



A flor psicodélica: das raízes ao olor – Origens e impacto da contracultura psicodélica no *design* gráfico.¹

Francisco Célio Vieira da Silva Filho²

Nilton Alcântara Silveira³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará

RESUMO: Reconstitui a história do *design* gráfico sob uma perspectiva que privilegia a quebra de paradigmas realizada pela psicodelia. Do mesmo modo que questionou barreiras sociais, ela foi responsável por uma outra revolução: a ordem estabelecida no *design*. A psicodelia - movimento raramente visualizado sem a ótica do preconceito ou da idealização ufanista - encontra aqui a tentativa de uma visão lúcida, alinhada a uma compreensão transcendente à visão do senso comum, que indiferentemente de considerá-la positiva ou negativa a restringe a uma mera exuberância do *design*, quando na verdade é uma complexa corrente de pensamento que protagonizou mudanças sem as quais não é possível compreender o mundo nem o *design* contemporâneos.

PALAVRAS-CHAVE: Contracultura, Design gráfico, Psicodelia

Em nossa era não se pode detectar uma única abordagem estética. A contemporaneidade acomoda diversos estilos, métodos, mídias, mensagens, usuários e produtores de informação visual. Traçar um caminho relevante dentro do *design* gráfico constitui-se um exercício de escolhas, uma vez que a história do *design* não é homogênea, oscilando entre diversas influências. Em alguns momentos determinada escola ou estilo parece mais evidente, manifestando-se com mais intensidade, o que não implica que não haja outras possibilidades em voga naquele período. Antes de tudo, é importante entender o *design* gráfico como a utilização consciente de elementos, sejam eles riscados, entalhados, desenhados, impressos, colados, projetados, ou de alguma forma inscritos em superfícies, visando algum propósito:

“*Design* gráfico é a complexa combinação de palavras e imagens, números e gráficos, fotografias e ilustrações que, para ter sucesso, demanda sua elaboração por parte de um particularmente cuidadoso indivíduo que pode orquestrar estes elementos de forma a eles se juntarem para formar algo distinto, ou útil, ou divertido ou surpreendente, ou subversivo, ou memorável.” (HELFAND, *apud* KOPP, 2006, p. 42)

Podemos afirmar que o *design* gráfico tem seu efetivo momento inicial a partir das conseqüências da Revolução Industrial. Havendo crescimento sem precedentes da produção, emerge a necessidade de uma divulgação mais atrativa dos itens produzidos, através de pôsteres. Hollis (2005) oferece uma idéia da dimensão da importância social dos cartazes nas sociedades industriais que surgiam e de como os cartazes se relacionavam com elas:

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Graduando do curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC. E-mail: chicocelio@hotmail.com.

³ Graduando do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFC. E-mail: niltinhoas@hotmail.com

“Nas ruas das crescentes cidades do final do século XIX, os pôsteres eram uma expressão da vida econômica, social e cultural, competindo entre si para atrair compradores para os produtos e público para os entretenimentos. (...) As ilustrações refletiam o estilo artístico da época e introduzem uma nova estética de imagens econômicas e simplificadas, decorrentes dos meios utilizados para reproduzi-las. O que lhes dava um contexto preciso era o texto.” (idem, 2005, p. 4)

Segundo Kopp (2006) no contexto da Revolução Industrial o *design* já era uma atividade presente, ainda que não fosse percebida como uma atividade que requeresse maiores preocupações. O que se observa nesse momento inicial são variações exageradas de peso e tamanhos na tipografia, não havendo qualquer padrão que se destaque. O que chama a atenção é a ornamentação que os pôsteres possuem, com letras complexas repletas de detalhes. O uso de bordas, contornos e elementos decorativos em grandes quantidades também é característico, refletindo uma beleza idealizada, também presente nas ilustrações, como é observado na figura 1, concebida quando o estilo vitoriano já repercute na América. Há ainda forte reflexo da arte acadêmica. É interessante observar como o uso de ornamentos também serve à utilização de todos os espaços disponíveis, o que reflete a lógica do aproveitamento máximo das fábricas, onde não se podia perder material ou tempo. Chegou-se ao ponto de confeccionar um catálogo com ornamentos diversos, *The Grammar of the Ornament*, de 1856, que parece constituir parte de uma missão vista quase como civilizatória, a partir do momento em que “permitia a *designers* do Ocidente e Oriente, de tribos selvagens e de formas naturais de civilização ter acesso à bíblia de ornamentos do século XIX” (KOPP, 2006, p. 44)

