



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
RAFAEL HOFFMANN MAURILIO

MÚSICA COLORIDA:
UMA VIAGEM CULTURAL E ESTÉTICA PELO MOVIMENTO PSICODÉLICO DE
SÃO FRANCISCO E SEUS REFLEXOS NA LINGUAGEM GRÁFICA DOS
PÔSTERES DE SHOWS ENTRE 1965 E 1969

Tubarão
2014

RAFAEL HOFFMANN MAURILIO

**MÚSICA COLORIDA:
UMA VIAGEM CULTURAL E ESTÉTICA PELO MOVIMENTO PSICODÉLICO DE
SÃO FRANCISCO E SEUS REFLEXOS NA LINGUAGEM GRÁFICA DOS
PÔSTERES DE SHOWS ENTRE 1965 E 1969**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem.

Orientadora: Profa. Dra. Heloisa Juncklaus Preis Moraes.

Tubarão

2014

Hoffmann, Rafael , 1983-
H41 Música colorida: uma viagem cultural e estética pelo movimento psicodélico de São Francisco e seus reflexos na linguagem gráfica dos pôsteres de shows entre 1965 e 1969 / Rafael Hoffmann; -- 2014.
184 f. il. color. ; 30 cm

Orientadora : Heloisa Juncklaus Preis Moraes. Dissertação (mestrado)–Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2014.
Inclui bibliografias.

1. Arte - Linguagem. 2. Artes gráficas. 3. Cultura. 4. Movimento da juventude. I. Moraes, Heloisa Juncklaus Preis. II. Universidade do Sul de Santa Catarina - Mestrado em Ciências da Linguagem. III. Título.

CDD (21. ed.) 701.4

RAFAEL HOFFMANN MAURILIO

**MÚSICA COLORIDA:
UMA VIAGEM CULTURAL E ESTÉTICA PELO MOVIMENTO PSICODÉLICO DE
SÃO FRANCISCO E SEUS REFLEXOS NA LINGUAGEM GRÁFICA DOS
PÔSTERES DE SHOWS ENTRE 1965 E 1969**

Esta Dissertação foi julgada adequada à obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem e aprovada em sua forma final pelo Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina.

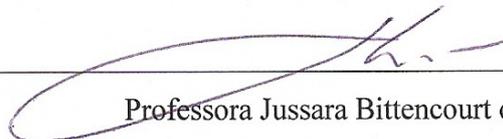
Tubarão, 11 de dezembro de 2014.



Professora e orientadora Heloisa Juncklaus Preis Moraes, Doutora
Universidade do Sul de Santa Catarina



Professor André Fábio Villas-Boas, Doutor
Universidade Federal do Rio de Janeiro



Professora Jussara Bittencourt de Sá, Doutora
Universidade do Sul de Santa Catarina

Em memória de meu avô, Alfredo Hoffmann,
exemplo de trabalho e dedicação e que sempre
soube a importância da educação.

AGRADECIMENTOS

A minha família pelo apoio e compreensão nos períodos de impaciência, tensão ou ausência física ou emocional.

A minha orientadora, professora Heloisa Juncklaus Preis Moraes por suas observações pontuais e precisas que me guiara e tranquilizaram.

Aos professores Jussara Bittencourt de Sá e André Villas-Boas pela disponibilidade de avaliar essa dissertação e pelas suas sugestões.

Aos colegas da Faculdade SATC, pelo apoio, incentivo e sugestões.

A Rodrigo Meheb, que começou como apenas mais uma referência bibliográfica, mas se tornou um consultor e conselheiro.

A todos os professores e colegas do programa de pós-graduação em Ciências da Linguagem da Unisul que de alguma forma ajudaram durante o percurso.



“Talvez seja mais fácil perceber o que desejam os jovens prestando atenção a cartazes, botões de lapela, trajes e danças – e sobretudo à música pop, que hoje une todo o grupo etário dos treze aos trinta anos. É provável que Timothy Leary esteja certo ao identificar os grupos pop e de rock com os verdadeiros ‘profetas’ da nova geração” (Theodore Roszak em “A Contracultura”, 1969).

Na página anterior: sala de espera da *Free Clinic*, em Haight-Ashbury.

RESUMO

Este trabalho toma a cultura jovem dos anos 60 – mais especificamente o movimento psicodélico em São Francisco – como objeto de estudo pelo fato de ser uma das primeiras manifestações jovens com características distintas na música e no comportamento e pelo fato de ser consolidada através de manifestações em diferentes campos, como o das artes gráficas. Ao analisar e compreender a formação do movimento mostrou-se como se deu o desenvolvimento da linguagem gráfica que seria característica desse grupo através de uma pesquisa exploratória bibliográfica com o cruzamento de autores e teorias para, além de entender a origem do movimento, estabelecer as suas influências na música e, principalmente, no design gráfico, identificando as principais características estilísticas (cores, formas, tipografia, etc.) da produção gráfica do período. Em um segundo momento é apresentada uma análise de pôsteres de shows produzidos em São Francisco entre 1965 e 1969, o auge do movimento, e criados pelos principais artistas da região – Wes Wilson, Stanley Mouse e Alton Kelley, Rick Griffin e Victor Moscoso. Por fim, ao identificar e analisar essas características estilísticas pôde-se compreender como elas passaram a ser uma extensão visual da experiência estética e ideológica e da identidade cultural do movimento. Dessa forma, os pôsteres passaram a exprimir o que às vezes a canção não conseguia, servindo de apoio para narrar o contexto social e cultural no qual estava inserido, e acabaram tornando-se um contragolpe, provavelmente inconsciente, ao formalismo e rigidez do estilo de design que era referência na época. Esse resultado mostra que a análise da arte gráfica pode ser uma forma de conhecer melhor a cultura daqueles que a produziram, pois ela reflete e reage ao meio social e cultural em que está inserida.

Palavras-chave: Movimento psicodélico, design gráfico, cultura.

ABSTRACT

This work takes the youth culture of the 60s - specifically the psychedelic movement in San Francisco - as an object of study because this was one of the first youth demonstrations with distinct characteristics in music and behavior, besides being consolidated through demonstrations on different fields such as graphic arts. Analyzing and understanding the formation of the movement intend to show how was the development of graphic language that would be characteristic of this group. To reach this goal, a bibliographical exploratory research is presented with the intersection of authors and theories in seeking to understand the origin of the psychedelic movement, establish their influences in music and graphic design and identify key stylistic features (colors, shapes, typography, etc.) of the graphic production of the period. In a second step is presented an analysis of posters of shows produced in San Francisco between 1965 and 1969, the heyday of the movement, and created by leading artists of the region - Wes Wilson, Stanley Mouse and Alton Kelley, Rick Griffin and Victor Moscoso. Finally, identifying and analyzing these stylistic features, was possible to understand how they become a visual extension of the ideological and aesthetic of psychedelic experience and also an element of cultural identity of the movement. Thus, the posters help to express what sometimes the song couldn't, serving as support to narrate the social and cultural context in which was inserted, and becoming a backlash, probably unconscious, to the formalism and rigidity of the design style that which was reference at the time. This result shows that the analysis of the graphic art can be a way to better understand the culture that produced it, since it reflects and responds to the social and cultural environment in which it operates.

Keywords: Psychedelic movement, graphic design, culture.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Libertando-se das Carências, Norman Rockwell, 1943.	21
Figura 2 - Protesto dos membros do <i>Hollywood Tene</i> suas famílias, 1950.....	23
Figura 3 - Capa de edição 66 da revista <i>Mad</i> , 1961.	26
Figura 4 - Capa da primeira edição da revista <i>Playboy</i> , 1953.....	27
Figura 5 - Pôster do filme Rebelde sem Causa (<i>Rebel Without a Cause</i>), 1950.	28
Figura 6 - Da esquerda para a direita: Rob Donlon, Neal Cassady, Allen Ginsberg, Robert La Vigne e Lawrence Ferlinghetti, em frente à livraria <i>City Lights Books</i> , São Francisco, 1955.	32
Figura 7 - Dr. Albert Hofmann e as fórmulas químicas do LSD e da psilocibina.	38
Figura 8 - Embalagem comercial do <i>Delysid</i> de 1947.....	39
Figura 9 - Leary e Alpert enquanto professores de Harvard.	41
Figura 10 - Mansão dos Hitchcock, sede da <i>Castalia Foundation</i> , em Millbrook.....	44
Figura 11 - Leary em Millbrook.....	45
Figura 12 - Wavy Gravy, membro dos Pranksters.	47
Figura 13 - O ônibus psicodélico.....	48
Figura 14 - Ken Kesey.....	49
Figura 15 - Casarões vitorianos de Haight-Ashbury.	51
Figura 16 - Free Speech Movement, Berkeley, 1964.....	52
Figura 17 - Capa da revista <i>Ramparts</i> , Dugald Stermer, 1967.....	53
Figura 18 - Membro dos <i>Diggers</i> distribuindo sanduíches.	59
Figura 19 - Rua Haight, 710: Quartel general e casa comunitária da banda Grateful Dead. ...	61
Figura 20 - Capa do disco “ <i>Let's Go Dancing To Rock and roll</i> ” de <i>Hen Gates And His Gaters</i> , 1957.	64
Figura 21 - Bob Dylan no palco do Festival de Newport, 1965.....	66
Figura 22 - <i>Red Dog Saloon</i> , Nevada.....	68
Figura 23 - The Charlatans.....	69
Figura 24 - O show de luzes de Bill Ham.	70
Figura 25 - Cartaz do show “A Tribute to Dr. Strange” (esq.) e capa da revista em quadrinhos do Dr. Estranho.....	71
Figura 26 - Panfleto e pôster dos <i>Appeal</i> I e II, 1965.....	72
Figura 27 - Os <i>Warlocks</i> durante show em 1965.....	73
Figura 28 - Panfleto desenhado à mão para divulgação do primeiro Acid Test.....	74
Figura 29 – Pôster do <i>Acid Test</i> de Muir Beach em dezembro de 1965, Norman Hartweg.....	75

Figura 30 - Pôster do primeiro show de Chet Helms e a <i>Family Dog</i> no <i>Fillmore Auditorium</i> , Wes Wilson, 1966. A versão à direita foi colorida à mão.	76
Figura 31 - Bill Graham e Chet Helms.	77
Figura 32 - <i>Trips Festival</i> , janeiro de 1966.	79
Figura 33 - Primeiro selo da Bauhaus (esq.), 1919, e selo utilizado a partir de 1922 (dir.)	86
Figura 34 – Pôsteres incentivando o turismo na Suíça de Herbert Matter mostram a influência do design propagado pela Bauhaus, 1934.	87
Figura 35 - Pôster do partido nacional-socialista, 1932.	88
Figura 36 - Cartaz de exposição sobre arquitetura norte-americana, Max Bill, 1945.	90
Figura 37 - Anúncio da American Airlines, 1946.	92
Figura 38 - Capa e páginas de <i>Elementare Typographie</i> , Jan Tschichold, 1925.	93
Figura 39 - Capa da revista <i>Direction</i> , Paul Rand, 1940.	94
Figura 40 - Manual de identidade visual da Lufthansa, Otl Aicher em colaboração com Tomás Gonda, Fritz Querengässer e Nick Roericht, 1962.	95
Figura 41 - O que será que torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?, Richard Hamilton, 1956.	99
Figura 42 - Whaam, Roy Lichtenstein, 1963.	100
Figura 43 - Marilyn, Andy Warhol, 1967.	100
Figura 44 - Capa do disco “ <i>The Sound of Harlem</i> ”, Milton Glaser, 1964.	101
Figura 45 - <i>The Elvis Presley Show</i> , Hatch Show Print, 1956.	103
Figura 46 - <i>The Seed</i> , George Hunter e Michael Ferguson, 1965.	104
Figura 47 - BG-1, Peter Bailey, 1966.	105
Figura 48 - Capa do livro <i>L’Or</i> de Blaise Cendrars, 1954.	106
Figura 49 - Capa da sexta edição do <i>Oracle</i> , Rick Griffin, 1967.	107
Figura 50 - BG-131, Lee Conklin, 1968.	108
Figura 51 - Pôster dos papéis de cigarro Jobs, Alfons Mucha, 1898 (esq.) e pôster “ <i>Girl With Green Hair</i> ”, Stanley Mouse e Alton Kelley, 1966 (dir.).	110
Figura 52 - Ilustração de Aubrey Beardsley para a peça <i>Salomé</i> , de Oscar Wilde, 1892.	111
Figura 53 - Pôster para o cabaré parisiense <i>Folies-Bergère</i> , Jules Cheret, 1892.	111
Figura 54 - Pôster para a sexta mostra da Secessão Vienense, Alfred Roller, 1902.	112
Figura 55 - Plains of Quicksilver (FD-53), Victor Moscoso, 1967.	113
Figura 56 – Convite para exposição coletiva dos “ <i>Big Five</i> ”. Na foto: Kelley, Moscoso, Griffin, Wilson e Mouse, 1967.	114
Figura 57 - Panfleto do <i>Trips Festival</i> , Wes Wilson, 1966.	115

Figura 58 - BG-2 e FD-2, Wes Wilson, 1966.....	116
Figura 59 - BG-47 e BG-18 (<i>Red Flames</i>), Wes Wilson.....	117
Figura 60 - BG-16 (<i>Mindbenders</i>) e BG-38, Wes Wilson.	118
Figura 61 - Foto da atriz Gloria Swanson (<i>Vanity Fair</i> , 1924) no pôster FD-30.....	119
Figura 62 – <i>Earthquake</i> (FD- 21) e <i>Ship</i> (FD-41), Mouse e Kelley, 1966.....	120
Figura 63 - <i>The New Improved Psychedelic Shop and Jook Savage Art Show</i> , Rick Griffin, 1966.....	121
Figura 64 - <i>Heart and Touch</i> (BG-136) e BG-140, Rick Griffin, 1968.	122
Figura 65 - <i>Butterfly Lady</i> (FD-61) e <i>Dancing Lady</i> (FD-42), Victor Moscoso.....	123
Figura 66 – <i>Sphinx Dance</i> (FD-47) e <i>Neptune's Notion</i> (FD-49), Victor Moscoso.....	123
Figura 67- Sala de espera da <i>Free Clinic</i> decorada com pôsteres, 1966.....	124
Figura 68 - Diagrama do processo de análise.....	131
Figura 69 - <i>The Sound</i> (BG-29), Wes Wilson, 1966.	133
Figura 70 - Mulher dança em <i>Woodstock</i> , 1969.....	135
Figura 71 - <i>Skull and Roses</i> (FD-26), Mouse & Kelly, 1966.....	136
Figura 72 - Cartão do “ <i>Mouse! Monsters Club</i> ”, ilustrado por Stanley Mouse.....	137
Figura 73 - Reprodução da ilustração e do poema do livro <i>Rubaiyat</i> , de Omar Khayyam.	138
Figura 74 - <i>Flying Eyeball</i> (BG-105), Rick Griffin, 1968.....	140
Figura 75 - Pintura com o logotipo de Von Dutch.	141
Figura 76 - Rick Griffin no início dos anos 1960 e fotografado por Bob Seidemann em 1976.	142
Figura 77 - <i>Pieta</i> , Bob Seindemann, 1967.....	143
Figura 78 - <i>Vanitas</i> , Philippe de Champaigne, 1671. A representação da vida, morte e tempo.	144
Figura 79 - Ilustração de Rick Griffin para <i>Zap Comix #2</i>	145
Figura 80 - <i>Neon Rose #2</i> (NR-2), Victor Moscoso, 1967.....	147
Figura 81 - Série de cartões postais eróticos #1758, P. C. Paris.	148
Figura 82 - Claudette Colbert e Elizabeth Taylor interpretando Cleópatra.....	149
Figura 83 - Os contrastes cromáticos em <i>Neon Rose #2</i>	150
Figura 84 - Uma visão do <i>rock and roll</i> pelo designer funcionalista Bradbury Thompson, 1958.....	158
Figura 85 - Pôsteres do <i>Human Be-in</i> , Michael Bowen, Stanley Mouse e Alton Kelley (esq.) e Rick Griffin (dir.), 1967.	164
Figura 86 - <i>Human Be-In</i> , 14 de janeiro de 1967.....	165

Figura 87 - Procissão “A Morte do <i>Hippie</i> ”, 6 de outubro de 1967.....	167
Figura 88 - Pôster do <i>Woodstock Music & Art Fair</i> , Arnold Skolnick, 1969.	169
Figura 89 - Pôster “ <i>The Different Drummer</i> ” e capa da revista <i>Time</i> com Peter Max.....	173
Figura 90 - Pôster colaborativo dos “ <i>Big Five</i> ” para um show beneficente do A.R.T., 1986.	174
Figura 91 - <i>Psychedelitype</i> , catálogo da <i>Photolettering Inc.</i> de tipos psicodélicos, 1969.....	175
Figura 92 - Capa da revista <i>Ms.</i> , Bea Feitler, 1972.	176

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	15
2	CONTEXTO HISTÓRICO (1950-1960)	20
3	<i>THE TIMES THEY ARE A-CHANGIN'</i>	25
3.1	OS <i>HIPSTERS</i> , A SEMENTE DA CONTRACULTURA	30
3.2	REBELIÃO BOÊMIA	31
3.3	ABREM-SE AS PORTAS DA PERCEPÇÃO	35
3.4	TIMOTHY LEARY, O PAPA LISÉRGICO	39
3.5	KEN KESEY E A GUERRILHA PSICODÉLICA	46
4	O MOVIMENTO PSICODÉLICO.....	51
4.1	CALIFORNIA DREAMIN'	51
4.2	O FLORESCIMENTO DE <i>HAIGHT-ASHBURY</i>	54
4.2.1	Os princípios <i>hippies</i>	55
4.3	A TRIBO PSICODÉLICA.....	59
5	O SOM DE SÃO FRANCISCO.....	64
5.1	DO <i>ROCK AND ROLL</i> AO <i>FOLKROCK</i>	64
5.2	A VIAGEM COMEÇA.....	68
5.3	CAN YOU PASS THE ACID TEST?	73
5.4	<i>ACID ROCK</i> , O VETOR DE AGREGAÇÃO	76
6	DESIGN GRÁFICO, CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA	84
6.1	O DESIGN GRÁFICO FUNCIONALISTA	84
6.1.1	O estilo internacional	89
6.1.2	Design gráfico norte-americano e a Escola de Nova York	92
6.2	RAÍZES DE UM DESIGN PÓS-MODERNO	97
6.2.1	A arte pop e o Push Pin Studio	97
7	A ARTE GRÁFICA PSICODÉLICA.....	103
7.1	PLANTANDO A SEMENTE	104
7.2	CARACTERÍSTICAS GRÁFICAS GERAIS	108
7.2.1	<i>Art nouveau</i>	109
7.2.2	Tipografia.....	112
7.2.3	Cores.....	113
7.3	THE BIG FIVE	114
7.3.1	Wes Wilson.....	115

7.3.2	Mouse e Kelley.....	119
7.3.3	Rick Griffin.....	120
7.3.4	Victor Moscoso	122
8	A ANÁLISE DA IMAGEM	125
8.1.1	A semiótica de Peirce	126
8.1.2	Barthes e a retórica da imagem	128
8.1.3	A análise da imagem de Joly	129
8.2	PROPOSTA DE METODOLOGIA DE ANÁLISE.....	130
8.3	ANÁLISE ESPECÍFICA DOS PÔSTERES	132
8.3.1	<i>Skull and Roses</i> (FD-26), Mouse & Kelly	136
8.3.2	<i>Flying Eyeball</i> (BG-105), Rick Griffin	140
8.3.3	<i>Neon Rose #2</i> (NR-2), Victor Moscoso	146
8.3.4	<i>Drogenraubilder</i> psicodélica.....	151
8.4	ANÁLISE GERAL DO VIÉS GRÁFICO DO MOVIMENTO PSICODÉLICO	152
8.4.1	A arte gráfica psicodélica como parte da “viagem”	152
8.4.2	Arte gráfica, psicodélica e ideológica.....	154
8.4.3	Ou você está no ônibus ou fora dele	160
9	DO VERÃO DO AMOR AO INVERNO PSICODÉLICO	164
9.1	WOODSTOCK E ALTAMONT	168
9.2	DEPOIS DO FIM.....	171
10	CONSIDERAÇÕES FINAIS	178
	REFERÊNCIAS	180

1 INTRODUÇÃO

A partir do seu nascimento, em meados da década de 1950, o *rock*¹ se tornou uma das formas que a juventude encontrou para expressar seus ideais e estilo de vida, muitas vezes contrários aos da sociedade e de seus pais, já que, como observam Brandão e Duarte (1990), até antes da década de 1950 o gosto musical e o estilo de vida da maioria dos jovens de classe média não diferia muito de seus pais. “Só a partir do surgimento do *rock’n’roll* é que efetivamente notaremos a caracterização de uma cultura jovem” (BRANDÃO; DUARTE, 1990, p. 20).

Mesmo que nos primeiros anos o *rock and roll* não fosse uma confrontação explícita e engajada, o rebolado sensual de Elvis, por exemplo, era uma afronta inaceitável à sociedade predominantemente conservadora da época. Esse toque sensual e provocativo acabou demonstrando uma grande capacidade de mobilização social e de identificação que faria com que o *rock* liderasse nas décadas seguintes “a maior parte dos fenômenos culturais específicos da juventude, apesar da diversidade dos locais e dos estilos e da gravidade das crises que conseguiu ultrapassar” (PARAIRE, 1992, p. 10).

Grossber (*apud* JANOTTI JR., 2003) reforça que essa identificação e os efeitos do *rock* vão além da dimensão sonora, seus efeitos sociais tiveram alcance mundial e acabaram influenciando estilos de vida, moda, atitudes, linguagem e convenções estéticas, ou seja, o *rock* ajudou a juventude a reconhecer e estabelecer sua própria identidade. Portanto, ainda segundo o autor, o *rock* não pode ser analisado apenas como uma prática musical porque estas estão sempre inseridas em complexo quadro de relações com outras práticas sociais e culturais.

Assim, complementa Paraire (1992, p. 11), a história do *rock* só pode ser examinada “como um todo cultural composto de atitudes, percorrido por temas, amplificado por suportes, caracterizado por técnicas, que definem escolas e estilos”. Dentre essas escolas e estilos, Friedlander (2004) aponta a contracultura de São Francisco dos anos 1960, os *punks*

¹Janotti Jr. (2003) explica que grande parte dos músicos, críticos e historiadores de música utilizam a denominação *rock and roll* para definir a musicalidade das canções produzidas na década de 1950 e início dos anos 1960, que eram faixas curtas e letras ligadas ao mundo adolescente. As variações dessa musicalidade surgidas em meados dos anos 1960 começam a ganhar novos rótulos e o termo *rock* passou a ser usado de forma mais abrangente. Dentro dessa perspectiva, o *rock and roll* seria um gênero dentro do *rock*, assim como *folk rock*. Para Merheb (2012), essas classificações também serviam para distanciar a nova música, mais politizada, da geração anterior. Essa diferenciação será adotada neste trabalho.

dos anos 1970 e os “metaleiros” dos anos 1980² como grupos culturais que se destacaram dentro da história do gênero por estarem inseridos em um gênero musical particular e para quem a música oferece um forte sentimento de identidade.

É essa classificação que apresenta uma primeira delimitação deste estudo, que toma a cultura jovem dos anos 60, batizada com o rótulo de contracultura – mais especificamente o movimento psicodélico³ em São Francisco –, como objeto de estudo pelo fato de ser uma das primeiras manifestações com características musicais, comportamentais e visuais bem distintas e pelo fato de ser consolidada através de manifestações em diferentes campos, como o das artes visuais e o da “organização social, aparecendo em primeiro plano a ênfase dada pelo movimento *hippie* à vida comunitária, na cidade ou no campo; e, ainda, o da atuação política” (PEREIRA, 1986, p. 40).

Em nenhum outro momento da história da cultura norte-americana a criatividade de toda uma juventude foi tão utilizada: em todos os domínios, o novo suplantou o antigo; a vida do país mais poderoso foi profundamente perturbada pela determinação e a iniciativa de um movimento de contestação que, numa década, deitou abaixo a segregação racial, o puritanismo sexual, dessacralizou o mundo dos políticos, contestou a imagem venerada dos Estados Unidos como “polícia do mundo” (PARAIRE, 1992, p. 83-84).

Possíveis idealismos à parte, esse pode ser considerado um momento de rupturas culturais quando uma parcela da juventude escolhe “estilos de vida, expressões artísticas e formas de pensamento e comportamento que sinceramente incorporam o antigo axioma segundo a qual a única verdadeira constante é a própria mudança”, explica Timothy Leary (*apud* GOFFMANN; JOY, 2007, p. 9), um dos líderes contraculturais dos anos 1960. Os autores Goffmann e Joy (2007) acrescentam que fatos assim já haviam acontecido antes como na Paris boêmia do início do século XX, durante o Romantismo do século XIX e até mesmo com os sufistas⁴.

Nós rejeitamos a definição de contracultura simplesmente como um estilo de vida que difere da cultura dominante. Claramente, a definição de contracultura é questionável, mas nós sustentamos que, quaisquer que sejam as diferenças, havia

² Pelo fato de o livro de Friedlander ter sido originalmente escrito em 1996 o autor não cita nenhum movimento dos anos 1990, mas a essa lista poderia ser acrescido o *grunge* como referência dessa década.

³ Neste trabalho, o termo psicodélico é usado quando existe uma relação direta com a experiência do uso de drogas lisérgicas. Sendo assim, o *rock* psicodélico ou a arte gráfica psicodélica são considerados vertentes da cultura *hippie* onde o uso e o efeito das drogas psicodélicas são extremamente relevantes e evidentes.

⁴ Corrente mística e contemplativa do Islã. Os praticantes do sufismo, conhecidos como sufis ou sufistas, procuram desenvolver uma relação íntima, direta e contínua com Deus utilizando-se, dentre outras técnicas, da prática de cânticos, música e dança, o que é considerado prática ilegal por vários países muçulmanos.

[em todos os movimentos citados] uma intenção mútua específica que motivou praticamente todos os que se definiram em termos contraculturais até os últimos anos. Eles eram todos antiautoritaristas e não-autoritários. Nossa definição é a de que a essência da contracultura como um fenômeno histórico perene é caracterizado pela afirmação do poder individual de criar sua própria vida, mais do que aceitar os ditames das autoridades sociais e convenções circundantes, sejam elas dominantes ou subculturais (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 48-49).

Entretanto, seria o conjunto de movimentos rebeldes da juventude dos anos 1960 – o movimento *hippie*, o *rock*, a movimentação nas universidades, viagens de mochila, drogas, orientalismo – movidos pelo forte espírito de contestação, de insatisfação, de busca por outra realidade, de outro modo de vida que ficaria conhecido como “A” contracultura, para Pereira (1986), um fenômeno datado e situado historicamente.

Inicialmente o fenômeno é caracterizado por seus sinais mais evidentes: cabelos compridos, roupas coloridas, misticismo, um tipo de música, drogas e assim por diante. Um conjunto de hábitos que, aos olhos das famílias de classe-média, tão ciosas de seu projeto de ascensão social, parecia no mínimo um despropósito, um absurdo mesmo. Rapidamente, no entanto, começa a ficar mais claro que aquele conjunto de manifestações culturais novas não se limitava a estas marcas superficiais. Ao contrário, significava também novas maneiras de pensar, modos diferentes de encarar e de se relacionar com o mundo e com as pessoas. Enfim, um outro universo de significados e valores, com suas regras próprias (PEREIRA, 1986, p. 8).

