gmail.com

4. Sant’anna (2001) descreve um “método de criatividade” cujas fases seriam: conhecimento, definição, criatividade, brainstorm, seleção, interpretação e comprovação. Martins (1999) define as seguintes fases como sugestão de processo criativo: análise, esquentamento, incubação e iluminação.

essência. A dimensão visual da mensagem vai exigir ainda mais sensibilidade por abranger uma série de nuances sutis, nem sempre tão evidentes.

Desde o fim dos anos 80 o mundo assiste ao eclodir da cena *rave*⁵ a partir da Inglaterra, sendo as *raves* um tipo de festa em que jovens embalados por música eletrônica e (em sua maioria) pelo consumo de drogas, geralmente um pouco afastados dos grandes centros urbanos ou em galpões abandonados, dão vazão - ainda que de modo inconsciente - a toda sua frustração social através de um escapismo apático orientado pela busca por êxtase.

O *frisson* causado no meio acadêmico por esse movimento, batizado em suas origens de *Acid House*⁶, fez com que fosse alvo das mais variadas análises históricas e sociológicas; entre outros motivos por suas implicações nas ciências sociais e no contexto da contracultura. Todavia, parece-se haver esquecido de que a composição visual das festas *rave* constitui em sua exuberância um capítulo à parte na dinâmica do fenômeno. Esquece-se ainda que ao divulgarem as festas, seus articuladores estavam divulgando também ideais, proporcionando um registro fiel das aspirações de uma geração, referendado pelas próprias características do *flyer* como mídia, sendo como tal curta e sóbria, comunicando apenas o essencial, de rápida mobilidade, produção barata, tendo portanto conexão mais estreita com os assuntos da vida pública e das demandas do dia-a-dia, principalmente se considerarmos o universo jovem. É destacável ainda seu papel na construção do imaginário da festa, num processo dialético em que é elaborado a partir desse imaginário e ao mesmo tempo ajuda a reforçá-lo.

A conjuntura social inglesa dos anos oitenta e a herança *punk* incentivaram os jovens designers ao “faça você mesmo”. Isto significa que a concepção gráfica foi retirada dos designers experientes, privilegiados, ligados a instituições, para ser delegada aos jovens que contavam com a sabedoria e o estilo das ruas. Foi-se excluindo o elitismo do design gráfico e, por conseguinte, abriu-se um campo mais vasto de possibilidades. Trevor Jackson, designer de *flyers* de *rave* da época relatou: "O melhor design produzido agora é exatamente como a melhor música, é feita por pessoas sem rostos nem egos inflados." (ROSE, 1993, p. 138) O legado desse contexto se vê nos *flyers* modernos. É fácil perder-se diante do sincretismo expresso em elementos visuais

5. Palomino (1999) define cena *rave* como componente da cena eletrônica, composta por diversas outras, como as cenas *techno*, *gay*, *clubber*, *fashion*, etc. Guardam como principal característica em comum a música eletrônica, mas também diversas nuances de comportamento que as distanciam, com fronteiras não exatamente definidas, pois, a despeito de seu distanciamento, as cenas sofrem influências mútuas.

6. Conforme Goffman & Joy (2007), ou Thornton (1996), *acid house* é o nome do estilo de música com o qual a cena *rave* popularizou-se, emprestando seu nome ao incipiente movimento das *raves* na Inglaterra no fim dos anos 80, o *Acid House*.

aparentemente ilógicos, desconexos, mas que guardam uma identidade para seu público: cores incandescentes unem-se a símbolos de religiões orientais juntamente a pequenas espaçonaves alienígenas ou alguns cogumelos harmonizando-se num todo futurista, para não ressaltar uma infinidade de outras composições possíveis. É uma representação quase icônica do simbolismo mágico que essas festas possuem para seus frequentadores, com suas locações inusitadas, suas práticas e filosofias, e também uma demonstração da marca indelével da era pós-moderna sobre as pessoas que a vivenciam.

Dos vários possíveis indícios da existência de uma imagem pós-moderna a estratégia retórica da mistura (ou hibridação) é possivelmente a que melhor representa as características pós-modernas anteriormente citadas do indivíduo fragmentado, instável, inseguro, mutante. Consiste na mistura de elementos visuais heterogêneos, que jamais se apresentariam juntos segundo a visão clássica ou moderna do design gráfico (por não cultivarem a pureza gráfica). Esta é a maneira mais concreta do pós-modernismo mostrar sua rejeição a qualquer técnica ou convenção exclusivista, a qualquer tentativa de hierarquização, a toda e qualquer noção de pureza estilística. (CAUDURO & PERURENA, 2008, p. 109)

O propósito é também esboçar alguma lógica dentro das manifestações visuais de um fenômeno que é a “mais exemplar experiência pós-moderna (cultura sem conteúdo, sem um referente)” (REYNOLDS, 1998, p.90) e que, portanto, bebe das mais diversas influências. O tudo e o nada, ao mesmo tempo.