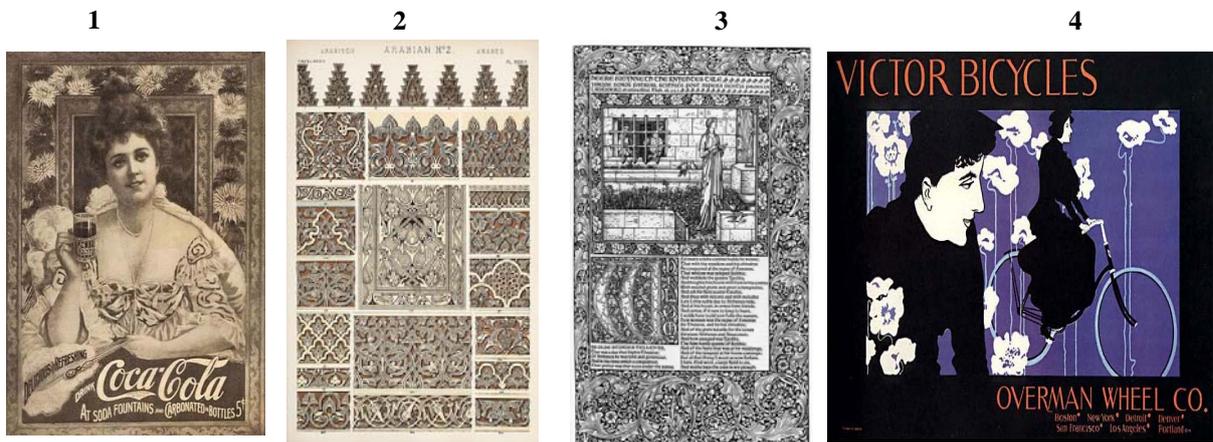


Figura 1- Anúncio da Coca Cola, EUA, 1904. Pôster altamente relacionado ao tradicionalismo da arte acadêmica. **Figura 2 -** Página do *The Grammar of Ornament* de Owen Jones, 1856. **Figura 3 –** Interior de um livro. William Morris, 1888. O artes e ofícios resgata a estética das guildas medievais de produção buscando uma ornamentação planejada. **Figura 4 –** Will Bradley, EUA, 1896. Influência Art Nouveau nos ornamentos, nas figuras bidimensionais de contornos pretos e no *cloisonismo*. Fonte: <www.allposter.com>

O *design* gráfico manifesta-se – desde aí e ao longo de sua trajetória – atrelado ao momento social e histórico em que está inserido: aderir à estética vitoriana, por sua ligação com a Revolução Industrial, parece inferir desenvolvimento. Curioso perceber que tanto rebuscamento não

necessariamente implica num *design* de qualidade. Os elaborados padrões repetidos resultam por vezes numa peça confusa e carregada.

O movimento das Artes e Ofícios surge como uma reação contra a qualidade estética pobre - ainda que ofuscantemente saturada de ornamentos - da Revolução Industrial. Agregou artistas, arquitetos, *designers*, escritores e artesãos de todos os tipos, sendo historicamente reconhecido como a ponte entre o tradicionalismo vitoriano e o movimento moderno. “O artes e ofícios tinha admiração pelo antigo. Apreciava os ornamentos, mas era contra o maneirismo Barroco e Romântico excessivo do período vitoriano.” (HELLER, 2004, p. 33)

Embora se possa argumentar que o avanço significativo percebido é um uso mais consciente dos ornamentos (menos mecânico), a obsessão em remeter a um estilo artesanal medieval parece deixar as peças ainda mais confusas. De qualquer modo a contestação do Artes e Ofícios culminou com o passar do tempo com a noção de que uma peça de *design* deveria primar pela funcionalidade. A busca por um estilo mais limpo, ainda que com uso do ornamento, pode ser observado no estilo *art nouveau*, uma decorrência direta do movimento das Artes e Ofícios que surge na Inglaterra e França e espalha-se pelo mundo. Foi o primeiro estilo usado de uma forma consistente para realçar a beleza dos produtos industriais (figura 4), e também uma rebelião contra o despropósito vitoriano. “O ornamento não é mais decorativo, está inserido nos propósitos funcionais da peça e tornou-se útil” (KOPP, 2006, p. 47.). Foi também o primeiro movimento orientado exclusivamente para o *design*. No *design* gráfico *art nouveau*, uma influência marcante é a inspiração na arte oriental dos blocos de madeira chamados *Ukyio-e*, que invadiram a Europa a partir do fim do isolamento insular do Japão, como se vê nas ilustrações 5 e 9. A partir das imagens bidimensionais japonesas o *design* gráfico liberta-se paulatinamente da tridimensionalidade e do cânone da representatividade absoluta herdado da arte acadêmica.



Figura 5 - Ukyio-e japonês, Hiroshige, 1857 Fonte: <<http://gds.parkland.edu/gds/!lectures/history/1890/artnouveau.html>>

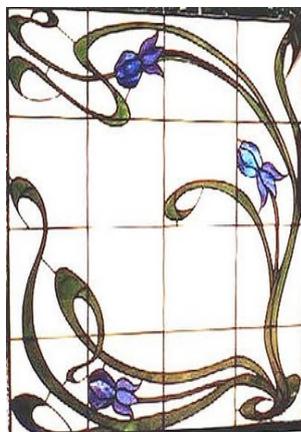


Figura 6 - Vitral na residência de Victor Horta, Bélgica, 1898. Fonte: <<http://www.arq.ufsc.br/>>

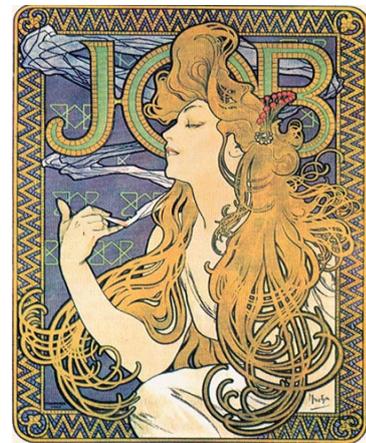


Figura 7 – Propaganda do papel de cigarros Job. Alphonse Mucha, Paris, 1899. Perceber os contornos sinuosos e orgânicos dos cabelos. Fonte: <www.allposters.com>

Percebe-se um ornamentalismo mais suave, sinuoso e orgânico, fortemente inspirado na natureza, a partir das linhas curvas e assimétricas de plantas, flores e animais, que por vezes é percebido compondo cabelos femininos (é possível observar claramente na seqüência das ilustrações 5, 6 e 7 como essas influências foram sendo apropriadas). Outra característica assimilada da arte japonesa são as linhas externas pretas e o colorido *cloisonista* presente nas ilustrações, possibilitado pelo desenvolvimento das técnicas litográficas de impressão⁴ (ilustrações 4, 7, 8 e 10). Essa tecnologia permitiu que o *design* se livrasse das restrições da impressão tipográfica e possibilitou a reprodução de um desenho mais livre, sendo fundamental para o florescimento e difusão dos cartazes impressos.