Além da música e da moda, uma das formas de esses grupos expressarem sua identidade foi através de sua produção gráfica – pôsteres e capas de discos, principalmente. Hoje essas produções podem nos ajudar a compreendê-los melhor, pois podem ser consideradas uma forma de documentação histórica da cultura desses grupos, são verdadeiros arquivos gráficos desse período. Esses produtos gráficos vão além de apenas informar datas e locais de shows, “eles falam algo sobre a condição humana e sobre a cultura do momento histórico em que foram criados” (DRATE, SALAVETZ, 2005, p. 10, tradução nossa). E, como complementa Grushkin (1987), são arquivos não só da música, mas também das pessoas e da época em que foram produzidos.

Portanto, da mesma forma que a música, é difícil de compreender verdadeiramente os produtos gráficos dessa época sem entender as forças históricas e sociais que levaram ao seu desenvolvimento, pois “a qualidade estética, o caráter formal e o estilo do design não podem nem de longe ser interpretados sem se considerar o pano de fundo econômico e ideológico diante do qual o design surgiu” (SCHNEIDER, 2010, p. 13). Além disso, se levarmos em consideração que hoje alguns desses materiais são considerados peças de arte, as palavras de Marconi e Presotto (2008, p. 196-197) reforçam sua relevância:

Da mesma forma que a linguagem, as expressões artísticas fazem parte de um sistema simbólico, específico para cada cultura em particular. Símbolos, abstrações e ideias juntam-se no sentido de, através da obra de arte, expressar o conteúdo da própria cultura. A função primordial de um produto artístico é a de comunicar simbolicamente os valores que regem sua cultura. A forma utilizada é sempre convencionalizada, ou seja, o artista criador subordina-se às exigências de sua própria cultura, cumprindo uma função social determinada.

Apesar da importância do contexto cultural para entender a linguagem que a produção gráfica de um período assume, existem poucos estudos, principalmente em português, que abordam essa relação na produção da contracultura, especialmente do movimento *hippie*. Normalmente o que existem são artigos ou trechos isolados em livros sobre design que focam essencialmente na descrição das características gráficas (cores, formas, tipografia).

Para tentar preencher esta lacuna, esta dissertação toma como objetivo principal analisar e compreender a formação da contracultura americana na década de 1960, com ênfase no movimento psicodélico em São Francisco entre 1965 e 1969, partindo do pressuposto que a linguagem das peças gráficas produzidas nesse contexto é uma forma de identificação e expressão que reage/reflete o meio social e cultural em que está inserida.

Para chegar a esse objetivo estabelecem-se como etapas: compreender a origem do movimento psicodélico, relacionando-a com conceitos de identificação, tribalização e ética da estética; estabelecer e relacionar as influências do movimento na música e no design gráfico da época; identificar as principais características estilísticas da produção gráfica do período para, por fim, analisá-las como parte de experiência estética e ideológica e da identidade cultural do movimento.

Buscando compreender as questões levantadas foram definidos, baseados no objeto de estudo, autores e correntes teóricas, os procedimentos metodológicos que passaram a guiar o desenvolvimento desta pesquisa. Sendo assim, propõe-se aqui num primeiro momento uma pesquisa exploratória bibliográfica com objetivo de entrar em contato com conteúdos anteriormente elaborados para proporcionar maior familiaridade com a questão investigada. Essa primeira etapa ajudará a compreender a origem do movimento psicodélico, estabelecer as suas influências na música e no design gráfico e relacioná-las ao contexto histórico da época. Após a familiarização com o tema, em um segundo momento, opta-se por desenvolver uma pesquisa do tipo descritiva que ajudará a responder a questão levantada no estudo. Neste ponto, ao tentar conhecer melhor as características gráficas do movimento psicodélico, procura-se interpretar as relações entre a cultura dessa população e relacioná-la

com os pôsteres por ela produzidos. Para a interpretação dessas relações, propõe-se uma análise semiótica dos pôsteres de shows produzidos em São Francisco entre 1965 e 1969, o auge do movimento, e criados pelos principais artistas da região, conhecidos como “Big Five”. A escolha pelos pôsteres, e não outra forma de expressão gráfica, se dá pelo fato de que muitas das bandas nesse período renunciaram a estrutura comercial da indústria fonográfica, o que limita a quantidade de discos gravados e conseqüentemente a variedade de capas, por exemplo. Os pôsteres, ao contrário, eram produzidos quase semanalmente em um ambiente onde artistas, músicos e público conviviam diariamente.

Portanto, para compreender melhor a relação dos pôsteres, ou do design gráfico, como reflexo da cultura na qual está inserido surge a necessidade de um estudo interdisciplinar envolvendo, além do próprio design gráfico, tópicos relacionados à música, à cultura e à linguagem visual. Sendo assim, esta proposta encaixa-se na linha de pesquisa “Linguagem e Cultura”, pois intenta um estudo de uma linguagem não verbal (arte gráfica) através de um produto simbólico (pôsteres) de uma manifestação cultural e estética (movimento psicodélico).

Através da interdisciplinaridade, a pesquisa pode tornar-se relevante para um público maior, abrangendo estudiosos (e fãs) de música, da comunicação, historiadores e designers. Dessa forma, esta dissertação justifica-se no âmbito científico por promover o estudo conjunto de áreas de conhecimento distintas, pela sua abrangência de público-alvo e também para ajudar modestamente a preencher uma lacuna formada pela pouca bibliografia sobre o tema disponível em português.

Em âmbito pessoal, o estudo justifica-se primeiro por juntar temas já comuns em pesquisas pessoais, desenvolvidas simplesmente pelo prazer de estudar temas que fazem parte do seu dia-a-dia profissional e pessoal: *design* e *rock and roll*. Profissionalmente, este estudo pode trazer novas ideias e agregar conhecimentos diversificados que ajudarão a expandir horizontes de pesquisa e, como professor, ajudará também no desenvolvimento de material que pode ser convertido em temáticas de aulas, publicações e futuras pesquisas.

2 CONTEXTO HISTÓRICO (1950-1960)

A história do grande Verão do Amor pode começar a ser contada a partir dos desdobramentos do final da Segunda Guerra Mundial. Nesse período tiveram início os acontecimentos que levariam a cultura americana a uma revolução e nasceriam aqueles que em meados da década de 1960 seriam jovens adultos com flores na cabeça.

Para Gitlin (1987), a partir da segunda metade da década de 1940 os Estados Unidos se erguiam como a grande potência econômica frente aos debilitados países europeus. Em contrapartida às praticamente pulverizadas indústrias europeias e japonesas, as fábricas americanas, intocadas pela distância do campo de batalha, voltavam a trabalhar a todo vapor e, sem a necessidade de se focar nos esforços de guerra, poderiam voltar a produzir bens materiais e de consumo. Com uma inflação insignificante, desemprego em queda e recursos naturais estáveis, boa parte da população começou a ter uma melhoria na sua posição social, principalmente em relação a um passado recente.

O norte-americano de classe média devia acreditar na prosperidade econômica do país. Toda a economia e o avanço científico dos anos de guerra se voltaram agora para o lar. Um universo mágico de fabulosas máquinas (eletrodomésticos) surgia para resolver todos os problemas do homem comum, apesar de alguns desses aparelhos serem supérfluos e totalmente inúteis (BRANDÃO; DUARTE, 1990, p. 17).

Brandão e Duarte (1990) complementam que a demanda para esses tipos de produtos era garantida pela explosão demográfica provocada pela volta para suas casas, e para suas noivas, dos soldados americanos dispostos a recuperar o tempo perdido. O chamado “*baby boom*” teria feito a população norte-americana aumentar 33% entre 1940 e 1960.

Dessa forma, a vida parecia transcorrer em perfeita harmonia e, sob certa ótica, era o prenúncio de uma era de paz e fartura. Tudo era conduzido de forma que os *babyboomers* aproveitassem a nova cultura de consumo promovida por uma propaganda intensiva. Esse modelo acabou sendo sintetizado na expressão “*american way of life*” e representado visualmente através das pinturas de Norman Rockwell (fig. 1) que mostravam os “Estados Unidos domésticos – sólidos, confiáveis, prósperos e, acima de tudo, livres – e proporcionaram a toda uma nova geração de americanos uma visão imensamente atrativa e convincente de seus valores tradicionais” (DEMPSEY, 2010, p. 165).

Figura 1 – Libertando-se das Carências, Norman Rockwell, 1943.



Fonte: DEMPSEY, 2010, p. 165.

Porém, esse modo de vida, que passou a ser modelo para a classe média, ocultava ou desviava a atenção de alguns novos problemas. As engrenagens que faziam funcionar o *american way of life* eram movidas por uma busca de um máximo de

modernização, racionalização e planejamento, com privilégio dos aspectos técnicos-racionais sobre os sociais e humanos, reforçando uma tendência crescente para a burocratização da vida social. Tudo isto, por sua vez, apoiado e referendado pelo dogma da ciência, ou melhor, pela crença absoluta na objetividade do conhecimento científico e na palavra do especialista, o intérprete autorizado do discurso da tecnologia, da produtividade e do progresso (PEREIRA, 1986, p. 28-29).

Maciel (1987) complementa explicando que esse processo refletia uma desumanização do ser humano. As engrenagens que moviam as máquinas da produção em massa pareciam também exercer certo controle e manipulação sob o ser humano com objetivo de que a máquina social consumista funcione sem falhas. Para isso todos os setores da sociedade eram regidos por leis e princípios que garantiam que o capitalismo plenamente desenvolvido funcionasse à perfeição e assegurava os privilégios das classes dominantes. Esse contexto, para os críticos, é um reflexo do projeto de modernidade iniciado durante o século XVII, que, como esclarece Giddens (2002), era um esforço para desenvolver uma ciência objetiva, a moralidade e de onde surgiram doutrinas de fé na inteligência humana e razão universal.

O domínio científico da natureza prometia liberdade da escassez, da necessidade e da arbitrariedade das calamidades naturais. O desenvolvimento de formas racionais de organização social e de modos racionais de pensamento prometia a libertação das irracionalidades do mito, da religião, da superstição, liberação e uso arbitrário do poder, bem como do lado sombrio da nossa própria natureza humana. Somente por meio de tal projeto poderiam as qualidades universais, eternas e imutáveis de toda a humanidade ser reveladas (GIDDENS, 2002, p. 23).

Tanto no início da modernidade no século XVII como no período pós-guerra, ao qual Giddens (2002) dá o nome de modernismo “universal” ou “alto”, a visão era extremamente otimista. A expectativa era que houvesse progresso moral, justiça e felicidade dos seres humanos através do progresso linear das verdades absolutas e do planejamento racional das ordens sociais. Por isso, a modernidade, nesse período, era positivista, tecnocêntrica e racionalista.

Entretanto, as leis e princípios que regiam esse sistema começaram a criar um rigor sufocante e as “características humanas convenientes ao sistema são transformadas nos traços constitutivos de uma natureza humana a ser encontrada obrigatoriamente em todos – e os que nela não se enquadram sofrem como se fossem indignos de título humano” (MACIEL, 1987, p. 23). Essas imposições, que visavam o funcionamento livre de perturbação do sistema, acabam por criar um conservadorismo que refletiu diretamente no modo de vida.

Brandão e Duarte (1990, p. 17) chamam a atenção para o fato de que consumismo servia de propaganda que mostrava ao “mundo toda a abundância e superioridade material do povo norte-americano”, mas o consumismo também era uma forma de empurrar para longe, um antídoto, para uma ansiedade crescente chamada comunismo.

Essa corrente dissidente do país, lembram Goffmann e Joy (2007), que já tinha sido alvo do Comitê de Atividades Antiamericanas no final da década de 1940, passou a sofrer com uma “caça às bruxas” pelas mãos do senador Joseph McCarthy, do Partido Democrata, responsável pelo Comitê. Sob o slogan “antes morto do que comunista”, o macarthismo, como ficou conhecido, levou pânico a todos os setores da vida norte-americana, sobretudo o cultural.

Brandão e Duarte (1990, p. 16) dizem que o comitê “tinha a função de investigar a atuação de indivíduos suspeitos de atividades comunistas, considerados ‘traidores’ e ‘inimigos’ dos Estados Unidos”. Todavia, a paranoia fez com todos que comessem a ter uma visão mais crítica da sociedade norte-americana, sobretudo cientistas, intelectuais, acadêmicos e artistas (fig. 2), passassem.

Mesmo com McCarthy sendo afastado do Comitê e do Senado em 1954, os efeitos “sobre a liberdade de expressão foram devastadores, sendo fácil imaginar o quanto esse

comportamento prejudicou a pesquisa acadêmica e a atividade cultural norte-americana, implantando não só o medo, mas também a mediocridade” (BRANDÃO, DUARTE, 1990, p. 17).

Figura 2 - Protesto dos membros do *Hollywood Ten*⁵ e suas famílias, 1950.



Disponível em: <<http://academic.mu.edu/meissnerd/mccarthyism.htm>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

Junto a esse preconceito contra possíveis comunistas, havia também o crescente preconceito contra os negros, que se agravava continuamente. As manifestações pacifistas negras, que eram “atacadas por uma polícia local abertamente segregacionista, fazem regressar os tumultos; enquanto os negros enterram seus mortos ao lado das suas igrejas incendiadas pela Ku Klux Klan” (PARAIRE, 1992, p. 83).

No início dos anos 1960, o país começa a sofrer com uma recessão provocada, segundo Daufouy e Sarton (1981), pela entrada no mercado de trabalho de cerca de um milhão de trabalhadores da geração nascida entre 1940-43 em pleno auge da era da automatização.

A recessão estendeu-se e atingiu o seu ponto mais baixo em fevereiro-março de 1961, com 5.700.00 desempregados. A crise atingiu as universidades e o ensino em geral. [...] Muitos jovens abandonaram a escola, alguns com habilitações muito fracas, o que tornava ainda mais aleatória a sua inserção no mercado de trabalho (DAUFOUY, SARTON, 1981, p. 75).

⁵ Grupo de roteiristas e diretores acusados de desacato pelo Comitê de Atividades Antiamericanas e colocados em uma lista negra da indústria do entretenimento depois de se recusar a responder perguntas sobre seu suposto envolvimento com o Partido Comunista.

Do lado militar, a Guerra Fria e a crescente corrida armamentista levam o país a fechar-se em si próprio temendo “a” bomba enquanto a intervenção norte-americana no Vietnã começava a ser questionada.

Assim, nos primeiros anos da década de 1960, a crescente desconfiança e medo fazem com que os costumes conservadores se intensifiquem. Uma crise social e econômica dá lugar ao que, pouco mais de uma década antes, era o prenúncio de uma era de paz e fartura para uma parte da sociedade norte-americana.

Para Giddens (2002, p. 23), a primeira metade do século XX, “com seus campos de concentração e esquadrões da morte, seu militarismo e duas guerras mundiais, sua ameaça de aniquilação nuclear e sua experiência de Hiroshima e Nagasaki” havia destruído o otimismo inicial e mostrava que o “projeto do Iluminismo estava fadado a voltar-se contra si mesmo e transformar a busca de emancipação humana num sistema de opressão universal em nome da libertação humana”.

Esse contexto representa uma reação aos conceitos da modernidade, ou um afastamento deles, que mais tarde ficaria conhecido como pós-modernidade. Contudo, Bauman (2012) caracteriza a reação desse período mais como “antimoderna”, como alternativas às que prevaleceram durante a modernidade – concepção também adotada por Maffesoli (2005b). Este clima de descrédito e descontentamento seria propício para o desenvolvimento e a politização dos movimentos de oposição, principalmente entre os jovens, que sentiam que a cultura predominante estava indo na direção errada e que a “única coisa segura na modernidade é a sua insegurança, e até a sua inclinação para ‘o caos totalizante’” (GIDDENS, 2002, p. 22).

3 *THE TIMES THEY ARE A-CHANGIN'*

Para Willer (2009), a juventude, durante o período iniciado nos anos 1950 até o início dos 1960, passou a buscar alternativas que ultrapassassem a polaridade típica do período, já que nem o capitalismo americano nem o socialismo no modelo soviético ofereciam respostas.

Capitalistas e comunistas, a partir de um controle burocrático, privado ou estatal, demonstravam ter mais coisas em comum do que eles próprios podiam acreditar. Ambos viam o mundo como uma coisa objetiva, que deveria ser controlada a partir de modelos ideológicos preestabelecidos (BRANDÃO, DUARTE, 1990, p. 50).

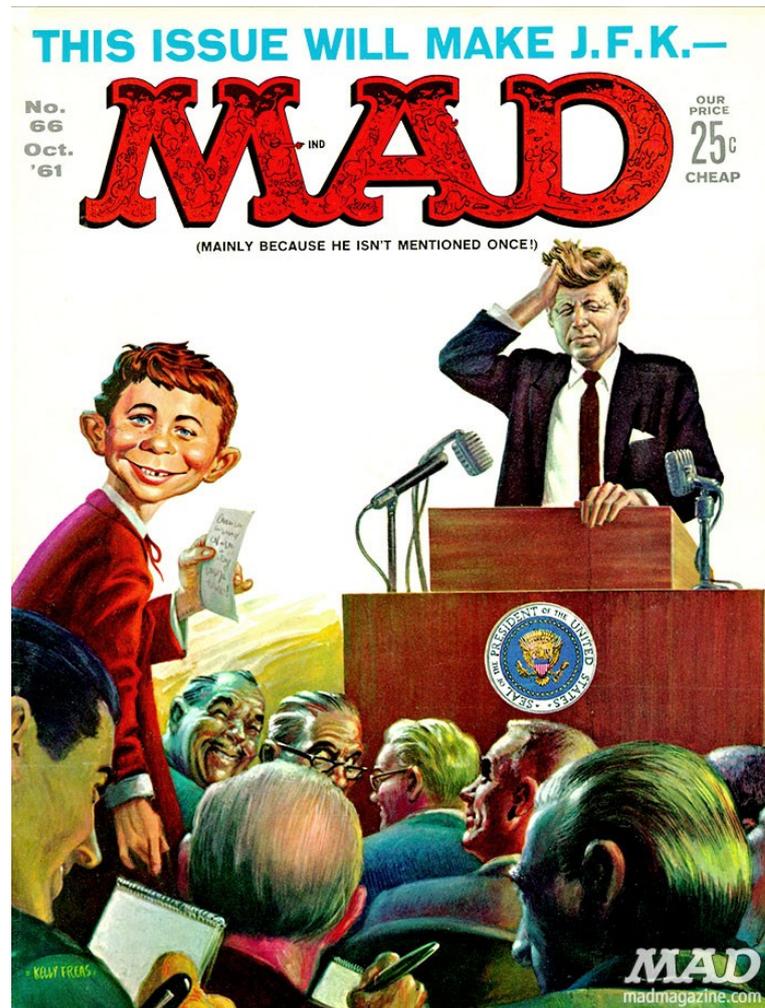
A própria esquerda americana, simpatizante de alguns princípios comunistas, sofreu um golpe em 1955 quando o primeiro ministro soviético Nikita Krushev revelou história de massacre e repressão sob o comando de Josef Stalin. “Milhares de humanistas bem-intencionados, que tinham subestimado ou negado a repressão de Stalin como propaganda capitalista, descobriram que tinham sido feitos de palhaços” (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 255-256).

Enfim, frente a esse panorama a juventude norte-americana se viu

não tendo porque defender o modelo político americano de seus pais, que se apresenta diante deles como o imperialista que explora as nações africanas, asiáticas e latino-americanas, as quais procuram legitimamente sua independência; não vendo no socialismo soviético de Krushev, dos dissidentes, das invasões da Hungria e da Tchecoslováquia e do muro de Berlim o modelo muito melhor do que aquele que ele critica (CHACON, 1982, p. 60).

Descomprometido com o passado e com o presente, pois nada tem a defender, o jovem se sente ligado apenas ao futuro que ele próprio pretende criar e os primeiros reflexos de mudança surgem na cultura popular. Goffmann e Joy (2007) citam duas revistas que, de certa forma, mostravam vislumbres de mudança. A revista *Mad*, surgida em 1952, buscava atrair os pré-adolescentes misturando humor juvenil simplório com sátiras sofisticadas e subversivas que debochavam de tudo no mundo adulto. Carregada de crítica social, nada era sagrado ou tabu.

Figura 3 - Capa de edição 66 da revista *Mad*, 1961.



Disponível em: <<http://www.madmagazine.com/blog/2013/11/22/mad-remembers-jfk-part-3>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

Já a revista *Playboy*, de Hugh Hefner, ajudou no plantio de algumas poucas sementes do que eventualmente se transformaria na revolução sexual levando

pornografia leve para as casas de classe média, combinando jornalismo liberal hegemônico com uma defesa eloquente da liberdade sexual, embora carregasse uma imagem dos homens como sendo consumidores fingidos, pretensiosos e superficiais, e das mulheres basicamente como brinquedos sexuais descerebrados, o que é muito pouco libertário. (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 269)

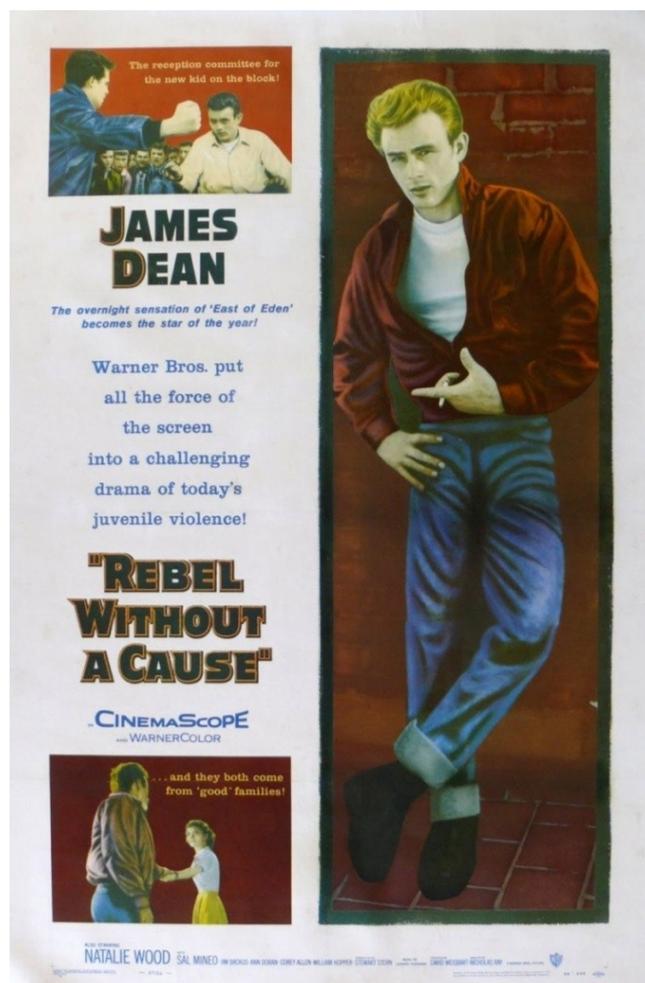
Figura 4 - Capa da primeira edição da revista *Playboy*, 1953.



Disponível em: <<http://www.playboyenterprises.com/about/history/>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

No cinema, filmes como *O Selvagem* (*The Wild One*, 1953), *Juventude Transviada* (*Rebel Without a Cause*, 1955) e *Sementes da Violência* (*Blackboard Jungle*, 1955) refletiam a insatisfação e rebeldia que se formava na juventude. Na literatura Stanley (2013) usa como exemplo o personagem alienado em busca de autenticidade Holden Caulfield, do livro *O Apanhador no Campo de Centeio* (1951) de J. D. Salinger, como um protótipo do adolescente confuso e rebelde da época.

Figura 5 - Pôster do filme Rebelde sem Causa (*Rebel Without a Cause*), 1950.



Fonte: NOURMAND; MARSH, 2003, p. 65

Para complementar surge o que para Goffmann e Joy (2007) seria a maior explosão da rebelião adolescente contra as pressões restritivas: o *rock and roll*.

Basta dizer que embora o *rock and roll* não fosse precisamente contracultural ou explicitamente antiautoritário no sentido em que era, por exemplo, um ensaio de Voltaire, ele estabeleceu uma distinta identidade jovem rebelde que se transformou em plena revolta contracultural no final da década seguinte (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 269).

A sexualidade e o espírito rebelde eram expressos na música de Elvis Presley, Eddie Cochran, Jerry Lee Lewis, Little Richard, Fats Domino e Chuck Berry. O rebolado sensual de Elvis ia contra todas as normas do que era aceitável pela sociedade conservadora chegando ao ponto de algumas emissoras de TV recusar-se a transmitir suas apresentações “em prevenção ao dano à moral da juventude da América”.

Assim, a pequena revolução cultural da juventude norte-americana continuava o seu caminho, ganhando confiança e até mesmo tornando-se insolente, buscando a liberdade

como princípio fundamental para a transformação. Mas é importante ressaltar, como lembra Pereira (1986), que essa agitação cultural não era exclusividade norte-americana. Por todos os lados sopravam ventos de mudança na tentativa de renovação diante das contradições e tensões surgidas no período do pós-guerra. Alguns outros acontecimentos se destacavam no panorama internacional daquela época, dentre eles a Revolução Cultural Chinesa, a resistência popular vietnamita à agressão armada dos Estados Unidos e a guerrilha de Guevara na Bolívia.

Mesmo assim, falar do início da contracultura

é, num certo sentido, falar dos Estados Unidos - pelo menos num momento inicial. Afinal, foi lá onde primeiro se manifestou, de modo mais marcante e evidente, esse novo espírito de contestação que os movimentos de rebelião da juventude dos anos 60 viriam colocar na ordem do dia. Apesar da importância do papel que a Europa seguramente desempenhou na formação de toda essa nova ideologia da juventude, certas condições especiais dos Estados Unidos faziam deste país o berço por excelência da contracultura (PEREIRA, 1986, p. 32-33).

Pereira (1986) continua sua observação dizendo que a juventude norte-americana, ao contrário da europeia, por exemplo, não tinha uma tradição sólida de luta política de esquerda. Assim, os jovens norte-americanos mostravam-se mais abertos às novas formas de contestação, menos sistemáticas e menos explicitamente políticas.

Para Maffesoli (1996, p. 16), esse “desengajamento político, a saturação dos grandes ideais longínquos, a fraqueza de uma moral universal podem significar o fim de uma certa concepção da vida, fundada sobre o domínio do indivíduo e da natureza” e providenciavam um campo mais fértil para o surgimento e desenvolvimento de novas visões políticas e culturais, buscando a conciliação entre justiça social e liberdade individual. Ainda segundo Maffesoli (1996), isso é a indicação que uma nova cultura está nascendo, ou nesse caso uma contracultura.

Uma alternativa que passa a ser uma opção para todos que recusavam a ideologia do *establishment*, um sistema mecânico de relações econômico-políticas ou sociais, em prol de relações interativas, feitas de afetos, emoções, sensações. “Todos os pontos fortes, a partir dos quais a modernidade as concebera, indivíduo, identidade, organizações contratuais, atitude projetiva, dão lugar a uma outra realidade muito mais confusa, sensível, emocional” (MAFFESOLI, 1996, p. 348).