Pesquisar sobre os *flyers* de *rave* e até mesmo *flyer art* em geral mostrou que, até agora, não se escreveu muito sobre este assunto; na língua portuguesa então, a produção é praticamente nula. Mesmo as obras existentes (alguns livros, artigos, exposições e websites) cobrem apenas algumas partes do tema, extremamente amplo, contribuindo com uma visão genérica e pouco detalhista.

Visando fornecer embasamento para orientar designers e diretores de arte ao lidar com a comunicação visual de *raves*, exploramos os fenômenos que permitiram a formulação da identidade desse tipo de festa, indissociável do contexto da globalização. As abordagens sociais, históricas e antropológicas do fenômeno, comuns a outros trabalhos acadêmicos ganham nessa pesquisa uma perspectiva visual, com enfoque no design gráfico. A partir da compreensão do “mito de criação” desses festivais é possível uma assimilação da variedade de elementos compositivos disponíveis a quem quer que necessite comunicar-se com esse universo. A pesquisa analisa os intrincados discursos que se manifestam, dos quais nem sempre o produtor visual tem consciência. Não estabelece cânones, apenas reúne fontes nas quais poderá inspirar-se o profissional em

seu constante devir estético, no intuito de transformar em imagem o ideário juvenil de uma festa norteadada pelo êxtase sinestésico.

2.O mito de criação:

O conceito platônico “interpreta simbólica e filosoficamente o mito, considerando-o uma história fantasiosa que, paradoxalmente, deve ser tomada como verdadeira, na medida em que ilumina a verdade” (MELLO, 2002, p. 25). Apropriar-se desse conceito para o ideário criador das *raves* parece extremamente oportuno, uma vez que estamos lidando com um universo simbólico composto por uma série de valores fugidios, pouco tangíveis, mas que para os jovens precursores do *Acid House* atingiu um estatuto de realidade. A busca por uma verdade absoluta, em sua questionável alcançabilidade, não é importante para este trabalho. A verdade que nos interessa é aquela iluminada pelo mito, mito este composto pelas fantasias e pelas expectativas presentes na origem dos fatos. Essa verdade é capaz de nos aproximar da ótica do “outro”, e assim permitir que entendamos as raízes do fenômeno *rave* sob a mesma. Feito sob uma perspectiva visual, esse resgate adquire nuances inéditas e especialmente ricas aos produtores visuais. Entender o contexto do surgimento é importante para a compreensão do que o fenômeno constitui na atualidade, pois mantém uma série de características atreladas ao seu mito de criação.

Primeiramente é necessário buscar o contexto histórico e social da Inglaterra no fim dos anos 80. Através de comunidades virtuais na rede de relacionamentos *Facebook* foi possível entrar em contato com os atores sociais daquele contexto, interessando à esta pesquisa as suas coleções pessoais de *flyers* da época veiculados naquele país, gentilmente cedidas, sendo escolhidos os mais representativos de padrões recorrentes.

2.1 – Thatcherismo:

Os anos oitenta foram um momento de grande turbulência na Grã-Bretanha. Thatcher estava tentando incentivar a livre empresa, a sua visão de uma sociedade capitalista se tratava do modo como um indivíduo poderia prosperar - na verdade, tinha de prosperar ou, de outra forma, caía na marginalidade. Nathan McGough, gerente de um *club* na época disse: “Toda a *raison d’être* do thatcherismo e da cultura política e econômica pregava: levante seu traseiro, seja empreendedor, faça algum dinheiro, fique rico depressa.” (RUSSEL,1993, p.130). O *flyer* 1 traduz a pressão sentida por esses jovens, num clima de conspiração agravado pela Guerra Fria. Na tela, o interior de um

*club*⁷ londrino, onde jovens dançam vigiados por autoridades que parecem questionar sobre os rumos das vidas deles. O paradoxo entre o desprezo do *Acid House* pela lógica capitalista e o fato de que ele mesmo é produto desta lógica evidencia-se fielmente a partir do uso de elementos da pop art (*flyer 2* e *flyer 3*), que “poderia servir como uma crítica afiada contra o capitalismo e sua lógica de consumo acrítica” mas também “celebrava os prazeres mais efêmeros do *boom* da sociedade consumista pós-guerra”. (SHATTUC, 1994, p. 85). Esta dualidade é endêmica ao *Acid House*, pois o movimento não só se originou de um desejo de fugir do sistema, mas é nítido que houve uma boa dose de empreendedorismo por parte dos jovens que faziam jus ao intento thatcherista de “ficar rico depressa”, por quaisquer meios que podiam, seja através da organização de *raves*, fazendo música ou vendendo drogas. Portanto, um aspecto importante do *Acid House* é que não era apenas um movimento juvenil reagindo contra um fundo social e político; foi também um produto do contexto contra o qual se lançava. Em seu caráter crítico, a *pop art* é mais uma ironia desinteressada do que mesmo uma contestação.

