

Comunicações — Sessão 4

Ecoss do underground: iconografia, memória e identidade de uma cena rock no extremo Sul do Brasil

Daniel Ribeiro Medeiros
Isabel Porto Nogueira

Resumo:

Este trabalho refere-se a uma parte do corpo teórico-metodológico que vem sendo construído em torno da *comunidade rock* (Jacques, 2009) da cidade de Pelotas (RS) na década de 1990. Essa comunidade ocupou parte do espaço urbano da cidade como forma de manutenção de sua própria existência enquanto grupo social. A organização de festivais, por exemplo, contribuiu para a constituição de uma *memória coletiva* (Halbwachs, 1990). Enquanto *lugares de memória* (Nora, 1993; Fléchet, 2011; Candau, 2005), contribuíram para o reforço do sentimento de identidade organizado principalmente em torno do *rock* na medida em que são aqui considerados como cenários onde uma série de *sóciotransmissores* (Candau, 2005), tangíveis ou intangíveis, foram compartilhados como recursos *mnemônicos* que lembravam os membros a própria identidade. Através de um viés histórico-antropológico, busca-se compreender como se conformavam: a *memória e identidade* (Candau, 2005; 2011) na relação com estilos musicais ligados ao *rock* (Ribeiro, 2007; Turino, 2008); a rede de cooperação coletiva (Becker, 1974) que compôs este *mundo musical* (Finnegan, 1989); os festivais como *lugares de memória* (Nora, 1993; Candau, 2005; Fléchet, 2011; Pollak, 1989); bem como as relações entre *memória coletiva* e o espaço (Halbwachs, 1990) urbano (Magnani, 2002). A análise da iconografia resulta imprescindível na análise dos mecanismos de produção, reprodução e transformação desse grupo, já que um dos seus principais produtos foram os cartazes para divulgação. Além da óbvia função informativa (local, horário, bandas, etc), eles apresentam índices icônicos representando uma simbologia convencionalmente culturalmente (Penn, 2002, p.322-323) em torno de ideologias relacionadas a sistemas de significação (Penn, 2002, p.324) em torno do *rock* (*Metal*, *Progressivo*, etc). Assim, pretende-se analisar os níveis denotativo e conotativo numa pequena amostra dos cartazes levantados junto a colaboradores. Este estudo de caso pretende colaborar com as reflexões sobre as articulações entre música, imagem, *lugares de memória* e formação de identidade.

Introdução

Este trabalho tem como objetivo refletir sobre os cartazes de divulgação de festivais de *rock* enquanto fontes documentais, materiais e como meios de comunicação e memória (recursos mnemônicos). Além disso, será empreendida uma análise dos elementos iconográficos em uma pequena amostra de cartazes coletados até o momento.¹ Estes objetos se constituem como um dos traços materiais produzidos pelo que entendemos como *comunidade rock* pelotense da década de 1990. Além da função informativa (local, horário, bandas, identidade musical dos festivais, etc), entende-se que também se constituem enquanto documentos que veiculam índices icônicos ligados a uma simbologia convencionada culturalmente (PENNN, 2002, p.322-323), em âmbito global e local, em torno de imagens relacionadas a sistemas de significação (PENNN, 2002, p.324) em torno do *rock* (*Metal*, *Progressivo*, etc).²

Primeiramente, será empreendida uma contextualização da pesquisa de doutorado que vem sendo desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), sob orientação da profa. Dr. Isabel Porto Nogueira. Após, serão trazidas questões relacionadas à abertura do *corpus* documental nas Ciências Humanas, entendendo os cartazes como fonte de informações significativas no contexto de investigações pautadas pela diversidade documental e teórica. Mais adiante, serão trazidas reflexões sobre o caráter comunicativo dos cartazes e sua função *mnemônica* em âmbito sócio-cultural. Por último, será empreendida uma análise semiótica dos conteúdos iconográficos contidos nestes documentos.

Contextualizando a pesquisa

Embora ainda em fase de definição de um enquadramento temático definitivo, o objeto de estudo no qual estão inseridas as reflexões e análises empreendidas neste artigo refere-se ao que se entende como *comunidade rock*

¹ Junto a colaboradores.

² Há que considerar aqui o enfoque geral e inicial dessa perspectiva investigativa. Esse comentário decorre do fato de que os vários subgêneros do *rock* possuem, muitas vezes, sistemas simbólicos que possuem especificidades.

pelotense da década de 1990.³ A noção de *comunidade rock* é tomada de Jacques (2009), e é construída a partir da perspectiva sociológica de Michel Maffesoli, em *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa* (2010). A autora discute a “lógica de agrupamento social, caracterizada pelo compartilhamento de uma ética e de uma estética específicas, que não seguem os limites impostos pelas fronteiras entre estados-nações” (JACQUES, 2009, p.2):

As comunidades afetuais observadas por Maffesoli são formadas a partir de uma estética - considerada como a faculdade de sentir e experimentar em comum - e de uma ética - entendida como um código particular a um grupo, que une ou exclui membros - compartilhadas. Elas seguem uma lógica segundo a qual a idéia de identidade não faz sentido.⁴ Para Maffesoli, a identidade é uma construção ligada ao individualismo moderno, segundo a qual definimos nossa existência de forma rígida. O autor propõe uma substituição da lógica contratual por uma lógica que segue atrações. Assim, **a identidade cede lugar à identificação em torno de imagens e formas sensíveis.** O indivíduo enquanto ‘ser’ substancial é substituído por uma noção de pessoa que se forma a partir de situações e experiências específicas, seguindo uma lógica relacional (JACQUES, 2009, p.4, GRIFO NOSSO).