3.1 OS HIPSTERS, A SEMENTE DA CONTRACULTURA

O primeiro exemplo de grupo que se rebelaria contra o *american way of life* tinha um objetivo claro e simples: manter-se fora da sociedade conformista “quadrada” (*square*). Eles ficariam conhecidos como *hipsters*⁶. “Não vendo esperança de uma mudança positiva o *hipster* não desejava enfrentar o aparato repressivo político e estava pouco interessado até mesmo em ofender conformistas ‘caretas’” (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 256).

Em um artigo de 1957, chamado “*The White Negro*” (algo como a “negritude branca”), o jornalista e escritor Norman Mailer traça um perfil abrangente desse novo jovem americano e até hoje é uma referência para entendê-los. No artigo, Mailer (1957) levanta características claras dos *hipsters* surgidos na primeira metade da década de 1950, e faz relação dessas características com um *ménage à trois* onde a vida boêmia e a delinquência juvenil se encontram face a face com a negritude, tendo a maconha com um “anel de casamento”. Para o autor (1957, p. 279), no “casamento do branco com o negro, foi a negritude a responsável pelo ‘dote cultural’”.

Merheb (2012, p. 16) acrescenta dizendo que “o *hipster* absorvia não apenas as formas culturais relacionadas à negritude, essencialmente o *jazz*, mas a própria experiência existencial relacionada a uma vida aventureira e marginal de ímpeto sexual aflorado”. Essa aproximação não foi acidental, decididos a viver a margem da sociedade os *hipsters* inspiravam-se naqueles que viviam no limiar do totalitarismo e da democracia há dois séculos.

Mesmo que houvesse um “descompasso de brancos rejeitando valores da classe média enquanto romantizavam padrões de comportamento considerados socialmente patológicos, com os quais a maioria dos negros detestava ser associada” (MERHEB, 2012, p. 16), o simples fato da aproximação já era uma afronta que deliciava os *hipsters* perante a sociedade segregacionista em que viviam.

A juventude *hipster* vivia sob o constante medo de uma morte instantânea causada pela guerra atômica – que os “caretas” tentavam esquecer – ou morrer de uma morte lenta tendo todos os seus instintos criativos e rebeldes sufocados pelo conformismo. Para Goffmann e Joy (2007), baseado nessa angústia, eles decidiram viver de forma intensa o agora, queriam

⁶ De certa forma, para alguns autores, todas as manifestações contraculturais surgidas entre os anos 1950 e 1960 (*beats* e *hippies*, inclusive), faziam parte da filosofia *hipster* original e poderiam inclusive ser identificados como tal. Seriam como galhos da mesma árvore. Porém, as diferenças óbvias de cada uma das vertentes e a necessidade de novos rótulos acabaram gerando essa diferenciação de nomenclatura.

sua gratificação de forma imediata. Na maconha, e em alguns casos, na heroína, eles encontravam ferramentas para abandonar a mente racional e encontravam uma experiência que não poderia ser compartilhada com os quadrados.

Para Mailer (1957, p. 278, tradução nossa), criava-se uma divisão clara: de um lado os *hipsters*, do outro os *squares*, “um é um rebelde, outro um conformista; um é como um desbravador do Velho Oeste na vida noturna americana, o outro uma célula quadrada presa no totalitarismo da sociedade americana condenado ao conformismo”. Idealismos à parte, os *hipsters* serviram de exemplo e abriram caminho para que a juventude pudesse se expressar da forma que melhor lhe convinha, seja pela música, pela sexualidade, pela forma de se vestir ou pela forma de escrever.

3.2 REBELIÃO BOÊMIA

Com exceção do *jazz*, a maioria dos *hipsters* não estava ligada a outras formas de expressão cultural como a arte e a literatura, em parte, conforme Pereira (1986), pela crescente noção de anti-intelectualismo na sociedade americana. Entretanto, em Nova York se formava um pequeno grupo de amigos à margem da vida *hipster* que encarnaria de forma especialmente vigorosa a rebeldia marginalizada dos anos 50 nos Estados Unidos. “Enquanto a maioria dos *hipsters* queria relaxar com maconha e opiáceos, os escritores queriam escrever, falar e delirar a noite toda com anfetaminas” (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 261). Eram os *hipsters* literários.

O grupo, formado a princípio por jovens escritores boêmios como Allen Ginsberg, William S. Burroughs e Jack Kerouac, seria a representação

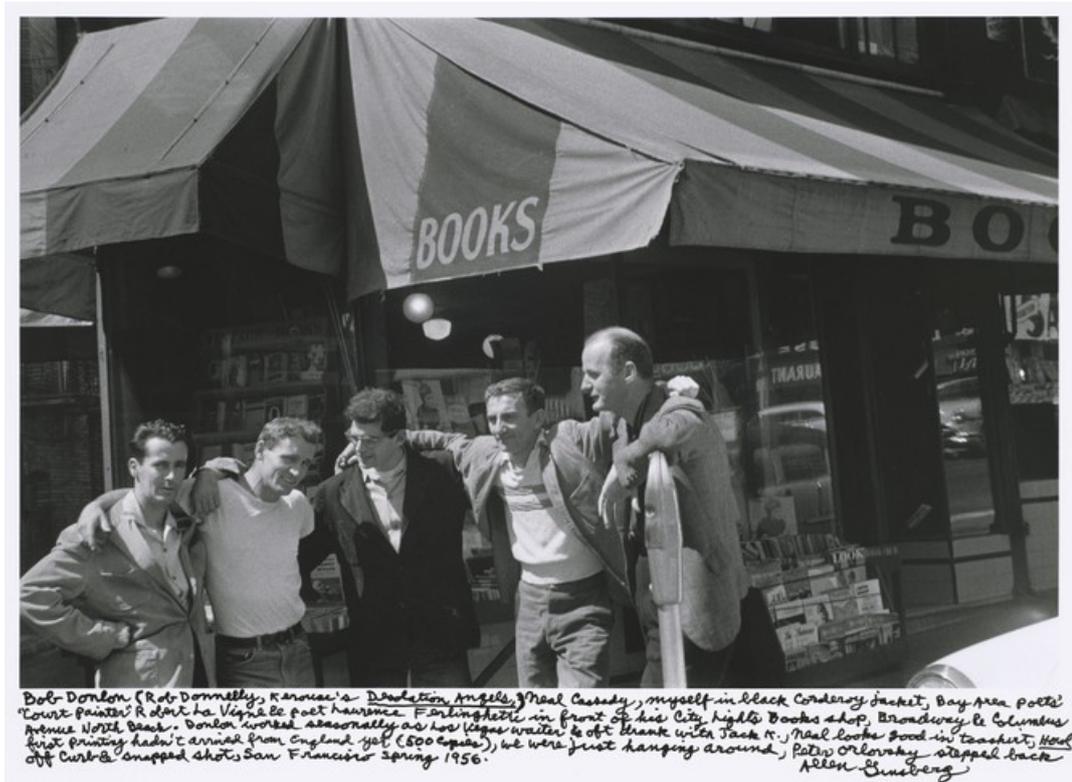
de um anarquismo romântico, cujo estilo de contestação e agitação, novo e radical quando comparado à luta da esquerda tradicional, estava apoiado sobre noções e crenças tais como a da necessidade do “desengajamento em massa” ou da “inércia grupal” (PEREIRA, 1986, p. 32).

Coube a John Clellon Holmes em seu artigo “*This is the Beat Generation*”, escrito para o *New York Times* em 1952, formalizar o batismo do grupo. Szatmary (2000) explica que o termo era uma alusão à batida⁷ do *jazz* – especialmente do estilo *bebop*, cujos músicos eram considerados heróis pelos *beats* –, mas, principalmente, o termo definia como essa juventude

⁷ Todos esses termos são sinônimos para o termo *beat* em inglês.

se sentia: abatida, derrotada⁷ pelos valores conservadores ocidentais simbolizados pelo *american way of life*.

Figura 6 - Da esquerda para a direita: Rob Donlon, Neal Cassady, Allen Ginsberg, Robert La Vigne e Lawrence Ferlinghetti, em frente à livraria *City Lights Books*, São Francisco, 1955.



Disponível em: <<http://www.leschampslibres.fr/expositions/temporaires/beat-generation-allen-ginsberg/>>.

Acesso em: 11 jul. 2014.

Para contra-atacar essa opressão eles deram início a uma nova relação entre arte e vida, literatura e sociedade. Em prol da liberdade de expressão, parte “indissociável do teste dos limites da liberdade individual e das alternativas de projetá-la como utopia política” (WILLER, 2009, p. 26), desenvolveram uma escrita um tanto caótica que se aproximava da poesia surrealista e era extremamente visceral, muito baseada na improvisação e na criação coletiva através dos *cut-ups*⁸.

Normalmente, como lembra Willer (2009), os textos surgiam de noitadas de discussão de temas literários e filosóficos regadas a *jazz* e muitas drogas, como morfina, heroína e estimulantes como a benzedrina ou anfetamina. Tudo neste contexto – escrita, *jazz* e drogas – eram escolhas que explicavam e mostravam que eles rejeitavam o “caminho do

⁸ Técnica de criação literária na qual um texto é cortado de forma aleatória e reorganizado para criar um novo texto.

intelectualismo, devotando-se a uma vida marcadamente sensorial e deixando-se arrastar por sua ludicidade e desprezo pelas satisfações de uma carreira e de um rendimento regular” (PEREIRA, 1986, p. 34).

Apesar de herdarem dos *hipsters* o gosto pelo *jazz*, os *beats* foram especialmente atraídos por um novo estilo conhecido como *bebop*, que

produziu algo até então inédito na música popular – ele permitiu que os músicos *improvisassem*. Até os anos 1940, os músicos tinham marchado em formação, executando cada composição mais ou menos como tinha sido criada. [Dizzy] Gillespie, [Charlie] Parker e outros músicos de *bebop* fizeram os músicos se soltar. De repente eles eram indivíduos com o poder de expressão pessoal (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 254-255).

Merheb (2012) esclarece que essa escolha ia ao encontro dos princípios *beats*, pois para eles os produtos da indústria de entretenimento, incluindo aí o *rock and roll* dos anos 1950, faziam parte da mesma cultura e massificadora contra a qual eles travavam sua guerra. Já as drogas eram vistas como meios para alterar a consciência e buscar a transcendência – que também era buscada através de doutrinas orientais como gnosticismo e budismo. No Peru, Kerouac experimentou a *ayauasca*⁹, Burroughs e Ginsberg, completam Goffman e Joy (2007), passaram a explorar as possibilidades mágicas e expansoras da consciência dos alucinógenos como maconha, haxixe e a mescalina dos cactos, popularizada por Aldous Huxley.

Huxley, num livro famoso, *As Portas da Percepção*, foi o primeiro intelectual de nosso século a elogiar os efeitos dos alucinógenos. Suas experiências com a mescalina levaram-no a proclamá-la como a forma mais perfeita e eficiente de evasão e alargamento da percepção humana para o homem do nosso século. Como ele, outros artistas e intelectuais ficaram convencidos da utilidade das drogas, capazes de ampliar a área da realidade sensível à abordagem da consciência e de aguçar a sensibilidade (MACIEL, 1987, p. 48-49).

Se essa proximidade e até mesmo propaganda do uso de drogas já não fosse ultrajante suficiente para a conservadora sociedade norte-americana, a adoção de uma filosofia sexual livre de preconceitos seria chocante e revolucionária. Willer (2009) enfatiza que a amizade sempre foi um elemento diferenciador e definidor do movimento, mas o limite entre a amizade e outras intimidades era fluido, os *beats* criavam de forma coletiva e assim também tratavam o sexo.

⁹Alucinógeno de uso ritual também conhecido como daime.

As relações amorosas e sexuais, seja entre Ginsberg, Burroughs, Kerouac e outros membros do grupo, eram comuns; todos ao mesmo tempo, inclusive. Eram comuns também as sessões coletivas com as mulheres de Neal Cassady, que serviu de referência para o personagem Dean Moriarty em *On the Road*, romance de Kerouac. Bissexual e polígamo, Cassady achava que seus amigos deveriam dormir com suas mulheres.

Willer (2009, p. 73) aponta que essas relações sem preconceitos geraram um “grau de sexualização inédito no âmbito de um grupo ou movimento literário. Isso permite falar em revolução sexual. Ao integrarem desse modo o sexo à vida e à criação, contribuíram para a maior naturalidade no modo como é visto e vivido hoje”. Mas tanta “obscenidade” não poderia ficar sem resposta da sociedade conservadora.

No final dos anos 1950 os *beats* ficaram associados à imagem do drogado, do homossexual, do ser antissocial e a polícia, “em nome da moral”, acabou com as reuniões. Mas, como destaca Willer (2009), nesse momento o movimento *beat* já havia deixado de ser uma comunidade fechada de escritores e passou a ser um fenômeno cultural e comportamental coletivo, um acontecimento social rebatizado de *beatnik*. Esse novo termo, irônico e depreciativo, estava ligado ao grande número de jovens que vinham adotando o visual dos *beats*: os homens usavam cavanhaque e não colocavam a camisa para dentro das calças e as mulheres adotavam roupas pretas culminando com uma boina francesa.

Por mais que fosse insultuosa, a redução da rebelião boêmia *hipster* a um estereótipo engraçadinho pode ter subvertido os Estados Unidos convencionais mais do que diminuído os *beats*. Afinal, ainda era a década do “burocrata”. Qualquer um que não fosse alinhado – corretamente vestido e sem excesso de cabelo – e não submergisse sua identidade na homogeneidade do mundo industrializado nove-às-cinco era visto como fora dos limites, um completo pária, um personagem suspeito. Após quase uma década com uma repressão como essa, qualquer imagem – por mais incompleta ou diluída que fosse – de pessoas fora dos parâmetros seria muito atraente, particularmente para os jovens (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 265).

Enquanto o termo e o estilo se popularizavam, os *beats* entravam em crepúsculo, mas abriam espaço para a emergente contracultura de São Francisco dos anos 1960. Essa passagem, conforme Willer (2009), é indissociável da biografia de Allen Ginsberg. Ele, mais do que qualquer outro, efetuará essa transição. Ainda durante os anos 1950 ele chegou a morar durante vários períodos em São Francisco, chegando a inscrever-se na Universidade da Califórnia, em Berkeley. Seria na costa oeste, inclusive, que ele entraria em contato com o ingrediente que colocaria fogo na revolução da década seguinte.

No início dos anos 1960, Ginsberg, cada vez mais interessado nos efeitos dos alucinógenos, passara de herói *beat* a guru das drogas alucinógenas. Por isso, passou a

participar dos testes de ingestão de psilocibina¹⁰ promovidos pelo professor de Harvard Timothy Leary. Torgoff (2000) relata que o dia 26 de novembro de 1960, quando Ginsberg visitou Leary pela primeira vez e tomou 18 pílulas de psilocibina, seria uma pedra angular na história da contracultura nos Estados Unidos. O estado de euforia messiânica foi tamanho que ele recomendaria a distribuição maciça das pílulas como meio de pacificar a humanidade. Algum tempo depois o próprio Leary ganharia o status de guru da nova droga que abriria as portas da revolução cultural dos anos 1960.

3.3 ABREM-SE AS PORTAS DA PERCEPÇÃO

Na primavera de 1929 o suíço Alfred Hofmann, recém-formado em química pela Universidade de Zurique, se juntou ao laboratório de pesquisa químico-farmacêutica da Companhia Sandoz na Basileia. Lá começou a se interessar pelo estudo da cravagem do centeio¹¹, cujos primeiros relatos datam da Idade Média quando, segundo Hofmann (2009), produtos produzidos com centeio ou trigo contaminados, como pão e cerveja, começaram a causar o ergotismo, uma enfermidade que aparecia sob duas formas características: uma gangrenosa (*ergotismus gangraenosus*) e outra convulsiva (*ergotismus convulsivus*).

A forma gangrenosa, mais comum, impedia a circulação sanguínea e ia escurecendo e mutilando os dedos da mão, num processo que culminava em morte com violentas convulsões. O santo protetor das vítimas do ergotismo era Santo Antônio e foi principalmente a Ordem de Santo Antônio que tratou estes pacientes, por isso a doença ficou conhecida popularmente como “fogo de Santo Antônio”.

A primeira menção ao uso medicinal da cravagem do centeio data de 1582, quando era usado em pequenas quantidades para ajudar durante o trabalho de parto, apressando as contrações uterinas. Devido às incertezas quanto à dosagem, seu uso logo passou a ser limitado a parar hemorragia pós-parto. Assim, começaram estudos que se concentrariam em isolar seus princípios ativos com o objetivo de identificar e isolar os princípios que seriam responsáveis pela atividade terapêutica. Feito que só seria atingido no

¹⁰ Substância presente em cogumelos alucinógenos usados na medicina tradicional asteca chamados de *teonanácatl* ou carne dos deuses.

¹¹ Também conhecido como esporão do centeio, o *Claviceps purpurea* é um fungo parasita que se forma no lugar da semente do centeio e alguns outros cereais.

início do século XX, com o isolamento de um de seus alcaloides¹², a ergotamina, que viria a ser utilizada para amenizar crises de enxaqueca.

Contudo, a relação de Hofmann com a cravagem do centeio viria através do isolamento do princípio específico que estimulava as contrações uterinas, chamado ergometrina¹³, cuja estrutura era formada por aminopropanol e ácido lisérgico - um núcleo comum a todos os alcalóides da cravagem do centeio. A meta de Hofmann era preparar a ergometrina sinteticamente, mas, como o ácido lisérgico era de difícil acesso, ele precisou sintetizá-lo antes. Apesar de o ácido lisérgico ser uma substância bastante instável a experiência, foi um sucesso e facilitou a produção da ergometrina.

Depois do sucesso, Hofmann usou o procedimento para produzir novos compostos do ácido lisérgico não relacionados à atividade uterina e em 1938 ele chegou à vigésima-quinta substância desta série de derivados, a dietilamida do ácido lisérgico ou LSD-25 (do alemão *Lysergsäurediethylamid*). Hofmann (2009) diz que o objetivo dessa síntese era obter um estimulante circulatório e respiratório, mas os testes indicaram um forte efeito sobre o útero e uma inquietação nos animais usados nos experimentos. Não despertando nenhum interesse farmacêutico, os testes foram descontinuados. Hofmann ficou decepcionado com o desinteresse, pois tinha

um pressentimento peculiar, o sentimento de que esta substância pudesse possuir propriedades diferentes das que foram estabelecidas nas primeiras investigações me induziram, cinco anos depois da primeira síntese, a produzir o LSD-25 uma vez mais, na forma de uma amostra que poderia ser dada ao departamento farmacológico para testes adicionais. Isto era bastante incomum; substâncias experimentais, como regra geral, estavam definitivamente fora do programa de pesquisa uma vez determinada a falta de interesses farmacológicos (HOFMANN, 2009).

Em 16 de abril de 1943, quando produzia a nova amostra, uma pequena quantidade acabou entrando em contato com seus dedos e foi absorvida pela pele. Logo após, Hofmann foi obrigado a interromper o trabalho por causa de “sensações incomuns”.

[...] fui forçado a interromper meu trabalho no laboratório, no meio da tarde e retornei a minha casa afetado por uma inquietude notável, combinada com uma leve vertigem. Em casa eu me deitei e afundei numa condição não desagradável de um

¹² Substância de caráter básico derivada principalmente de plantas, mas podendo ser também derivada de fungos, bactérias e até mesmo de animais. Contém, em sua fórmula, basicamente nitrogênio, oxigênio, hidrogênio e carbono. São exemplos de alcaloides a cafeína, a cocaína, a morfina, etc.

¹³ A ergometrina foi descoberta em quatro laboratórios, incluindo o Sandoz, quase simultaneamente, por isso é conhecida por quatro nomes diferentes: ergometrina, ergotocina, ergosterina e ergobasina. É a base para um medicamento indicado para conter hemorragias pós-parto, sua ação estimula diretamente o músculo uterino aumentando a força e a frequência das contrações.

tipo de intoxicação, caracterizada por uma imaginação extremamente estimulada. Num estado como que em sonho, com os olhos fechados, eu achei a luz do dia desagradavelmente brilhante, eu percebia um fluxo ininterrupto de quadros fantásticos, formas extraordinárias com um intenso caleidoscópico jogo de cores. Depois de umas duas horas esta condição diminuiu (HOFMANN, 2009).

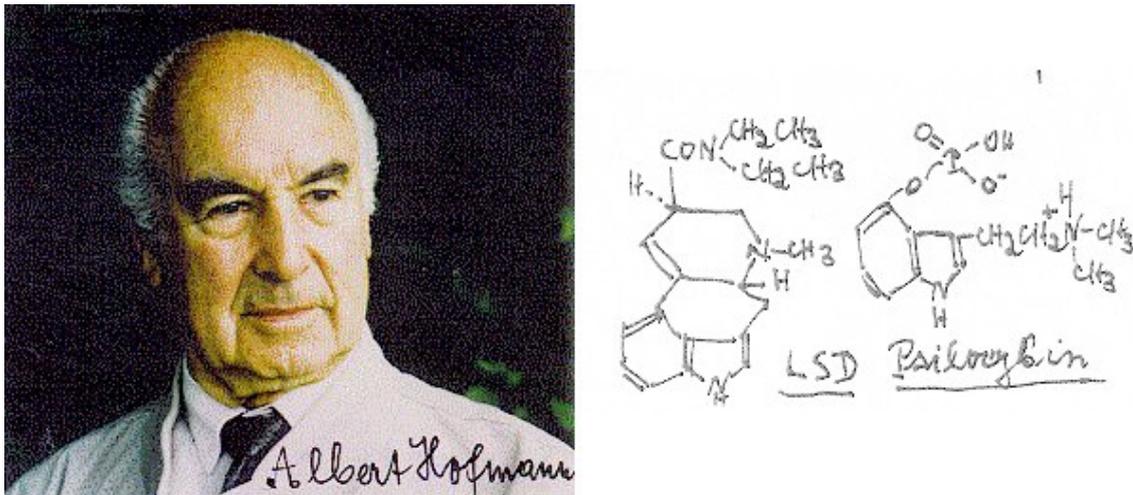
Impressionado com os efeitos provocados pelo LSD-25 e disposto a aprender mais sobre como a substância funcionava, alguns dias depois ele decidiu fazer uma autoexperiência tomando apenas 250 microgramas diluídos em 10 ml de água em sua própria casa e acompanhado de seu assistente. Depois de passar por experiências aterrorizantes achando que sua mobília estava tomando vida, sua vizinha era uma bruxa e com medo de estar ficando louco, o

horror suavizou-se e deu lugar a um sentimento de muita felicidade e gratidão, quanto mais normais as percepções e os pensamentos devolvidos, fiquei mais confiante de que o perigo da loucura tinha definitivamente passado. Agora, pouco a pouco, eu poderia começar a desfrutar as cores sem precedentes e os jogos de forma que persistiram por trás de meus olhos fechados. Imagens caleidoscópicas, fantásticas surgiram em mim, variando, alternando, abrindo e então se fechando em círculos e espirais, explodindo em fontes coloridas, reorganizando e se cruzando em fluxos constantes. Era particularmente notável como cada percepção acústica, como o som de uma maçaneta de porta ou de um automóvel passando, foi transformada em percepção óptica. Todo som gerava uma vívida imagem variável, com sua própria forma, consistência e cor (HOFFMANN, 2009).

A atividade produzida pelo LSD nessas primeiras investigações não era nova para a ciência. Ela coincidia amplamente com os efeitos comumente conhecidos da mescalina¹⁴, o que surpreendia era a magnitude do poder do LSD, já que uma dose pode ser de 5.000 a 10.000 vezes mais ativa que a mescalina. Depois de testar a substância com até um terço da dose do primeiro experimento e passar por experiências mais amenas, mas ainda assim surpreendentes, Hofmann pensou que a droga poderia ser uma ferramenta importante no estudo do funcionamento da mente e apresentou os resultados aos seus superiores.

¹⁴ Mescalina é um componente psicoativo extraído de um cacto mexicano chamado *Lophophora williamsii*, também conhecido como peiote. Este cacto era usado por índios americanos desde tempos pré-colombianos e ainda hoje é usado como uma droga sagrada em cerimônias religiosas.

Figura 7 - Dr. Albert Hofmann e as fórmulas químicas do LSD e da psilocibina.



Disponível em: <<http://www.hofmann.org/museum/tour.html>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

Merheb (2012) diz que em 1947, depois de ser testado em animais, Werner Stoll, proprietário do laboratório, iniciou uma pesquisa sistemática dos efeitos do LSD em seres humanos. A pesquisa resultou em artigos que destacavam o processo de agilização do pensamento e o aparente efeito tranquilizante sobre esquizofrênicos advindo do LSD. A Sandoz passou então a disponibilizar a nova substância, agora com o nome comercial de *Delysid*, para institutos de pesquisa, médicos e professores ao redor do mundo que tivessem interesse em estudá-la. Junto às amostras era distribuído um panfleto que, entre outras orientações, explicava as indicações do uso do *Delysid*:

- a) Psicoterapia analítica, para trazer à tona e liberar material reprimido e prover relaxamento mental, particularmente em estados de ansiedade e neuroses obsessivas.(...)
- b) Estudos experimentais na natureza das psicoses: O próprio psiquiatra tomando *Delysid* pode ganhar um conhecimento do mundo de ideias e sensações dos pacientes mentais. *Delysid* também pode ser usado para induzir modelo de psicoses de curta duração em objetos normais, facilitado assim estudos na patogênese de doenças mentais (*apud* HOFFMANN, 2009).

Figura 8 - Embalagem comercial do *Delysid* de 1947.



Disponível em: <<http://www.herbmuseum.ca/content/delysid-isd-25>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

O interesse gerado pelo Delysid foi grande e veio de todas as partes. De um lado a comunidade científica estava interessada nas suas propriedades psicoterápicas, de outro a CIA, como lembram Lee e Shlain (1992), interessada no uso do LSD como arma de guerra. Ligados a cada um desses lados estavam um proeminente professor de psicologia e um jovem aspirante a escritor. Cada um ao seu modo, eles seriam peças-chave para apresentar o LSD a uma geração que estava se preparando para a revolução e, ao contrário da comunidade científica e da CIA, estava mais interessada em uma ferramenta que os ajudasse a cair fora da sociedade opressiva em que se encontravam.

3.4 TIMOTHY LEARY, O PAPA LISÉRGICO

Lee e Shlain (1992) contam que antes de virar um dos gurus do LSD, Timothy Leary, tinha uma carreira de sucesso como psicólogo clínico, tendo publicado artigos em importantes revistas científicas. Ele era visto como uma estrela em ascensão no campo da psicologia comportamental. Esse trabalho acabou levando-o a ser professor na Universidade de Harvard em 1959.

Entretanto, em 1960, aos 39 anos de idade, durante uma viagem de férias com a família e amigos, e em plena crise de meia-idade, como supõe Merheb (2012), Leary teria a experiência que ajudaria a mudar não só a sua vida, mas toda uma geração. Seguindo o conselho de um amigo, ele experimentou o *Psilocybe Mexicana*, um cogumelo utilizado em

ritos religiosos pelo povo Mazatec. Leary, que até então não tinha nem fumado maconha, “entrou em um estado de êxtase místico-religioso que ele descreveu como sendo a experiência religiosa mais profunda da sua vida” (HOFMANN, 2009).