2.2 – Sol, areia, mar e ecstasy

A atmosfera social opressiva levava os jovens a um desejo de fuga. Foi no cenário paradisíaco do balneário espanhol de Ibiza, onde jovens ingleses passavam férias, que se deram as condições capazes de forjar a cena *rave*; foi ali que a cena club de Londres encontrou o ritmo *house* nascido nas boites para gays negros de Chicago.

Vindo da cena gay, o caráter do *house* sempre foi baseado na fantasia. O “*acid*” realmente adicionado foi um som simples e identificável: o gorjeio oscilante do sintetizador Roland TB303. Mas a música resultante foi capaz de incendiar o primeiro movimento de massa juvenil britânico pós *punk*” (ROSE, 1993 p. 66)

De alguma forma a música *acid house* viajou para um universo festivo *dropout* hippie saturado de drogas psicoativas da ilha de Ibiza, onde doidões descobriram os ritmos que levavam ao estabelecimento de estados de transe benéficos e comunais por intermédio da combinação de drogas psicoativas e uma noite inteira de dança. Essa informação rapidamente chegou à Inglaterra, e no final dos anos 1980 a *acid house* tinha conquistado a vida noturna daquele país louco por novas tendências. (GOFFMAN & JOY, 2007, p.381)

Imersos nessa atmosfera de veraneio, os jovens ingleses perdiam todas as suas inibições, num país estrangeiro, num estado surreal em que não havia dias de trabalho e nem qualquer constrangimento de ordem social. Esses jovens não estavam apenas

7. A cena *rave* está intimamente ligada à cena *club* no contexto do *Acid House*. Palomino (1999) explica que as *raves* foram capazes de tirar a música eletrônica do gueto dos clubes. O público *clubber* e *raver*, nesse contexto, era o mesmo.

escapando do seu país, estavam fugindo de sua própria vida (*flyer* 4) para mergulhar numa atmosfera hedonista de sol, areia, mar e *ecstasy*, a droga capaz de

...derreter as defesas (...) há muita empatia, uma habilidade de ver algo negativo e interpretá-lo com mais compaixão, basicamente tornando-se mais amável. (...) era uma droga muito apropriada por quebrar a inibição e as defesas do consciente.” (REDHEAD, 1993, p.120)

Esse escape da vida para uma “não-existência” formaria as bases de um grupo social inteiro que queria sair todo fim de semana para perder-se nesse novo movimento juvenil. Quando os veranistas regressavam, eles queriam reviver um pouco o espírito que deixaram para trás, “recriando o efeito mágico da pista de dança, capaz de produzir o ato de desaparecimento anteriormente auxiliado pela hiper-realidade do turismo em Ibiza.” (MELECHI, 1993, p. 33) Assim, importaram o estilo de vida hedonista para Londres.

Quando as *raves* mudaram os tradicionais locais de dança dos *clubs* para novos lugares como galpões abandonados, hangares de aviões, piscinas municipais e tendas em campos de fazendeiros, foi em parte para ir ao encontro de sentidos locais proibidos e imprevisíveis. (THORNTON, 1996, p. 22)

Thornton concentra a diferença no fato de que as *raves* exploram novos territórios, enquanto os *clubs* são os mesmos velhos lugares previsíveis, ainda que vários autores não façam qualquer diferenciação entre *clubbers* e *ravers* no contexto do *Acid House* (momento inicial da cena *rave*). A concepção de um lugar com natureza exuberante para a realização da festa permanece desde suas raízes, provavelmente pelo caráter onírico de universo paralelo que o balneário de Ibiza tinha para seus participantes: um lócus mítico, libertário, utópico, quase sagrado. No *flyer* 5, o desenho de um horizonte distante parece remeter às possibilidades infinitas, emolduradas pelo entorno tropical, retrato fiel do desejo de reviver o espírito fantástico da ilha.

O *Acid House* tem um relacionamento íntimo com as substâncias psicoativas, estando presente até a cena *rave* atual de uma forma visceral. No *flyer* 6 é possível observar uma das muitas maneiras como os *flyers* souberam retratá-lo. A letra “E” funciona como uma gíria para *ecstasy*, o que explica seu uso destacado em toda a peça. Até nas informações, todos os “E”s do texto estão evidenciados. Reynolds (1999) comenta em tom jocoso a expansão do uso de todo tipo de droga na cena *rave*: “Onde uma vez o “E” em “Geração E” significava *ecstasy*, agora significa *everything*”. (p. 384) O *ecstasy* reforçou o sentimento geral do *Acid House* por auxiliar a dança, amplificar a percepção visual, o contraste entre as luzes e o fundo, tornar mais sensível ao efeito da

música e produzir um sentimento de empatia com as outras pessoas na *rave* - todos eram coadjuvantes de seus desaparecimentos, uma vez que participam da absorção do indivíduo na multidão. O *ecstasy* foi a droga perfeita para permitir o hedonismo em tempos de pressão. É inseparável do *Acid House*, com o qual surgiu em conjunto, sendo ambos, simultaneamente, combustível e produto um do outro.

