



O design gráfico e suas implicações na representação do movimento punk nas bandas *Sex Pistols* e *Coldplay*¹

Jéssica CARNEIRO²

Leandro LIMA³

Norton FALCÃO⁴

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O design gráfico é hoje uma das principais ferramentas de comunicação, fornecendo não apenas apreciação estética, mas utilização social. Com base nisso, pode-se observar a emancipação do design como uma área de conhecimento e como forma de expressão das ansiedades pós-modernas. O objetivo deste estudo é discorrer sobre as características do design moderno e pós-moderno, bem como a influência destes na estética do movimento punk, retratado nos trabalhos das bandas inglesas *Sex Pistols* e *Coldplay*, as quais, utilizando-se dessa estética, trouxeram questionamentos pertinentes ao regime político-econômico de sua época.

PALAVRAS-CHAVE: design; cultura visual; pós-moderno; movimento punk.

Introdução

Na história da arte e do design, a possibilidade de se entender cultura visual é raramente posta em dúvida. E, para se compreender determinados universos culturais, dispõe-se de várias formas ou maneiras para fazê-lo. Da mesma forma que um objeto cognoscente, isto é, passível de ser estudado, pode não ser compreendido em sua totalidade, há também a possibilidade de que este seja compreendido de maneiras diferentes, sendo elas plausíveis ou não.

Tomando exemplos pragmáticos, quando se estuda ou se analisa o trabalho de algum autor, e se aprende algo de seu trabalho, é possível constatar que o autor tanto

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

² Estudante de Graduação do Curso de Publicidade e Propaganda, da Universidade Federal do Ceará (UFC), email: jessiscarneiro@gmail.com

³ Estudante de Graduação do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará (UFC), email: leandrolima.ce@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UFC-CE, email: fnortonf@gmail.com



apreendeu partes de uma cultura visual como ele logrou em transmiti-las a nós. Se existem, portanto, várias formas de comunicar uma cultura visual, não existe um método correto ou mais eficiente para efetuar o ato da compreensão.

A compreensão, por sua vez, não é uma mera atividade racional. Ela também pressupõe uma sensibilidade que ao indivíduo lhe é intrínseca. Segundo estudos fenomenológicos, perceber é uma intenção, no senso de que nossa percepção não é isenta de pessoalidade. Ou seja, nós percebemos as coisas ao nosso redor de acordo com o que somos, com a óptica cultural que a nós foi incorporada. Compreender é uma prática tanto individual quanto social. É, por um lado, um produto da compreensão pessoal específico, intencional, histórico e espacialmente localizada; por outro, é produto das estruturas que provê a concepção dicotomizada pela qual a realidade é organizada, no sentido de que os indivíduos são produtos da estrutura, da realidade, e não possuem total consciência pré-existente. Para Leonardo da Vinci, a idéia de se expressar é primeiramente concebida como uma maneira de compreender a cultura visual. Ele parte do pressuposto de que haja sempre algo permeando a mente do artista, de que alguma idéia ou concepção está sendo desenvolvida, e, posteriormente, será expressa em um trabalho artístico. Tem-se, então, a produtividade a consciência individual como uma potencial fonte para a compreensão da cultura visual.

A comunicação visual, de acordo com Munari (1968), efetiva-se quando procura estabelecer uma ponte com o conjunto das imagens que cada um leva consigo. Cada indivíduo possui um repertório de imagens que fazem parte do próprio mundo, repertório que se foi formando durante toda a vida do indivíduo e que este acumulou. O autor acrescenta que conhecer as imagens que nos rodeiam significa alargar as possibilidades de contato com a realidade; significa ver mais e perceber mais.

Quase tudo o que nossos olhos contemplam é comunicação visual. As imagens variam de significado de acordo com o contexto em que estão inseridas, dando assim, informações consoantes às variações. A comunicação visual, em seu turno, se sucede por meio de mensagens visuais, as quais compõem uma grande família de mensagens que atingem nossos sentidos. Cada receptor, e cada qual com seu modo particular, possui filtros pelos quais as mensagens passarão a ser recebidas. Esses filtros podem se classificar, dentre sua abrangência, como um armazém de informações ou de imagens



que as pessoas detêm, e por fim segmentam e determinam a forma como se recebe a mensagem.