Convencido que havia aprendido mais sobre psicologia nas cinco horas depois de tomar os cogumelos que nos 15 anos estudando e fazendo pesquisas, retornou a Harvard determinado a conduzir experiências sobre o potencial psicoterapêutico daquela substância. Ao retornar, ele criou um projeto de pesquisa sobre a psilocibina, batizado de *Harvard Psilocybin Project*, e conseguiu um suprimento legalizado de comprimidos de psilocibina sintética produzido pela Sandoz e distribuído para pesquisadores de forma gratuita. Dali em diante se dedicou totalmente a pesquisar os efeitos e as possibilidades do uso dessas drogas, então já conhecidas como drogas psicodélicas¹⁵.

Em março de 1961, acreditando que a psilocibina pudesse beneficiar a sociedade (e sua carreira) se sua utilização fosse comprovada como forma de transformar criminosos violentos em cidadãos cumpridores da lei, começou o primeiro experimento formal, o *Concord Prison Project*. Mas para conseguir executar o experimento Leary precisava de ajuda. Ele a encontrou em Richard Alpert, um professor assistente de psicologia de Harvard que havia ficado impressionado com o projeto de pesquisa de Leary.

No experimento, como comentam Lee e Shlain (1992, p. 97, tradução nossa), “a psilocibina foi dada a trinta e dois detentos do Instituto Correccional de Massachusetts, uma prisão de segurança máxima em Concord, para determinar se a droga iria ajudar os prisioneiros a mudar seu comportamento, diminuindo assim a taxa de reincidência”. Mesmo com os resultados muito contestados, “o estudo piloto foi bem sucedido em curto prazo, já que só 25% dos que tomaram a droga acabaram na prisão novamente, em comparação com a taxa normal de 80%”.

¹⁵ A origem do termo remonta aos escritos de Humphry Osmond, um psiquiatra inglês residente no Canadá. Enquanto estudava os efeitos da mescalina e do LSD em alcoólatras, Osmond publicou em 1953, 15 anos depois da descoberta do LSD-25 na Suíça, um ensaio no qual afirmava que as reações provocadas pela ação química da droga no organismo causavam um tipo de esquizofrenia artificial semelhante às sensações experimentadas pelos próprios esquizofrênicos, como se o sistema nervoso pudesse criar compostos alucinógenos próprios. Afirmava ainda que a mescalina poderia capacitar pessoas “normais” a ver o mundo pelos olhos de um esquizofrênico e sugeriu que, [...] pela junção de duas palavras de origem grega, *psyche* (mente ou alma) e *delein* (o que se mostra, se manifesta), se criasse o neologismo psicodélico (MERHEB, p. 67-68).

Figura 9 - Leary e Alpert enquanto professores de Harvard.



Fonte: <<http://www.mangu.tv/node/2295>>. Acesso em 25 jun. 2014.

Outro aspecto da pesquisa era focado na relação entre as experiências religiosas induzidas por drogas e as que ocorrem naturalmente. A ideia de Leary era que

um ambiente apropriado e a administração de psicodélicos poderiam ser usados para produzir estados místicos de consciência. As drogas eram vistas como forma de oferecer não apenas um meio para aumentar a sensibilidade espiritual, mas também abrir a possibilidade de trazer a experiência religiosa para o laboratório, onde poderia ser examinada e talvez até explicada em termos científicos (LEE; SHLAIN, 1992, p. 99, tradução nossa).

Esta perspectiva não foi bem recebida pelos líderes religiosos ortodoxos, que achavam que a experiência com drogas não era uma forma genuína de revelação. Mesmo com as críticas, as pesquisas atraíram a atenção do público acadêmico e em um primeiro momento foram levadas a sério. Os problemas teriam início quando, além da pesquisa formal, o grupo de Leary começou a organizar sessões psicodélicas por conta própria fora da universidade. A ideia era testar a experiência fora do ambiente científico em favor de um ambiente mais confortável e privado onde os indivíduos pudessem relaxar e ouvir música à luz de velas.

Alunos de graduação e artistas foram convidados a participar das experiências, e a grande maioria relatou experiências positivas. Essas sessões privadas começaram a atrair pessoas de todos os cantos interessadas em conhecer e compreender os efeitos das drogas psicodélicas.

De tantos que passariam por elas, Lee e Shlain (1992) consideram que o pesquisador inglês Michael Hollingshead seria o que causaria o impacto mais profundo em Leary e seu grupo. Enquanto trabalhava com pesquisa de drogas psicodélicas em Nova York, Hollingshead recebeu de seu companheiro de pesquisa um grama de LSD enviada pelos Laboratórios Sandoz, juntos eles provaram a droga misturada com açúcar e água destilada em um pote de maionese.

Depois da primeira experiência, mais confusa que esclarecedora, ele procurou conselhos com Aldous Huxley, que, por sua vez, sugeriu que ele fosse para Harvard conhecer Timothy Leary. Se houvesse um pesquisador nos Estados Unidos que valesse a pena ouvir era o Dr. Leary, garantiu. Hollingshead partiu para Cambridge com o seu frasco de maionese.

A princípio Leary não se mostrou interessado pela droga, pois achava que se **você** tivesse experimentado um psicodélico era como se tivesse experimentado todos. Quando finalmente experimentou, ficou chocado com o poder da droga e a experiência visionária provocada por ela. Foi um momento definitivo em que ele via a necessidade de ruptura com os métodos clássicos da psiquiatria, um momento em que sua visão sobre a droga passou de curiosidade científica para curiosidade mística e espiritual.

Leary deixava de ser um respeitado pesquisador e se transformava em um guru místico que pregava uma doutrina em que “as regras pelas quais se pautava o sistema capitalista eram a real alucinação e as pessoas estariam em contato muito maior com a realidade se consumissem drogas” (MERHEB, 2012, p. 69). A nova filosofia seria conhecida posteriormente pelo slogan “*turn on, tune in, drop out*”, algo como se ligue, sintonize, caia fora. Nas palavras de Leary:

Turn on significa ativar seu equipamento genético e neural... As drogas são um caminho para alcançar este fim. *Tune in* significa interagir harmoniosamente com o mundo ao seu redor. *Drop out* sugere um processo seletivo e gracioso de desapego, autossuficiência, uma descoberta da sua singularidade, um compromisso com a mobilidade, escolha e mude (LEARY *apud* TORGOFF, 2004, p. 219, tradução nossa).

Na análise de Hall (2007) sobre o movimento *hippie* ele explica que a filosofia pregada por Leary era um caminho que rejeitava as regras e jogos da sociedade orientada pelo trabalho, poder, status e o consumo e buscava um outro modo de vida, já que a sociedade estava “sintonizada na estação errada” e, conseqüentemente, recebendo o sinal errado. Portanto, a experiência psicodélica poderia ser usada como um meio de reimprimir novos sistemas de crenças e atitudes não somente em criminosos, mas em toda a sociedade.

Para promover sua doutrina e o uso de psicodélicos Leary e Alpert fundaram a IFIF - *International Federation for Internal Freedom* (Federação Internacional para a Liberdade Interna). Com a divulgação, a procura do público interessado em participar dos experimentos passou a ser maior que a demanda, e para satisfazer a curiosidade dos rejeitados um mercado negro de psicodélicos surgiu perto do campus de Harvard, e em 1962, tanto dentro como fora da universidade, se praticavam “viagens” clandestinas com LSD.

Ao mesmo tempo, Stanley (2009) diz que as festas promovidas por Leary em sua casa alugada em um tranquilo subúrbio também cresciam exponencialmente contando com a presença de professores, estudantes, poetas, músicos, artistas e pessoas ricas entediadas. Os vizinhos de Leary começaram a reclamar da superlotação, de supostas orgias selvagens e ruído excessivo.

No outono de 1962 muitos membros do corpo docente de Harvard estavam reclamando que os experimentos de Leary e Alpert estavam se tornando perigosos e pouco profissionais. Para eles, acrescenta Stanley (2013), a pesquisa sobre a psilocibina tinha se transformado em uma grande “comuna” baseada em experiências místicas e religiosas induzidas por LSD. Além disso, o crescente uso das drogas encorajava as participantes do sexo feminino a praticar “amor livre” com múltiplos parceiros sexuais a qualquer hora do dia e da noite. Não demorou muito para a direção ter motivos suficientes para demitir os dois. Oficialmente Leary foi demitido por não dar suas aulas e Alpert por supostamente dar psilocibina a um estudante em um apartamento fora do campus.

A imprensa apoderou-se deste caso, revelando assim a um grande número de americanos a existência do LSD. Adeptos, estudantes, *beatniks* e desobedientes colocaram-se ao lado de Leary. Houve também várias celebridades a apoiá-lo: atores como Gary Grant, escritores como Aldous Huxley, que se declarou ardente fanático pelo LSD, e sobretudo Allen Ginsberg (DAUFOUY; SARTON, 1981, p. 80).

Para Goffman e Joy (2007, p. 274), todo esse evento acabou involuntariamente dando uma boa dose de publicidade às drogas psicoativas e “dando tanto às drogas quanto aos ex-professores uma aura de rebeldia que despertou o interesse dos (em sua maioria) estudantes universitários por todos os Estados Unidos”. Com a propaganda e a liberdade para falar abertamente, ambos souberam aproveitar o momento e reverter a situação, o que eles fizeram com uma “inteligência e uma irresponsável naturalidade que deixou intrigados visionários rebeldes, especialmente entre os jovens. Agora que eles tinham um inimigo, o *establishment*, a cruzada podia começar de verdade” (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 278).

Leary tinha se tornado agora não só uma espécie de messias, mas também um mártir do movimento psicodélico.

Após uma tentativa frustrada de criar um centro de treinamento psicodélico da IFIF no México – o grupo foi deportado apenas seis semanas depois –, Leary e Alpert voltaram aos Estados Unidos com seus seguidores e começaram a procura por um novo quartel general. Durante este período eles conheceram William Mellon Hitchcock, um milionário corretor da bolsa de valores e neto de William Larimer Mellon, fundador da *Gulf Oil*, uma das maiores empresas petrolíferas dos Estados Unidos. Hitchcock, que havia conhecido Leary e o LSD através de sua irmã, diretora da filial de Nova York da IFIF, ofereceu uma mansão da família em Millbrook, Nova York, para o grupo.

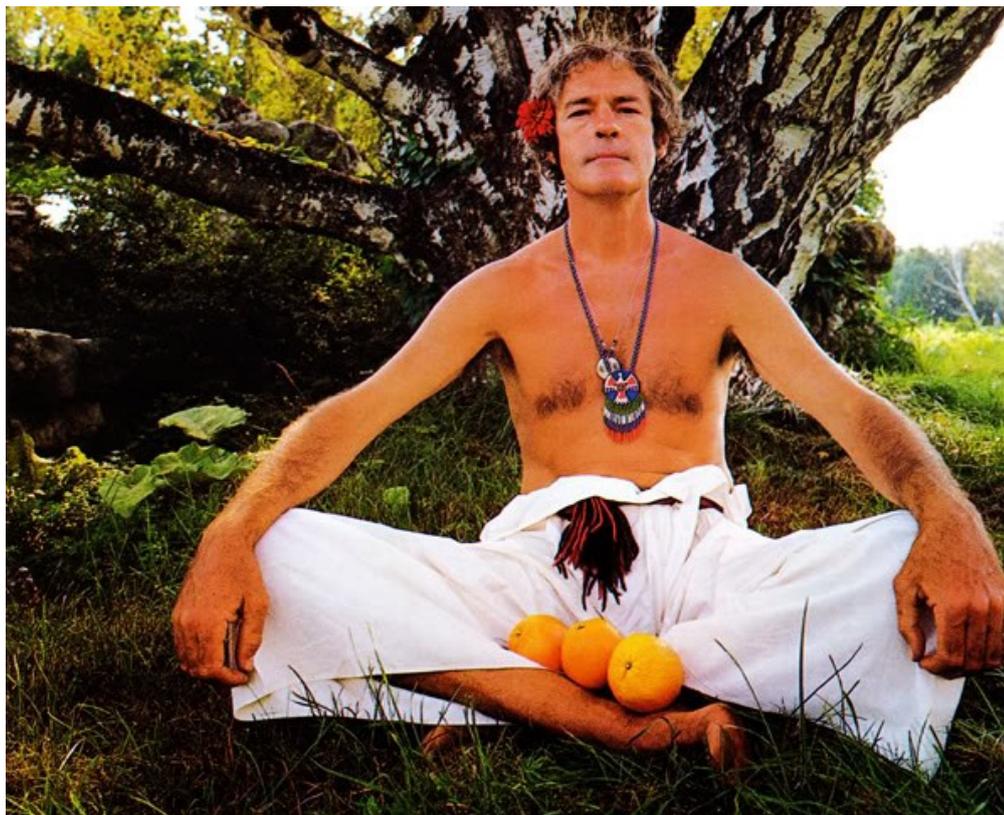
Figura 10 - Mansão dos Hitchcock, sede da *Castalia Foundation*, em Millbrook.



Fonte: PERRY; MILLES, 1997, p. 19.

Em Millbrook, Leary e Alpert converteram a IFIF em *Castalia Foundation*, uma fundação esotérica com o propósito de promover a expansão de consciência e protegida pela saúde financeira de uma das famílias mais ricas dos Estados Unidos. Lá, além das experiências com psicodélicos, eram oferecidas sessões de meditação budista, *yoga* e outras técnicas que não envolvessem drogas, com objetivo de descobrir e cultivar a divindade dentro de cada pessoa através de uma busca espiritual em comunidade para posteriormente transformar o resto do mundo. Logo, lembra Torgoff (2004), um mundo cultural e intelectual começou a se formar em Millbrook, composto por poetas, escritores e artistas.

Figura 11 – Timothy Leary em Millbrook.



Fonte: <www.radicalpress.com/?p=1332>. Acesso em 25 jun. 2014.

Mesmo que vistos de fora os experimentos em Millbrook não tivessem nada de científico e parecessem na verdade grandes festas regadas a drogas, Lee e Shlain (1992) dizem que Leary e seus colegas ainda se consideravam pesquisadores. Por isso, eles tentavam criar um ambiente controlado, na medida do possível, para as experiências, chegando a criar um guia para as viagens guiadas baseado no Livro Tibetano dos Mortos.

Mas internamente as coisas não funcionavam tão bem, a maioria das pessoas que visitavam Millbrook não se importava com o discurso de Leary e eram apenas viciados à procura de uma dose, alguns permaneciam dias, outros meses. Como relata Mannes (1966), os quartos eram empoeirados, as pias tinham pratos empilhados e os corredores eram salpicados de lama e cheios de lixo.

Leary parecia não ver, ou recusava-se a ver, a bagunça em que seu antes respeitado estudo havia se tornado e mantinha-se firme como um messias que controlava seu culto. Essa perspectiva de um ambiente quase religioso, fechado, onde as viagens eram guiadas, começou a diminuir o interesse das pessoas que cada vez mais queriam festas e diversão. Logo, muitos começaram a migrar para onde todos pareciam estar indo: a costa oeste. Mais especificamente para São Francisco, onde o clima era mais ameno e ambientes

como Millbrook, sem o pretexto “científico”, começavam a brotar, muito por causa de um jovem escritor.

3.5 KEN KESEY E A GUERRILHA PSICODÉLICA

Kenneth Elton Kesey nasceu no Colorado, mas veio a se formar na Escola de Jornalismo da Universidade de Oregon em 1957. Considerado um diamante bruto, foi premiado pela *Woodrow Wilson National Fellowship*¹⁶ e acabou entrando no programa de escrita criativa da Universidade de Stanford no outono de 1958, instalando-se na alameda Perry, um reduto boêmio.

Foi lá, segundo Wolfe (1993), que conheceu Vic Lovell, um recém-formado em psicologia, que lhe contou sobre um programa experimental do governo que testava a ação de drogas psicomiméticas – drogas que causavam um estado de psicose temporário - no Hospital dos Veteranos de Menlo Park¹⁷. Kesey foi voluntário.

Durante os experimentos ele teve contato com o LSD e sua primeira experiência, como a de Leary, foi reveladora, provocando uma mudança definitiva no jovem escritor. A experiência no hospital inspirou-o posteriormente a escrever seu primeiro livro, *Um Estranho no Ninho*, de 1962, que acabou tornando-o um escritor famoso.

Logo as drogas começaram a circular entre os boêmios da alameda Perry e todos os tipos de pessoas, acrescenta Wolfe (1993), como artistas, escritores, músicos e até mesmo Neil Cassady e Richard Alpert começaram a aparecer por lá. Para Torgoff (2000), Kesey estava convencido que o verdadeiro potencial criativo e libertador das drogas só poderia ser explorado fora do ambiente estéril do hospital, longe do controle rígido dos pesquisadores do governo.

Por isso, com o lucro de seu livro, comprou um terreno em La Honda, 80 quilômetros ao sul de São Francisco, e transformou o lugar em um ímã para os *beatniks*, professores universitários e uma nova geração de *hipsters*. Para estimular a expressão

¹⁶ Fundação privada sem fins lucrativos que administra programas que dão suporte ao desenvolvimento de lideranças e capacitação organizacional na educação.

¹⁷ Como veio a público em 1975, o programa na verdade era uma pesquisa ilegal da CIA sob o codinome MK-ULTRA que havia começado no início dos anos 1950 e continuou até pelo menos o fim dos anos 1960. As experiências feitas em seres humanos tinham como objetivo identificar e desenvolver drogas e procedimentos a serem usados em interrogatórios e tortura, visando debilitar o indivíduo para forçar confissões por meio de controle de mente. As várias drogas utilizadas, todas do tipo psicoativas, incluíam mescalina, LSD e outras.

espontânea do grupo, amplificadores, gravadores e alto-falantes foram amarrados em árvores, projetores e câmeras foram espalhados pelos cantos.

O grupo que se formaria ao redor da experiência de Kesey ficaria conhecido como *Merry Pranksters*¹⁸, algo como “Festivos Gozadores” ou “Alegres Brincalhões”. Os *Pranksters* vestiam-se com trajes elaborados, capas, máscaras, pintavam-se com cores fluorescentes e davam-se novos nomes, como Mountain Girl, Sensuous X, Gretchen Fetchin the Slime Queen e Doris Delay.

Para Kesey tudo fazia parte do plano de chacoalhar as multidões, fazendo o que fosse necessário para explodir mentes e tirar o equilíbrio das pessoas. “O propósito dos psicodélicos”, dizia Kesey (*apud* LEE; SHLAIN, 1992, p. 144, tradução nossa), “é aprender com as respostas condicionadas das pessoas e em seguida brincar com elas. Essa é a única maneira de levar as pessoas a fazerem perguntas, e até começarem a fazer perguntas eles vão ser robôs condicionados”.

Figura 12 - Wavy Gravy, membro dos Pranksters.



Fonte: ANTHONY, 1980, p. 98

¹⁸*Prankster* pode ser traduzido como aquele que prega peças.

Apesar de terem criado o ambiente perfeito para as experiências, como boa parte da geração boêmia dessa época, os *Pranksters* tinham a viagem no sangue. Para eles, esclarecem Lee e Shlain (1992), viajar fazia parte do processo de autodescoberta. Por isso, em 1964 eles compraram um ônibus escolar de 1939 e instalaram beliches, uma geladeira, prateleiras e uma pia. Providenciaram um buraco no teto para que as pessoas pudessem subir e tocar música e instalaram um sistema de som para que pudessem transmitir a partir de dentro e captar sons de fora. A pintura era um detalhe à parte.

[...] brilhando amarelo, laranja, magenta, lavanda, azul-piscina, todos os tons pastéis fluorescentes imagináveis em milhares de formas e desenhos, tanto grandes como pequenos, como uma mistura de Fernand Léger e *Dr. Strange*, urrando e palpitando uns sobre os outros como se alguém tivesse dado cinquenta baldes de tinta luminosa e um ônibus modelo 1939 da Escola *International Harvester* para Hieronymus Bosch, e o mandasse atacar (WOLFE, 1993, p. 20).

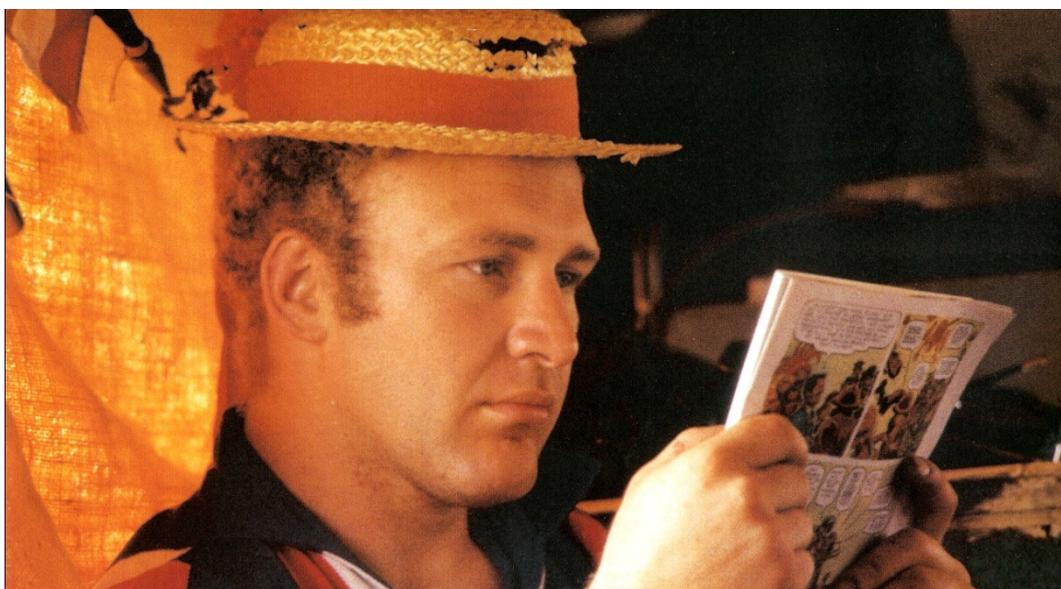
Figura 13 - O ônibus psicodélico.



Fonte: PERRY; MILLES, 1997, p. 43.

Na direção do ônibus psicodélico estava ninguém menos que Neal Cassady, o mesmo que anos antes havia acompanhado Jack Kerouac na sua viagem de carro através dos Estados Unidos e México. A ideia da viagem, que cruzaria os Estados Unidos de costa a costa, era, segundo Lee e Shlain (1992), explorar o desconhecido e experimentar sem nenhum limite o que o LSD poderia oferecer, como uma festa itinerante, onde todos que quisessem tivessem acesso ao despertar da consciência através do LSD. Essa era a missão da viagem: levar à maior quantidade de pessoas a libertação proporcionada pelo LSD.

Figura 14 - Ken Kesey¹⁹.



Fonte: PERRY; MILLES, 1997, p. 42.

Dentre os diversos pontos pelo qual passariam um merecia atenção especial, pois era a única comunidade psicodélica organizada conhecida: Millbrook. Se houvesse alguém capaz de compreender o que Kesey estava planejando esse era Timothy Leary, e todos esperavam um encontro entre ambos. Contudo, a recepção que os *Pranksters* tiveram não foi como a esperada e serviu para mostrar a grande diferença entre os dois grupos. A primeira decepção foi a de que Leary não iria se reunir com o grupo por estar, supostamente, em uma experiência de três dias no andar de cima da mansão e não podia ser incomodado.

¹⁹ A foto ilustra as palavras de Wolfe (1993, p. 101-102) que conta que durante a viagem de ônibus Kesey costumava ficar “sentado durante horas lendo história em quadrinho, absorvido nas profundas sombras púrpuras que Steve Ditko fazia *Dr. Strange* projetar [...]”. O super-herói, chamado no Brasil de Dr. Estranho, seria imagem constante em pôsteres e festas nos anos seguintes (fig. 22).

Nas poucas horas que estiveram em Millbrook, o grupo comandado por Kesey pode perceber a enorme distância de ideais entre os dois grupos. Como já comentado, o grupo de Leary, essencialmente constituído por cientistas, tentava criar um ambiente controlado, na medida do possível, para as experiências. Para Merheb (2012), Leary abordava as possibilidades geradas pelo LSD de forma cerimoniosa e filosófica, em ambientes serenos que levassem à exploração dos níveis profundos da consciência.

Enquanto isso, Kesey preferia táticas mais agressivas, buscando uma “faceta mais lúdica, festiva, como se a ação do LSD eliminasse todas as barreiras erguidas pelo superego e gerasse alegria sem nenhuma repressão, como pura resistência a qualquer tipo de autoridade” (MERHEB, 2012, p. 153). Os discípulos de Leary, acreditando fazer parte de algo mais profundo, consideravam os *Pranksters* apenas mais um grupo de doidões. Desapontados, os *Pranksters* seguiram viagem e ao longo do caminho ainda cruzariam com Allen Ginsberg, Jack Kerouac, entre outros, e chegariam a Nova York antes de começar a viagem de volta.

Para Torgoff (2000), a viagem se tornaria o protótipo para o próximo passo do plano de Kesey. Uma experiência psicodélica multimídia que sairia da pequena La Honda e se fixaria em São Francisco onde se integrariam ao ambiente dos desajustados e ativistas locais na certeza de que em nenhum outro lugar poderiam ser mais bem entendidos.

4 O MOVIMENTO PSICODÉLICO

4.1 CALIFORNIA DREAMIN'

*"I'd be safe and warm
If I was in L. A
California Dreamin'
On such a winter's day"*

Friedlander (2004) destaca que desde a corrida do ouro de meados do século XIX São Francisco construiu uma reputação de ser um lugar onde tudo é permitido. Entre 1848 e 1849 a população passou de menos de mil habitantes para 25 mil, o porto da cidade recebia milhares de embarcações vindas de todas as partes do país e do mundo, principalmente da China, tornando a cidade um polo multicultural. No final do século a busca pela riqueza, a prostituição e jogatina crescente tornariam a cidade um ímã de excêntricos à procura de liberdade.

Essa fama se estendeu pelo século XX levando para lá pessoas que buscavam uma alternativa ao estilo de vida conservador dos anos 50, o que transformou a cidade em um grande atrativo para os *beats* que ajudariam a transformar o distrito de Haight-Ashbury, na região metropolitana, em um reduto de cultura alternativa. "*Hashbury*", como a área foi apelidada, acrescenta Torgoff (2004), era um bairro tranquilo com casas em estilo vitoriano que foram construídas para abrigar os refugiados do grande incêndio de 1906.

Figura 15 - Casarões vitorianos de Haight-Ashbury.