2.3 – Escapismo:

Uma vez que não era possível estar em Ibiza todo fim de semana, o imaginário social começou a encontrar outras maneiras de fugir da realidade. Era necessário um ideário extraordinário ao qual os jovens pudessem lançar-se para perder-se no estado hipnótico compassado pelo ritmo das pistas de dança.

Esta é uma “geração vazia”, perdida num mundo de prazeres orgiásticos.(...) Aqueles que procuravam entender esta subcultura em termos de uma política de usos e estilo erravam inteiramente o alvo: os lugares que a cultura *club* ocupou e transformou através de êxtase e viagem representam uma fantasia de liberação, uma fuga de identidade. Um lugar onde ninguém está, mas ao qual todos pertencem. (MELECHI, 1993, p. 37)

Este lugar virtual “onde ninguém está, mas ao qual todos pertencem” definido por Melechi abre um leque de possibilidade aos produtores visuais a partir do momento em que transcende o mundo físico e comporta a visão de uma consciência expandida incluindo temas fantásticos, delirantes, bem como temas místicos ou espirituais ou até mesmo baseados em experiências deste nível. No *flyer 7* há uma menção visual clara a este desejo de fuga a realidades paralelas: um alienígena parece convidar a uma nave luminosa de portas abertas, no meio de um campo. Não é difícil estabelecer um paralelo em que as *raves*, com suas luzes, nos campos, são a própria espaçonave capaz de transportar a outros mundos. Os universos surreais e oníricos retratados remetem a uma idéia de expansão, de possibilidades múltiplas: grandes espaços externos, com horizontes expostos, como no caso dos *flyers 8* e *9*. Neste, o senso de fuga e liberdade é ainda ampliado pela figura central de uma ave mítica, capaz de levar quem assim deseje sobre suas asas, para uma cidade fabulosa que resplandece ao fundo, e que claramente parece ser o paraíso da dança que empresta o nome à festa. É o sublime dentro da concepção estética de Kant, na instigação característica sentida diante do grandioso, do desconhecido e sendo, portanto, ao mesmo tempo em que instiga, intimidante.

O tema do sublime, na “analítica” kantiana, é fundamental no que revela – através de uma experiência estética – a experiência primordial da finitude

humana. Ante forças naturais que, por sua potência o esmagam (sublime dinâmico) e grandezas incomparáveis, que, por sua infinitude, o ultrapassam (sublime matemático), o homem se reconhece enquanto consciência limitada e faz uma experiência estética da finitude, e, em última instância, da morte. O sublime kantiano faz com que o homem realize, transcendentalmente, a experiência da infinitude; e isso no seu novo lar: a interioridade subjetiva. O sublime não pertence aos objetos nem às obras de arte segundo Kant. Ele é um sentimento transcendental negativo que faz com que o homem sinta sua impotência ante o absoluto inteligível. (BRUM, 1999, p. 62)

O *flyer* 10 nos mostra que a fuga para nova realidade, qualquer que fosse ela, passava pela idéia de uma nova esperança, um mundo novo através da dança. O velho planeta rompido e deixado para trás por uma espaçonave juntamente com o contato entre uma mão humana e uma robótica no *flyer* 11 não nos permitem esquecer que era uma juventude deslumbrada com as possibilidades tecnológicas e com a iminência do fim do século. “A idéia de uma vida subjetiva e social regulada quimicamente deixou de freqüentar as páginas literárias da ficção científica para circular livremente.” (ALMEIDA & NAVES, 2007, p. 151) Claramente, este uso do imagético *sci-fi* era outra expressão do desejo de escape da realidade, usado de modo paralelo ao efeito da música e das drogas no seu rendimento sensorial e removendo os espectadores a uma realidade fictícia. Ao mesmo tempo em que a perspectiva do futuro deslumbrava, essa marcha rumo ao desconhecido aterrorizava. No *flyer* 12, o robô observando na tela de uma nave uma outra des governada que parece vir em direção a ele retrata bem a tensão do momento, evidenciada ainda pelo nome do evento: “*destination unknown*”⁸. A questão cronológica parece constituir outro universo de fuga (*flyer* 13) no escapismo surreal capaz de oferecer uma realidade alternativa onde restrições de tempo e espaço não têm significado ou estão distorcidas. Desorientados por perspectivas inquietantes sobre o futuro, a solução foi olhar para trás em busca de um referencial.