O poder de intersecção do diálogo entre verbal e visual é uma das características que distinguem o design como área de conhecimento. Conforme Cardoso (1964), são nas imagens que o receptor encontrará janelas que abrem para outras narrativas bem como pistas em direção a uma compreensão mais apurada da história do design. Portanto, ao contrário de outros tipos de história, em que as imagens podem servir apenas de ilustração ou ponto de apoio para o texto, o argumento iconográfico (ou seja, o argumento visual) deve ser entendido aqui como tão significativo quanto o escrito.

Design Gráfico: da modernidade à pós-modernidade

A partir do século XIX, o mundo passou por uma série de transformações sociais, políticas e econômicas. A euforia tecnológica propagada pela Revolução Industrial foi marcada como um período de ascensão de diversas áreas do conhecimento. Escolas politécnicas, museus, sociedades científicas e grandes gênios fizeram com que o oitocentos fosse contemplado pela euforia do saber técnico. As ciências exatas ganharam grande impulso na medida em que o desenvolvimento tecnológico vinculava-se com o desenvolvimento industrial. Na esfera artística, o individualismo e o ritmo frenético dos ambientes urbanos impulsionaram a criação de novos movimentos. Estes seguiram estéticas distintas e aplicáveis conforme seu contexto sócio-cultural.

Nascia nesse período uma geração de jovens artistas que tomaram a tecnologia e a indústria como um meio de legitimar novos padrões para a organização de suas atividades. Descrentes dos ensinamentos tradicionais da arte, eles se opuseram ao estilo unificado, que tomava a Natureza como fonte dos mais elevados valores estéticos, e alinharam-se de maneira militante ao lado da máquina industrial, adotando-a como ideal estético e parâmetro para produção artística.

Os precursores do design moderno foram Owen Jones, um dos principais designers do Estilo Vitoriano e um dos responsáveis pelo uso de elementos decorativos em abundância, e William Morris, que liderou o movimento Artes e Ofícios e defendia o uso de formas simples e estilizadas. Para Kopp (2009), a inauguração do design



moderno surge com o Art Nouveau, o qual representava a união entre planejamento funcional, decoração e estrutura. As escolas que pregavam uma simplificação exacerbada foram o Construtivismo Russo e De Stijl, as quais buscavam a economia visual por meio da retangularidade e uso de cores primárias. Tendo influências do racionalismo e do cientificismo, surge a Bauhaus, afirmando que a tipografia deveria ser utilizada como ferramenta de comunicação, priorizando a clareza e a legibilidade. Entre 1925 e 1939, surge o movimento Art Decó; este se consolidava como a forma que agradava ao consumidor e fazia parte do gosto popular. Nele o uso de formas geométricas era bastante comum. Por volta de década de 60, o Estilo Internacional atinge seu apogeu, tendo como características: divisão geométrica do espaço, alinhamento do texto e tipografia uniforme. Portanto, as principais peculiaridades do design moderno são “uma tendência ao uso de formas acreditadas como puras, simples, claras e despojadas; aplicação de figuras geométricas [...]; poucas cores [...]; eliminação de ruídos visuais.” (KOPP, 2009).

Já o design pós-moderno foi um movimento internacional, decorrente da convergência eventual de várias teorias e práticas de designers e escolas espalhadas pelo mundo. Os pós-modernistas rejeitavam os objetivos utópicos dos modernistas e sua busca por uma estética universal e, contrários a isso, procuravam criar uma linguagem visual feita através de signos, metáforas visuais, referências ao passado e ao trabalho de outros designers. Consideravam os modernistas elitistas ininteligíveis e sem apelo. O objetivo desse movimento artístico era popularizar o erudito e tornar o intelectual acessível; por conta disso, eles foram considerados manipulados pelas forças comerciais e acusados de não terem produzido muito mais do que uma mistura incoerente de estilos. Também foram acusados de dar continuidade ao elitismo que desprezam ao assumirem a interpretação das referências feitas em seu trabalho.

Consoante Kopp (2009), os principais atributos do pós-modernismo foram rompimento com a previsibilidade modernista, os elementos decorativos retornaram como recurso visual, despreocupação com clareza e legibilidade, usos de formas livres e tipografias distintas, fragmentação de imagens e inclusão do ruído (sujeira, imperfeições e rompimento com o acabamento “limpo”) como elemento visual. Esse movimento agregou alguns subestilos, tais como o punk.