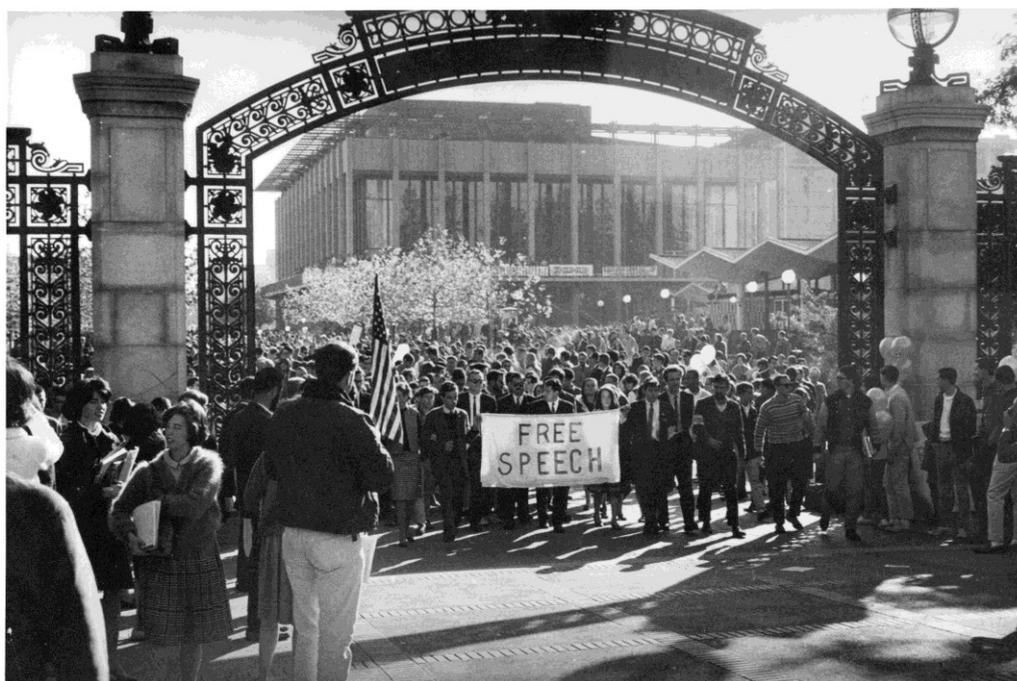
Disponível em: <<http://www.airbnb.com.br/locations/san-francisco/haight-ashbury>>. Acesso em 30 ago. 2014.

Nos anos anteriores ao início da explosão *hippie* tinha sido um bairro de classe operária e onde muitos estudantes do *San Francisco State College* resolviam morar. Quando o campus da faculdade foi deslocado para o extremo sul da cidade, muitas das casas e prédios que eram ocupadas pelos estudantes ficaram vazios e passaram a ficar disponíveis por aluguéis muito baratos.

Outra característica importante, destaca Willer (2009, p. 87), era a tradição de ativismo político da região, que “há tempos era uma base da esquerda independente norte-americana e do IWW (*International Workers of the World*), movimento anarco-sindicalista das primeiras décadas do século”. O centro desse ativismo deslocou-se, nos anos 1960, para a Universidade da Califórnia, em Berkeley, do outro lado da baía de São Francisco.

Lá, de acordo com Paraire (1999), os movimentos de contestação tinham começado, impulsionados pelos grupos de esquerda, com manifestações pacifistas em que jovens convocados pelo serviço militar para servir no Vietnã queimavam a sua caderneta militar. Com as crescentes ondas de protesto, em 14 de setembro de 1964 a direção da Universidade proibiu qualquer tipo de manifestação política e a entrada de membros da esquerda convidados pelos alunos. Os estudantes reagiram à repressão organizando o *Free Speech Movement* (Movimento pela Liberdade de Expressão) e promovendo manifestações e greves dentro do campus.

Figura 16 - Free Speech Movement, Berkeley, 1964.

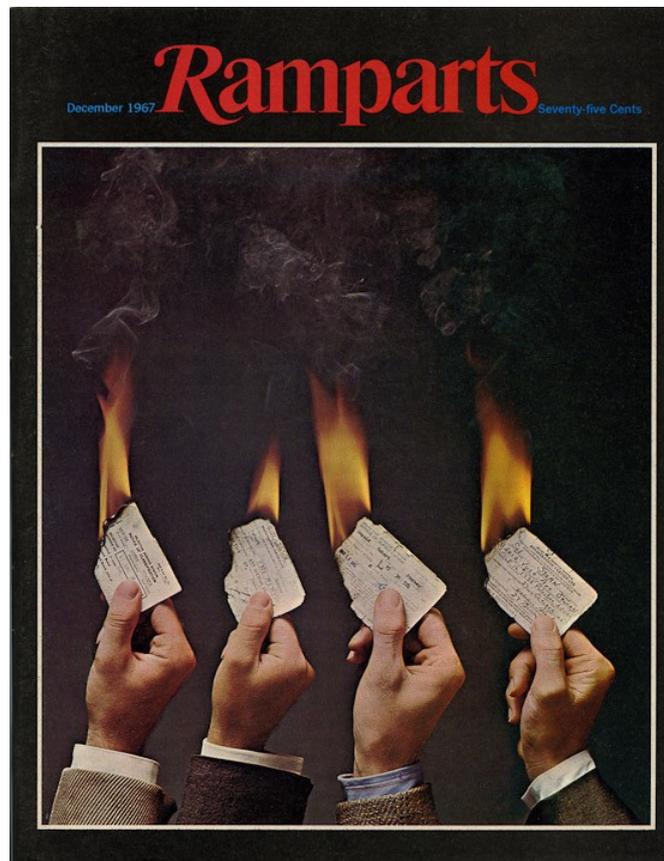


Disponível em: <<http://www.portlandoccupier.org/2012/03/28/the-history-of-the-berkeley-free-speech-movement/>>. Acesso em 30 ago. 2014.

Para Daufoy e Sarton (1981), o trabalho do movimento foi determinante para mostrar a cumplicidade da universidade com os organismos militares americanos, ou seja, a conivência dada ao imperialismo americano, especialmente no Vietnã.

Pouco a pouco, conseguiu-se juntar a contestação do sonho norte-americano e da guerra sob qualquer aspecto, dos sistemas de ensino, da educação puritana, da poluição. Lentamente, sob a influência dos textos da *protest song*, no fervor comunicativo dos “*be-in*” e dos “*love-in*” constituiu-se uma nova ideologia revolucionária, pouco preocupada com as questões da tomada do poder, mais orientada para a reforma imediata e profunda das concepções e do comportamento individual e social (PARAIRE, 1999, p. 86).

Figura 17 - Capa da revista Ramparts, Dugald Stermer, 1967²⁰.



Fonte: MEGGS, 2009, p. 506.

A união das tradições boêmias e ativistas, aliadas ao clima ameno, começou a trazer para São Francisco jovens de todos os cantos do país, além de místicos, excêntricos,

²⁰ Numa época em que muitos jovens norte-americanos queimavam a convocação para o serviço militar por uma questão de protesto, essa capa apresentava quatro mãos segurando fac-símiles em chamas de cartões de recrutamento [...]. Como o nome dos editores está claramente visível, a capa era uma representação gráfica de desobediência civil. (MEGGS, 2009, p. 506)

integrantes de seitas e intelectuais inconformados, em busca de uma fuga da sociedade opressiva e conservadora e de uma procura idealista por diferentes tipos de valores existenciais. Como pontua Merheb (2012, p. 49),

“*California Dreamin*”, o primeiro sucesso do *The Mamas and the Papas*,[...]resumia o sentimento daqueles que desciam para o sul da Califórnia com a bagagem cheia de planos e esperanças. Em Nova York, dizia a letra, ‘*all the leaves are brown and the sky is gray*’ (todas as folhas são marrons e o céu é cinza). Todos os caminhos apontavam para o oeste.

4.2 O FLORESCIMENTO DE *HAIGHT-ASHBURY*

As pessoas que vinham para São Francisco, principalmente em meados de 1965, buscavam criar em Haight-Ashbury uma comunidade totalmente adepta à filosofia de Timothy Leary do *drop out*, o cair fora do sistema. A primeira leva a chegar no distrito, explica Szatmary (2000), eram *baby boomers* de classe média e, de acordo com um estudo do sociologista H. Taylor Buckner (*apud* SZATMARY, 2000, tradução nossa), 96% tinham entre 16 e 30 anos e 68% haviam frequentado universidade por um tempo.

Os dados apresentados por Buckner podem ser mais bem compreendidos quando são cruzados com a visão de Hall (2007), que explica que isso acontecia não porque seus ambientes familiares ou o sistema educacional eram ruins, mas principalmente, em um sentido mais simbólico, rejeitar a rotina e modo de vida da sua geração fazia parte do “*drop out*” pregado por Leary. Mesmo que o abandono representasse ficar a uma distância “segura” do campus, mas fora do alcance dos professores e da administração.

Em sua fuga dos subúrbios de classe média em busca de lugares mais baratos para se viver e onde os controles sociais fossem menos rígidos, eles encontrariam no distrito de Haight-Ashbury da liberal São Francisco, com seus imóveis baratos, tradição boêmia e contestatória, sem falar na crescente oferta de drogas, um recanto perfeito. Além desses motivos, ainda conforme Hall (2007), essa atração por São Francisco se dá porque esses grupos, chamados pelo autor de desviantes²¹, são levados a compartilhar - muitas vezes pelas mesmas razões - áreas em que outros grupos desviantes já haviam habitado.

A escolha por São Francisco, então, reforça o sentimento desses jovens de estarem fora das normas e expectativas de respeitabilidade da sociedade “séria”. Na cidade eles tentariam criar um mundo alternativo, onde se romperiam “todos os hábitos consagrados de

²¹ Do inglês *deviant*. Tradução nossa.

pensamento e comportamento da cultura dominante, realizando-se uma espécie de ‘crítica selvagem’ a esta mesma cultura e sociedade ocidentais” (PEREIRA, 1986, p. 22-23).

Desse mundo alternativo nasceria um homem novo, com um novo modo de se relacionar com o mundo, com uma nova consciência que tentaria subverter as convenções que legitimavam a sociedade considerada séria. Nasceria também não uma nova cultura ou uma subcultura, mas uma contracultura que seria considerada por Hall (2007) uma das primeiras “tropas” recrutadas para um novo tipo de política da sociedade pós-industrial e pós-moderna: a política da rebelião cultural.

Essa nova geração de *hipsters*, que se mostraria muito mais descontraída que os *beats*, seria batizada de *hippie* em um artigo do jornalista Michael Fallon em setembro de 1965. A expressão, acrescentam Goffman e Joy (2007), já era usada desde os anos 1940 por *hipsters* negros que, como forma de desprezo, chamavam os *hipster* brancos de *hippies*, um diminutivo. Assim como a expressão *beatnik*, mesmo sendo usada de forma mais pejorativa no início, o termo acabou sendo adotado pela comunidade.

4.2.1 Os princípios *hippies*

De acordo com Pereira (1986, p. 83-84), nesta tentativa de criar uma “nova maneira de viver, os *hippies* concentravam sua energia revolucionária especialmente no questionamento da repressão internalizada em cada um, na busca de si mesmo e do significado da existência” em um projeto de realização e felicidade individual e coletiva que rompesse com os esquemas repressores da cultura ocidental. Esse foco na felicidade, explica Maciel (1987), fez com que o hedonismo fosse o princípio fundamental dos primeiros *hippies*, para eles muito mais um desejo básico e elementar de felicidade do que uma caça louca ao prazer, conotação que a moralidade tradicional dava à palavra.

O raciocínio fundamental, aqui, é muito simples. O sistema é injusto e cria infelicidade. Mas o sistema introjeta os seus valores em nós e somos nós quem sofremos a infelicidade que ele cria. Para os primeiros *hippies*, a ênfase se deslocou de seu pólo objetivo para o seu correlato subjetivo. Julgando-se imponente para transformar o sistema, o *hippie* se dispõe a transformar a si próprio, animado pelo projeto novo de ser feliz, a despeito e à margem do sistema (MACIEL, 1987, p. 93).

Sob a ótica atual de Maffesoli (1996), essa perspectiva hedonista abre-se ao pluralismo de apreciações onde o que importa é a dimensão relacional e comunicacional. A partir dessa ideia de pluralismo de apreciações os *hippies* vão em busca do prazer como bem

supremo da vida humana através do amor e da sexualidade, da exploração de culturas orientais e das drogas.

Para Hall (2007), o amor é um tópico central da filosofia hedonista *hippie*. Na opinião do autor, esse amor implica algo maior do que a redução das restrições sexuais, a chamada permissividade sexual de vida *hippie*. O amor em questão significa algo mais amplo e mais abrangente do que o sexo, ele está ligado a uma ternura universal inclusiva e receptiva, um respeito sagrado às relações pessoais em um mundo onde essas relações são frágeis. Princípio esse ligado ao estar-junto de Maffesoli (1996), uma “relição” onde é possível enxergar a sociedade como simples faculdade de agregação onde a emoção serve como cimento.

Mesmo assim, o próprio Hall (2007) destaca, é impossível dissociar esse amor das relações sexuais. A quebra de tabus ligadas à prática do sexo livre, recreativo e com múltiplos parceiros – permitida em parte pelo crescente uso da pílula anticoncepcional e pelo afrouxamento das amarras da repressão provocado pelas drogas – fazia também parte da autorrealização, da crença de que as pessoas nasciam para ser felizes. Maciel (1987, p. 94) defende que para os *hippies* “o verdadeiro sentido da revolução sexual, ao contrário da pornografia e da licenciosidade, procura sanear a vida sexual dos indivíduos através de uma satisfação adequada e completa de seus impulsos eróticos”.

Porém, as palavras de Merheb (2012) ajudam a desmistificar a imagem de que essa revolução era tratada em pé de igualdade para ambos os sexos.

Com todo o discurso libertário, as comunas de São Francisco eram verdadeiros templos de patriarcalismo. Esperava-se do sexo feminino pouco mais do que submissão e procriação. O homem era quem punha comida na mesa. Mulheres *hippies* tinham filhos quase imediatamente. Acatar as exigências da natureza era uma norma. A pílula anticoncepcional podia ser um sucesso na Universidade de Berkeley, mas não no reduto desses autoproclamados filhos da mãe natureza. Comida macrobiótica e uma *hippie* amamentando seu rebento eram duas imagens coladas a qualquer comunidade normalmente estruturada (MERHEB, 2012, p. 214-215).

Outro mito em relação à sexualidade hippie era a questão da homossexualidade. Ao contrário dos *beats*, as relações entre os hippies eram estritamente heterossexuais, o que levava muitos a reprimirem sua atração por pessoas do mesmo sexo. De qualquer forma, essa nova forma de tratar o sexo era uma revolução chocante em face ao conservadorismo predominante na época.

Aliado ao conservadorismo, os hippies viam o racionalismo como um mal, já que, segundo eles, assim como os princípios conservadores, a racionalidade científica exacerbada

impunha uma percepção da realidade que, de acordo com Hall (2007), os *hippies* acreditavam que limitava a sensibilidade do sujeito, restringindo e confinando todos a um espectro pequeno e pouco autêntico de sentimentos e percepção.

Em prol de um projeto de sociedade orientada ao trabalho, resolução de problemas, cumprimento de metas, onde a razão mecânica se sobrepõe ao indivíduo, as pessoas estavam reprimindo todos os modos de experimentar o mundo - o sonho, a fantasia, a alucinação, o transe e a loucura. Como uma forma de recuperar as pessoas de uma visão unilateral, racional e materialista do mundo, os *hippies* se voltaram a experiências místicas em uma mistura de meditação, zen-budismo, astrologia, religiões tibetanas e indianas, entre outros.

Muito dessa ligação veio por causa do ex-ministro episcopal inglês Alan Watts, que se tornaria o mais popular expoente das filosofias orientais no Ocidente. Em seu livro *The Joyous Cosmology* ele documentou suas viagens com drogas alucinógenas e as relacionou com diversas formas de misticismo oriental. Essa temática, naturalmente, acabou atraindo a atenção dos *hippies*, o que transformou Watts em um popular líder espiritual independente. Todavia, o caminho da meditação era longo e exigia muita disciplina e prática e existia um caminho bem mais curto para a viagem até os ricos reinos da percepção e dos sentimentos.

O caminho passava através das portas da percepção e as chaves para essas portas seriam as drogas psicodélicas. Para Maciel (1987), no meio dessa recém-formada consciência, nada ajudou mais os *hippies* a romper com todas as amarras conservadoras e opressoras do que as drogas, que, eles pregavam, expandiam as mentes e ajudavam a quebrar os últimos laços que os mantinham presos ao sistema. O LSD, popularizado em Haight-Ashbury por Ken Kesey, seria o elemento que criaria o braço psicodélico do movimento *hippie* e, motivado pelas experiências místicas, seria tomado como um sacramento, definido por Watts (2002, p. 85) como “um método de dar poder ou discernimento espiritual através de meios corpóreos”.

O próprio criador do LSD reafirma a ligação do místico com a droga dizendo ver no LSD uma “possibilidade de providenciar ajuda material para a meditação voltada à experiência mística de uma realidade mais profunda e abrangente. Tal uso combina completamente com a essência e a característica da atividade do LSD como uma droga sagrada” (HOFMANN, 2009). É esse sacramento que vai tornar possível o *drop out* final proposto por Leary e explicado por Hofmann:

A experiência de tal abrangente realidade é impedida num ambiente tornado morto através de mãos humanas, como acontece em nossas grandes cidades e distritos industriais. Aqui o contraste entre ego e mundo exterior fica especialmente evidente.

Surgem sensações de alienação, de solidão e de ameaça. São estas sensações que impressionam eles próprios na consciência cotidiana da sociedade industrial Ocidental; eles também levantam as mãos em cada lugar que a civilização tecnológica se estende e amplamente determinam a produção da arte moderna e da literatura (HOFMANN, 2009).

Entretanto, para muitos *hippies*, o uso das drogas não tinha todas essas implicações filosóficas - que para muitos não passava de uma tentativa de racionalização de um hábito depravado e perigoso. Havia um elemento de pura confrontação, já que, como aponta Hall (2007), o consumo de drogas trazia à tona os tabus da sociedade como a tolerância de drogas lícitas como o álcool e o cigarro. Assim, o consumo de drogas servia também como forma de contestação ao demonstrar como eram artificiais os limites estabelecidos para o que o código moral da sociedade considerava certo e errado.

Todos os pontos levantados sugerem, de acordo com Hall (2007), que os *hippies* e seu modo de vida não são a confusão amorfa e sem padrão que a princípio parecem ser. Para o autor, o modo de vida, os valores e atitudes têm uma consistência e padrão e representam uma atitude diferente e contrária de sociedade, diferente daquela tida como válida e legitimada pela classe média americana.

A sociedade americana é fortemente integrada em torno de uma teia de valores e atitudes – reconhecimentos e confirmações – que ligam os homens com “o sistema”. Essa matriz de valores, ordem normativa dominante da sociedade, não é – como muitos cientistas sociais querem nos fazer crer – fixa, imutável e estática. Na verdade é parte do meu argumento que ela gerou suas próprias tensões, contradições e conflitos que estão agora expostos (HALL, 2007, p. 147).

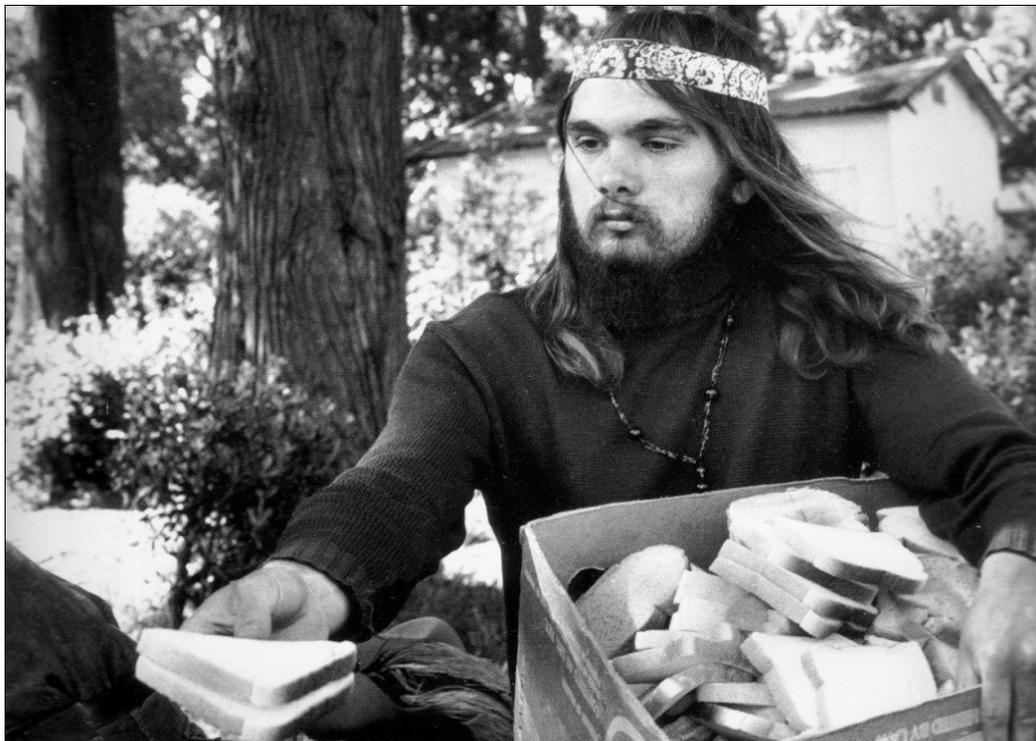
Os *hippies*, continua Hall (2007), através de seus princípios, dão ao movimento uma “linguagem” que sugere em seu discurso que a estrutura da sociedade americana está defasada. Eles fazem isso, em parte, ao rejeitar a “linguagem” imposta pela sociedade e acrescentando “obscenidade” ao confronto político, e em parte por uma imersão nas experiências de prazer intensificado pelas relações pessoais, pelo estar-junto, “[...] um estado estético no qual se pode sofrer e gozar juntos, o que cria um laço simbólico dos mais sólidos, uma simpatia, vinda de baixo, mais firme que todas as ideologias vindas de cima” (MAFFESOLI, 2005a, p. 195). Enfim, um grupo relativamente coeso, com ideais que refletiam a insatisfação e necessidade de mudança de uma parcela da população, e que começava a atrair os olhos da América para São Francisco.

4.3 A TRIBO PSICODÉLICA

A partir de 1966 já havia uma população considerável de *hippies* vivendo em tempo integral na *Bay Area*²², essa população dobrava com a chegada dos “*hippies* de fim de semana”, e começaram a surgir em Haight-Ashbury inúmeros pequenos negócios “para suprir necessidades físicas e espirituais da comunidade. O shopping psicodélico vendia livros de ocultismo, incenso, tecidos indianos, apetrechos para fumar maconha, ingressos para concertos e uma infinidade de outros itens” (FRIEDLANDER, 2004, p. 274). Além do comércio outros tipos de sistemas de apoio foram organizados para auxiliar a população da comunidade, até mesmo uma clínica médica gratuita abriu as portas, a *Free Clinic*.

O jornal *Oracle* combinava poesia, espiritualidade, debates sobre assuntos da comunidade e divulgação de eventos. O grupo de artistas performáticos *Diggers* – segundo Friedlander (2004), assim chamados por causa dos radicais ingleses altruístas do século XVII – começou a se envolver também de forma política na comunidade, coletando comida de diversos doadores para distribuí-la gratuitamente e ajudando na defesa de *hippies* presos, também de forma gratuita.

Figura 18 - Membro dos *Diggers* distribuindo sanduíches.



Fonte: PERRY; MILLES, 1997, p. 120.

²² Região metropolitana que abrange as baías de São Francisco e São Paulo no norte da Califórnia.

Eles não estavam interessados na farra da mídia *learyana* ou mesmo *keyseana*. Eles não estavam encantados com a ideia de que a consciência psicodélica, em si e por si mesma, iria produzir uma sociedade legal, excitante, liberada. [...] Segundo os *Diggers*, o ácido era apenas uma pequena parte de um pacote muito maior. As pessoas deveriam ser atuantes, renovando suas próprias vidas e sua cultura. As ruas deveriam ser um lugar de interações desafiadoras e criativas (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 293).

As comunidades construídas seguindo esse modelo desenvolveram-se rapidamente. Daufoy e Sarton (1981) comentam que algumas, devido ao estreitamento de laços entre seus habitantes, passaram a chamar-se de tribos. Mas a influência indígena não se dava apenas pela questão de se viver numa comunidade tribal. Como complementa Szatmary (2000), na tentativa de recapturar uma inocência perdida, alguns tentaram recriar a imagem popular do nobre índio americano usando mocassins, coletes com franjas de camurça, tiaras, penas e miçangas coloridas.

Hall (2007) termina dizendo que a identificação também se dava porque o indígena era um símbolo da simplicidade, da sobrevivência livre da riqueza e da sofisticação tecnológica, pregada pelos *hippies*, além, é claro, do fato do uso de drogas alucinógenas, como a mescalina e peiote, também ser comum entre os índios. Esse retorno à simplicidade autossuficiente em uma comunidade isolada seria um contraponto ao frenesi, os desejos e anseios de consumo da civilização tecnológica moderna, e indicava o desejo de recriar na América industrial e urbana a paz e união da comunidade tribal.

Essa observação de Stuart Hall encontra eco em Maffesoli (2010, p. 10), que diz que em “sociedades demasiadamente racionalizadas, sociedades das mais assepsizadas entre todas, sociedades que se dedicam a banir todo risco, qualquer que ele seja, é nessas sociedades que o bárbaro retorna. Eis, também, o sentido do tribalismo”. Para o autor francês, o tribalismo urbano salienta o sentimento de necessidade de uma socialidade empática, que partilha emoções, partilha afetos, o que, como visto anteriormente, é um dos princípios básicos dos *hippies*. Essa socialidade, que nas tribos primitivas era partilhada na natureza, nas tribos modernas é comungada “nas selvas de pedra da ‘civilização do asfalto’, [...] com seus bairros, ruas” (MAFFESOLI, 2005a, p. 190). Assim, para os *hippies*, o distrito de Haight-Ashbury transforma-se num retiro

(...) onde se pode viver, fora ou ao lado das diversas pressões sociais, a vida dos sentidos, o prazer da arte, em companhia de seres escolhidos. (...) Em cada caso está em jogo o mito do paraíso e seu jardim maravilhoso. Em nossos dias, esse jardim pode ser uma realidade simbólica, um bistrô, uma praça pública, um banco no *square* das redondezas, tal rua onde se ama perambular e ainda muitas outras coisas.

Pouco importa. Basta que favoreça a “congregação” e permita escapar à sociedade de controle: pais, educadores, para os jovens, famílias, patrões, para os adultos (MAFFESOLI, 2005a, p. 200).

Figura 19 - Rua Haight, 710: Quartel general e casa comunitária da banda Grateful Dead.



Fonte: OWEN; DICKSON, 1999, p. 64.

Nesse ponto, novamente é possível cruzar os pensamentos de Maffesoli e Hall, já que o segundo (2007) sugere que o movimento *hippie* pode ser entendido como um sonho de fazer de Haight-Ashbury um enclave *arcade*²³ dentro do coração da cidade, ao invés de retiros rurais remotos. Ao trazer para a cidade essa congregação hedonística, “cria-se uma ‘alma coletiva’ na qual as atitudes, as identidades e as individualidades se apagam. [...] Cada um participa desse ‘nós’ global. Ao contrário do político que, paradoxalmente, repousa sobre o ‘eu’ e o distante, a massa é feita de ‘nós’ e de proximidade” (MAFFESOLI, 2010, p. 118).