Para os jovens envolvidos nessa nova cena, a comparação mais próxima que se poderia encontrar era a mitologia da era *hippie*. Eles adotaram um simulacro do que eles acreditaram terem sido os anos 60, exceto pelas políticas radicais da era. (COLIN & GODFREY, 1998, p. 60)

O *flyer* 14, de temática evidentemente psicodélica, retrata essa transição. Apresenta setas apontando para frente e para trás, como que remetendo ao passado e ao futuro e, entre elas entre elas, o nome do evento: “*evolution*”. O subtítulo, enfático é

8. Do inglês: destino ignorado.

auto-explicativo: “*before we go forward, we go back*”⁹. O resgate ao estilo de vida sessentista é, assim, apontado como caminho para a evolução.

“Com os anos 60 sendo geralmente retratados sob uma luz positiva, não é surpreendente que as drogas que predominaram e ajudaram a caracterizar os anos 60 fossem romantizadas pelos que não experimentaram a realidade deste estilo de vida.(RUSSEL, 1993, p.95)

A partir do saudosismo aos valores *hippies* é possível entender porque a cena *rave* optou por um padrão imagético de espiritualidade pagã e por uma busca por transcendência e elevação espiritual. Toda espécie de misticismo pagão é valorizada, como vemos no flyer 16: uma carta de tarô; ou no 17: uma mão vista sob os traços da arte cigana da leitura de mãos. “Ao contrário dos antigos politeísmos, o Deus judaico-cristão é transcendente, não é sujeito a forças naturais, não pode ser manipulado por magia (..)” (PARTRIDGE, 2006, p. 44-45) A retomada desses valores místicos, em que a natureza coisificada pelo cristianismo assume até mesmo o status de divindade, nos sugere o relevo assumido pela mesma.

Quando uma cultura perde o rumo, a reação costumeira é voltar atrás na história em busca do antigo modelo orientador. Assim, a Nova Era é a restauração do ritual, a redescoberta do xamanismo, a reconhecimento das substâncias psicodélicas e da importância da deusa Terra. As substâncias psicodélicas nos põem em contato com algo que é, ao mesmo tempo, real e imediato – a mente do planeta – a hipótese gaia é de que todo o planeta é um sistema auto-regulador; vivo, que possui um espírito. Existe uma alma global que habita o bioma do planeta, e o equilíbrio depende do contato direto com ela. Fazemos parte de um drama cósmico.(MCKENNA,1995 p. 312)

Essa individuação dos entes naturais e a importância que assumem no contexto dos ideários fantásticos nos fornecem pistas para a temática dos *flyers* 18 e 19. No 18 vemos um grande sol, de feições benevolentes, acima de outras criaturas. No 19 uma imensa lua parece pretender nos conscientizar de nossa própria pequenez, dentro de um contraste gritante entre o astro e as duas figuras humanas. A imagem nos remete totalmente ao sublime estético de Kant, já comentado anteriormente no que opõe a situação humana impotente ao absoluto inteligível. É possível concluir que esses valores espiritualistas e a paralela adoção de locais com natureza exuberante para a realização dos eventos como parte integrante deles, foram capazes de imprimir na cena *rave* atual uma grande consciência ecológica, por isso a força desse discurso na mesma. O interesse por comunidades primitivas mais integradas à natureza constituiu outra dimensão do escapismo: a possibilidade de uma

9. Do inglês: antes de seguir em frente, iremos para trás.

sociedade alternativa. “O DJ eletrônico, nesse contexto, poderia funcionar como uma espécie de xamã, levando sua congregação a uma jornada, com altos e baixos.” (RIETVELD, 1999, p. 53) Esta fantasia de perceber o DJ como o chefe de uma tribo composta pelos *ravers* conduzindo-os numa jornada a partir do êxtase emanado da música tem implicações estéticas interessantes como pode ser visto no *flyer 20*, repleto de motivos que remetem a uma arte tribal primitiva. Na busca juvenil por formas arcaicas de celebração como dimensão de escape é possível observar outra identificação: os bacanais greco-romanos, celebrações na noite guiadas pelo signo de Dionísio, nos campos, norteadas pelos excessos e pelo prazer extático, com as quais as *raves* estabelecem algumas similaridades.

Dionísio é o deus (..) frenético, incitador de sons caóticos, os sons enlouquecedores das multidões eufóricas, que mais enlouquecidas ficam com sua dança e sua música se não o honram como o devem. Simbolizando as forças obscuras que surgem do inconsciente, Dionísio é o deus que desencadeia a embriaguez, o delírio e a alucinação. (FORTUNA, 2005, p. 27)

É possível imaginar que havia consciência desse paralelismo no contexto do *Acid House* ao analisarmos o *flyer 21*, que parece celebrar essa similaridade, Isso permite ter idéia do caráter libertário que a festa possui para os seus participantes desde suas origens. O aspecto bestial, acéfalo, orientado pelos sentidos, é ressaltado ao olharmos o *flyer 22* e lembrarmos que “por trás da figura do minotauro estaria a de Dionísio, que em certas regiões da Grécia era representada com corpo de homem e máscara de animal, por vezes um touro” (PELBART, 1989, p. 30). Trata-se do símbolo mais icônico da transformação daquilo que é a materialização da razão do homem (cabeça) em mero instinto sensorial.