Tendo em vista que essa *comunidade rock*, em suas idiossincrasias socioculturais, se constituiu a partir de uma série de atividades com base em suas interações socioculturais, entende-se que os festivais e *shows* se apresentam como um momento ritual de celebração e de lembrança que fortalecem sentimentos de pertencimento de um grupo de pessoas que se articularam em torno do *rock* no âmbito de um mesmo tempo e espaço histórico. Dessa forma, entendendo essa *comunidade* como organização social, tem-se na perspectiva sociológica da arte de Howard Becker, tomada de *Art as a collective action* (1974), um dos marcos teóricos dessa investigação. Conforme o autor, as *ações coletivas (collective action)* em torno de práticas artístico-culturais conformam redes de cooperação que vão desde a produção até a execução de obras (BECKER, 1974):

Para uma orquestra sinfônica dar um concerto, por exemplo, instrumentos devem ter sido inventados, manufaturados e mantidos, uma notação deve ter sido concebida e a música composta deve usá-la, pessoas devem

³ A respeito desta comunidade, já estão sendo levantados vários materiais como cartazes, *flyers*, ingressos, fotos, dentre outros documentos sobre os quais a pesquisa se apoiará. Além disso, as entrevistas facilitarão o acesso às narrativas dos próprios agentes envolvidos neste comunidade à época.

⁴ Para Maffesoli (2010), a ideia de identidade é uma construção moderna, a qual reflete uma perspectiva essencialista.

ter aprendido a tocar nos instrumentos as notas anotadas, datas e lugares para ensaios devem ter sido providenciados, anúncios para os concertos devem ter sido empregados, publicidade arranjada e entradas vendidas, e uma audiência capaz de ouvir e, de certo modo, compreender e responder à *performance* deve ter sido recrutada (BECKER, 1974, p.767).

Nestas redes surgem convenções (*conventions*) socioculturais sobre as quais os agentes passam a atuar, conformando uma *art world*. Nestes mundos, as pessoas escolhem e concordam sobre quais elementos serão articulados para formar conjuntos de convenções sobre as quais se articularão através das mais variadas tarefas (BECKER, 1974, p.770-771). Em linhas gerais, são as convenções, portanto, que fornecem o quadro estrutural sobre o qual uma determinada *art world* passa a se articular:

As convenções ditam as abstrações a serem usadas para transmitir idéias ou experiências particulares, como quando pintores usam as leis da perspectiva para transmitir a ilusão de três dimensões ou os fotógrafos que usam o preto, o branco e os tons de cinza para transmitir a ação recíproca de luz e cores. As convenções ditam as formas nas quais os materiais e abstrações serão combinados, como no uso musical da forma sonata ou o uso poético do soneto. As convenções sugerem as dimensões apropriadas de uma obra, a própria extensão de um evento musical ou dramático, o próprio tamanho ou contorno de uma pintura ou escultura. As convenções regulam as relações entre artistas e audiência, especificando direitos e obrigações de ambos (BECKER, 1974, p.771).

É através do conhecimento das convenções por parte dos agentes envolvidos (músicos, audiência, aficionados, etc), por exemplo, que o plano emocional e o plano dos significados (*emotion and meaning*, Meyer) podem ser articulados. É neste quadro de referências que a percepção e apreciação auditivas, imagéticas, bem como outros paradigmas de experiência se voltam para o reconhecimento estético, social e cultural. Conforme o autor, portanto, é na medida em que os atores envolvidos compartilham experiências e conhecimentos acerca das convenções da *art world* na qual participam que a obra de arte pode produzir os efeitos emocionais esperados e estabelecer uma rede de significados socioculturais (BECKER, 1974, p.771). Ou seja, elementos importantes para a cristalização de práticas socioculturais dos agrupamentos sociais.

Dentro dessa dinâmica observa-se a *comunidade rock* pelotense da década de 1990 (formada por jovens congregados em torno deste gênero musical) como uma comunidade que gerou à época uma rede de cooperações sob a qual foram realizados uma série de festivais de *rock*. Nestes, participaram bandas de variados subgêneros, músicos, organizadores, público, dentre outros atores.

Neste contexto, os cartazes de divulgação de festivais e *shows* se tornam meios de comunicação imprescindíveis, sendo espalhados pelo espaço urbano como lembretes acerca de onde, quando e que bandas estarão naquele determinado festival. Além dessa perspectiva informativa, há também as formas imagéticas que os constituem. Tratam-se de uma série de códigos-convenções que facilitam o reconhecimento de signos através dos quais os atores passam a reconhecer símbolos. Ou seja, como índices imagéticos e simbólicos sobre os quais articulam sentimentos de celebração e pertencimento.