Sex Pistols: o símbolo do movimento punk britânico

Entre as décadas de 60 e 70, surgiu uma importante expressão cultural do mundo contemporâneo, o movimento punk. O punk se expressou pela música e por um visual “agressivo”, caracterizado por roupas rasgadas, cabelos moicanos e descoloridos, tatuagens, correntes e diversos outros adornos pelo corpo. Como um movimento musical, eles negavam o rock produzido até então e promoviam a anarquia e o mundo sem regras como bandeiras centrais de suas manifestações.

Uma das principais referências desse movimento é a banda *Sex Pistols*, quarteto musical britânico criado em um momento de crise política e econômica. Era formado pelos desempregados Johnny Rotten (vocalista), Steve Jones (guitarrista), Paul Cook (guitarrista) e Glen Matlock (baixista), o qual posteriormente cedeu seu lugar para Sid Vinicius. “Ela ganhou destaque na mídia e no *mainstream* (grande público) devido ao visual rebelde e ao *rock* distorcido e cru, indo totalmente ao contrário da música hippie da época.” (FERREIRA, 2008).

Em 1977, a banda lançou o disco *NeverMind The Bollocks - Here's the Sex Pistol*. Ele representou um símbolo de contestação à monarquia britânica, pois foi lançamento no período em que era comemorado o jubileu de prata da rainha Elizabeth II. As letras eram sarcásticas; o som, alto; esbanjavam camisetas ultrajantes e rios de cuspe — segundo Prado (2005), valia tudo para expressar a raiva e a frustração de viver num país em crise aguda, com lixo se acumulando nas ruas, programas entediante na TV, mas que insistia em manter a pompa aristocrática.

God Save The Punk Esthetic

A capa do disco *Nevermind The Bollocks - Here's the Sex Pistol* (Figura 1) representa uma síntese da estética punk. Ele foi elaborado pelo excêntrico designer britânico Jamie Reid, com o objetivo de quebrar as regras acerca das formas de composição vigentes e de ignorar, propositalmente, os preceitos de visibilidade, simplicidade e padronização. Estes são técnicas visuais para ajudar o designer no processo de construção da mensagem visual, com isso, representam uma grande variedade de métodos para expressar todo o conteúdo.

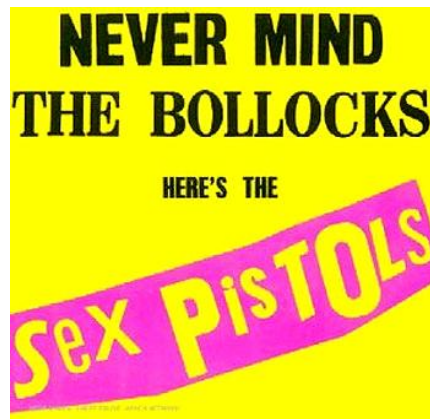


Figura 1 – Capa do disco *Nevermind The Bollocks - Here's the Sex Pistol*

Fonte: Blog Canções e Revoluções (cancoeserevolucoes.blogspot.com)

Um dos aspectos presentes nessa capa é a textura. A textura não é mais do que um conjunto de pequenos sinais, fáceis de serem interpretados pelo cérebro. Por conta disso, é um elemento que possui, ao mesmo tempo, qualidades ópticas e tácteis. Todavia, conforme Dondis (2007), muitas experiências humanas com texturas não são tácteis, mas ópticas. Tal situação não deveria existir, pois é justamente o tato o sentido responsável pela sensibilidade dos homens. Apesar disso, a textura se relaciona com a composição de uma substância através de variações mínimas na superfície do material. Na imagem acima, a textura é classificada como artificial, pois é o resultado da intervenção do homem devido à manipulação de materiais e instrumentos.

Em relação ao elemento cor, há o uso das cores amarela, violeta e preta. O amarelo e o violeta são cores complementares, ou seja, estão em lados opostos no círculo cromático de Goethe. Elas foram utilizadas para dar contraste e agressividade à capa, porém sem a perda do equilíbrio. O preto foi utilizado para gerar um efeito mais harmônico, uma vez que, o uso cores complementares em um mesmo trabalho pode ser desastroso. Já as técnicas visuais presentes são: a irregularidade, que não segue uma uniformidade rígida, assim valorizando o inesperado; a fragmentação, que representa a decomposição das unidades de um design, que, embora juntos, conservam sua individualidade; e a espontaneidade, que simboliza a impulsividade, não seguindo nenhum plano convencional.