8



9



10

Figura 8 – Propaganda do papel de cigarros Job. Jules Cherét , 1889. .
Fonte: <www.allposters.com>

Figura 9 - Ukyo-e, por Hiroshige, publicado em 1859.
Fonte: <<http://www.loc.gov>>

Figura 10 – Eugene Grasset , 1894.
Contornos pretos e uso de cor similares à arte japonesa
Fonte: <www.allposters.com>

Dentro do próprio movimento *art nouveau* já começa a surgir uma concepção que será levada às máximas conseqüências nos movimentos posteriores: “cada vez mais tornar-se moderno⁵ significava abolir o ornamento e o que não era considerado funcional ou útil.” (KOPP, 2006, p. 50)

A Secessão de Viena, considerada uma vertente austríaca do *art nouveau* pelo padrão similar decorativo já tende a um ornamentalismo mais geometrizado, revelando de modo bastante tímido o que viria em seguida. Conforme Kopp (2006), a inspiração secessionista parte da Escola de Glasgow, na Escócia, que buscava inspiração na arte celta e combinava em suas obras a busca pelo funcionalismo do Artes e Ofícios com o padrão decorativo do *art nouveau*. Graças à sua experiência bem sucedida, as obras da Secessão puderam fundir o formato geométrico com o padrão linear fluente baseado nas formas orgânicas. As várias texturas remetem à arte dos mosaicos bizantinos e à arte egípcia, provavelmente graças às experiências de Gustav Klimt na

⁴ Segundo Hollis (2005), a litografia no final do século XIX permitiu aos artistas imprimir grandes áreas uniformes, utilizar cores e desenhar suas próprias letras. Antes de seu surgimento, a composição do texto estava restrita a uma pequena variedade de tipos já prontos. (p. 12)

⁵ A palavra “moderno” é usada aqui no sentido oposto a antiquado, e não a idéia de adequação aos ideais modernistas.



pintura. Pode-se observar na figura 15 elementos puros de arte celta, e na figura seguinte a forma como foram apropriados nos ornamentos do *design* da Escola de Glasgow. Nas figuras 12, 13 e 14 percebemos a influência deste *design* na secessão austríaca, mais enxuto que o *design* vitoriano e a própria *art nouveau* de outras partes do mundo, embora utilize tipografia confusa.

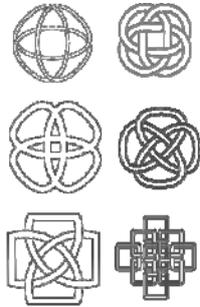
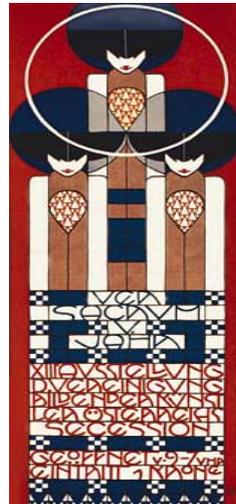


Figura 11 – Elementos puros de arte celta. Fonte: <<http://www.celtic-art.com/>>



12



13



14

Figura 12 – Pôster para a Scottish Musical Review, Charles Mckintosh, 1896. Hibridismo entre o ornamentalismo do *Art Nouveau* e influência da arte celta. **Figura 13** – Pôster da 13ª exposição da Secessão de Viena, 1902 **Figura 14** – Pôster da 14ª exposição, Alfred Roller, 1902. Ornamentalismo levemente geometrizado e um padrão de textura que remete a expoentes da Secessão, como Klimt. Fonte: <www.allposters.com>

Outro legado secessionista no *design* gráfico são as tipologias (figura 15), que influenciam fortemente o *design* psicodélico, conforme se observará a seguir.



Figura 15 – Tipologia secessionista, 1900 Fonte: <<http://gds.parkland.edu/gds/!lectures/history/1890/artnouveau.html>>

Os movimentos relevantes no *design* gráfico que se seguiram tenderam no sentido de padronizar e simplificar, levando o funcionalismo ao seu patamar máximo, refletindo a lógica capitalista na qual a sociedade se inseria. Emerge o modernismo, movimento no qual os ornamentos passam por uma redução drástica e começam a ser considerados inúteis: o *design* parece tentar atender à demanda de uma sociedade baseada na máquina. O *design* moderno emerge assim primando pelo funcionalismo seco, pelos ideais de desenvolvimento e progresso e tentando de todas as formas desviar seu olhar do passado. No mundo moderno, o *designer* estava diametralmente longe de ser o artista romântico dos pôsteres do *art nouveau*, que concebia suas peças a partir de suas experiências na noite dos cabarés parisienses. Era agora parte de uma engrenagem de produção e venda, munido dos recursos das artes plásticas e aplicadas. Surge então o *sachplakat* - o pôster objeto -, de *design* econômico, visualmente direto e objetivo. Usava



letras em negrito e imagens centrais de simples compreensão, como se observa nas ilustrações 16

e 17.