Cartazes de *shows* e festivais como documentos histórico-culturais

Através de uma breve busca na internet, com uma entrada que articulou termos como “cartazes”, “cartaz”, “análise”, “shows” e “festivais”, observou-se a escassez de trabalhos que tratem da compreensão de cartazes de *shows* e festivais de música.⁵ Por outro lado, em áreas como Ciências da Comunicação, Cinema e outras, é notória a importância dada à análise deste tipo de produção material. No âmbito da Musicologia, bem como outras áreas que lidam com temáticas musicais em seus estudos, evidencia-se um campo aberto para análise deste tipo de fonte documental.

No artigo *O Centro de Documentação Musical da UFPel no horizonte da multidisciplinaridade: articulações entre musicologia histórica, gestão patrimonial e memória institucional* (2008), Cerqueira et al trazem uma discussão sobre fontes iconográficas (mais especificamente a fotografia), traçando um panorama a respeito de como eram tratados enquanto documentos.

Foi somente a partir da segunda metade do século XX que as Ciências Humanas (História, Sociologia, etc) passaram a considerar a necessidade de apoiarem-se também em outros tipos fontes: houve “uma enorme dilatação do campo do documento” (LE GOFF apud CERQUEIRA et al, 2008, p.114). Neste contexto, a fonte escrita passa a compartilhar seu *status* com documentos orais, imagéticos e materiais (CERQUEIRA et al, 2008, p.114). Essa abertura foi possível pela influência dos *Annales*,

[...] quando foram revistos vários pressupostos da ciência histórica, entre os quais o conceito vigente na História Metódica de finais do séc. XIX e inícios do séc. XX, que definia somente o documento escrito, e preferencialmente o documento oficial, como fonte histórica válida e confiável,

⁵ É importante observar que as entradas foram realizadas com termos em língua portuguesa.

relegando os testemunhos visuais a um lugar desprezível na construção do conhecimento histórico (CERQUEIRA et al, 2008, p.114).

A consideração das fontes imagéticas como sendo documentos de segunda ordem esteve apoiada na crença de que este tipo de suporte apresentava somente uma “aparência que não é nada mais que simulacro do real”, o que geraria, segundo essa concepção, análises pautadas em uma espécie de “percepção ilusória do real” (BORGES apud CERQUEIRA et al, 2008, p.114).

Foi na segunda metade do século XX que passou-se a discutir a utilização de fontes e perspectivas teóricas variadas para que se pudesse ter uma visão ampliada acerca de contextos passados. Conforme os autores,

[...] colocou-se a diversificação das fontes como método para alcançar a complexidade, a visãoêmica, a articulação entre os processos sociais e simbólicos, entre as dimensões materiais e imateriais. A maior virtude em se operacionalizar o estudo lidando com fontes de natureza variada é a incorporação de diferentes perspectivas (CERQUEIRA et al, 2008, p.114-115).

Para Lévi-Strauss, “a escrita corresponderia a apenas 0,35% da experiência humana, sendo imprudente relegar o visual, o oral e o material a um plano secundário” (CERQUEIRA et al, 2008, p.116).

Dessa forma, entende-se os cartazes dentro deste contexto de abertura do *corpus* documental sobre o qual pode-se apoiar pesquisas histórico-antropológicas. Na medida em que esta *comunidade rock* produziu cartazes⁶ para a divulgação de *shows* e festivais de *rock* locais, é imprescindível tomá-los como documentos materiais que possuem conteúdos imagéticos. Além disso, é importante observar que o conteúdo imagético destes documentos abre uma perspectiva para se possa compreender como articulam informações, desde aquelas mais objetivas, como por exemplo data, local, bandas, etc, até as simbólicas: códigos identitários que têm uma ligação com o imaginário do *rock*.

Cabe aqui uma reflexão a respeito da noção de oficialidade ou não-oficialidade do *corpus* documental aqui tratado. Muitas pessoas que participaram da *comunidade rock* pelotense da década de 1990 produziram materiais como cartazes de festivais, *flyers*⁷ também divulgativos de *shows* e festivais, registros foto-

⁶ Além de *flyers* e outros materiais divulgativos.

⁷ “Nome dado na cena para os panfletos distribuídos mão-a-mão, ou através de cartas, como uma forma de propaganda da banda, ou de shows que irão ocorrer. [...] os elementos visuais são importantes para identificação do tipo de evento que irá ocorrer” (RIBEIRO, 2007, p.45).

gráficos e em vídeo (fitas VHS), *fanzines*, dentre outros. Por ser uma comunidade *outsider* (BECKER, 2008), produziu registros de si própria e para si própria. Neste sentido, pergunta-se: não poderiam ser estes registros considerados como “oficiais” uma vez que são o produto do próprio grupo que o produziu?

Cartazes: caracterização de um objeto comunicativo

No artigo *Uma análise do cartaz do XIV Enapet* (2010), além do processo analítico evidenciado pelo título, as autoras trazem uma caracterização deste objeto (função, conteúdos, etc). O cartaz é um veículo comunicativo utilizado na divulgação e propaganda dos mais variados eventos, tais como *shows*, filmes, dentre outros. Além disso, pode apresentar uma função meramente decorativa ou mesmo como ferramenta educacional (PASSOS; AZEVEDO, 2010, p.1).