Conforme Silva (2007), o título do álbum foi fragmentado, em duas famílias diferentes de tipos, para causar estranheza. As tipografias apresentam variações tanto na forma quanto no peso da fonte. Além disso, o uso desses tipos irregulares, em uma



mesma palavra, foi utilizado pela cultura punk para se referir às cartas anônimas, por exemplo, as cartas de seqüestro. Tal peculiaridade é oriunda da vanguarda artística Cubismo Sintético ou Colagem, na qual houve a inclusão de outros elementos nas pinturas, tais como pedaços de madeira e letras. Isso foi elaborado pelos pintores para “criar efeitos plásticos e ultrapassar os limites das sensações visuais que a pintura sugere, despertando também no observador as sensações táteis.” (IMBROISI, 2005). Portanto, pode-se fazer uma analogia entre as estéticas do dadaísmo e do Punk. A partir disso, nota-se o que eles têm de semelhante: a oposição a qualquer tipo de equilíbrio, combinação entre pessimismo irônico e ingenuidade radical, valorização do absurdo e da desordem.

A Estética Punk na contemporaneidade: *Viva La Vida com Coldplay*

Coldplay é uma banda de rock formada em 1998, na Inglaterra. O grupo é composto por Chris Martin (vocalis, teclados, guitarra), Jon Buckland (guitarra), Guy Berryman (baixo) e Will Champion (bateria, vocal de apoio e outros instrumentos). Conhecida por suas melodias roqueiras e letras introspectivas e uma sonoridade próxima a de outros artistas como Radiohead, Oasis, U2, R.E.M, John Lennon, etc., a identidade da banda em nada se assemelha a do Sex Pistols, que outrora dominara as paradas musicais inglesas.

Em 11 de junho de 2008, foi lançado pela gravadora Parlophone, o álbum *Viva la Vida or Death and All His Friends*, muitas vezes referido somente como *Viva la Vida*. Este foi o quarto álbum de estúdio da banda e foi recebido com sucesso crítico e comercial. Venceu na categoria Melhor Álbum de Rock, no *Grammy Awards* de 2009, e foi o álbum mais vendido de 2008. Diferente dos discos anteriores, este apresentou uma abordagem mais universalista nas composições, deixando de lado a melancolia pessoal e preocupando-se mais com os problemas da humanidade. Portanto, os temas revolucionários, como: amor, morte e guerra, foram uma parte importante para a promoção do álbum.

A capa de *Viva la Vida or Death and All His Friends* foi feita pelo Coldplay e pelo estúdio Tappin Gofton. O estilo de design para o álbum foi desenvolvido a partir de um conjunto de esboços em grande escala e pinturas. Letras e títulos das músicas foram

pintados em mapas antigos, livros, jornais, etc. O trabalho final foi fotografado e, posteriormente, a tipografia foi adicionada por meio de computação gráfica.

Além de ser uma banda de rock britânico, o que *Coldplay* tem em comum com o *Sex Pistols* é a apropriação de alguns elementos da estética punk, na capa do referido álbum (Figura 2).



Figura 2 - Capa do cd *Viva La Vida*, da banda *Coldplay*

Fonte: Blog Arte Revisitada (arte-revisitada.blogspot.com)

Uma das características do movimento punk é o uso de citações históricas da arte, para criticar algo na sociedade. Nessa capa, há uma representação do quadro “A Liberdade guiando o povo”, de Eugène Delacroix, datado em 1830. Tal pintura é uma alusão à Revolução Francesa, que combatia a autoridade absoluta da Monarquia e da Igreja, e defendia os princípios de liberdade, igualdade e fraternidade entre o rei, a nobreza e a plebe. A partir dessa referência histórica, pode-se notar que o *Coldplay* faz uma crítica ao sistema sócio-político atual. Hoje, pode-se comparar a Monarquia francesa aos líderes mundiais em relação ao uso do poder, e perceber que há um questionamento se ainda existe os princípios da Revolução. Vale ressaltar que o *Sex Pistols* também fez uma crítica ao sistema político da década de 70, sobretudo, à monarquia inglesa. Isso é nítido no pôster do single *God Save the Queen*, no qual há uma montagem da rainha Elizabeth II usando um dos elementos da cultura punk, o piercing no nariz. Além disso, nessa música, eles comparavam a monarquia britânica ao regime fascista, ao afirmar que os “detentores do poder” não se preocupavam com a classe trabalhadora, pois estavam ocupados em se beneficiar do poder que detinham.