3. Possibilidades

À medida que novas gerações de jovens encontravam na cena rave entretenimento e escapismo para quaisquer que fossem suas frustrações, a mesma se popularizava, inserindo-se, em novos contextos e cenários e adquirindo nuances correspondentes em cada um deles. Todavia, seu espírito inicial é observado dentro das manifestações que prevalecem ainda hoje, sempre envoltas numa atmosfera contracultural destituída de confrontações políticas. É possível interpretar que o velho escapismo endêmico ao *Acid House* foi o que permitiu que a cena *rave* permanecesse em voga, pelo fato de que a juventude pós-moderna parece imersa numa desilusão “pós-tudo” da qual nunca se livrou, caracterizada pela apatia política e falta de ideologias. Isso causaria um esvaziamento do sentido da existência, que, na tentativa de ser preenchido, provoca a busca por universos de fuga aos quais os jovens lançam-se, ávidos por aventuras ilusórias capazes de agregar algum nexos às suas vidas. Diante disso, o que resta ao

artista gráfico é captar tudo o que seja capaz de fazer a juventude sonhar, todos os universos delirantes e utópicos e escolher elementos oportunos para utilizar em seu trabalho, lembrando de que a concepção geral deve relacionar-se sempre de uma forma harmônica com seu público. Cabe ainda ao profissional, usando de bom senso e sem esquecer que a cena *rave* foi construída sobre um mito de criação, aprofundar sua pesquisa em fontes apropriadas, por exemplo, a mitologia e a arte de antigas civilizações místicas como a celta e as pré-colombianas, sempre remetendo ao desejo de viver outra sociedade. Universos utópicos habitados por entes mágicos, fadas, duendes, xamãs e sabedoria primitiva são capazes de produzir um imagético rico, completamente condizente com a cena em questão. A relativização de conceitos físicos como espaço e tempo e da própria realidade, sugere inspiração na arte surrealista. O resgate romantizado aos anos 60 possibilita o uso de elementos psicodélicos como traços orgânicos e cores contrastantes. A importância da ecologia no contexto da cena *rave* deve sempre ser lembrada, para evitar qualquer elemento ou composição que a diminua. Deve-se ter sensibilidade e conhecimento do caráter que será mais valorizado na festa. Se possuir uma dimensão mais espiritualizada, há abertura para o imagético de Nova Era e das religiões orientais, resgatando a espiritualização *hippie*.

A cena *rave* agregou ainda alguns símbolos que podem ser uma “carta na manga” do artista gráfico, como o *smile*¹⁰ que vinha cunhado nos comprimidos de ecstasy; os cogumelos, que remetem a ritos enteógenos tribais com as quais os *ravers* se identificam; os alienígenas, que tanto retratam a rave como uma “civilização” pronta para entrar em contato pacífico com qualquer outra, como também simboliza igualdade entre os seres humanos, por sua representação típica constituir-se em uma figura antropomórfica homogênea (cabeça, tronco e membros) que não especifica etnia, tipo de cabelo ou status social. Há ainda outros símbolos, dentre os quais a borboleta, ícone máximo da metamorfose na natureza, evocando o ideal de transcendência e as cores fluorescentes, como representação de que cada ser humano possui uma luz própria, uma aura capaz de emitir bons fluidos a favor da paz. O uso desses símbolos merece um maior estudo, pois seu significado pode variar, como por exemplo o “E” que no *Acid House* era representação máxima do ecstasy e atualmente aparece representando a música eletrônica (*eletronic music, e-music*).

Os caminhos são infinitos, mas uma vez balizado por essa pequena relação de possibilidades, cabe ao artista gráfico usar toda sua criatividade para escolher a melhor

¹⁰ Círculo com dois olhos e uma boca simulando um sorriso.