Enquanto meio de comunicação versátil, se espalha pelos mais variados locais no espaço urbano. Trata-se de uma forma eficaz de divulgação e que muitas vezes se espalha “nos locais menos ou mais habitados, nos locais mais inesperados, como em pontos de ônibus, nos interiores de cabines telefônicas” (PASSOS; AZEVEDO, 2010, p.1), postes, vitrines de lojas, bares, murais em escolas, universidades, bem como outros espaços.

A definição do que venha a ser o cartaz é simples: um pedaço qualquer de papel que possui uma mensagem impressa de forma a transmitir alguma informação. A mensagem disposta como conteúdo do cartaz é, geralmente, “eficiente, eficaz e apta a produzir os efeitos desejados no público receptor” (KUNSCH apud PASSOS; AZEVEDO, 2010, p.2).

Em uma perspectiva histórica, observa-se que os cartazes são utilizados há alguns séculos. O registro mais antigo de sua utilização como meio de comunicação remonta a Idade Média, apresentando somente informações. Mas foi em fins do século XIX, com Toulouse-Lautrec, que surgiram os primeiros cartazes que utilizavam cores e imagens (CÉSAR apud ANDRADE, 2005, p.15). Portanto, inicialmente eram do tipo *All type*, ou seja, apresentavam texto sem imagens, mas com o surgimento das técnicas de litografia e cromolitografia “puderam ser produzidos não só em larga escala como também em cores” (PASSOS; AZEVEDO, 2010, p.2).



Figura 1: Exemplo de cartaz de propaganda produzida através da técnica de cromolitografia (*Uncle Sam Supplying the World with Berry Brothers Hard Oil Finish*), de 1880.⁸

Passos e Azevedo (2010) observam ainda que historicamente os cartazes passaram a ter os mais variados usos, desde a publicidade comercial até a função de transmitir informações de cunhos políticos (PASSOS; AZEVEDO, 2010, p.2). Como podemos notar na figura 1, além do caráter publicitário-comercial, há também a dimensão da política externa norte-americana sendo representada na figura do próprio *Tio Sam* abastecendo o mundo com *Berry Brothers Hard Oil Finish*.

Mesmo com o surgimento de outras mídias e suas utilizações para fins de divulgação e propaganda, perspectiva aberta pelo rápido avanço das tecnologias da informação atuais, o cartaz não perdeu espaço enquanto “meio eficaz de comunicação” (CÉSAR apud ANDRADE, 2005, p.15). Por outro lado, outros aspectos nos levam a pensá-lo não somente como um recurso exclusivamente de divulgação de um festival ou *show* (no caso de nosso estudo). Na condição de *sócio-transmissor* (CANDAU, 2005),⁹ o cartaz pode ser analisado como recurso

⁸ Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Uncle_Sam_Supplying_the_World_with_Berry_Brothers_Hard_Oil_Finish.jpg>.

⁹ “Qualquer coisa do mundo (tangível ou intangível) que permite estabelecer uma cadeia causal cognitiva entre pelo menos dois espíritos-cérebros” (CANDAU, 2005, p.209).

mnemônico cuja tangibilidade e intangibilidade lembram os sujeitos acerca de um universo sócio-cultural do qual fazem parte, de uma *memória coletiva* (CANDAU, 2011) na qual articulam suas identidades.

Conforme Candau (2005), os *sócio-transmissores* contribuem para a formação de uma “cadeia causal cognitiva” no seio de um determinado grupo, região, nação, etc, que pode se disseminar (CANDAU, 2005, p.209) como um discurso coletivo *metamemorial* sobre o qual as pessoas passam a ter uma noção “unitária” enquanto grupo. No caso de nosso objeto de estudo, a noção *metamemorial* pode estar compreendida nos vários *sócio-transmissores* que passam a articular a “unidade simbólica do grupo”. Estes recursos *mnemônicos* podem ser exemplificados através de:

Iconografia: conteúdo imagético disposto em capas de discos, camisetas, *posters*, etc;

Periódicos: revistas especializadas que contêm conteúdos variados como histórias de bandas e músicos, entrevistas com músicos e produtores, transcrições de músicas de bandas, exemplos e exercícios musicais que apresentam padrões musicais característicos a serem tocados na guitarra, baixo, bateria, teclado, etc;

Videoclíps: criações audiovisuais que contêm conteúdos estéticos sonoros e imagéticos;

LPs e CDs: como suportes (físicos) de memória que transmitem conteúdos estético-sonoros e imagéticos (dispostos nas capas e contracapas), etc.

Estes recursos, portanto, facilitam a transmissão de conteúdos sonoros, imagéticos e materiais que permeiam a cultura do *rock*, levando à compreensão dos símbolos e seus valores socioculturais. Daí a importância de analisar e compreender como os cartazes de divulgação de festivais se caracterizam como documentos materiais que apresentam conteúdos imagéticos que comunicam não somente informações objetivas como data, local, nomes de bandas que se apresentarão, mas também elementos simbólicos que compõem o imaginário do *rock*.

Análises de algumas amostras

Primeiramente, serão analisados os aspectos de diagramação: elemento idiossincrático de um cartaz divulgativo. Essas análises estarão fundamentadas

em:

Cezar (2009): por apresentar princípios metodológicos básicos envolvidos nos processos de composição de campanhas publicitárias através de cartazes, *outdoors*, etc;

Passos e Azevedo (2010), na medida em que apresentam um exemplo prático acerca da análise de um cartaz de divulgação de um evento, discutindo sobre os elementos constituintes e representações denotativas que algumas imagens trazem a tona.