16

17

18



Sachplakat – o pôster objeto – prima pela funcionalidade. **Figura 16** – Lucian Bernhard, 1908. **Figura 17** – Lucian Bernhard, 1912. Fonte: <www.allposters.com>

Figura 18 – Pôster em estilo Bauhaus, 1942. Fonte: <www.allposters.com>

O expoente máximo do *design* moderno é sem dúvida a *Bauhaus*. Segundo Kopp (2006) trata-se de uma escola de arte aplicada fundada em 1919 e fortemente influenciada pelo racionalismo, cientificismo e industrialismo. A concepção de que o passado deve ser superado prepondera, e tenta-se de toda forma eliminar os ruídos visuais, através da aplicação de formas geométricas e cores primárias, objetivando a compreensão universal, como se pode observar na figura 18. O processo de globalização atua potencializando os ideais modernistas:

“Após a Segunda Guerra Mundial a tendência foi os mercados se tornarem globais. As empresas deixam de pensar o mercado quanto nação e desejam alcançar outros pontos de comercialização. (...) As multinacionais prosperam e sentem necessidade de se comunicar nos diversos países em que possuem filiais e consumidores. A idéia é se comunicar com culturas e línguas e línguas diferentes através de um *design* com proposta universalizante, onde o Estilo Internacional promete ser essa solução” (KOPP, 2006, p. 67)

Paralelamente à Bauhaus e fortemente inspirada em sua visão acerca do *design* surge na suíça o Estilo Internacional, que realmente passa a ser adotado em todo o mundo. A proposta é a máxima eliminação de ruído através da idéia de um *design* socialmente útil, universal e científico que atinja uma clareza objetiva e a ordem.

19

20

21

22

23

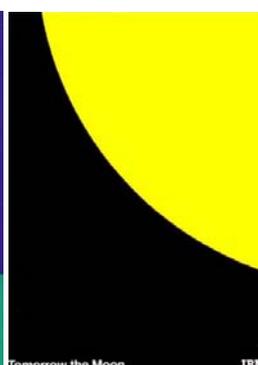


Figura 19 – Josef Muller-Brookman, 1958. **Figura 20** – Panair do Brasil. Maria Vieira, 1957. **Figura 21** – IBM. Ken White, 1970. Observa-se no Estilo Internacional uma geometrização extrema que tende à abstração. < Fonte: <http://gds.parkland.edu/gds/!lectures/history/1950/swiss.html>> **Figura 22** – Odermatt & Tissi, 1969. Fonte:<<http://www.internationalposter.com/>> **Figura 23** – Wolfgang Weigart, 1971. Fonte: <<http://www.moma.org>>



O resultado é uma abstração extrema, minimalista, baseada na pura geometria, conforme se observa nas ilustrações abaixo. O pôster 20, da Panair, representa lua, céu e mar da forma mais simplificada possível. O Estilo Internacional leva as concepções da Bauhaus além, e reprime mais ainda quaisquer subjetivismos e o aparecimento de estilos locais e alternativos. Passou-se a adotar uma grade (*grid*) como modelo básico de orientação para ordenar a disposição e o alinhamento dos elementos visuais, resultando em soluções bastante previsíveis. Ainda que houvesse elementos diagonais, seriam sempre em ângulos possíveis de ser obtidos com o esquadro (figura 19).

O *design* calculado presta-se como uma solução fácil, cômoda e rentável para as grandes corporações por não exigir grandes e onerosas soluções criativas e por fazer com que o público se sentisse extremamente mais seguro e confortável em segui-lo (é cômodo seguir o que se conhece), dentre outras vantagens: “A cultura corporativa incipiente reconheceu no *design* funcionalista atrativos irresistíveis como austeridade, precisão, neutralidade, disciplina, ordem, estabilidade e um senso inquestionável de modernidade.” (DENIS *apud* KOPP, p. 68, 2006). Ainda que em algum momento tenham sido inéditas e não-redundantes, essas soluções parecem engessar a atuação de *designers* criativos com tantas regras, que além da grade para estruturar a orientação dos elementos tinha entre outras diretrizes proporções matemáticas e divisão geométrica do espaço. Com o passar do tempo a hegemonia do Estilo Internacional passa a ser questionada:

“A monotonia e pasteurização do design ocidental só vai começar a ser contestada a partir da metade dos anos 60, quando alguns jovens designers suíços, como Odermatt & Tissi em Zurique, Wolfgang Weingart em Basle, entre outros, começam a propor alternativas não-dogmáticas, mais descontraídas (retorno à ornamentação, ao simbolismo, ao humor e à improvisação) para fugir da esterilidade das formas modernistas. O pós-modernismo no design é uma reação intuitiva da nova geração de designers aos excessos racionalistas e positivistas dos programadores visuais dos pós-guerra. Influenciados pelas novas e espontâneas formas de viver pregada pelos existencialistas e beatniks dos anos 50, e pelos hippies dos anos 60, que enfatizam costumes e modos de vida ainda mais radicais, pregando a vida em comunidades rurais, a prática do amor livre e o consumo de drogas leves, surge o movimento psicodélico no design americano de contracultura.” (CAUDURO, 2000, p. 131)

Os *designers* citados por Cauduro (2000) realmente tiveram uma postura dissidente por admitirem algum grau de ruído em suas peças, porém o resultado parece bastante ajustado aos ideais modernos: até o ruído parece milimetricamente amarrado.

Ainda que o *layout* das ilustrações 22 e 23 seja de certa forma asséptico, já parece revelar uma rachadura nas estruturas do modernismo. Cauduro (2000) prossegue relacionando o fim da supremacia do Estilo Internacional com o movimento psicodélico no *design*. Para entendermos



exatamente como a psicodelia *hippie* possibilitou mais esta quebra de paradigmas entre tantas outras, é necessário que entendamos minimamente com alguma integralidade o movimento psicodélico.