maneira de instigar a atenção do seu público, usando seu bom senso e consciente do contexto que envolve o evento que está comunicando.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. & NAVES, S. C. **“Por que não?”**: Rupturas e continuidades da contracultura. Porto Alegre: 7Letras, 2007
- BRUM, José Thomaz. De Kant a Lyotard. In: **Kant**: Crítica e estética a Modernidade Por Ileana Pradilla Cerón, PAULO REIS Ed. Senac, 1999.
- CAUDURO, Flávio Vinícius. O design da era digital. **Para navegar no século XXI/21**, Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999, p. 231-246
- CAUDURO F. V. & PERERUNA, P. **A retórica visual da pós-modernidade**. Revista FAMECOS, nº 37. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008 p. 107-114
- COLIN, M. & GODFREY, J. **Altered State**: the story of ecstasy culture and Acid House. Londres: Serpent’s Tail, 1998.
- FORTUNA, M. **Dionísio e a comunicação na Hélade**: o mito, o rito e a ribalta. São Paulo: Annablume, 2005
- MELECHI, A. The Ecstasy of Disappearance. In: REDHEAD, S. **Rave Off**: politics and deviance in contemporary youth culture. Avebury: Aldershot, 1993, p.29-40
- MELLO, A. M. L. **Poesia e imaginário**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002
- MCKENNA, Terence K. **O retorno à cultura arcaica**. Rio de Janeiro: Record, 1995
- PALOMINO, E. **Babado forte**: moda, música e noite na virada do século 21. São Paulo: Mandarim, 1999
- PARTRIDGE, C. H. **The Re-enchantment of the West**: alternative spiritualities, sacralization, popular culture, and occulture. Nova York: T&T Clark, 2006
- PELBART, Peter Pál, 1989 **Da clausura do fora ao fora da clausura**: loucura e desrazão. São Paulo: Editora Brasiliense, 1989.
- REYNOLDS, S. Rave culture: living dream or living death? In: REDHEAD, S. **The clubcultures reader**: readings in popular cultural studies. Oxford: Blackwell, 1998, p. 84-93

REYNOLDS, Simon. **Generation ecstasy**: into the world of techno and rave culture. Londres: Routledge, 1999.

RIETVELD, Hillegonda. Ephemeral Spirit: Sacrificial Cyborg and communal soul. In: **Rave culture and religion**, Londres: Routledge 2004. 46-62.

ROSE, C. **Design After Dark**: the story of the dancefloor style. London: Thames and Hudson, 1991

RUSSEL, K. Lysergia Suburbia. In: REDHEAD. S. **Rave Off**: politics and deviance in contemporary youth culture. Avebury: Aldershot, 1993, p.91-174

SANT'ANNA, A. **Propaganda**: teoria - técnica - prática. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001

SHATTUC, J. **Tabloids and tears**: fassbinder and popular cultures. Minnesota: U of Minnesota Press, 1994

THORNTON, S. **Club cultures**: music, media, and subcultural capital. Londres: Wesleyan University Press, 1996

ANEXOS:



