



Conceito de Circularidade: a unidade entre os elementos visuais de um álbum musical¹

Estelle FLORES²

Re-nato BERTÃO³

Universidade Positivo, Curitiba, PR

RESUMO

Este artigo explora a tradução visual da sonoridade e acompanha através da história o que aqui é chamado pela primeira vez de *conceito de circularidade*, afim de apontar e investigar as razões, motivações, definições, limites deste conceito e de se estabelecer linhas claras que fundamentem seu uso. O conceito de Circularidade faz referência a identidade visual de determinada banda e o modo como a mesma é utilizada durante o período de divulgação de um álbum.

PALAVRAS-CHAVE

Música; cultura popular massiva; identidade visual; circularidade; álbum.

Este artigo pretende estabelecer um conceito contemporâneo e revisto para a denominação álbum. Por álbum temos um conjunto de gravações musicais realizadas em um determinado espaço de tempo, com um determinado nome e conseqüentemente, capa. Com a mudança nos hábitos de consumo de música, a capa deixa de ser uma mera embalagem tangível e passa a ser uma imagem de identificação do disco, visto que não existe mais a necessidade de embalá-lo. Essa capa pode funcionar como uma mera ilustração – instigante aos olhos do consumidor -, o que é o mais comum, ou como uma verdadeira “embalagem visual”, capaz de embrulhar todos os elementos visuais que compõem um álbum em uma estética única, que se complementa em cada um dos elementos que esse álbum abrange, sendo eles: capa, encarte, videoclipe, fotos de divulgação, turnê e qualquer outro elemento que venha a surgir ou que não esteja aqui citado.

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

² Estudante de graduação (Oitavo semestre) do curso de Design Visual da Universidade Positivo UP, email: festelle@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Coordenador e professor do curso de Design Visual da Universidade Positivo – UP, email: renatobertao@up.edu.br



Como na identidade visual de uma marca, nesse caso, ícones, cores, e infinitos elementos são explorados repetidamente, servindo de código para muitas mensagens ao longo desse álbum.

É certo que qualquer artista, como formador de opinião, siga uma linguagem visual própria de um estilo, que por sua vez também é seguida por seus fãs por questões de identidade, porém, o que nos interessa aqui não é a imagem que uma banda pode carregar durante toda a sua vida, como acontece com a maioria dos artistas, mas imagens que são conectadas a um artista somente em um determinado espaço de tempo. Esse tempo se dá, normalmente, entre o lançamento de um álbum e outro. Essa linguagem é estabelecida a partir de um álbum específico, que possui um tema capaz de centralizar todo tipo de expressão vinculada a esse mesmo álbum. Carla Cristina da Costa (2006) classifica essa mutação visual constante como uma busca do artista pela manutenção da mídia dedicada a sua pessoa ou seu trabalho:

Madonna sempre fez questão de mudar de visual com uma rapidez espantosa, de acordo com o personagem que deseja assumir em determinada época perante o público, o que auxilia diretamente na manutenção de seu sucesso e de sua imagem na mídia mundial.
(DA COSTA, 2006)

É de fato impossível falar sobre este fenômeno sem mencionar sua motivação, porém, também é impossível discutir a razão de um trabalho artístico de modo próprio entrando somente em termos capazes de abranger a questão mercadológica, deixando assim de mencionar a motivação artística de cada um e suas razões para determinado feito. Seria até mesmo inocente deixar de mencionar a importância monetária que é movida pela indústria cultural, porém, é também absurdo levar em conta somente valores numéricos enquanto tratamos sobre assuntos intangíveis como valor artístico. Sem dúvida este assunto entra em território ambíguo, no qual os mais realistas podem partir de um extremo e os mais utópicos podem partir de seu oposto, porém, em termos contemporâneos, falar sobre valores abjetos como a arte é falar sobre indústria cultural e valores mais concretos. Sua presença se encontra implícita, visto que existe um forte público consumidor de arte, em sua mais variada gama de expressões.

É difícil precisar exatamente quando vieram as primeiras aparições do que hoje definimos como conceito de circularidade, visto que mesmo antes de sua mais notável

aparição, *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars*, por David Bowie, já haviam discos que podiam ser classificados como visualmente integrados, como no caso de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, famoso disco dos Beatles.

Talvez por toda a imersão causada pela droga, a religião e o cenário cultural da época (1967), *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* pode ser escolhido como o álbum dos Beatles no qual esse conceito mais se nota. Inicialmente, o álbum abrangia até uma série de TV que não chegou a ser filmada e acabou se tornando um videoclipe - uma sequência de imagens - que não chegou até o público na época, sendo divulgado somente no documentário *Imagine: John Lennon*.