Partridge (2006) problematiza a questão psicodélica, numa pertinente reflexão que nos leva a concluir que o confinamento da psicodelia – geralmente concebida como um momento histórico quando na verdade é uma corrente de pensamento – aos anos 60 é bastante questionável, assim como sequer admitir que sua incandescência se resume a essa época. A primeira fase, elitista, está ligada às experiências artísticas de intelectuais, a partir do uso de drogas como ópio e haxixe⁶. Walter Benjamin, da Escola de Frankfurt, por exemplo, ficou altamente intrigado pelo conjunto de “experiências interiores” obtidas a partir do uso que fez de haxixe. A descoberta acidental dos efeitos do LSD pelo químico Hoffman tornou a droga famosa entre os intelectuais, sendo criado o termo *psychedelic* (psicodélico) para designar “algo com a capacidade de ampliar ou manifestar a mente”. O intelectual Aldous Huxley, nos anos 50, a partir de suas experiências com as substâncias psicoativas já as associa ao misticismo oriental, o que nos mostra já no seu início um caráter de iluminação intelectual e espiritual, a partir de uma percepção de mundo mais livre, orientada pela droga:

“Psicodélicos, alega-se, proporcionam uma instantânea e profunda experiência místico-religiosa. Para Huxley, a mescalina realmente o apresentou para a Visão Beatífica, que era, segundo ele, a que os místicos da tradição religiosa indiana se referiam quando falavam de Estado-Consciente-Felicidade. Em alguns poucos minutos ele começou a experimentar ‘vida eterna’, ‘estado puro’, e ‘o divino curso de toda a existência’. Ele entrou naquilo que os místicos experimentaram através dos tempos.” (PARTRIDGE, 2006, p. 89)

Tendo os escritos de Huxley (o seu *The Doors of Perception* de 1954 é considerado o texto fundamental da psicodelia) influenciado os demais autores psicodélicos como Timothy Leary e todo o pensamento psicodélico em geral, não é difícil entender as raízes da associação *hippie* à religiosidade e cultura mística indiana. O interesse pelas tradições religiosas que buscassem o êxtase e o transe alimentou ainda o interesse pelas antigas sociedades enteógenas⁷. Diversas

⁶ De acordo com Robinson (1999) o haxixe é uma espécie de resina seca extraída do tricoma, das flores e das inflorescências da *Cannabis Sativa* ou *Cannabis Indica*, conhecidas popularmente como maconha. Utilizado como entorpecente pode ser fumada ou ingerida. Para os hindus é considerado um presente dos deuses, pois a origem da planta foi a saliva do deus Shiva diante de um banquete preparado por sua esposa.

⁷ Para Robinson (1999) e Partridge (2006) enteógeno se refere ao estado xamânico ou de êxtase a partir da ingestão de substâncias alteradoras de consciência. A proposição do termo se dá a partir de uma visão mais compreensiva a respeito de outras culturas, uma vez que nomeia essas substâncias sem taxar de modo pejorativo seus costumes. Ainda que o termo possa ser percebida como mero sinônimo de psicodélico, parece mais adequado diferenciá-los, pois enteógeno se refere ao uso dessas substâncias num contexto sagrado, e psicodélico estaria mais afeiçoado à esfera lúdica de seu uso. A distinção se apóia no contexto em que o uso é feito. Uma sociedade enteógena seria uma sociedade provavelmente teocrática na qual ritos de organização social regem-se a partir de experiências derivadas dessas substâncias.



culturas antigas, pré-industriais, mostravam grande interesse pelos estados não comuns de consciência e lhes atribuíam valor como poderosos instrumentos para ligar-se às realidades sagradas, à natureza, e entre si. Também usavam tais estados para identificar doenças e curas. Estados alterados eram também vistos como importantes fontes de inspiração artística e um caminho aberto para a intuição e a percepção extra-sensorial. Gastavam assim considerável tempo e energia desenvolvendo técnicas de alteração da mente, usando-as com regularidade numa variedade de contextos rituais. De certa forma é possível constatar uma tentativa de resgate a tudo isso.

Estabeleciam-se os primeiros cânones que provocariam uma profunda mudança na sociedade ocidental. Abstendo-se da parcialidade de qualquer juízo valorativo, consideramos importante para os fins de pesquisa científica desconstruir o preconceito que relega a psicodelia à sua relevância estética, sem considerar a sua literatura e os seus pensadores. Apesar de sua exuberância, o *design* psicodélico não é capaz de resumir essa corrente de pensamento que, apesar de marginalizada, indiscutivelmente catalisou mudanças cuja compreensão é determinante para interpretação do mundo em que vivemos hoje.

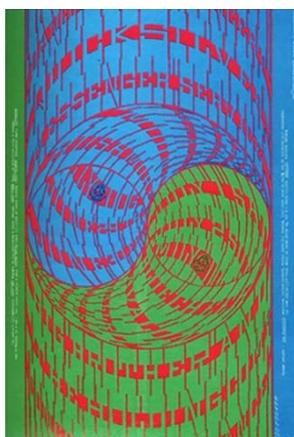
A segunda fase, de acordo com os estudos de Partridge (2006), a partir da aliança do movimento psicodélico com o movimento pelos direitos civis, alastra-se rapidamente no contexto da contracultura com ideais de uma sociedade de amor e respeito mútuo, negando a religião, mas buscando Deus no misticismo oriental. É curioso o paradoxo de americanos desiludidos com as guerras adotarem as leis cármicas. É a era *hippie*, que encontra seu berço em São Francisco, nos EUA dos anos 60, região portuária de grande efervescência, que por receber pessoas de todo o mundo parecia mais aberta em relação às tradicionais ortodoxias americanas, conduzindo o país nessa reavaliação de paradigmas. Era o vórtice da contracultura. O LSD, ácido lisérgico, de forte potencial psicoativo é a droga do momento. Pode-se afirmar que a desilusão com a Guerra do Vietnã e seus milhares de jovens mortos enfraquece o ideal nacionalista e, juntamente com os processos que fortalecem as novas formas de identificação e socialização já mencionados, questionam o discurso político e moral da época através do poder da flor (*flower power*), que consubstanciava os ideais pacifistas de resistência, do negro (*black power*), do gay (*gay power*) e da liberação da mulher (*women's lib*). Os jovens se rebelaram contra os valores, as instituições, e os tabus, passando a agir contra tudo o que estava estabelecido, inclusive contra o Estilo Internacional. Não se podia divulgar a contestação a uma sociedade através de um padrão criado por ela própria. Emerge então o psicodelismo no *design* gráfico, que inicialmente presta-se a divulgar os concertos de rock através dos pôsteres. Pode-se dizer que a psicodelia fez pelo *design* gráfico a mesma coisa que as bandas da época fizeram pelo rock: quebraram todas as estruturas.