Do ponto de vista semiológico, a análise estará apoiada em Penn (2002).¹⁰ Dessa forma, serão observados elementos indexicais que remetem à compreensão de aspectos simbólicos (ou não) convencionados culturalmente (PENN, 2002, p.322-323) e que remetem a sistemas de significação (PENN, 2002, p.324) em torno do *rock*. Pretende-se, dessa forma, analisar os níveis denotativo e conotativo em uma pequena amostra dos cartazes levantados junto a colaboradores.¹¹

Conforme Cezar (2009), a diagramação se caracteriza como uma estrutura visual que reflete uma lógica organizacional. Ou seja, nada mais é do que a distribuição dos elementos textuais e gráficos em uma lógica espacial (CEZAR, 2009, p.95), podendo apresentar dois tipos de organização básica:

Diagramação *simétrica*: é quando o cartaz (ou objeto publicitário) apresenta “alinhamentos e simetria na disposição dos elementos” (CEZAR, 2009, p.95);

Diagramação *assimétrica*: é quando o cartaz (ou objeto publicitário) apresenta “elementos de maneira nada convencional”, de maneira desalinhada (CEZAR, 2009, p.96).

¹⁰ A qual fundamenta todo o itinerário explicativo acerca da análise semiológica na obra de Roland Barthes.

¹¹ Agradeço a Julião de Britto pela disposição em me receber e pelo o acesso a seu acervo particular de cartazes, *flyers*, ingressos, fotos e etc, de festivais, *shows*.



Figura 2: Exemplos de diagramação simétrica e assimétrica (CEZAR, 2009, p.96).

A análise das amostras aponta para uma diagramação que no geral apresenta uma lógica simétrica na disposição dos elementos informativos. Observa-se que nas figuras 3, 4, 5 e 6 a espacialização do texto informativo apresenta uma disposição centralizada. Na maioria dos casos, tanto texto como imagens ocupam, de forma uniforme, quase todo o espaço dos cartazes:



Figura 3: Cartaz do 1º Festival Insãno de Música Alternativa



Figura 4: Cartaz do III Hell Underground Festival



Figura 5: Cartaz do *Sub-Noise Rock*



Figura 6: Cartaz 7º *Noise Rock*

No geral, as informações seguem uma lógica vinculada à divulgação de eventos (*shows*, festivais, etc), o que faz pensar na funcionalidade do objeto: atingir de forma mais direta possível o objetivo comunicativo. Por serem cartazes de divulgação de festivais, as principais informações são:

- Nome do festival: geralmente no espaço superior;
- Nome das bandas: logo abaixo do nome do festival, apresentando pequenas variações em suas diagramações específicas;
- Data de realização (dia e horário) e local do evento;
- Demais informações (valores de ingressos, apoios, patrocínios, etc), geralmente ocupando o espaço inferior.

Um dado interessante que surge em alguns cartazes de festivais: “assinatura” de quem o produziu e espécies de “agências de publicidade” que nos levam a crer que faziam parte da cena local. Essas informações são importantes na medida em que ajudarão a compreender futuramente “instituições”¹² e

¹² As aspas aqui não foram colocadas com sentido pejorativo ou depreciativo, mas como forma de evidenciar uma perspectiva de dimensionamento dessas instituições a partir de seus próprios contornos semânticos. Estes contornos obviamente serão alcançados na medida em que o trabalho de campo for sendo realizado.

atores que participaram não somente através da atividade de tocar em bandas, atuação como receptor (público), mas também como agentes ligados à organização de festivais (ver figuras 5 e 6: canto inferior direito). Este aspecto denota tipos de atores-elementos outros para a compreensão da cena enquanto uma rede de cooperação (BECKER, 1974).

Conforme Penn (2002), o processo de análise semiológica da imagem tem como fim explicitar os conhecimentos culturais necessários que constituem o nível conotativo da imagem (PENN, 2002, p.325). Alguns dos fatores que estão implicados neste trabalho de análise estão relacionados com o caráter mais ou menos restritivo de cada tipo de material-objeto: "alguns materiais são mais passíveis de análise semiótica do que outros" (PENN, 2002, p.325). Dessa forma, "deve-se ter em mente que existem algumas dificuldades na aplicação das técnicas semiológicas" (PENN, 2002, p.325). Na medida em que as análises que aqui estão sendo apresentadas encontram-se em fase inicial, bem como pela falta de referenciais que dêem conta da especificidade da fonte documental cartaz, apresenta-se um primeiro nível de dificuldade na empreitada. Além disso, uma breve análise das imagens digitalizadas dos cartazes levantados até o momento faz pensar a respeito das condições sócio-econômicas de investimento da *comunidade rock* pelotense dos anos 1990 para a produção desse tipo de material de divulgação.

A grande maioria destes cartazes está em preto-e-branco. Acredita-se¹³ que estes cartazes coletados são *xerox* de matrizes talvez coloridas. Sendo, à época (anos 90), a reprodução de cópias coloridas e em alta resolução possibilitadas somente através de um investimento financeiro considerável, pode-se imaginar o porquê dos cartazes apresentarem cores quase que exclusivamente pautadas no preto-e-branco (com suas gradações), bem como imagens que ficam obscurecidas à percepção visual, na medida em que apresentam baixa resolução.