Outra referência artística é que o título do cd *Viva La Vida* leva o nome de um dos principais quadros da pintora mexicana Frida Kahlo. Segundo o vocalista Chris Martin, o título foi escolhido devido ao otimismo de Frida, que mesmo com os percalços, exaltou a vida no referido quadro.

Além disso, outra semelhança entre essas bandas britânicas é quanto ao uso da tipografia nas capas, pois ambos utilizam tipografias variadas tanto na forma quanto no peso da fonte. Tal técnica cubista favorece ao receptor “uma interpretação múltipla da mensagem, dando margem tanto para interpretações hegemônicas como para interpretações populares, produzindo, para tanto, um efeito instável nos textos ou nas imagens [...]” (FALCÃO, 2008). Talvez, essa abertura para interpretações diversas justifique o fato de o *Sex Pistols* ter agradado a muitas pessoas, como também ter desagradado a algumas outras, cumprindo seu objetivo de gerar estranheza e polêmica.

Percebe-se, então, como atributos “meramente visuais” interferem na comunicação como um todo e que, dependendo do seu uso e de sua aplicação, podem transmitir mensagens de protesto e ganhar causas, gerando desde simpatia à aversão da sociedade, e tomando para si um papel contestador e social, os quais transpassam a simples característica estética e/ou apreciativa.

REFERÊNCIAS

BARNARD, Malcolm. **Approaches to understanding visual culture**. Nova York: Palgrave, 2001.

BRANDÃO, Leonardo. Publicidade da rebeldia: esporte e consumo no ritmo do punk rock. **Contemporâneos**: revista de artes e humanidades, São Paulo, n. 5, p.124-134, 04 jun. 2010. Semestral.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blucher, 2008.

COLDPLAY. **Viva La Vida**. Disponível em: <<http://www.coldplay.com.br/>>. Acesso em: 04 jun. 2010.

DONDIS, Donis A.. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 3º São Paulo: Martins Fontes, 2007. 236 p.

FALCÃO, Norton. Design Gráfico para as Artes. In: INTERCOM, 10., 2008, São Luís. **A Influência da Cultura pós-moderna no Material Gráfico do projeto Pontos de Corte da Prefeitura de Fortaleza**. São Luís, 2008. p. 1 - 13.



FERREIRA, Ateléia. **Cibermoda e suas influências na cibercultura:** a moda do punk ao estilo matrix. Disponível em:
<<http://www.uff.br/ciberlegenda/ciberlegendajulhoartigoaleiteia.pdf>>. Acesso em: 04 jun. 2010.

HOLLIS, Richard. **Design Gráfico:** uma historia concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2005. 248 p.

IMBROISI, Margareth H.. **Cubismo.** Disponível em:
<<http://www.historiadaarte.com.br/cubismo.html>>. Acesso em: 05 jun. 2010.

KOPP, Rudinei. **Design Gráfico cambiante.** 3° São Paulo: 2ab, 2009. 136 p.

LICHESKI, Laís Cristina. **Design gráfico:** conteúdos e significados refletido em mensagens visuais. 2004. 179 f. Tese (Doutor) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2004.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual:** contribuição para uma metodologia didática. São Paulo: Martins Fontes, 2006. 350 p.

PRADO, João Marcos. **Capas que fizeram história.** Disponível em:
<<http://www.antena1.com.br/news.php?recid=1445&hl=jamie>>. Acesso em: 05 jun. 2010.

SEX Pistols. **Nevermind The Bollocks.** Disponível em:
<<http://www.sexpistolsofficial.com>>. Acesso em: 05 jun. 2010.

VILLAS-BOAS, André. **O que é, e o que nunca foi, design gráfico.** 3° Rio de Janeiro: 2ab, 2000. 76 p.