Dentre os *designers* da psicodelia destaca-se Victor Moscoso, um dos poucos com educação formal em *design*. Contrapondo a visão que reduz a estética psicodélica a mera reprodução de uma percepção visual alterada a partir de experiências com drogas, Heller (2004) fala sobre o artista:

“A despeito do que pareciam ser camadas de complexidade gráfica, seus visuais eram estrategicamente compostos e propositalmente desenhados (...) não eram um caos induzido pela droga. Moscoso era um rebelde altamente disciplinado. Ele conscientemente rejeitou todas as regras que aprendeu durante seu tempo na faculdade (...) Seus pôsteres podem não adequar-se diretamente a nenhuma teoria moderna, mas foi influenciado pelo pensamento de design do qual era contemporâneo.” (idem, 2004, p. 252)

De certa forma podemos perceber o *design* psicodélico como um fruto da assepsia do *design* moderno, uma vez que este mostrava tudo o contra o qual aquele deveria projetar-se. Segundo Heller (2004), Moscoso lançou-se em diametral oposição a tudo o que havia aprendido como “bom *design*”. A regra de que um pôster deveria transmitir uma mensagem de forma simples e rápida dizia agora que se devia prender alguém o máximo de tempo possível na leitura de um pôster. E assim seguiu-se: o pressuposto de não usar cores vibrantes agora dizia para usá-las sempre e para irritar os olhos o máximo possível; o de que o texto deve sempre ser legível apregoava agora a máxima distorção do texto para que fosse realmente muito difícil de ler (figura 24). Moscoso então chamou isso de “um mundo de pernas pro ar”. Sua concepção mudou para sempre a linguagem de toda uma geração.

O *design* gráfico psicodélico era um código visual: se alguém não pudesse decifrar as palavras ou a imagem, então o pôster o repelia ao invés de atrair. A idéia parece ser exatamente a seguinte: confundir qualquer pessoa que não estivesse ajustada aos valores contraculturais da época.



23



24



25

Figura 24 Victor Moscoso, 1967. Distorção tipográfica extrema. **Figura 25** - Victor Moscoso, 1967. Perceber o uso de texturas. **Figura 26** - Victor Moscoso, 1968 . O retorno do ornamento através do cabelo feminino como não se via no design gráfico desde a *Art Nouveau*. Fonte: <<http://gds.parkland.edu/gds/!lectures/history/1960/psychedelia.html>>

Gibis *underground* como o “Zap Comix” também serviram de inspiração. Sua linguagem geralmente bizarra, perversa e irônica os fazia popular entre os jovens. O que se percebe é que enquanto o modernismo olhava para frente negando o passado, a psicodelia olhava para todos os lados buscando inspiração. Inspira-se inclusive no *design* moderno para destilar ironia, como se vê na figura 35, um pôster onde faz um *sachplakat* (cf. p. 6) de uma festa da maconha (*joint* é uma gíria equivalente a *baseado*). Parece, enfim, um suspiro aliviado e exagerado do *design* depois de anos usando a camisa de força do Estilo Internacional.



Figura 27 - Wes Wilson, USA, 1968. **Figura 28** - William Bradley, USA, 1896. Às vezes é difícil distinguir o *design* gráfico psicodélico do *art nouveau*.
Fonte: <<http://gds.parkland.edu/gds/!lectures/history/1960/psychedelia.html>>

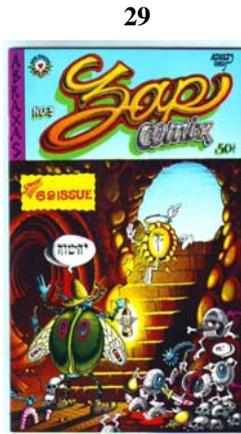


Figura 29 - Zap Comix #3, 1969. **Figura 30** - Victor Moscoso, 1968. Os quadrinhos *underground* influenciaram os gráficos dos pôsteres psicodélicos. Fonte: <<http://gds.parkland.edu/gds/!lectures/history/1>>

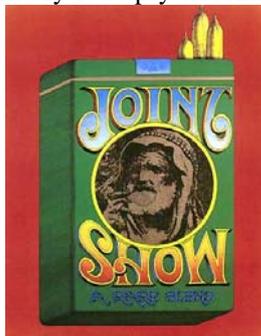
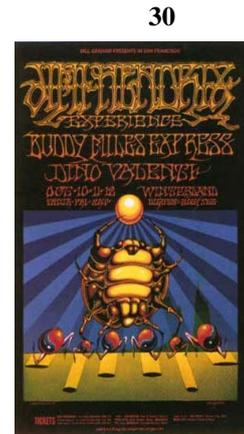