Mesmo com as dificuldades, é possível empreender uma análise inicial do material coletado. No *inventário denotativo* (PENN, 2002, p.326), foram identificados e listados os elementos que foram considerados como os mais significativos para esse tipo de documento. Conforme Penn (2002), neste estágio, em que se busca compreender o "sentido literal do material", "tudo o que é necessário é um conhecimento da linguagem apropriada e o que Barthes chama de conhecimento básico 'antropológico'" (PENN, 2002, p.326). Pautada na análise de

¹³ Uma vez que para maiores informação a respeito da confecção destes cartazes, acredita-se que seria necessária a realização de entrevistas com pessoas que estiveram envolvidas com essa parte dentro da rede cooperativa dessa comunidade.

Penn (2002) acerca de um cartaz publicitário de uma marca de perfume, a dimensão denotativa foi analisada através do nível lingüístico dos nomes dos festivais de *rock* e da descrição do perfil das imagens daqueles cartazes que apresentam a possibilidade de uma visualização clara.

O inventário acerca dos títulos dos festivais mostra a recorrência de termos como *noise* (ruído; barulho), *hell* (inferno) e *underground* (subterrâneo; clandestino). Nota-se que todas as palavras têm origem na língua inglesa. No que tange as imagens, destacamos aqui três: festivais *VI Noise Rock* (figura 7: abaixo), *1º Festival Insaño de Música Alternativa* (ver figura 3) e *Hell Underground Festival VI* (figura 8: abaixo):



Figura 7: Cartaz do VI Noise Rock



Figura 8: Cartaz do Hell Underground Festival 6

No cartaz do *VI Noise Rock* (figura 7) observa-se a imagem de uma caveira disposta em perfil e que possui formas pontiagudas surgidas ou encravadas em seu crânio. Os traços expressivos de seu rosto sugerem a representação de um sentimento de ferocidade, de fúria. Além disso, as formas de seus dentes denotam, junto ao conjunto de outros traços, a composição de um ser fantástico, quimérico, maléfico e de conformação híbrida. Nota-se que as formas pontiagudas que “saem” ou “crescem” de seu crânio sugerem um ícone lexical que atua como índice da cultura imagético-corporal (corte de cabelo) *punk*.

O cartaz do *1º Festival Insãno de Música Alternativa* (figura 3) apresenta o rosto de um homem que aparenta ter uns 40 anos de idade. Disposto em semi-perfil, sugere a representação de um sentimento de fúria, ou, até mesmo, relacionado ao título do festival, insanidade. Do ponto de vista do processo empreendido para sua confecção, especula-se que seja uma fotografia tirada ou fotografia extraída de alguma revista, jornal, dentre outras fontes, que passou por um processo de serigrafia.¹⁴

Por último, a imagem que compõe o cartaz do *Hell Underground Festival 6* (figura 8) apresenta dois esqueletos dispostos de maneira “espelhada” e vestidos com uma espécie de túnica com capuz. A imagem remete a um imaginário sombrio e misterioso.

No terceiro estágio de análise, as compreensões dos significados e dos imaginários envolvidos passam a ser aprofundados. Ou seja, entra-se na análise do nível conotativo. Conforme as perguntas-base de Penn (2002, p.328):

O que tais elementos conotam (“Que associações vêm à mente?”)?

“Como os elementos se relacionam uns com os outros?”

Quais conhecimentos culturais são necessários para se ler o material?

No que tange ao conhecimento das conotações culturais implicadas no significado dos códigos linguísticos, é importante ter em mente que termos como *noise*, *hell* e *underground* compõem parte do imaginário sócio-cultural sob o qual os sujeitos articulam suas identidades. O termo *noise*, cujo significado direto está ligado à idéia de barulho, ruído, gritaria, dentre outros similares, possui correlações com a sonoridade característica do *rock*. Em linhas muito gerais, pode-se dizer que suas principais características sonoras são: o som amplificado em grandes dimensões acústicas, os padrões rítmicos baseados em batidas fortes (MIDDLETON, 2001), a proeminência da guitarra distorcida como matéria sonora essencial, o vocal gritado-cantado, dentre outras características.¹⁵ Estes elementos funcionam, tanto para os adeptos ao *rock* como àqueles que não gostam do gênero, como referentes (ou índices) sonoros que possuem um sentido ligado à percepção de ruído, barulho, distorção. Aos ouvidos enculturados, o conjunto destes elementos soa de forma “consonante”; àqueles não-enculturados e que não gostam do *rock*, soa como “dissonância”. Ou seja, tal

¹⁴ Conforme informações verbais obtidas de Luciano Lemons (conhecido como *Saninho Sunshine-man Billy*).

¹⁵ Há que se ter em mente a polissemia cultural e sonora do *rock*, uma vez que tem produzido uma série de sub-gêneros, tais como *progressive rock*, *punk rock*, *acid rock*, *heavy metal*, *country rock*, *glitter rock*, *new wave*, *alternative rock* (MUSIC CENTRAL apud SHUKER, 2005, p.234).

conjunto compõe o que se pode chamar de simbologia sonora do *rock*, elementos que participam da formação de fronteiras estético-culturais.