²³O autor faz referência a Arcádia, uma província da antiga Grécia que, com o tempo, se converteu no nome de um país imaginário, criado e descrito por diversos poetas e artistas, sobretudo do Renascimento e do Romantismo. Neste lugar imaginário reinaria a felicidade, a simplicidade e a paz em um ambiente idílico habitado por uma população de pastores que vivem em comunhão com a natureza, como na lenda do nobre selvagem.

Esse ponto, a importância do “nós” sobre o “eu”, é vital dentro do contexto psicodélico, inclusive, para Watts (2002), o LSD também ajudaria nesse processo, já que um dos efeitos da viagem seria a separação ou dissolução do ego. Assim, quando o estado egocêntrico - no qual cada um se via como um centro isolado e individual de consciência - é superado, acontece uma transformação da consciência que permite uma união com o todo, uma nova maneira de experimentar, ver-se parte de um mundo profundamente harmonioso. Além do que

o “nós” feito de inclusão, aceitação e confirmação é o domínio da segurança gratificante, desligada (embora poucas vezes de modo tão seguro como se desejaria) do apavorante deserto de um lá fora habitado por “eles”. A segurança só é obtida quando se confia em que “nós” temos o poder de aceitação e a força para proteger aqueles que já foram aceitos. A identidade é percebida como seguro se os poderes que a certificaram parecem prevalecer sobre “eles” – os estranhos, os adversários, os outros hostis, construídos simultaneamente ao “nós”, no processo de autoafirmação (BAUMAN, 2012, p. 46-47).

Maffesoli (2010) reforça que a ênfase nessa dimensão comunitária salienta, além da saturação do conceito de Indivíduo, a importância do sentimento de pertencimento, a um lugar ou a um grupo, como fundamento essencial de toda vida social, o que permite falar em identificação ao invés de identidade, pois essa é essencialmente individualista, enquanto a primeira, muito mais coletiva. Para Hall (2000, p. 106), no senso comum,

a identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são partilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal. É em cima dessa fundação que ocorre o natural fechamento que forma a base da solidariedade e da fidelidade do grupo em questão.

Entretanto, continua o autor, uma abordagem discursiva “vê a identificação como uma construção, como um processo nunca completado - como algo sempre ‘em processo’. Ela não é, nunca, completamente determinada” (HALL, 2000, p. 105). Essa abordagem, como mostrado mais adiante, também será uma característica não só do movimento *hippie*, mas da pós-modernidade.

De qualquer forma, Maffesoli (1996) destaca que o processo de identificação instaura e fortalece a comunidade, ela “faz” sociedade. As relações definem-se a partir do que é vivido no dia-a-dia, nos ideais e prazeres compartilhados que servem de cimento para uma cultura do sentimento onde o laço social torna-se emocional. “Assim, elabora-se um modo de ser (*ethos*) onde o que é experimentado com outros será primordial. É isso que designarei pela expressão: ‘ética da estética’” (MAFFESOLI, 1996, p. 12).

Esse conceito de ética da estética, primordial nos estudos do autor, seria a ética que rege as tribos urbanas. A ética é tomada “no sentido formador do termo, ou seja, o que me permite, a partir de alguma coisa exterior, um reconhecimento de mim” (MAFFESOLI, 2005b, p. 24). Os vetores de ética, portanto, seriam os valores compartilhados que atraem o sujeito a fazer parte do corpo coletivo e permitem que ele reconheça-se no outro formando um o laço coletivo. Já a estética é tomada no seu sentido etimológico, ligada à “experiência do prazer ou mesmo do desprazer, das percepções dos sentidos, da sensualidade e da sensibilidade” (OLIVEIRA, 2006, p. 33). Ao juntar a relação do unir-se sob um mesmo conjunto de valores (ética) e o experimentar emoções, sentimentos, paixões comuns (estética) temos a ética da estética.

Essa nova ética que preza a experimentação de sensações em grupo é a linha-guia que orienta as tribos pós-modernas, assim, a estética passa a ter função de agregação, fortalecendo a sociabilidade. Essa nova sociabilidade é o fator determinante que vai diferenciar a modernidade – onde a solidariedade social é definida racionalmente, quase de forma “contratual” –, da pós-modernidade, onde a processo de agregação social se dá a partir de “parâmetros não racionais, que são o sonho, o lúdico, o imaginário e o prazer dos sentidos” (MAFFESOLI, 1996, p. 74).

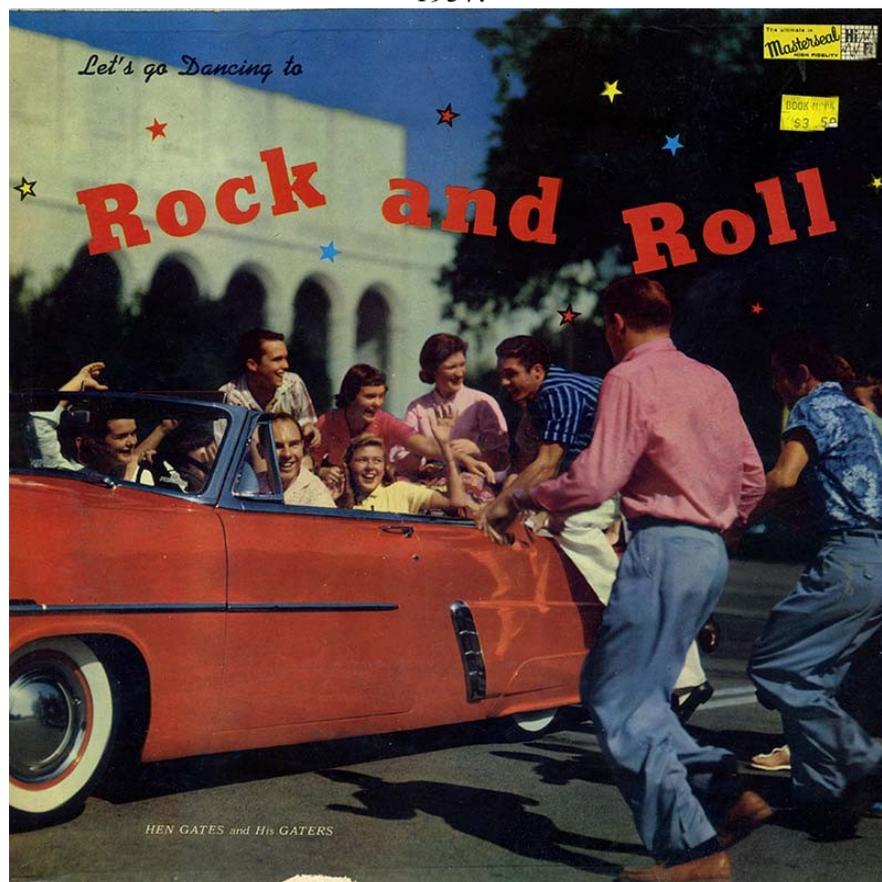
Para o autor, a contracultura seria um dos primeiros grupos a perceber – não de forma consciente, provavelmente – o problema da modernidade e, por isso, optou por uma simplificação da vida, um ritmo social mais lento e um aumento do tempo de lazer. Forma-se aí, portanto, um tipo de identidade cultural inovadora, com modelos próprios de organização social baseada nos princípios hedonistas/estéticos que serviria como ímã para trazer à Haight-Ashbury um grande número de artistas, entre eles muitos músicos. Esses últimos, muitos inspirados pela revolução recém-iniciada por Bob Dylan, usariam a música como outro vetor essencial de comunhão que enriqueceria a experiência, e a transformariam num dos principais meios de expressão e comunicação da geração.

5 O SOM DE SÃO FRANCISCO

5.1 DO ROCK AND ROLL AO FOLKROCK

Como comentado anteriormente, nos anos que precederam o surgimento da contracultura, o *rock and roll* dos anos 1950, mesmo não sendo explicitamente contracultural, servia como forma de a juventude expressar seus ideais e sua rebeldia contra a sociedade conservadora e mostrava uma enorme capacidade de mobilização social. Entanto, apesar de ser tomada pelos jovens como uma música de protesto, o *rock and roll*, como analisam Brandão e Duarte (1990), não era música politicamente engajada. Entre as principais temáticas estavam a exaltação à dança e ao ritmo da música, histórias de colégio, de carros e relacionamentos amorosos.

Figura20 - Capa do disco “*Let's Go Dancing To Rock and roll*” de *Hen Gates And His Gaters*, 1957.



Disponível em: <<http://www.discogs.com/viewimages?release=3479679>>. Acesso em 24 jun. 2014.

Por exemplo, a letra de *Maybellene* (1955), o primeiro sucesso de Chuck Berry considerada como uma das canções pioneiras do *rock and roll*, conta a história de um homem dirigindo um Ford V8 perseguindo sua namorada infiel em seu Cadillac Coupe DeVille:

*“As I was motivatin over the hill
I saw Mabelene in a Coup de Ville
A Cadillac arollin' on the open road
Nothin' will outrun my V8 Ford
The Cadillac doin' about ninetyfive
She's bumper to bumper, rollin' side by side*

*Maybelline, why can't you be true?
Oh Maybelline, why can't you be true?
You've started back doing the things you used to do”.*

Depois do seu auge entre os anos de 1956 e 1958, o *rock and roll* e toda sua energia e rebeldia começou a ser assimilado pela indústria cultural interessada em expandir seu mercado para a música jovem. Dessa forma a música entrou nos anos 1960 sob olhares desconfiados dos novos rebeldes que se posicionavam contra o sistema.

Os *beats*, por exemplo, nunca esconderam sua aversão ao *rock and roll* adolescente dos anos 1950 que, segundo Merheb (2012), havia se tornado um produto da indústria de entretenimento e se diluído na mesma cultura massificadora contra a qual eles travavam sua guerra. Por isso, essa nova geração adotou a música *folk* como um canal de expressão mais adequado a uma juventude preocupada em refletir sobre os problemas internos e externos dos Estados Unidos.

A música *folk*, esclarece Friedlander (2006), sempre foi parte importante da tradição musical norte-americana e as canções de protesto são partes essenciais da sua herança.

Defensores da Guerra da Secessão cantavam canções em homenagem a seus heróis; democratas jeffersonianos desferiam ataques aos federalistas com a música *Jefferson and Liberty*; abolicionistas atacavam a escravidão e ambos os lados – União e Confederados – em suas canções tristes falavam de um país triste dividido por uma guerra civil (FRIEDLANDER, 2006, p. 194).

Durante o século XX as músicas preocupadas com a injustiça e desigualdades na sociedade americana continuariam presentes durante o crescimento do movimento sindical e na Depressão. Consequentemente, explicam Brandão e Duarte (1990), diante do quadro político-social do início da década de 1960 a música *folk*, ao contrário do *rock and roll*,

apelava para a consciência política do público engajado nas lutas estudantis e acabou ficando identificada com

setores esclarecidos da sociedade, a classe trabalhadora, que lutava nos sindicatos, e os estudantes, que frequentavam passeatas de resistência e associação com grupos de esquerda que retrocedia aos anos 1930. Seus praticantes eram todos garotos conscientizados de classe média (MERHEB, 2012, p. 251).

Para Owen e Dickson (1999), Bob Dylan foi uma figura chave das canções de protesto dos anos 1960. Ele e muitos de seus contemporâneos transformaram os questionamentos de uma geração em canções e promoveram a sua visão de um mundo melhor em músicas que se colocavam contra valores das sociedades urbanizadas, industriais e em prol de valores mais humanos. “Dylan alcançou um sucesso fulminante, não só como artista, mas também – ou principalmente – como porta-voz e líder de toda uma geração. Considerado o poeta máximo da *protest song*” (MACIEL, 1987, p. 110).

Por causa dessa idolatria, quando Dylan resolveu trocar o violão e sua posição como trovador solitário – características dos músicos *folk* – por uma guitarra elétrica e uma banda de acompanhamento no Festival de Newport em 1965, a plateia tradicionalista e intolerante o abandonou e tratou-o com um Judas.

Figura 21 - Bob Dylan no palco do Festival de Newport, 1965.



Disponível em: <<http://www.musicradar.com/news/guitars/bob-dylans-newport-strat-sells-for-965000-589552/>>.
Acesso em 24 jun. 2014

Nesse momento, Merheb (2012) diz que Dylan se transformou de trovador *folk* em artista de *rock* comercialmente viável, o que o colocava em uma rota para as audiências mais vastas do que quaisquer músicos *folk* poderiam ter sonhado. “Suas letras passaram a percorrer o mesmo território onde morava a imaginação de Allen Ginsberg, Gregory Corso e Jack Kerouac. A diferença é que o texto agora compunha apenas uma parte da equação” (MERHEB, 2012, p. 16).

Ele próprio decidiu dar um salto de volta ao *rock*, levando na bagagem as narrativas e a percepção da música *folk*. A controvérsia quanto à sua música ter sido engrossada por instrumentos rítmicos e banda, e subtraída de palavras de ordem, minimizava um fato significativo: Dylan estava criando um novo tipo de expressão, mais sofisticado do que o que usou nos três anos anteriores. A criação do “*folk rock*” foi um ponto de ruptura na cultura popular. Antes do novo trabalho de Dylan [*Bringing It All Back Home* e *Highway 61 Revisited*], a maioria dos músicos de *rock*, inclusive os *Beatles*, usavam letras rápidas, frívolas. Enquanto boa parte do público *folk* precisou de algum tempo para assimilar a nova abordagem de Dylan, seu novo séquito *pop* não demorou a cerrar as fileiras (SHELTON, 2011, p. 375).

Em questão de abrangência de público e no lado comercial, a mudança foi um sucesso. Lançada como um *single* em 20 de julho de 1965, *Like a Rolling Stone*, uma das primeiras músicas com o novo estilo elétrico e pesado, foi um sucesso e permaneceu na parada americana durante 12 semanas, onde conseguiu atingir a segunda posição atrás apenas de *Help!* dos *Beatles*. Pouco mais de um mês depois do lançamento da música, os *Rolling Stones* chegaram pela primeira vez ao topo das paradas americana e inglesa.

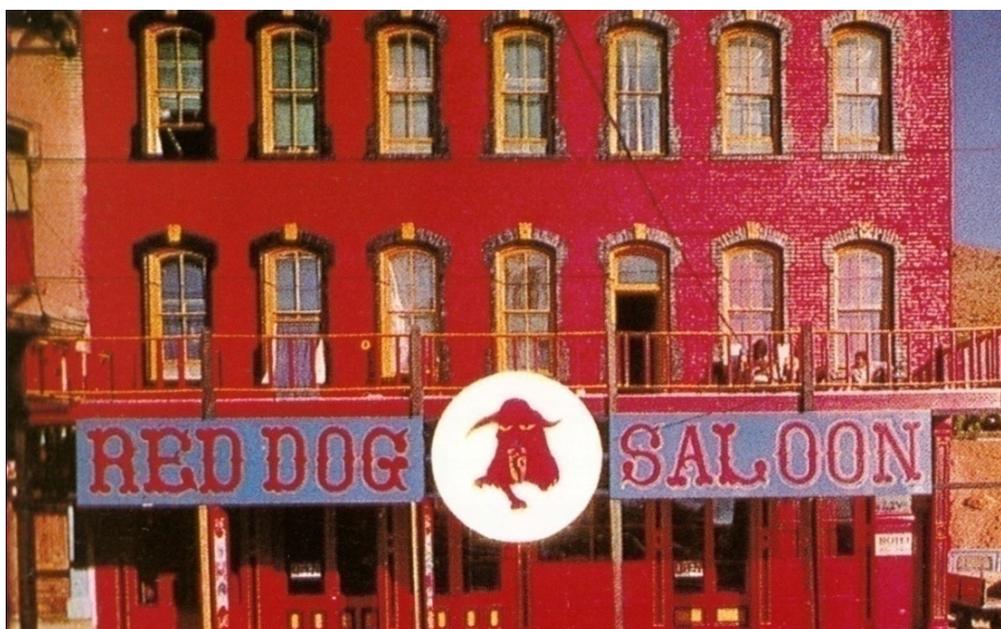
A exemplo de *Like a Rolling Stone*, o êxito decorreu de um casamento de oportunidade com inspiração. Com *Satisfaction*, os *Stones* se concentraram na alienação consumista enquanto descreviam o próprio fastio com o tédio das excursões, dos hotéis e da televisão massificada dos Estados Unidos, mas de maneira tão arrebatadora que soava como um “chamado às massas” (MERHEB, 2012, p. 33).

Para Owen e Dickson (1999), a mais significativa mudança trazida pelo novo estilo mais engajado nos anos 1960 em comparação com o *rock and roll* adolescente dos anos 1950 tinha sido a conversão da música em um instrumento que iria agitar as consciências dos jovens. O novo som, batizado de *folk rock*, não demoraria a chegar a São Francisco, centro das mudanças culturais e sociais da época. Porém, devido a todas as características peculiares da cultura *hippie*, principalmente as drogas, ao chegar à cidade o som sofreria mais uma mudança que o transformaria num “estilo musical destinado a tornar-se um *rock* dos mais criativos e culturalmente exóticos da América” (FRIEDLANDER, 2006, p. 267).

5.2 A VIAGEM COMEÇA

A trajetória que transformaria o *folk rock* no estilo que embalaria as reuniões do movimento psicodélico começaria a quase 400 quilômetros de São Francisco, em Virginia City. Lá um reformado bar no estilo velho oeste, chamado *Red Dog Saloon*, contava com os Charlatans de São Francisco como banda residente. Tocando uma mistura de *folk rock*, *blues* até *country* e canções *western* embaladas por LSD, a banda conseguiu criar um ambiente agradável e dançante em um momento em que dançar ao som de *rock*, tão comum na década de 1950, estava fora de moda.

Figura 22 - *Red Dog Saloon*, Nevada.



Fonte: PERRY; MILLES, 1997, p. 12.

O visual da banda era um detalhe à parte: uma mistura de cowboys – com direito até mesmo a tocar usando armas na cintura – e trajes do período Eduardiano²⁴. George Hunter (*apud* PERRY, 1997, p. 14, tradução nossa), fundador da banda, explica que eles tentavam parecer originais. “Não estávamos querendo ser associados à Invasão Britânica²⁵. [...] Todo

²⁴ Período de 1901 a 1910 no Reino Unido, durante o reinado do rei Eduardo VII, marcado pela ostentação e extravagância. Os homens vestiam calças curtas e estreitas, os colarinhos eram engomados e muito altos, retos em volta do pescoço. Formalmente usava-se sobrecasaca, terno e cartola. Chapéus coco eram usados com terno e chapéus de palha em ocasiões informais. À noite, fraque em tons escuros com colete, gravata borboleta branca e uma camisa com colarinho alto. Assim com as casas em estilo vitoriano, eram uma herança da explosão populacional do final do século anterior e muito comuns em brechós de Haight-Ashbury.

²⁵ Termo usado para descrever profusão de artistas de música *pop*, *rock* e *beat* do Reino Unido que se tornaram populares nos Estados Unidos e Canadá entre 1964 e 1966.

mundo estava meio que imitando os Beatles e os Stones nesse momento. Então nós estávamos procurando algo ligado a uma identidade mais americana”. O ecletismo, tanto no visual quanto na mistura dos estilos do repertório, fez com que muitos classificassem o Charlatans como a primeira banda a tocar o que viria a ser conhecido como o som de São Francisco.

Figura 23 -The Charlatans



Disponível em: <<http://www.reddogvc.com/history.php>>. Acesso em 21 jun. 2014.

A música e a aparência dos Charlatans não foram as únicas influências que o *Red Dog* deixou para a cultura psicodélica. Anthony (1980) lembra que foi no salão que Bill Ham, um artista multimídia formado pela Universidade de Huston, começou seus experimentos com cores e luzes. Seu objetivo era criar um método de unir através de uma corrente elétrica o som das guitarras com cores projetadas na parede.

Para chegar ao seu objetivo Ham introduziu pigmentos de aquarela em soluções com óleo que quando projetados com luz nas paredes criavam imagens fascinantes. Ao manipular os líquidos com os ritmos da música Ham podia criar incríveis efeitos pulsantes: o show de luzes psicodélicas, a cereja do bolo para os primeiros shows de *rock* psicodélico.

Figura 24 - O show de luzes de Bill Ham.



Fonte: PERRY; MILLES, 1997, p. 94.

Quando os Charlatans foram despedidos após serem presos por porte ilegal de armas e maconha, a banda e um grupo de frequentadores do *Red Dog*, conhecidos como *The Family Dog*, voltaram para São Francisco e começaram a organizar alguns shows na cidade. O primeiro e mais importante, chamado de “*A Tribute to Dr. Strange*”, aconteceu em 16 de outubro de 1965 e tinha como objetivo promover os novos talentos da região. Os cartazes, desenhados pelos próprios organizadores, mostravam padrões rabiscados que lembravam os raios de energia usados pelo herói de histórias em quadrinhos Dr. Estranho, um mestre das artes místicas. Para Torgoff (2004), uma visão que os *acidheads*²⁶ poderiam facilmente apreciar.

²⁶ Termo pelo qual eram conhecidos os usuários de LSD.

Figura 25 - Cartaz do show “A Tribute to Dr. Strange” (esq.) e capa da revista em quadrinhos do Dr. Estranho.



Fonte: PERRY; MILLES, 1997, p. 37 e <http://marvel.wikia.com/Doctor_Strange_Vol_2_18>. Acesso em 30 ago. 2014.

Perry (1997) descreve o evento como um gigante e eclético baile a fantasias com centenas de pessoas dançando vestidas com trajes eduardianos, de vaqueiros, cópias dos Beatles e até piratas. A grande presença do público seria a evidência que algo novo, e lucrativo, estava nascendo. Por isso, menos de um mês depois, o empresário Bill Graham organizou um evento beneficente semelhante para levantar fundos para a *Mime Troupe*, um grupo satírico de teatro que havia sido preso por apresentar uma peça considerada obscena em um parque da cidade.

O panfleto de divulgação anunciava a “*Appeal Party*”, pela continuidade da liberdade artística nas artes, com as presenças do Jefferson Airplane, The Fugs, Sandy Bull, John Handy Quintet, o poeta Lawrence Ferlinghetti, *The Family Dog*, The Warlocks e outros. O valor do ingresso foi definido de acordo com o que cada um podia pagar, uma doação.

Figura 26 - Panfleto e pôster dos *Appeal* I e II, 1965.

S.F. MIME TROUPE

WILL HOLD AN
'APPEAL' PARTY
424 HOWARD STREET (BETWEEN 5th & 6th STS.)
SAT. NIGHT - NOVEMBER 6
FROM 8 P.M. TILL DAWN

Entertainment, Music, Refreshments!
DONATION: AT LEAST \$1.00
Engagement, Commitment & Fresh Air!

R. G. Davis, director of the San Francisco Mime Troupe, was found guilty on November 1 of performing in the public parks without a permit. The four-day trial was pointless because the court did not allow the only relevant issue, freedom of speech and assembly, to be considered.

The trial settled nothing. The Mime Troupe is determined to fight until the parks are returned to their only "owners," the people of San Francisco.

For this is what it is all about: Who owns the parks? Chairman Walter Haas and his fellow members of the Recreation and Parks Commission? They apparently think so, for they revoked the troupe's permit on the grounds the Mime Troupe's commedia dell'arte production of "Il Condeplato" was not in "good taste" or "suitable" for "their" parks. The troupe defied the ban to test a constitutional issue: the commission's power to interfere with free expression. Then Municipal Judge FitzGerald Ames ruled that the commission's revocation power was "a matter of law" and not for the jury to decide. Thus the commission's powers were not allowed to be contested, and Davis was found guilty.

The only legitimate purpose for issuing permits is to schedule events properly - preventing time or place conflicts. The contents of performances is not a matter for the

commissioners to judge. And Walter A. Haas's idea of good taste is NOT a "matter of law"!

There are adequate laws to handle any crime committed in the parks. Was the Mime Troupe accused of being disorderly? No. Of creating a public nuisance? No. Of obscenity? No. It was banned because it did not conform to the commissioners' standard of "good taste" (whatever that may be). If the commissioners believe the troupe violated any law, then let them charge the troupe with a violation of that law.

WHO OWNS THE PARKS? The people of San Francisco. The parks are very large and there is room for us all -- room for any expression of any idea. Freedom of speech and freedom of assembly do not stop where Mr. Haas's good taste begins.

What is the effect of the commission's action and the court's failure to confront the issue? Our freedoms are lessened, for when one means of expression is cut off, who knows what will be next? The 20,000 persons who enjoyed the troupe's free park performances in the past four years will no longer have that opportunity, thanks to the "good taste" of six commissioners.

THE CREATIVE LIFE OF SAN FRANCISCO IS NOW DIMINISHED AND THE PARKS ARE CONSIDERABLY LESS JOYFUL.

The following artists will appear at the APPEAL PARTY on behalf of the San Francisco Mime Troupe:

JEANNE BRECHAN	THE FAMILY DOG
SANDY BULL	LAWRENCE FERLINGHETTI
THE COMMITTEE	THE FUGS

FOR FURTHER INFORMATION, CALL GA. 1-1984

S.F. MIME TROUPE APPEAL II

FOR CONTINUED ARTISTIC FREEDOM IN THE PARKS
DANCE - CONCERT
WITH

JEFFERSON AIRPLANE



JOHN HANDY QUINTET



SAM THOMAS & THE GENTLEMEN'S BAND



THE MYSTERY TREND



THE GREAT SOCIETY



AND MANY OTHER FRIENDS

FRIDAY, DECEMBER 10
9 P.M. TILL ?
FILLMORE AUDITORIUM
FILLMORE & GEARY STREETS

DONATIONS - \$1.50 **INFORMATION: GA 1-1984**

Fonte: LEMKE, 1999, p. 22-23.

Como relata Anthony (1980), dentro do armazém alugado para a festa um novo mundo estava se desenvolvendo. Filmes projetados tremulavam nas paredes; havia moedas, apitos, chocalhos, pequenos espelhos e embrulhos pendurados por todos os cantos. Latas de lixo revestidas com papel alumínio eram cheias com *Kool-Aid*²⁷ misturado com bebidas alcoólicas de todos os tipos.

E havia o *rock*. Perry (1997) diz que as pessoas que compareceram foram basicamente as mesmas dos eventos da *Family Dog* e era possível perceber que elas estavam lá não pela *Mime Troupe*, pelos músicos *folk* ou pelos poetas *beats*, elas estavam lá para ouvir o novo som de São Francisco tocado pelo Jefferson Airplane e pelos Warlocks.

²⁷Marca de suco de frutas em pó que mais tarde ficaria associada ao uso de LSD graças ao livro "The Acid Test *Kool-Aid Electric*", de Tom Wolfe, que retratava a vida de Ken Kesey e os *Merry Pranksters*. O título do livro é uma referência às festas organizadas pelos *Pranksters* onde jarros de *Kool-Aid* eram "batizados" com LSD. No Brasil é vendido com o nome Ki-Suco.

Figura 27 - Os *Warlocks* durante show em 1965.



Fonte: PERRY; MILLES, 1997, p. 44.