FIGURAS 1 E 2 – CAPA DO ÁLBUM E FOTO DE DIVULGAÇÃO

Podemos notar nas duas figuras a semelhança entre os figurinos usados pela banda e ainda uma certa similaridade entre as cores de ambas as imagens. Ainda assim, *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* não pode ser encarado como qualquer coisa além de um sinal do que estaria por vir, quando em 1972 aparece a mais clara visão do conceito de circularidade de forma sólida. Em *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars*, David Bowie traz à tona a personagem de Ziggy Stardust, um marciano que se estabelece na Terra como um profeta que anuncia a chegada de Starman, aquele que pode salvar a Terra em seus últimos cinco anos de vida. Sob um plot complexo, David Bowie praticamente assume a personalidade de Ziggy e chega a dar entrevistas em seu nome. Um ano depois do lançamento do álbum, chega ao público o filme homônimo, dirigido por D.A. Pennebaker, a filmagem de um show da turnê. O final de *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars* como uma fase de David Bowie é marcado pelo show no London's Hammersmith Odeon no dia 3 de

julho de 1973, quando ele, *Ziggy Stardust*, anuncia: “*De todos os show desta turnê, este ficará marcada em nós com mais força, pois não é só o último show desta turnê, mas também o último show que eu farei. Obrigado.*”. Nesse caso, a história e a personagem criada por David Bowie o acompanhou durante todo o álbum, influenciando visualmente tanto a capa do disco, como fotos, turnê, filme e até mesmo sua maquiagem, que pode ser considerada como um dos elementos visuais desse álbum.



FIGURAS 3 E 4 – CAPA DO ÁLBUM E ZIGGY STARDUST

David Bowie voltou a encarnar personagens e conceituar seus discos, mas nenhum deles envolveu tantos esforços em prol da unificação de suas expressões como este.

Catorze anos é muito tempo para ser pulado na história da música contemporânea, principalmente quando estes catorze anos estão entre os anos 70 e 80, mas é em 1987 que a banda irlandesa *U2* lança o disco *The Joshua Tree*, aquele que consagraria a banda, mas que aqui se faz importante por sua turnê memorável, que se confunde com o lançamento do disco *Hattle and Rum*, considerado por alguns o sexto disco oficial da banda. Esse número gera divergência pois esse disco também pode ser encarado como uma versão ao vivo de *Joshua Tree*, com algumas músicas inéditas e um documentário filmado em 1988 que acompanha a banda entre entrevistas e shows.

Hattle and Rum possui uma estética característica, que se encontra mais clara do que em qualquer outro exemplo do conceito da circularidade, pois possui um registro extenso de filmagens da turnê *Lovetown*, na qual a linguagem PB - tradução visual do flerte com o soul e o folk, o figurino que marca essa fase da banda – suspensórios, o chapéu de abas largas -, entre tantos outros elementos, criam facilmente uma linha que delimita este álbum como o primeiro de muitos em que o *U2* explora a circularidade. *Hattle and Rum* nasceu como um documentário (dirigido por Phil Joanou), terminou como um disco memorável e até hoje gera divergência entre os fãs da banda.



FIGURAS 5 E 6 – CAPA DO ÁLBUM E SCREENSHOT DO DOCUMENTÁRIO



FIGURA 7 – TURNÊ *LOVETOWN*

Algumas músicas em *Hattle and Rum* podem ser vistas como uma estranha introdução ao álbum seguinte da banda, *Achtung Baby*, de 1991. Com uma sonoridade e uma linguagem visual completamente oposta à de seu álbum precedente, o *U2* abre uma nova fase, colorida, irônica, dançante, voltada para o contemporâneo. Na turnê mais

marcante da banda, *Zoo TV*, Bono Vox encarna personagens à lá Bowie, como *MacPhisto* e *The Fly*, ambos extremamente irônicos e de características visuais muito marcantes.



FIGURAS 8 E 9 – MACPHISTO E THE FLY

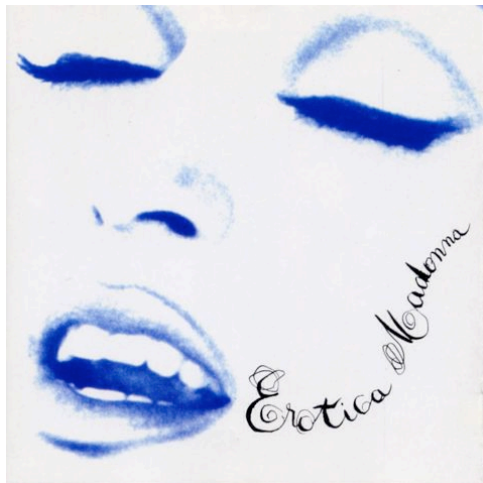


FIGURAS 10 E 11 – CAPA DO ÁLBUM E TURNÊ ZOOTV

Achtung Baby teve incontáveis vídeos, chegando à ter três videoclipes de uma mesma música, *One*. Um DVD foi lançado posteriormente, com filmagens de vários shows da Turnê *Zoo TV*. O bombardeio de imagens, como parte do conceito deste álbum, faz com que este seja o disco com a maior quantidade de referências visuais na história do *U2*, tendo como característica marcante não a exploração de uma só imagem recorrente, mas exatamente a variação delas, o que acaba se tornando uma característica por si só.