O termo *underground*, que significa subterrâneo, clandestino, sugere uma perspectiva sócio-cultural dos atores do meio no sentido de se posicionarem frente à sociedade, quase sempre em um sentimento de oposição ao que comumente é entendido como *mainstream*. Conforme Feitosa (2003), as culturas *underground*, muito vinculadas, além de outras, às cenas musicais *heavy-metal*, *rock* alternativo, por exemplo, configuram-se como discursos sobre e sob os quais os atores posicionam-se entre si e perante os outros, demarcando, dessa forma, territórios na sociedade e na cultura (FEITOSA, 2003, p.7). O sentimento *underground* se concretiza na medida em que os atores envolvidos vêem as práticas musicais próprias do meio como produtos “autênticos”, posicionando-os de forma oposta ao que concebem como cultura de massa: “*undergrounds* se definem mais claramente pelo que eles não são – isto é, ‘*mainstream*’” (THORNTON apud FEITOSA, 2003, p.8). Conforme Ribeiro (2007), um exemplo desse tipo de processo relacionado às cenas *metal* e suas relações de alteridade frente outras manifestações culturais está encontra-se na seguinte síntese:

Aplicado às artes, *Mainstream*, ou *establishment*, seria aquele ‘grupo de indivíduos com poder e influência em determinada organização ou campo de atividade’ (Houaiss 2001), geralmente associado às grandes redes midiáticas e corporações. Assim entendido, ‘*underground*’ será aquele ‘movimento ou grupo que atua fora do *establishment*, refletindo pontos de vista heterodoxos, vanguardísticos ou radicais’ (HOUAISS apud RIBEIRO, 2007, p.51).

Dessa forma, em linhas muito gerais, o termo *underground*, que compõe o nome de festivais da *comunidade rock* pelotense da década de 1990, confere, no mínimo, essa relação entre territórios que se dá no âmbito sócio-cultural.

No que diz respeito às imagens, é interessante notar que os festivais *VI Noise Rock* (figura 7) e *Hell Underground Festival VI* (figura 8) correspondem a sub-gêneros ligados à fragmentação do *Metal*. Em ambos cartazes, a imagem de caveiras (que possuem seus crânios) e um crânio com formas pontiagudas, possui forte ligação com a simbologia do *Metal*. Conforme Janotti (1994), os crânios são elementos que simbolizam a transcendência de “valores presentes na cultura ocidental”, fundando o “imaginário tribal”. A conformação de um sentimento subversivo, representado pelas imagens do crânio e esqueleto, por exemplo, representa um significado que vai além da relação direta com a representação do mal. Nestes elementos (assim como outros) tem-se na representação da morte-

mistério a constituição de um “local privilegiado do espaço dos sonhos, simbólico por excelência” (JANOTTI, 1994, p.95-96):

Tomemos como exemplo o crânio da capa do Lp *Overkill* do grupo inglês *Motorhead*. Esse símbolo carrega consigo a dicotomia entre natureza (animalidade)/cultura (razão), como uma energia psíquica fundada na tensão entre morte/vida. A caveira de metal do *Motorhead* é a sintetização de elementos presentes nessa dicotomia: os ossos (natureza) e o metal (cultura). Desse modo a separação radical homem/natureza funda uma exigência de mimese, procurando a restauração utópica através da substantiação dos instintos em cultura. O centro é esfacelado em vários fragmentos, como a potência evocada pela idéia do holocausto (*Overkill*), ‘esquizofrenia metálica’. O crânio é acompanhado de sangue, elemento que carrega a dialética entre a carne (orgiástico) e a morte-prazer e carnificina. Escondido o sangue é vida, espalhado é morte (JANOTTI, 1994, p.96).

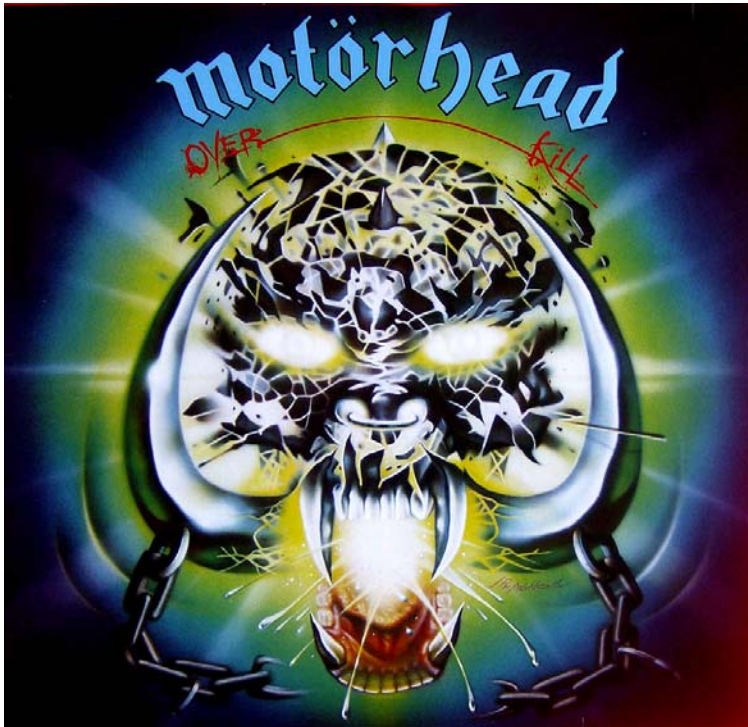


Figura 9: Capa do LP *Over Kill* da banda *Motorhead*.