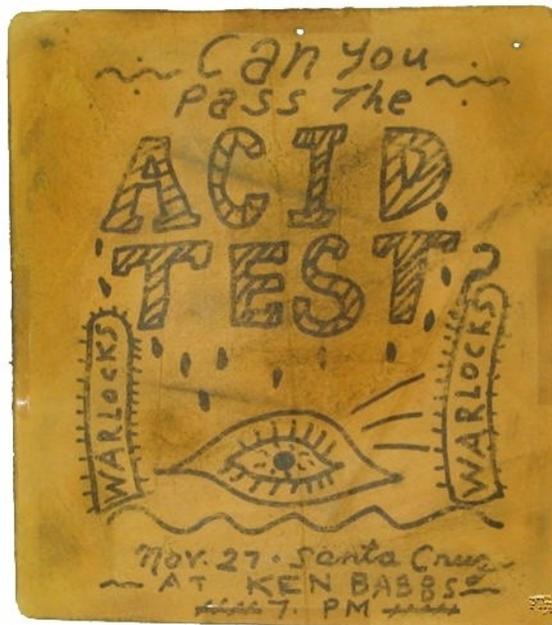
Todo o sucesso do *Appeal* e do evento seguinte, *Appeal II*, despertaram o interesse de Ken Kesey que, retornando da sua viagem de ônibus com os *Pranksters*, teve uma visão de qual seria o próximo passo da sua experiência: “Uma grande festa onde todos tomariam LSD e criariam um evento cósmico coletivo. Não através da meditação e da música indiana, como Timothy Leary estava recomendando na Costa Leste, mas contando com o inesperado” (PERRY, 1997, p. 42, tradução nossa). Logo começariam a circular por São Francisco panfletos que anunciavam um evento que seria o marco definitivo da explosão psicodélica. O panfleto, toscamente desenhado, continha seis palavras enigmáticas.

5.3 CAN YOU PASS THE ACID TEST?

Festas como as promovidas pela *Family Doge* Bill Graham já vinham sendo realizadas por Kesey e os *Pranksters* em La Honda em 1965, mas acabavam sendo restritas ao círculo de Kesey; boêmios, poetas e intelectuais *beats* e até mesmo os *Hells Angels*. Ao ver o sucesso das festas abertas ao público eles perceberam que já possuíam “a perícia técnica e o equipamento necessário para criar um estado de exaltação mental como o mundo jamais viu, alvoroço total, ligação total, amplificado e... controlado – além do instrumento mais eficiente jamais sonhado para abrir as portas da mente do mundo” (WOLFE, 1993, p. 245). O instrumento, claro, era o LSD. Finalmente Kesey poderia pôr em prática de forma eficiente o plano que tinha em mente quando saiu em sua viagem no ônibus psicodélico.

O primeiro *Acid Test*, promovido no final de novembro de 1965, porém, não saiu como planejado. O grupo não conseguiu alugar um salão em tempo hábil e a festa acabou acontecendo na casa de Ken Babbs, um dos *Pranksters*, em um local isolado, e a propaganda se restringiu ao próprio dia do teste com a distribuição de alguns panfletos em uma livraria frequentada por boêmios. Ou seja, o primeiro *Acid Test* aconteceu exatamente do mesmo jeito das festas de La Honda: um acontecimento privado e, sobretudo, sem forma.

Figura 28 - Panfleto desenhado à mão para divulgação do primeiro Acid Test.



Disponível em: <<http://www.postertrip.com/public/5572.cfm>>. Acesso em 24 jun. 2014.

Dispostos a não cometer o mesmo erro, o grupo planejou o segundo teste para a semana seguinte, 4 de dezembro. Dessa vez eles haviam alugado uma casa em San Jose, a 50 quilômetros de São Francisco, e tinham um plano para divulgar o evento: distribuir panfletos coloridos com lápis de cera e canetas coloridas com os dizeres “*Can you pass the acid test?*” (Você é capaz de passar no teste do ácido?) na saída do show que os Rolling Stones iriam fazer no *San Jose Civic Auditorium*. A estratégia funcionou e mais de 400 pessoas apareceram.

A casa alugada havia sido cuidadosamente preparada por Kesey e seu grupo. Como descreve Miller (1999), havia luzes estroboscópicas e projetores que reproduziam trechos da viagem de ônibus nas paredes. Gravadores e microfones espalhados por todos os cantos captavam sons e trechos de conversas que seriam retransmitidos por alto-falantes dispostos pela casa de modo que as pessoas ouvissem vozes estranhas e desconexas enquanto

andavam pelos cômodos. Vários instrumentos musicais - flautas, berrantes, guitarras - foram espalhados e as pessoas eram encorajadas a pegá-los e fazer algum barulho.

Por fim, na sala principal, uma banda de *rock* tocava. Antes conhecidos como The Warlocks²⁸, eles agora se chamavam Grateful Dead. Junto com o Dead estava seu financiador, engenheiro de som e químico: Augustus Owsley Stanley III. Owsley, como era conhecido, era o principal produtor de LSD de São Francisco, seu ácido era considerado tão bom que Timothy Leary o chamava de “agente secreto de Deus”. Foi com o LSD fornecido por Owsley que grandes jarros de *Kool-Aid* foram incrementados e deram o toque final à festa.

Figura 29 – Pôster do *Acid Test* de Muir Beach em dezembro de 1965, Norman Hartweg.



Fonte: PERRY; MILLES, 1997, p. 46.

Em janeiro de 1966 Kesey levou seu *Acid Test* para a *Bay Area* e mais de 2400 pessoas apareceram. Ele havia conseguido, sua louca fantasia de levar à maior quantidade de pessoas a libertação proporcionada pelo LSD estava sendo colocada em prática. É de concordância, como explicam tanto Miller (1999) como Torgoff (2000), que o fator determinante para o sucesso dos *Acid Tests* não foi o LSD nem o ambiente em si, mas o que

²⁸ A mudança aconteceu porque outra banda da costa leste, que viria a se tornar famosa com um estilo muito diferente, também usava o nome *Warlocks*, eles também mudariam de nome e ficariam conhecidos como *Velvet Underground*.

serviu como aglutinador foi novamente a música. Para a *Bay Area*, os testes de ácido marcaram o início de uma nova era e, como dito por Wolfe (1993, p. 252), foram “a alvorada do movimento psicodélico, da Geração da Flor e todo o resto da história”.

5.4 ACID ROCK, O VETOR DE AGREGAÇÃO

Enquanto Kesey planejava transformar seus testes em um evento regular, outros empresários apressaram-se em copiar a fórmula. Bill Graham, depois do sucesso dos *Appeals*, passou a procurar por um dos inúmeros salões da região que podiam ser alugados por um preço razoável para as apresentações. Ele acabou por encontrar um que fora usado por décadas como salão de dança, o *Fillmore Auditorium*, que ficaria marcado como um local mítico dos shows de música psicodélica.

Durante um período, Graham alternou shows aos finais de semana no *Fillmore* com Chet Helms, antigo integrante da *Family Dog*. Porém, após Graham adquirir uma concessão para o *Fillmore* produzir shows todas as noites, Helms assumiu o *Avalon Ballroom*, um antigo salão de uma escola de dança, como local para suas festas.

Figura 30 - Pôster do primeiro show de Chet Helms e a *Family Dog* no *Fillmore Auditorium*, Wes Wilson, 1966. A versão à direita foi colorida à mão.

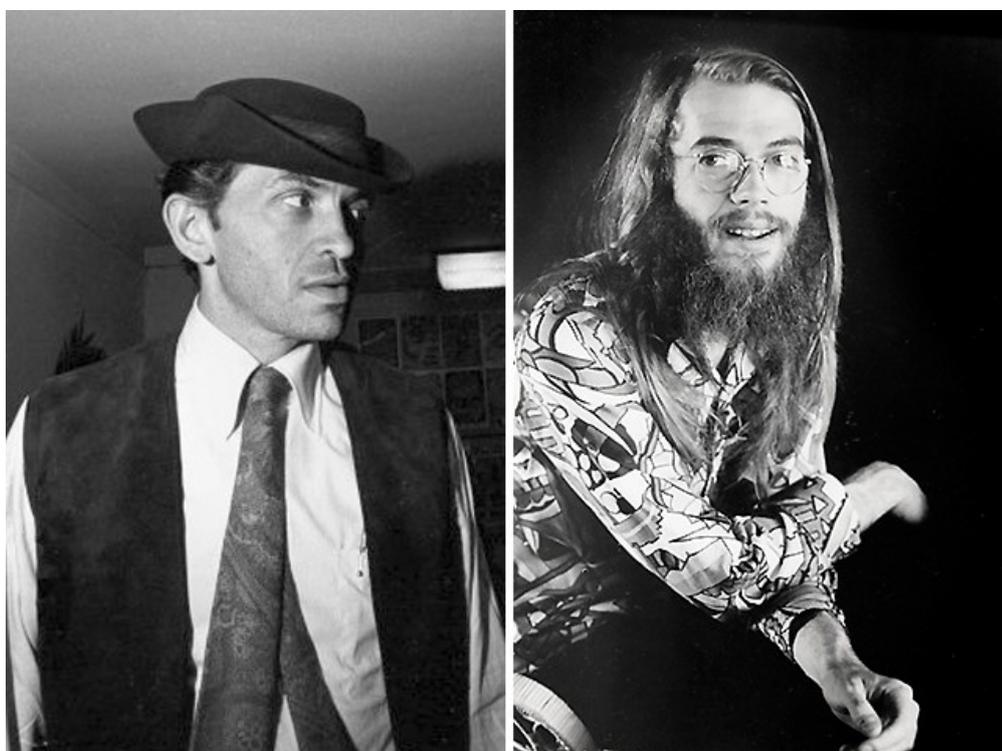


Fonte: OWEN; DICKSON, 1999, p. 41 e GRUSHKIN, 1987, p. 66.

Torgoff (2004) explica que os dois salões desenvolveram uma relação em que um completava o outro como dois lados de uma mesma moeda. O *Fillmore* encarnava a personalidade forte de Graham, empresário de Nova York. No palco o foco de luz estava sempre sobre o cantor e tudo estava bem organizado. O *Avalon*, como Helms, o típico *hippie* californiano, era um local muito mais divertido e descontraído. O palco do *Avalon* estava sempre às escuras, enquanto o salão era tomado por um show de luzes. Marionetes em tamanho real eram manipuladas para dançar com o público de balcões elevados e as pessoas gostavam de trazer objetos estranhos para compor o cenário.

A experiência vívida nos salões é descrita por Perry (1997, p. 96, tradução nossa), frequentador de ambos: “Às vezes, o *Fillmore* ou o *Avalon* pareciam pulsar, transformavam-se em uma espaçonave orgânica que poderia escapar do mundo da guerra e conflito racial através da energia coletiva de centenas de pessoas celebrando a vida e tentando resolver seus dilemas como LSD”.

Figura 31 - Bill Graham e Chet Helms.



Fonte: ANTHONY, 1980, p. 81 e 48.

Nesse momento, continua Torgoff (2004), a cena de shows psicodélicos estava a pleno vapor e transformava a cidade na mais nova referência para a música *pop*, posto antes ocupado por Liverpool desde o início da Invasão Britânica. As pessoas se encontravam nos

parques, todas carregando um instrumento - a maioria amadores e *acidheads*-, e grupos se formavam aos montes nos próprios parques ou bares²⁹.

Bandas, em sua maioria com nomes inspirados em trocadilhos relacionados a drogas ou a lotes de ácido produzidos por Owsley, surgiam a todo o momento, e entre as primeiras e mais importantes estavam Moby Grape, Blue Cheer, Big Brother and the Holding Company (com sua vocalista Janis Joplin), Quicksilver Messenger Service, Country Joe and The Fish, Captain Beefheart and his Magic Band. A pouca habilidade musical e o relaxamento típico dos *hippies* seriam características dos primeiros grupos da época.

Chegar a um resultado pela experimentação fazia parte do modelo operativo da maioria dos grupos que cultivavam a espontaneidade em detrimento da técnica, tanto por ineptude quanto por convicção. Mais preocupados em se entregar a longas viagens de ácido e desfrutar do hedonismo da hippielândia, boa parte dos músicos de São Francisco naqueles primeiros dias não dominava seu instrumento além do medíocre necessário, com raras exceções. Vinham em sua maioria da classe média, com uma atitude boêmia em relação à música (MERHEB, 2012, p. 144-145).

Mesmo com a pouca habilidade, as evoluções nas técnicas de transmissão e gravação e na tecnologia de amplificação que permitiam manipular vozes e instrumentos iriam ajudar a fazer com que essa nova música, um novo *rock* “alto, simples, muitas vezes repetitivo e altamente rítmico se tornasse a trilha sonora preferida para a viagem de LSD” (OWEN; DICKSON, 1999, p. 15, tradução nossa).

Caracterizado por uma procura musical em todas as direções, marcadas tendências de vanguarda, utilização de todas as espécies de máquinas destinadas a subverter o som demasiado tradicional do *rock'n'roll* e depois do *folk rock*, o “*acid rock*”, ou seja, o *rock* psicodélico da segunda metade dos anos 1960 soube fazer a ligação entre as reivindicações políticas e espirituais da juventude e a tradição do *rock* (PARAIRE, 1992, p. 87).

Porém, mesmo que em um primeiro momento o *acid rock* tenha conseguido juntar a crítica política e social do *folk* a novos elementos sonoros do *rock*, as drogas passaram a orientar o desenvolvimento das músicas, como explicam Stuessy e Lipscomb (2002). Antes escondidas em termos de duplo sentido, as drogas passaram a ser temas das letras de forma cada vez mais explícitas. Além das letras, as longas e distorcidas improvisações instrumentais e o emprego de estranhas sonoridades tentava reproduzir aspectos auditivos e até mesmo emocionais da experiência psicodélica.

²⁹ No início de 1967 estimava-se que houvesse de 500 a 1500 bandas na *Bay Area* (MERHEB, 2012, p. 144).

Entretanto, para Friedlander (2006), mesmo que mais afastadas das críticas diretas, a música, mesmo assim, refletia a tentativa de fuga da sociedade vigente e a procura idealista por diferentes tipos de valores existenciais, além de a simples associação às drogas ser uma forma de criticar e chocar a sociedade conservadora. Outra característica que refletia essa busca por novos valores era a relação entre banda e público.

Embora os Beatles e os Stones vivessem em Londres, eles moravam em mansões, isolados da massa; muitos astros americanos faziam o mesmo. Boa parte dos músicos de São Francisco, porém, residia em comunidades, nas redondezas de Haight-Ashbury, retirando o apoio, as atitudes culturais e políticas do seu meio (FRIEDLANDER, 2006, p. 268).

Essa relação era reforçada nos shows participativos descritos por Brown (1983) como momentos em que público e banda tornavam-se parte de uma experiência musical e física, a plateia não ficava assistindo ao show em cadeiras distantes e fixas como em um concerto. “Os integrantes das bandas expressavam o sentimento de que a plateia e os artistas eram parte de um grande organismo, no qual a cabeça do músico fazia balançar a cauda dançante” (FRIEDLANDER, p. 270-271). Essa observação mostra a experiência musical como parte importante da partilha de emoções, do experimentar em grupo características das tribos urbanas e do movimento psicodélico. Nas palavras de Maffesoli (2010): é o espetáculo assegurando uma função de comunhão.

Figura 32 - *Trips Festival*, janeiro de 1966.



Fonte: ANTHONY, 1980, p. 110.

Para Frith (2003), nesse processo de comunhão, a música parece ter uma qualidade ímpar, a simultânea projeção e dissolução do “eu” durante a performance. As individualidades podem até rondar o espaço musical, mas penetram apenas superficialmente o momento comunhão musical. Essa relação de experimentar o “eu” e o “tu” através do “nós” permite uma relação de sintonia mútua, sobre a qual toda a comunicação é fundada, explica Schutz (1976).

Assim, de volta a Frith (2003), qualquer bom desempenho musical depende da verdade retórica, da capacidade dos músicos convencerem e persuadirem a plateia de que o que eles estão dizendo importa. Isso coloca em jogo um efeito emocional, uma cumplicidade entre os músicos e plateia, que devem estar envolvidos ao invés de isolados para que a estética, através da música, exerça função agregadora e de identificação.

Na música, principalmente na música *pop*, esclarece Frith (2003), esse processo de identificação acontece porque em resposta a uma canção as pessoas são atraídas a alianças emocionais com os artistas e os outros fãs e se identificam como grupo. Nesse processo o autor aponta que a música não é só uma forma de o grupo expressar suas crenças, mas que ela é uma forma do grupo se perceber com tal. A música passa a não ser apenas uma maneira de expressar ideais, mas uma maneira de vivê-los.

Talvez seja por essa relação tão intensa de cumplicidade que muitas das bandas de *acid rock* renunciaram à estrutura comercial da indústria fonográfica.

O pensamento dominante na Haight-Ashbury determinava que aliar a música da espontaneidade de uma apresentação ao vivo e embrulhá-la para consumo sacrificaria a sua integridade. A experiência integral nascia da improvisação da ausência de regras e do contato direto, no qual cessavam divisões entre músicos e plateia. Um show poderia levar até seis horas se “as vibrações estivessem certas” (MERHEB, 2012, p. 143).

Por isso, a primeira banda da cena psicodélica em São Francisco a assinar contrato e conseguir algum sucesso comercial, o Jefferson Airplane - que chegou às paradas em abril de 1967 com o *single* “*Somebody to Love*” –, passou, segundo Merheb (2012), a ser vista com certo desprezo por muitos integrantes da cena *hippie* local, como se o grupo tivesse vendido a alma ao diabo. Outras bandas da região com mais sucesso comercial e que não usavam dos intermináveis solos instrumentais ou outras psicodelices eram vistas como representantes da sociedade conservadoras e inadequadas para uma plateia com percepção alterada, finaliza Merheb (2012).

Como exemplo, Friedlander (2006) cita o Creedence Clearwater Revival, uma banda da *Bay Area* que tocava canções que não tinham nada da experimentação que caracterizava o “autêntico” som de São Francisco. A maior parte das composições do Creedence seguia a forma do *rock and roll/folk* que expressavam fortes críticas ao *establishment*, com canções como *Fortunate Son*, que “ridiculariza os privilegiados (política, financeira e militarmente) que crescem ricos e poderosos às custas das pessoas comuns” (FRIEDLANDER, 2006, p. 285).

Mesmo assim, a comunidade musical idealista de São Francisco associava o sucesso comercial do Creedence com a perda de integridade artística – entretanto a história tratava o Creedence com mais gentileza que seus críticos da época. Para muitos a única banda que simbolizava todo esse idealismo, pureza e integridade de Haight-Ashbury era o Grateful Dead.

Presentes desde os primeiros shows, o Dead era a banda central de toda a cena. Liderada pelo vocalista e guitarrista Jerry Garcia, a banda era formada por Bill Kreutzmann (bateria), Bob Weir (guitarra rítmica), Phil Lesh (baixo) e Ronald “Pigpen” McKernan (órgão elétrico), além do seu financiador, Owsley Stanley III.

Para Hank Harrison (*apud* TORGOFF, 2000, p. 130, tradução nossa), um dos seus primeiros empresários, a banda tocava um tipo de “música esotérica, assimétrica e imprecisa que só poderia ser compreendida por poucos. Livre de clichês, uma música orgânica, que ia além das estruturas do *jazz* de Miles e Coltrane”.

Essas músicas, descreve Miller (1999, p. 238, tradução nossa), eram compostas por sequências descompromissadas de solos instrumentais que começavam com um ritmo relaxado e aceleravam-se aos poucos com “os dedos de Garcia voando sobre as cordas e Pigpen atirando-se em uma orgia de *riffs* simplórios. Esquecendo do ritmo ou o tempo da música o objetivo era chegar ao êxtase”. Era a música perfeitamente equalizada com a viagem de LSD. A música e a estética dos shows do Grateful Dead se tornaram referência do que se conhece como um show de música psicodélica.

Shows de três horas não eram nada fora do comum, a lista de músicas mudava a cada apresentação. [...] A banda embrenhou-se em um território não explorado, inventando transições musicais entre as canções e longas *jams* improvisadas, na busca pelo indefinido. [...] Em certas noites, o show era tão bom que a banda e o público celebravam uma comunhão musical e espiritual (FRIEDLANDER, 2006, p. 275-276).

A música não deveria ser só ouvida, mas sentida e, se possível, vista. Por isso, o show de luzes era fundamental em um show de *acid rock*.

Fazendo uma troca constante de slides, filmes (qualquer coisa desde desenhos animados à gravação do show da semana anterior), luzes estroboscópicas e pigmentos coloridos flutuando em óleo (transmitidos por projetores colocados no alto), o espetáculo de luzes cobria as paredes do salão, as telas do palco, a plateia e outras superfícies com um espectro de imagens e cores pulsantes, intenso e cinético (FRIEDLANDER, 2006, p. 274).

Assim, luzes, música, banda e público criavam uma amálgama perfeita da experiência psicodélica. Uma experiência que, para Brown (1983), era planejada para um público específico em um determinado estado de espírito e “sob situações controladas”. Essas situações citadas pelo autor fazem referências ao uso de drogas como estímulo, mas, para Schutz (1976), a comunhão gerada por uma experiência musical genuína, por si só, pode oferecer ao espectador e ao músico uma percepção de partilharem uma dimensão de tempo diferente, mas comum a ambos.

Esse evento não ocorre no “tempo exterior”, o tempo que pode ser medido por relógios, mas em um “tempo interior”, uma dimensão de tempo diferente da que pode ser subdividida em minutos e horas, onde não existe critério para medir o tempo, já que a duração de uma música varia de acordo com o grau de imersão do ouvinte. Para o autor, as relações sociais entre artista e público são fundadas sobre essa experiência compartilhada de viver simultaneamente em várias dimensões de tempo.

Esta partilha constitui uma relação de sintonia mútua, a experiência do “nós”, que está na base da comunhão musical e que só é possível na relação face-a-face, onde, além da música, expressões faciais e gestos compõem essa dimensão única de tempo. Uma dimensão puramente estética que cria

espaços de celebração, feitos por e para os iniciados, onde vamos nos iniciar, onde olhamos os iniciados, portanto, no sentido etimológico do termo, espaços onde se celebram mistérios. Reunimo-nos, reconhecemo-nos no outro, e assim nos conhecemos (MAFFESOLI, 1996, p. 268).

Como essa experiência exige a relação face-a-face, o estar-junto, era difícil sua reprodução para o consumo de massa. Esse, provavelmente, foi um dos motivos pelo qual o Grateful Dead não teve, nesse período, nenhuma música de sucesso tocando nas rádios: era difícil capturar a magia das apresentações ao vivo em discos de estúdio. Além do fato que esse tipo de música, como observa Frith (2003), é feita apenas para um público que poderia

consumi-la, já que diferentes grupos sociais possuem diferentes tipos de conhecimentos, compartilham diferentes histórias e culturas e, assim, fazem música de forma diferente.

Novamente, agora através da experiência mágica e inovadora dos shows psicodélicos, o espírito de comunhão era reforçado e aquela geração tinha encontrado a saída alternativa do mundo que considerava doente embarcando nas “espaçonaves orgânicas” do *Fillmore* e do *Avalon*. A música se tornaria um meio de identificação e expressão, além de um meio de comunicação do seu descontentamento e suas utopias, sendo “a chave das inovações gráficas que virão” (WEILL, 2010, p. 104).

6 DESIGN GRÁFICO, CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

Com a popularização dos concertos de *acid rock* surgiu a necessidade de uma melhor divulgação desses shows que até então era feita muito pelo boca a boca ou por cartazes amadores muitas vezes criados pelos próprios integrantes das bandas ou da organização sem muitos conhecimentos artísticos (fig. 28). Quando artistas gráficos começaram a ser contratados para criar os materiais de divulgação dos shows surgiu, da mesma forma que havia acontecido com o comportamento e com a música, uma linguagem inovadora, totalmente diferente do que vinha se fazendo na comunicação visual mais formal.

Essa nova linguagem desenvolveria uma forma de comunicação que ajudaria a comunicar não só datas e locais de shows, mas também as ideologias psicodélicas e desafiaria todos os conceitos de artes gráficas que vinham sendo construídos e estabelecidos desde o nascimento do design gráfico contemporâneo, na Alemanha pré-segunda guerra.

6.1 O DESIGN GRÁFICO FUNCIONALISTA

A fundação, em 1919, da *Das Staatliche Bauhaus*³⁰ (Casa Estatal da Construção), em Weimar, na Alemanha, marcaria não só o ponto de partida, o primeiro capítulo da história do design do século XX, como aponta Miller (2008), mas o ponto de origem mítico do chamado design funcionalista. Em seus primeiros anos, sob a direção do arquiteto Walter Gropius, a escola tinha uma missão de unificar artista, artesão e tecnologia.

Na Bauhaus, Gropius queria tornar realidade, com uma nova estrutura organizacional e educacional, a sua velha meta de ultrapassar o historicismo mediante uma linguagem formal clara e uma nova unidade entre artes e ofícios. Os artistas da Bauhaus orientavam-se por um modelo de comunidade igualitária e social e entendiam-se como uma ‘comunidade criativa de trabalho’, sem diferenciação classista entre artesãos e artistas (SCHNEIDER, 2010, p. 64).

Para Gropius, “não deveria existir uma rígida separação entre as chamadas ‘belas-artes’ e as ‘artes decorativas’, ou seja, as que produziam objetos para a vida diária. Ao contrário, defendia a existência de uma única arte, a arte do século XX, que se caracterizaria por sua utilidade social” (PROENÇA, 2000, p. 175). Ainda sob os reflexos da Revolução

³⁰ Nesse trabalho a Bauhaus é tomada com ponto de referência histórico por ser a escola que estabeleceu os conceitos do design funcionalista e da didática desta nova atividade e que se encaixa na cronologia da dissertação.

Industrial, ele entendia que a arte, superando sua fase artesanal, deveria se servir da produção industrial para ser uma atividade adequada ao modo de vida do século XX.

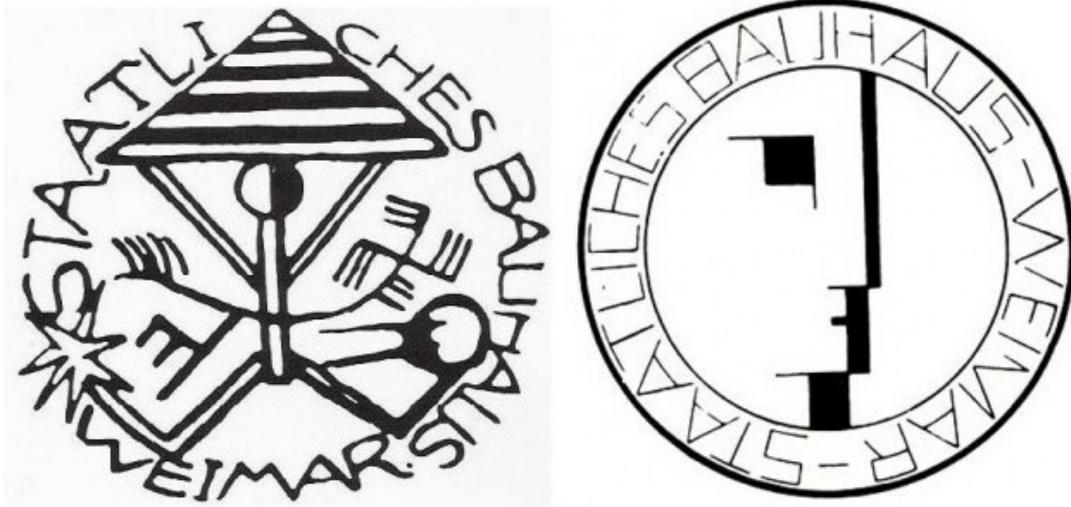
Através dessa filosofia, Gropius acreditava que os produtos – industriais e gráficos –, ajudariam a criar uma cultura de igualdade social, sem barreira de classes e resolver os problemas sociais, e também estéticos, criados pela industrialização. Essa visão “derivava, em última instância, da velha filosofia *Arts and Crafts*³¹ da arte como forma de viver e da vida como ofício artesanal, a qual devia muito, por sua vez, à ideia romântica da obra de arte total (*Gesamtkunstwerk*)” (CARDOSO, 2008, p. 133). Assim, ao dar ênfase ao trabalho manual e unificando belas-artes, artes visuais aplicadas e tecnologia, esperava-se que o designer pudesse “insuflar uma alma no produto morto da máquina” (MEGGS, 2009, p. 403).