Um ano após o lançamento de *Achtung Baby*, surgia um álbum que ultrapassaria fronteiras na exploração do conceito de circularidade: *Erotica*. O que nos leva de *U2* à *Madonna* é a polêmica do livro *Sex* (escrito por *Madonna*, fotos por Steven Meisel,

projeto de Fabien Baron), o qual foi lançado juntamente com o álbum e segue o mesmo conceito deste. Muitos álbuns já haviam resultado em filmes e turnês impressionantes, mas é a primeira vez na história da música em que o conceito de um álbum abrange também a literatura. Dentro de um mesmo conceito, *Madonna* também explora uma personagem (chamada *Dita*) e estrela um filme, *Corpo em Evidência*, suspense erótico que serviu para somar ainda mais ao álbum. Todos esses elementos, entrelaçados ainda por alguns videoclipes e muita polêmica, são circundados pela linguagem cheia de erotismo em preto, branco e azul, as imagens sensuais e a tipografia gestual traduzindo perfeitamente os sussurros de *Dita*.



FIGURAS 12 E 13 – CAPA DO ÁLBUM E LIVRO *SEX*



FIGURAS 14 E 15 FOTO INTERNA DE *SEX* E TURNÊ *EROTICA*



Uma vez que o caminho percorrido dos anos 60 até os 90 foi esboçado, podemos partir para uma visão mais contemporânea do conceito aqui estabelecido, porém, é impossível falar sobre música contemporânea sem mencionar as muitas evoluções tecnológicas que alteraram o modo de se consumir música. Mesmo em plena “crise da indústria fonográfica”, o conceito de álbum não se abala, pois ele não depende de um objeto físico, como coloca Danilo Fragas Dantas:

As práticas sociais não mudam no mesmo ritmo que a tecnologia. E, muitas vezes, é a própria tecnologia que vem trazer de volta certas práticas: com o constante aumento da velocidade de conexão, ao invés de baixar músicas, muitos usuários passaram a baixar álbuns completos, inclusive com os arquivos das imagens da capa e do fundo. (DANTAS, 2005)

Nos acostumamos á enxergar o álbum como um disco tangível, seja um LP ou um CD, e por muito tempo confundimos o valor artístico e intangível do produto musical com o produto tangível, o suporte em que ele é veiculado. Atualmente, essa confusão entre produto e suporte ainda existe entre aqueles poucos que resistem á internet, mas a questão de distribuição e faturamento está cada vez mais próxima de uma solução com fenômenos como *iTunes Store* ou em álbuns que são lançados em ações inovadoras como *In Rainbows*, último álbum da banda independente *Radiohead*, que arrecadou uma quantidade considerável mesmo disponibilizando o álbum gratuitamente em seu site.

E é nesse cenário, não necessariamente se engajando na busca por soluções, mas sempre permeados por discussões desse tipo, que os álbuns são lançados desde que o compartilhamento se tornou uma das bases da internet. Hoje, é praticamente impossível falar sobre música sem mencionar a rede mundial de computadores ou *gadgets* da atualidade como o iPod.

A internet acabou se tornando força motriz para o sucesso de álbuns como o já mencionado *In Rainbows*, o qual nunca faria tanto sucesso sem a iniciativa de disponibilizar o download de suas músicas gratuitamente. Porém, o furor causado por soluções drásticas como essa, apesar de abalar a venda de discos tangíveis, não priva lançamentos convencionais do sucesso, como no caso de *Viva La Vida or Death and All His Friends*, álbum que colocou o *Coldplay* definitivamente entre as maiores bandas de

rock da atualidade. Esse sucesso se deve em grande parte a temática do álbum, que consegue abranger todas as mídias envolvidas, em um só tema.

Viva La Vida, de 2008, conduz o *Coldplay* para outro nível de experimentação musical e estética visual, marcando referências visuais como características desse álbum específico do Coldplay.



FIGURAS 16 17 – ÁLBUM VIVA LA VIDA E FOTO DE DIVULGAÇÃO



FIGURAS 18 E 19 – SCREENSHOT DO CLIPE VIOLET HILL E TURNÊ VIVA LA VIDA

Os uniformes inspirados na Revolução Francesa, a temática violenta e ao mesmo tempo *romântica* são traduzidas através da estética suja e da exploração de ícones atemporais, como a pintura neo-clássica. Uma vez que esse tema é tão profundamente explorado, a sonoridade de *Viva La Vida* será sempre automaticamente relacionada com a sua temática e dentro de algum tempo, qualquer menção à linguagem explorada nesse álbum poderá remeter à sua sonoridade.