Considerações finais

Como se pode ver, termos como *hell*, *underground*, *noise*, além das imagens de caveiras, crânios, dentre outras, se constituem como signos que compõem, respectivamente, conjuntos de significados linguísticos e imagéticos vinculados ao imaginário geral do *rock*. Mais especificamente, há que se considerar a forte relação que o termo *hell*, e as imagens de crânios e caveiras têm com o espaço simbólico de cenas *Metal* (ver JANOTTI, 1994). Se pensarmos que os meios de comunicação de massa (programas e canais de televisão, revistas especializadas, fitas VHS, vinis, CD's, fitas K-7, etc) se constituem como redes mnemônicas através das quais os membros se mantêm "em sintonia com as novidades" do *Metal*, bem como são lembrados acerca dos símbolos sobre os quais articulam suas identidades (JANOTTI, 1994, p.98-99), há que se considerar a perspectiva de uma relação entre o nível local (Pelotas-RS) com o global. Dessa forma, pode-se dizer que os elementos simbólicos são espalhados pelo mundo, mesmo quando apresentando certas especificidades locais.

No nível local, não há como se impressionar com o fato de que linguagem e imagens comuns à cultura do *rock* e suas variações em sub-gêneros estejam dispostas e impressas em cartazes de festivais locais. Assim como vídeo-clips, filmes, CDs, vinis, capas de discos, camisetas com estampas características, dentre outros recursos, os cartazes também comunicam algo. Além do conteúdo informativo referente à data, local, bandas, apoiadores, dentre outras informações (informações estas que já denotam práticas sócio-culturais específicas ao grupo), os cartazes se caracterizam por um processo comunicativo que não se circunscreve somente a um nível mais direto, mas também refletem uma série de valores sobre e sob os quais se conforma a simbologia que dá sustentação ao(s) imaginário(s) do *rock*. Em síntese: do ponto de vista da abordagem dos cartazes como materiais constituídos por culturas específicas e como fontes documentais para pesquisas, pode-se pensar estes objetos como *sócio-transmissores* (CANDAUI, 2005).

Referências

- ANDRADE, Glauco Guimarães de. **Análise da Linguagem Visual Publicitária em Cartazes de Cerveja: Uma Possível Relação entre Sexualidade e Bebidas Alcoólicas**. 2005. 43f. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA, Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília.
- BECKER, H. Art as a collective action. **American Sociological Review**. V.39, p.767-776. 1974.
- CANDAU, Joël. **Antropologia da Memória**. Lisboa: Instituto Piaget, 2005
- _____. **Memória e identidade**. Trad. Maria Leticia Ferreira. São Paulo: Contexto, 2011.
- CERQUEIRA, Fábio Vergara; MICHELON, Francisca Ferreira; NOGUEIRA, Isabel Porto; GOLDBERG, Luiz Guilherme Duro; FERREIRA, Maria Letícia Mazzuchi. O Centro de Documentação Musical da UFPel no horizonte da multidisciplinaridade: articulações entre musicologia histórica, gestão patrimonial e memória institucional. **História [online]**. 2008, vol.27, n.2, pp. 111-143.
- CEZAR, Newton. **Os primeiros segredos da direção de arte**. Brasília: SENAC-DF, 2009.
- FEITOSA, Ricardo Augusto de Sabóia. Jovens em transe: grupos urbanos juvenis da contemporaneidade, conceitos e o underground. **Anais do XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação – INTERCOM**. 2003. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/39188819129030363244152360060596242137.pdf>>.
- JANNOTI, Jeder. **Heavy Metal: o universo tribal e o espaço dos sonhos**. 1994. 115f. Dissertação (Mestrado em Multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- JAQUES, T. de A. *Comunidade Rock: visões de mundo e categorias musicais*. **Música e Cultura**. n.5, p.1-11. 2010. Disponível em: <<http://www.musicaecultura.ufsc.br/artigos-05/MeC05-Jacques-Rock.pdf>>.
- MAFESOLI, M. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
- MIDDLETON, Richard. Rock. In: **New Grove Dictionary of Music and Musicians**. New York: Oxford Press, Inc. 2001.

- PASSOS, Samara Silveira dos; AZEVEDO, Luiza Elayne. Uma análise do cartaz do XIV Enapet. **Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom**. p.1-12. 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1565-1.pdf>>.
- PENN, Gemma. Análise semiótica de imagens paradas. In.: JOVJELOVITCH, Sandra; BAUER, Martin. Entrevista narrativa. In BAUER, Martin W.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- RIBEIRO, H. L. **Dinâmica das identidades: análise estilística e contextual de três bandas de Metal da cena rock underground de Aracaju**. 2007. 349f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Música, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.
- SHUKER, Roy. **Popular Music: the Key concepts**. 2ed. Routledge: New York, 2005.