Figura 31 - Rick Griffin, 1967. *Sachplakat* irônico de um “show do baseado”. Fonte: <<http://gds.parkland.edu/gds/!lectures/>>

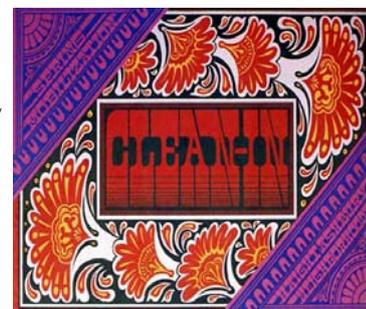
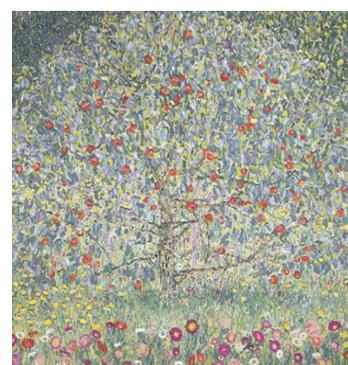
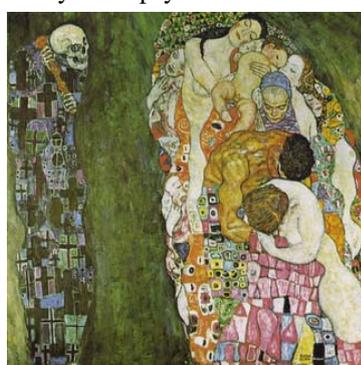


Figura 32 - Victor Moscoso, 1967. Perceber o *design* vernacular por meio do uso do ornamento vitoriano. Fonte: <<http://gds.parkland.edu/gds/!lectures/history/1960/psychedelia.html>>



Figura 33 – Cartaz Psicodélico “Can you pass the acid test?”, 1968. **Figura 34** – A vida e a Morte, Gustava Klimt, 1918. **Figura 35** – A Macieira I, Gustav Klimt, 1912. Perceber como a textura da obra de Klimt foi apropriada pelo *design* psicodélico. Fontes: <www.bbc.co.uk/portuguese> e <http://wwwusers.rdc.puc-rio.br/ednacunhalima/2006_1_2/clarissa/Anos%2060.htm>





Caracterizada entre outros fatores por tipologias ilegíveis, cores vibrantes e ilustrações antigas, a psicodelia era uma linguagem visual rebelde criada para comunicar-se com uma comunidade exclusiva. Contudo, dentro de um ano, a psicodelia foi usurpada por empresários que a tornaram um estilo comercial de última moda, ligado a um novo mercado de consumidores jovens (Figuras 36, 37 e 38).



Figura 36 – Show Follies da Broadway, 1971. **Figura 37** – Propaganda de whisky, 1970. **Figura 38** - Capa de vinil, 1967. O design gráfico psicodélico, que nasce como expressão contracultural logo se torna um estilo comercial de última moda. Fonte: <<http://gds.parkland.edu/gds/!lectures/history/1960/psychedelia.html>> **Figura 39** - Capa da Push pin Graphic, Seymour Chwast, 1978. Fonte: <<http://gds.parkland.edu/gds/!lectures/history/1960/psychedelia.html>> **Figura 40** – Pôster de Bob Dylan, Milton Glaser, 1967. Fonte: <<http://gds.parkland.edu/gds/!lectures/history/1960/psychedelia.html>>

Surgia uma nova dinâmica em que a sociedade consumia a contestação vivendo uma relação de amor e ódio com os ideais contraculturais, sem poder negar sua repercussão e nem a profundidade de suas influências. Segundo Kopp (2006) o Push Pin Studio de Nova York começa em meados dos anos 60 a utilizar-se de elementos da linguagem vernacular (específicos de uma época / região) e transformam-se em um dos estúdios mais influentes da história do *design*. Sua revista Push Pin Graphic influenciou *designers* por toda América e Europa. O pôster de Bob Dylan criado por Glaser, um dos co-fundadores do estúdio, teve mais de 6 milhões de cópias veiculadas num álbum com os maiores sucessos do cantor e transforma-se num ícone para o *design*, assim como a Mona Lisa de Da Vinci é um ícone para a arte (figura 40).

Cabe comentar que a pesquisa não se restringe à visão reducionista de perceber a psicodelia como a única força motriz que conduziu ao fim da hegemonia do Estilo Internacional, contudo é inegável que atuou como protagonista do processo em questão. Este momento histórico contou com outras manifestações nesse sentido, como os trabalhos da Academia de Cranbook, e dos grupos Grapus e Memphis. Mas, como já comentado, traçar uma história linear do *design* gráfico constitui-se um exercício de escolhas. Uma vez rompidos os paradigmas do modernismo, emergem novas formas de pensar e fazer *design* novas concepções passam a ser “lícitas”:



“Então, a partir da década de 70, a comunicação visual praticada nos EUA passou a ser encarada pelos designers cada vez menos como uma prática tecnicista de “transmissão de sentido”, para ser cada vez mais concebida como um jogo, como uma prática retórica, probabilística e estimulante de formulação de mensagens hipoteticamente. Com isso os projetos de design passaram a ser menos calculistas e mais instintivos, muitas vezes irônicos, quase sempre provocantes e muito criativos. Essa tendência foi gradualmente se espalhando pelo mundo ocidental, principalmente por permitir uma maior flexibilidade de estilo, um melhor aproveitamento da cultura visual local e uma maior contribuição da improvisação do designer, características estas que eram reprimidas pelo estilo modernista até então dominante.” (CAUDURO, 2000, p. 132)