Álbuns como o *In Rainbows*, que não possuem uma *circularidade* marcada correm o risco de serem confundidos com outros álbuns da mesma banda. Uma pessoa que vê dois vídeos de álbuns diferentes do Radiohead pela primeira vez, pode achar erroneamente que essas duas músicas pertencem ao mesmo álbum, por não conseguir identificar um grupo de ícones e referências visuais que os separem ou os agrupem.

Considerações Finais

Acompanhando a formação do conceito de *circularidade* desde as suas primeiras aparições na história da música, é fácil defini-lo como o uso de uma linguagem (código) específica que permeia um artista e sua produção artística no geral durante um período de tempo específico. Para que um determinado álbum seja classificado como *circular*, é imprescindível que ele use uma gama limitada de ícones e referências visuais, de modo que consiga formar uma imagem mental definida, fazendo com que o consumidor deste determinado artista consiga separar automaticamente um álbum do outro somente recorrendo à imagens. Esse efeito pode ser obtido através da exploração de um tema específico que permeie um álbum em sua completude, abrangendo sua característica sonora e sua respectiva tradução visual. Como em qualquer tradução, esse *código* formado por ícones específicos deve mudar a cada álbum de uma mesma banda, levando-se em consideração que cada álbum possui uma sonoridade diferente.

Usando uma metáfora simples de tradução de uma língua para outra, concluímos facilmente que a mensagem traduzida muda quando a mensagem original muda, portanto, é imprescindível também que esse código de referências visuais específicas dure um espaço de tempo determinado e mesmo que o artista leve consigo pequenas amostras de cada um desses períodos de sua carreira, é importantíssimo que não volte a recorrer a um código já utilizado, correndo o risco de não só quebrar a *circularidade* de seu álbum atual, como também prejudicar o álbum que se utilizou dessa linguagem originalmente.

O conceito de *circularidade* é justificado quando seus resultados são analisados, mesmo que superficialmente. Qualquer indivíduo com um conhecimento musical médio possui em seu repertório pequenas premissas sobre determinados artistas, mesmo que nunca tenha ouvido sequer um disco do mesmo, como:

- Os Beatles tiveram uma fase psicodélica.



- David Bowie já encarnou alguns personagens estranhos.
- A Madonna quebrou tabus.

Em algum lugar do consciente, mensagens como essas ficam gravadas no repertório popular e de tempos em tempos são exploradas pela mídia. É o que chamamos de cultura pop, informações em comum que habitam o inconsciente coletivo de determinados grupos sociais. Essa é a função explícita de relacionar o trabalho artístico musical com um código visual, fazer com que a sonoridade seja traduzida, se pareça com alguma coisa que já pertence – ou não – ao repertório de determinado grupo social, dependendo da intenção desse grupo de informações.

Referências Bibliográficas:

DANTAS, Danilo Fraga. **MP3, A Morte do Álbum e o Sonho De Liberdade da Canção?**. Bahia: E-papers, 2005.

U2. **U2 by U2**. London: HarperCollins, 2006.

DIMERY, Robert. **1001 Albums You Must Hear Before You Die**. London: Quintet Publishing Ltd., 2005

WEISBARD, Eric. **Spin Alternative Record Guide**. New York: Vintage, 1995

DA COSTA, Carla Cristina. **Manifestações da cultura pós-moderna na música: a performance e a construção de imagens**. Rio de Janeiro: E-papers, 2006.

OLIVEIRA, Rafael. **The Beatles e o Psicodelismo: “SGT. PEPPER’S LONELY HEARTS CLUB BAND” Lennon no País das Maravilhas**.

<<http://www.austinchronicle.com/gyrobase/Calendar/Film?Film=oid%3A142389>>

Acesso em: 26/09/08

<<http://www.gibson.com/enus/Lifestyle/Features/The%20Essential%20David%20Bowie%20Album/>> Acesso em: 26/09/08

<<http://www.beautifulmadonna.com/madonnasex/index.html>> Acesso em: 27/09/08

<<http://www.sedentario.org/internet/madonna-sex-book-18-6886>> Acesso em: 27/09/08

Referências Discográficas:

David Bowie. **The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars**: 1972



The Beatles. **Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band**: 1967

U2. **The Joshua Tree**: 1987

U2. **Hattle and Hum**: 1988

U2. **Achtung Baby**: 1991

Madonna. **Erotica**: 1992

Radiohead. **In Rainbows**: 2007

Coldplay. **Viva La Vida or Death And All His Friends**: 2008