Flyer 1 – 01/06/90



Flyer 3 — Quintas-feiras/1989



Flyer 2 – Sextas-feiras a partir de 05/10/1990



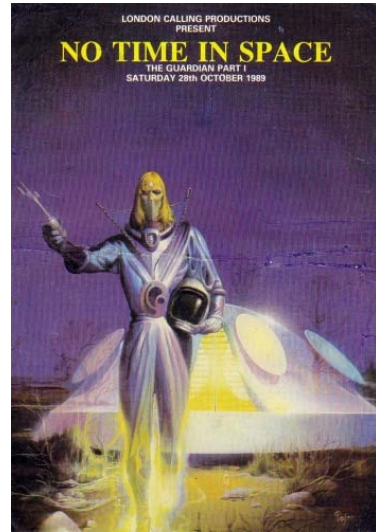
Flyer 4 — Junho de 1989



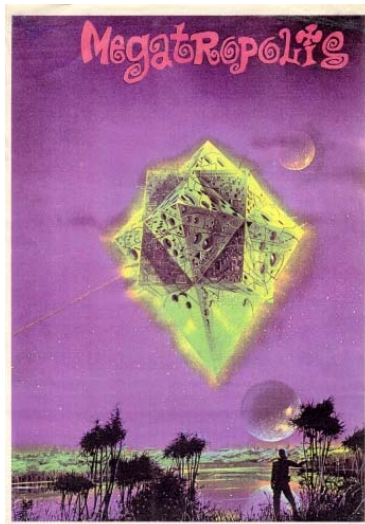
Flyer 5 - 16/12/1989



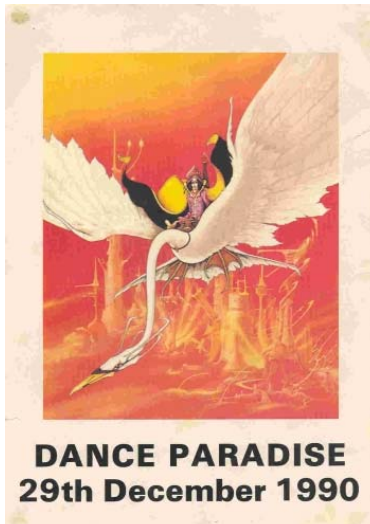
Flyer 6 – 21/05/1989



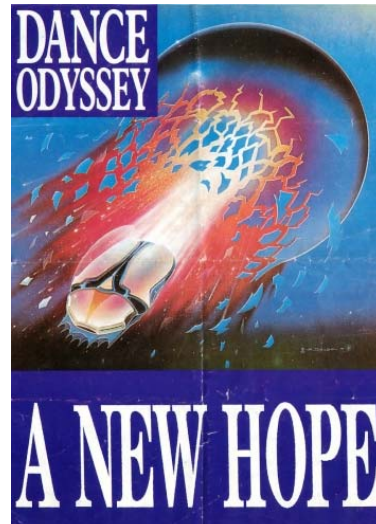
Flyer 7 – 28/10/1989



Flyer 8 – 12/10/1990



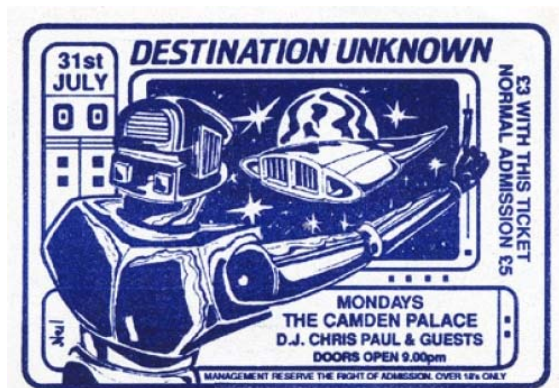
Flyer 9 – 29/12/1990



Flyer 10 – 30/09/1989



Flyer 11 – 25/11/1989 – Rave: Crystal Concept



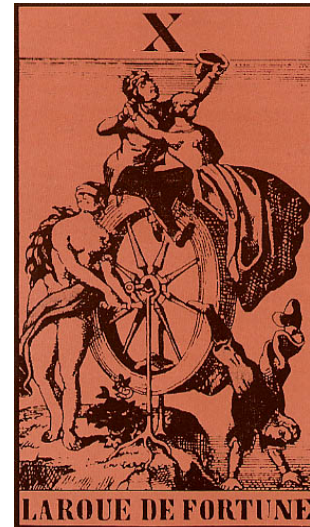
Flyer 12 – 31/07/1989



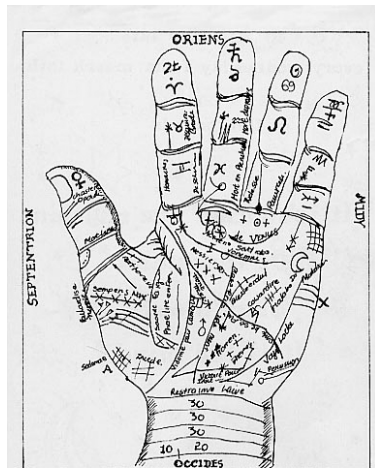
Flyer 13 – 01/07/1989



Flyer 14 – 08/03/1990



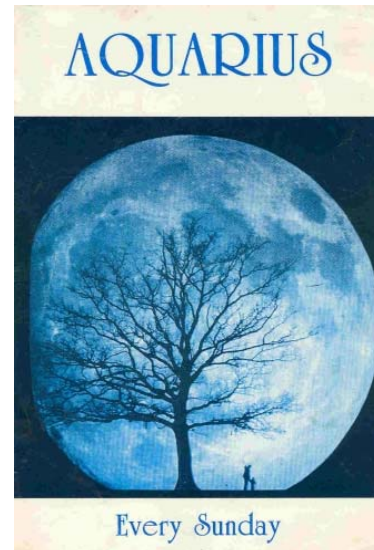
Flyer 15 – 18/03/1989
Rave: Superstition



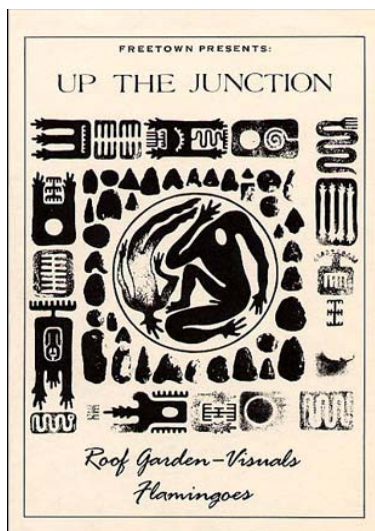
Flyer 16 – Quartas-feiras a partir de 15 de Março de 1989



Flyer 17 – 24/06/1989



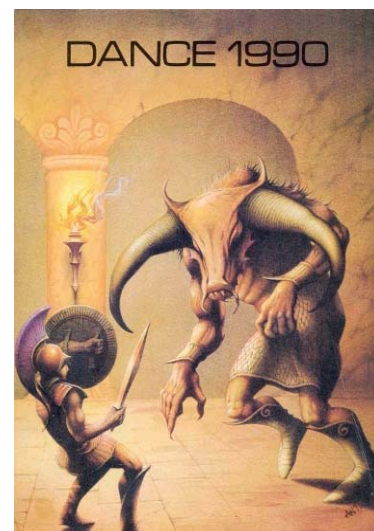
Flyer 18 – Domingos a partir de 17/12/1989



Flyer 19 – 08/07/1989



Flyer 20 – 09/04/1989



Flyer 21 -16/04/1990