O *design* gráfico torna-se então muito mais democrático, as influências parecem vir de todos os lados. O pluralismo permite que identidades contraculturais tenham enfim voz significativa no *design* gráfico:

“Na mesma década de 70, o movimento *punk* representa um momento importante no design gráfico pós-modernista. Se o resgate de imagens do passado e do design vernacular⁸ é atribuído ao *Push Pin* (...) pode-se conceder ao *punk* a assimilação do ruído, do feio, do não-*design*. Richard Hollis diz que se o dadaísmo fora contra a arte o *punk* era anti-*design*. O estilo *punk* é um estilo das ruas londrinas, representa a cultura das drogas e da música *pop*, deseja chocar e é rebelde com todas as suas energias. O principal veículo de comunicação *punk* é o fanzine. Ali eram utilizadas letras e imagens recortadas de jornais, máquinas de escrever, letras feitas à mão. Tudo era colado sem haver muita pressão com a ordem ou o acabamento. (KOPP, p. 77, 2006)

Ainda que mesmo sob o recorte do *design* gráfico as implicações sejam inalcançáveis, podemos encerrar exemplificando com o *design punk* o pluralismo que se seguiu ao *design* psicodélico; novas concepções pareciam enfim legítimas. Conforme Goffman e Joy (2007), o movimento *punk* emerge como antagonismo aos *hippies*, ainda que compartilhem de certo modo do mesmo *background* contracultural - desprezo pelos mesmos valores - manifestam-se de formas estéticas praticamente opostas. Os *punks*, assim como os *hippies*, rejeitam através da paródia e do deboche as regras da sociedade que os rejeitou. A diferença, porém, é que enquanto a estética psicodélica confronta o Estilo Internacional por meio das cores e distorções buscando a exuberância de uma beleza exótica, o *punk* prefere uma expressão por meio do ruído, do grotesco, do rudimentar, do que poderia ser chamado de feio. Surgem por volta dos anos 70, sendo influenciados por diversos movimentos artísticos, filosóficos, e diversas outras subculturas juvenis. O mais evidente é o anarquismo, especialmente em suas implicações artísticas, mas

⁸ *Design* vernacular é o *design* inspirado no “local” ou em tendências antigas.



também há o nihilismo, responsável pela atmosfera descuidada, pelo humor irônico e caráter sombrio.



Figura 41 – Fanzines punk diversos. Observar a valorização estética do feio, do ruído, do grotesco. Fonte: <http://wemakezines.ning.com/profile/nowhere2befound>

Há ainda um toque marxista que dá ao *punk* algum entusiasmo revolucionário. Logo, o que se vê são colagens, desenhos feitos à mão e muita xerox. O resultado remete à parede de um beco sujo. 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. Os avanços tecnológicos dos anos que se seguiram proporcionaram uma “democratização” do *design* gráfico, a partir do domínio do Mac por pessoas sem noções estéticas formais. A popularização da informática apresenta um aspecto positivo no sentido de ir de encontro ao preciosismo no *design*; o pedestal sobre o qual estariam aqueles que, consagrados de alguma forma e detentores dos meios de produção, poderiam ditar o que seria ou não *design* gráfico. Nesta nova configuração, temos um contexto dinâmico, que absorve influências frescas e de renovação ininterrupta, não sendo mais baseadas de forma rígida nos cânones de alguma escola, contexto este que se encaixa de modo pleno com a rejeição pós-moderna ao purismo. A linguagem mais aproximada do ritmo das ruas a partir da popularização dos meios de produção – que apesar de ser exponencial nos últimos anos com o advento da informática vem, ocorrendo no universo contracultural jovem desde o advento da máquina de Xerox – possibilitou e propiciou incursões bastante frutíferas de várias contraculturas jovens no *design* gráfico, como a *punk* e a *club*. Todavia, por mais inovadores que sejam os recursos, e mais extraordinários que sejam seus efeitos, eles não passam de mero instrumento para veiculação de um conceito. Não havendo conceito consistente o resultado é medíocre. Assim, um dos aspectos negativos da democratização dos meios de produção é a facilitação de uma manipulação despropositada, produzindo algumas vezes um *design* incapaz de aliar o conceito aos demais aspectos e como resultado as peças não



atingem seu fim. Não que a formação de um *designer* seja garantia de um trabalho competente, mas é presumível que as chances sejam bem maiores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CAUDURO, Flávio Vinícius. **Design Gráfico & Pós Modernidade**. Revista FAMECOS, nº 13. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000. p. 127 – 139.

CAUDURO, F. V. & PERERUNA, P. **A retórica visual da pós-modernidade**. Revista FAMECOS, nº 37. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008 p. 107-114

GOFFMAN, Ken & JOY, Dan. **A contracultura através dos tempos: do mito de Prometeu à cultura digital**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

HELLER, Steven. **Design Literacy: understanding graphic design**. Nova York: Allworth Press, 2004.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

KOPP, Rudnei. **Design gráfico cambiante**. Rio de Janeiro: 2AB, 2006.

MARTIN-BARBERO, J. **Ofício de Cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. Tradução: Fidelina González. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

PARTRIDGE, Christopher Hugh. **The Re-enchantment of the West: alternative spiritualities, sacralization, popular culture, and occulture**. Vol. I. Nova York: T&T Clark, 2005.

PARTRIDGE, Christopher Hugh. **The Re-enchantment of the West: alternative spiritualities, sacralization, popular culture, and occulture**. Vol. II. Nova York: T&T Clark, 2006

ROBINSON, Rowan. **O grande livro da Cannabis**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.