Essa tentativa de equilibrar arte, artesanato e indústria seria motivo de debates e controvérsias durante as diversas fases pela qual a escola passou, mas a união entre arte e indústria como Gropius sonhava nunca se daria. Já em meados dos anos 1920, a Bauhaus começou a se afastar do seu envolvimento com o artesanato e habilidades manuais em direção a uma ênfase teórica e prática em favor do racionalismo e do industrialismo.

“A ideia de superação do passado ocupa cada vez mais espaço e os traços de expressão individual e subjetiva deixam de ser bem recebidos” (KOOP, 2004, p. 28). A mudança para o funcionalismo desenvolveu a estética pela qual a escola ficaria conhecida: “Uma linguagem formal elementar e funcional, que consistia na redução de todos os objetos a elementos geométricos” (SCHNEIDER, 2010, p. 65-66). Essa mudança levaria Gropius a pedir demissão em 1923.

³¹ Movimento estético surgido na Inglaterra, na segunda metade do século XIX, que defendia o artesanato criativo como alternativa à mecanização e à produção em massa e pregava o fim da distinção entre o artesão e o artista.

Figura 33 - Primeiro selo da Bauhaus (esq.), 1919, e selo utilizado a partir de 1922 (dir.)



Fonte: MEGGS, 2009, p. 404

A influência dessa mudança de visão, em se tratando de design gráfico, fica evidente, como aponta Meggs (2009), no próprio selo da escola (fig. 33). O primeiro, criado em 1919, expressa as afinidades medievais e artesanais do início da Bauhaus através da caligrafia não elaborada tipograficamente e dos signos que fazem alusão às guildas de artesãos.

O segundo, usado a partir de 1922, evoca a emergente orientação geométrica e mecânica que tomava lugar do orgânico, não fazendo mais alusão à Idade Média. Essa orientação tinha objetivo de não prejudicar a comunicação pela estética, por isso a decoração era rejeitada, a ilustração era preterida em favor da fotografia – como forma de liberar o espectador da dependência da interpretação – e a tipografia simples e sem serifa era regra em uma época em que grande parte da impressão alemã ainda usava tipos góticos (Fig. 35).

Figura 34—Pôsteres incentivando o turismo na Suíça de Herbert Matter mostram a influência do design propagado pela Bauhaus, 1934.



Fonte: MEGGS, 2009, p. 432-433.

A preferência da escola por tipos sem serifa estaria inclusive entre os motivos que os nazistas encontrariam para fechá-la, pois o partido nacional-socialista promovia o uso das letras góticas e tachava as letras sem serifas como “anti-alemãs” ou “não-arianas”. Pesava, principalmente, também o fato de que a propagação de ideais de igualdade social era vista como uma tendência comunista e que a escola contava com muitos alunos e professores soviéticos e judeus.

Figura 35 - Pôster do partido nacional-socialista, 1932³².



Disponível em: <<http://museumforce.org/state-deception-power-nazi-propaganda/>>. Acesso em: 12 jul. 2014.

Nos seus anos finais a orientação da escola já apontava

para a consolidação de uma atitude de antagonismo dos designers com relação à arte e ao artesanato. Apesar de ser uma escola cheia de artistas e artesãos, ou talvez por causa disto, acabaram prevalecendo aquelas opiniões que buscavam legitimar o design ao afastá-lo da criatividade individual e aproximá-lo de uma pretensa objetividade técnica e científica (CARDOSO, 2008, p. 135).

Com o fechamento oficial em 1933, muitos dos professores e alunos fogem da perseguição e se transferem para países neutros da Europa, principalmente a Suíça, e para os Estados Unidos levando para esses lugares os ideais, sonhos, regras e dogmas da Bauhaus. Quando a Guerra acabou, as necessidades dos tempos de combate foram abandonadas e substituídas pelas demandas da sociedade civil e industrial e os princípios de design da

³²O pôster mostra o trabalhador alemão engrandecido pelo nacional-socialismo, elevando-se sobre os seus adversários. Um judeu é retratado sussurrando no ouvido de um marxista, simbolizado pelo boné vermelho. Atrás deles, um jovem comunista com uma faca ensanguentada carrega um cartaz que diz “Bata os fascistas”, “Guerra Civil”, “Luta de Classes”. Em letras góticas, promovidas pelo partido, lê-se “Nós, os trabalhadores, despertamos. Votamos no nacional-socialismo”.

Bauhaus contribuiriam para a formação de uma estética e de um estilo específicos no design; o chamado Modernismo, que teria como norma principal o funcionalismo, onde prevaleceria a máxima de que a forma ideal de qualquer objeto deve ser determinada pela sua função; a forma segue a função. Para atingir esse objetivo o designer deveria ater-se “sempre a um vocabulário formal rigorosamente delimitado por uma série de convenções estéticas bastante rígidas” (CARDOSO, 2008, p. 135).

6.1.1 O estilo internacional

Desde os anos 1930 a Suíça já era lar de diversas e influentes escolas de design, editoração e impressão, mas durante a Segunda Guerra Mundial ela se tornaria um “ponto de referência para artistas de muitos países da Europa, sobretudo em decorrência de pressões e restrições artísticas impostas pela política do nacional-socialismo” (RAIMES; BHASKARAN, 2007, p. 88).

Os designers que lá se refugiaram, influenciados pela eficiência e precisão pela qual o povo suíço é conhecido, começaram um movimento que ficaria conhecido por diversas denominações, dentre as quais Schneider (2010) cita: *swiss style*, escola suíça, desenho gráfico industrial suíço, tipografia suíça. Entretanto, devido ao fato de ser um dos primeiros estilos de design de abrangência mundial, ficou mais conhecido como estilo tipográfico internacional ou estilo internacional.

Na era do segundo pós-guerra cresceu o espírito internacionalista. O aumento do comércio permitiu que as corporações multinacionais operassem em mais de cem países. A velocidade e o ritmo das comunicações estavam convertendo o mundo em uma aldeia global. Havia uma demanda crescente de clareza comunicativa, formatos multilíngues e pictogramas e glifos elementares para possibilitar que pessoas do mundo inteiro compreendessem informações. O novo design gráfico desenvolvido na Suíça atendia essas necessidades, e sua metodologia e seus conceitos fundamentais se disseminaram pelo mundo (MEGGS, 2009, p. 480).

Além dos aspectos levantados por Meggs, Schneider (2010, p. 127) explica que a rápida propagação do estilo se deu pela “ordenação precisa de seus métodos e na capacidade de expressar ideias complexas de uma maneira clara e objetiva por meio de formas elementares”. Assim como proposto pela Bauhaus o objetivo era criar uma mensagem expressiva e universal com a máxima simplificação, a ênfase agora estava na rejeição radical

da expressão pessoal e soluções excêntricas. Para chegar aos objetivos principais, clareza e ordem, o Estilo Internacional tinha algumas diretrizes³³:

- expressão gráfica por meio de apresentação objetiva e impessoal, comunicando-se com o público sem a interferência dos sentimentos subjetivos do designer;
- apresentação de informações visuais e textuais de forma clara e objetiva, sem apelos exagerados da propaganda e publicidade comercial;
- uso de formas tidas como elementares, puras, simples e claras;
- uso de poucas cores, geralmente primárias;
- adoção da *grid*, uma malha de módulos lineares construída pela divisão matemática do layout que orientava a disposição e alinhamento dos elementos visuais.
- diagramação assimétrica;
- uso de tipografia sem serifa (Akzidenz Grotesk, Univers, Helvetica e derivadas);
- textos alinhados à esquerda sem alinhamento pela direita;
- fotografias objetivas.

Figura 36 - Cartaz de exposição sobre arquitetura norte-americana, Max Bill, 1945.



Fonte: MEGGS, 2009, p. 465.

³³ Mesmo que seja arriscado tentar resumir as características de um movimento, ao analisar as descrições dos principais autores, Meggs (2009), Koop (2004) e Schneider (2010), é possível perceber algumas características gráficas predominantes. É importante também destacar que, apesar de ficar conhecido como *estilo* internacional, este movimento não pretendia ser um conjunto de recursos estilísticos que poderiam ser reproduzidos por qualquer um.

Muitos desses princípios foram desenvolvidos e disseminados por outra escola alemã, a *Hochschule für Gestaltung* (Escola Superior da Forma) de Ulm, fundada em 1953, que no início tinha objetivos educacionais semelhantes ao da Bauhaus, mas que passou a dar ênfase aos fundamentos científicos, tecnológicos e metodológicos do design estabelecendo normas rigorosas em matéria de tipografia e design. Essa ênfase, para Schneider (2010, p. 116), fazia com que os designers vissem-se “mais como engenheiros do que como criadores e projetistas. As formas tornaram-se mais duras, mais angulosas e mais práticas, e também menos inspiradas”.

Além do objetivo comunicacional, continua o autor, a escolha por essas características tinha também um porquê cultural: no design alemão do pós-guerra “evitou-se ao máximo uma proximidade com o artesanato, pois este estava sobrecarregado pela propaganda nacional-socialista” (SCHNEIDER, 2010, p. 112). Seu objetivo era desenvolver um design de qualidade, com consequências no âmbito humano, social e cultural; orientado exclusivamente pelo valor de uso, afastado de objetivos meramente comerciais e das tendências da moda. O design teria, portanto, um ideal filosófico, um propósito moral.

Porém, apesar de toda essa pretensão social, a filosofia e principalmente a linguagem gráfica do estilo internacional acabaria sendo perfeita para o momento que as empresas passavam na virada da década de 1950 para 1960. Meggs (2009) lembra que naquele momento, com os avanços tecnológicos promovidos pela guerra, a capacidade produtiva da indústria voltava-se para os bens de consumo, e muitos vislumbravam uma estrutura econômica capitalista em expansão.

Com essa promissora visão de futuro em mente, “bom projeto é bom negócio” tornou-se palavra de ordem na comunidade do design gráfico (...). A prosperidade e o desenvolvimento tecnológico pareciam estreitamente ligados a empresas cada vez mais importantes, e os dirigentes mais perspicazes compreendiam a necessidade de desenvolver imagem e identidade corporativas para públicos diversos. O design era visto como um caminho importante para formar uma reputação de qualidade e confiabilidade (MEGGS, 2009, p. 522).

Nessa época, como já comentado anteriormente, nenhum lugar tinha uma expansão industrial com grandes corporações desempenhando papel importante na criação e comercialização de produtos e serviços como os Estados Unidos. Lá o estilo internacional produziria um impacto importante no design – onde até então predominava o uso de ilustração e tipografia decorativa, característicos da publicidade americana (fig. 37) – que se tornaria particularmente evidente durante os anos 1960 e 1970.

Figura 37 - Anúncio da American Airlines, 1946.



Disponível em: <<http://www.vintageadbrowser.com/travel-ads-1940s/27>>. Acesso em: 12 jul. 2014.

6.1.2 Design gráfico norte-americano e a Escola de Nova York

As primeiras influências do design funcionalista haviam chegado aos Estados Unidos ainda antes da Segunda Guerra, mas não foram bem recebidas onde a ilustração tradicional dominava. Meggs (2009) exemplifica essa rejeição com a chegada a terras norte-americanas do *Elementare Typographie*, um guia produzido pelo alemão Jan Tschihold em 1925 que apresentava os conceitos da “Nova Tipografia” onde prevalecia o uso da fotografia, a diagramação assimétrica e o uso de tipografia sem serifa, clara e funcional, em contraponto aos excessos decorativos do *art nouveau*, predominante na época.

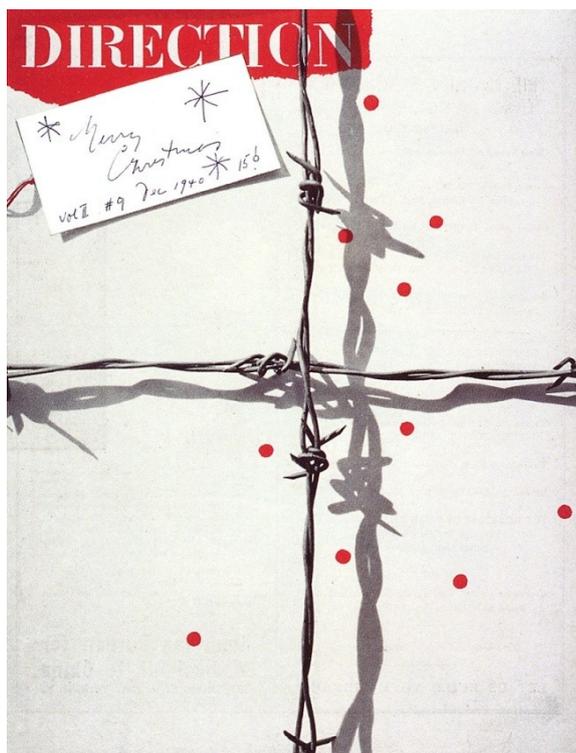
Ao começar a ser divulgado em canais norte-americanos de publicidade e artes gráficas, o guia foi violentamente criticado por editores e redatores que o consideravam “‘pirotecnia tipográfica’ ou uma ‘revolução tipográfica de um bando maluco de anarquistas estrangeiros fazendo malabarismos delirantes com tipos’” (MEGGS, 2009, p. 436).

limitadas. A partir de então a ênfase foi colocada na expressão de ideias e na apresentação franca e direta das informações. Nessa sociedade altamente competitiva, valorizou-se muito a inovação técnica e originalidade conceitual, e os designers procuraram solucionar problemas de comunicação e simultaneamente satisfazer uma necessidade de expressão pessoal (MEGGS, 2009, p. 484-485).

Um dos pioneiros e principais expoentes da chamada escola de Nova York, Paul Rand tinha um conhecimento amplo do movimento artístico moderno, particularmente dos trabalhos de Paul Klee, Kandinski e dos cubistas, o que o levou a compreender que

as formas livremente inventadas podiam ter vida autossuficiente como ferramentas de comunicação visual, tanto no sentido simbólico como no expressivo. Sua capacidade para manipular a forma visual (estrutura, cor, espaço, linha) e sua hábil análise do conteúdo da comunicação, reduzindo-o a uma essência simbólica sem deixá-lo estéril ou enfadonho permitiram a Rand exercer grande influência ainda nos seus 21 anos de idade. Seu trabalho traz a marca dos contrastes: jogava o vermelho contra o verde, a forma orgânica contra o tipo geométrico, o tom fotográfico contra a cor chapada, bordas cortadas ou rasgadas contra formas bem delineadas e o padrão da textura tipográfica contra o branco (MEGGS, 2009, p. 487-488).

Figura 39 - Capa da revista *Direction*³⁴, Paul Rand, 1940.



Fonte: MEGGS, 2009, p. 485.

³⁴ A capa da revista *Direction*, “mostra o papel importante desempenhado pelo contraste visual e simbólico nos projetos de Rand. O cartão de Natal escrito a mão em um retângulo preciso contrasta fortemente com as bordas rasgadas do campo onde está posicionado o logotipo da revista em estêncil; um pacote de Natal embrulhado com arame farpado em vez de fita era uma horrível lembrança da proliferação da guerra mundial. [...] os pontos vermelhos são simbolicamente ambíguos, podendo tornar-se decorações festivas ou gotas de sangue”. (MEGGS, 2009, p. 485-486)

Ao lado de outros designers, como Saul Bass, Alvin Lustig e Bradbury Thompson, Rand foi responsável por associar os conceitos do estilo internacional e da escola de Nova York ao desenvolvimento de identidades visuais corporativas. Em um momento de início de globalização e expansão de fronteiras, uma grande empresa deveria ter uma identidade corporativa uniforme, que funcionasse por um longo período e que fosse universal. Para alcançar tais objetivos, os funcionalistas acreditavam que uma marca deveria ser reduzida a formas elementares que fossem universais, visualmente únicas, estilisticamente atemporais e controladas por sistemas de uso.

Para Schneider (2010), o programa de identidade corporativa da companhia aérea Lufthansa, concebido por Otl Aicher, em colaboração com Tomás Gonda, Fritz Querengässer e Nick Roericht, em 1962, representava um modelo ideal dos sistemas de identidade visual da época. Com todos os detalhes e especificações focados em uma uniformidade absoluta, destacando-se a construção das formas e distribuição dos elementos visuais através de um sistema de *grid* preciso.

Figura 40 - Manual de identidade visual da Lufthansa, 1962.



Fonte: MEGGS, 2009, p. 535.

Da mesma forma que o programa de identidade corporativa da Lufthansa poderia ser uma ótima representação do design funcionalista, ele também poderia ser usado para exemplificar as críticas que surgiam ao movimento, críticas que se focavam essencialmente em dois pontos: um ideológico e outro criativo.

Conforme lembra Cardoso (2008), a ideologia original, tanto do estilo internacional quanto do design funcionalista da Bauhaus, se baseava no conceito de promoção de uma sociedade mais justa, afastando os projetos de objetivos meramente comerciais.

A grande ironia histórica com relação à preponderância do Estilo Internacional durante as décadas de 1950 e 1960 está no fato de ter-se tornado não um estilo de massa ou mesmo de contestação da ordem capitalista, mas, muito pelo contrário, de ter sido adotado como o estilo comunicacional e arquitetônico preferido de nove entre dez grandes corporações multinacionais (CARDOSO, 2008, p. 170).

Ao serem adotados pelas grandes corporações seus conceitos foram apropriados de acordo com as necessidades do mercado e a pretensão de crítica social a ele vinculada foi solenemente ignorada. Schneider (2010) conclui dizendo que, segundo os críticos, o design funcionalista passava a ser socialmente esvaziado de sentido e se firmava como *mainstream design*, voltado para o mercado.

Por outro lado, a rigorosa fórmula funcionalista “havia conduzido o design a um formalismo árido e até mesmo a uma fórmula que muitos designers consideravam esgotada” (HOLLIS, 2001, p. 202). A *grid*, que era vista como solução para a clareza do design gráfico, por organizar a desordem, acrescentam Heller e Vienne (2013), passava a ser odiada por supostamente limitar os designers com controles rígidos tornando-se “uma verdadeira ‘gaiola’ que engessa o layout a movimentos previsíveis” (KOOP, 2004, p. 66).

Entretanto, é importante ressaltar que o que estava se criticando “não era a racionalidade da grade ou o uso de técnicas de solução de problemas; esses métodos continuaram sendo essenciais à produção dos gráficos de informação” (HOLLIS, 2001, p. 202).

O ponto de divergência estava na disciplina racionalista dos funcionalistas, nos princípios rígidos que criavam uma padronização estética que procurava eliminar as variações de representação das culturas locais e a expressão pessoal do designer justamente, observa Cauduro (2000), em um período de ebulição política, social e cultural que criaria um clima de descontração e euforia que valorizava cada vez mais o inconformismo, a intuição e o subjetivismo. Depois de influenciar o comportamento e a música, chegava a vez da nova forma de viver, muito mais sensível e emocional, transformar o design.

6.2 RAÍZES DE UM DESIGN PÓS-MODERNO

Antes de falar de distinção entre períodos e estilos é fundamental um alerta de Koop (2004). Para o autor, a história do design sempre oscilou entre diversas tendências e nunca foi totalmente uniforme.

Em determinados momentos, alguma escola ou estilo se tornou mais intenso e presente, mas de forma alguma podemos admitir que tenham sido opções unânimes. Esse alerta é importante para não se confundir um período inteiro com um estilo. Por exemplo, o Estilo Internacional, normalmente associado à “escola suíça”, compreende uma série de trabalhos realizados entre as décadas de 1920 e 60, concorrendo com outras tendências, igualmente modernistas (KOOP, 2004, p. 65-66).

Entretanto, por ser o estilo de maior destaque no período, quando se fala em design modernista a referência é, prioritariamente, funcionalismo, o estilo internacional. Essa observação é importante, pois para Heller (*apud* KOOP, 2004, p. 72) quando se faz alusão ao pós-modernismo no design gráfico isso indica

uma confluência casual de várias teorias e práticas de designers e escolas espalhadas pelo mundo, uma verdadeira distinção ao Estilo Internacional. Numa interpretação ampla, seria a inclusão de todas as práticas contemporâneas que não estejam baseadas na rigidez bauhausiana, envolvendo os subestilos.

Um dos primeiros usos do termo “pós-moderno” em relação ao design, observa Poyner (2010), apareceu em 1968 na revista britânica *Design*, mas um ano antes historiadores e críticos já haviam descrito tendências de formas mais descontraídas de pensar o design. Todavia, o marco do design pós-moderno se estabeleceria nos anos 1980 e 1990. O que acontece nos anos 1960 é o início da quebra dos paradigmas da modernidade e do racionalismo na metodologia do design. Como já citado anteriormente, essa quebra era reflexo das mudanças na sociedade iniciada no fim dos anos 1950 e que antes de influenciarem o design seriam sentidas na arte.

6.2.1 A arte pop e o Push Pin Studio

Para compreender a mudança na abordagem da comunicação visual que acontecia na época é preciso retomar um tema já bastante abordado até agora: o contexto industrial e econômico norte-americano. Como salienta Cardoso (2008), desde o final da década de 1940 a maioria dos lares norte-americanos já possuía diversos bens duráveis como fogão, geladeira,

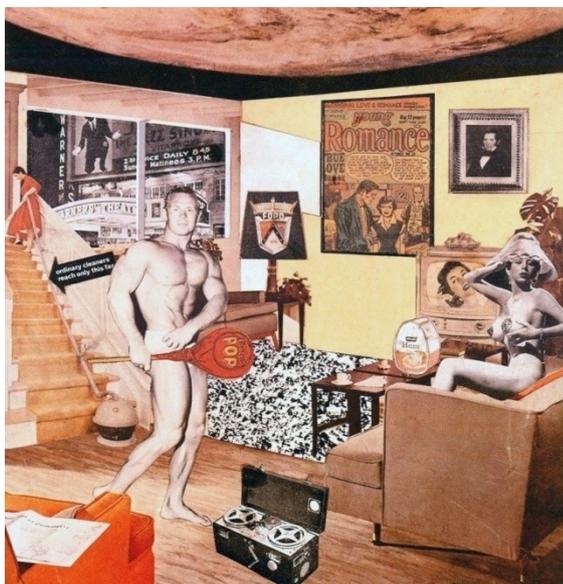
rádio e, em muitos casos, até automóvel, o que fazia a indústria se aproximar de um ponto de saturação de mercado.

Para manter as altas taxas de produtividade desejadas, era preciso então estimular os consumidores a trocarem os seus aparelhos antigos por novos. Era preciso que o consumidor consumisse por opção e não apenas por necessidade [...]. Contudo, não bastava querer comprar; era preciso que o consumidor possuísse o poder de compra, o qual havia sido o grande fator limitador durante a Grande Depressão. A solução encontrada no período pós-Guerra foi a ampliação quase irrestrita do crédito ao consumidor. Entre 1946 e 1958, a soma concedida em crédito de curto prazo nos Estados Unidos aumentou cinco vezes e esse tipo de endividamento se tornou ainda mais simples e corriqueiro com a introdução do cartão de crédito em 1950 (CARDOSO, 2008, p. 164-165).

Esse crescimento econômico, continua o autor, faz com que os Estados Unidos passem de uma organização socioeconômica baseada no consumo simples para o estágio, até então inédito, de uma sociedade consumista, “no qual o consumo se torna força motriz de toda a economia e no qual a abundância e o desperdício se tornam condições essenciais para a manutenção da prosperidade” (CARDOSO, 2008, p. 165). Proença (2000) pontua que seriam esses artigos, largamente produzidos e consumidos por essa cultura, que acabariam sendo usados como fonte de criação para um novo grupo de artistas que procurava expressar e discutir a realidade contemporânea, sobretudo a cultura da cidade.

Dempsey (2010, p. 217) ressalta que esse interesse pela cultura popular e a tentativa de criar arte a partir dela foi manifestado pela primeira vez em Londres, ainda no início dos anos 1950, onde os artistas começavam a discutir “a crescente cultura de massa que se manifestava no cinema, na propaganda, na ficção científica, no consumismo, na mídia e nas comunicações, no design de produtos e nas novas tecnologias que se originaram nos Estados Unidos, mas que então se espalhavam por todo o Ocidente”. Dentre as obras que surgiram nesse período inicial a autora destaca a colagem “O que será que torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?”, de Richard Hamilton, como a obra considerada o primeiro ícone da arte pop.

Figura 41 - O que será que torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?, Richard Hamilton, 1956.



Fonte: DEMPSEY, 2010, p. 217.

Apresentado Charles Atlas, o célebre halterofilista, e uma *pinup* glamorosa como o novo casal doméstico, a obra parecia introduzir uma nova era. Uma tira de histórias em quadrinhos e uma lata de presunto tomam o lugar de uma pintura e de uma escultura e um retrato de John Ruskin³⁵ pendurado na parede anuncia o *american way of life* como a nova manifestação da arte enquanto experiência vivida, o que era advogado pelo movimento *arts and craft* (DEMPSEY, 2010, p. 217).

Ao tornar os produtos industriais e símbolos da cultura de popular tema de suas obras, esses artistas tentavam representar a poderosa influência que essa nova cultura popular capitalista exercia na vida cotidiana na segunda metade do século XX. Nesse primeiro momento a colagem era a principal técnica de produção, mas nos Estados Unidos no início dos anos 1960 surgiram algumas das obras que se tornariam internacionalmente reconhecidas como referências visuais da *pop art*, principalmente as produzidas por Roy Lichtenstein e Andy Warhol.

³⁵ Crítico de arte e escritor que denunciava a cobiça e o egoísmo da sociedade capitalista na segunda metade do século XIX.

Figura 42 - Whaam, Roy Lichtenstein, 1963.



Fonte: HENDRICKS, 2007, p. 22.

Lichtenstein, aponta Hendrickson (2007), ficou conhecido por usar os clichês de anúncios e histórias em quadrinhos como forma de questionar a cultura de massa e a própria comunicação visual. O uso das cores fortes e chapadas, marcação de contornos pretos e de uma técnica que tentava recriar as retículas da impressão comercial ajudavam a criar intenso impacto visual de sua obra. Já as serigrafias de Warhol, também através de cores fortes e brilhantes, apresentavam conceitos da publicidade, ícones da cultura de pop e artigos de consumo numa tentativa de enfatizar a artificialidade das convenções de beleza, do estrelato e do consumo.

Figura 43 - Marilyn, Andy Warhol, 1967.



Disponível em <http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=61239>. Acesso em: 18 jul. 2014.

Ironicamente, essa nova linguagem visual que tanto se inspirava na publicidade e no design, principalmente o industrial, seria uma alternativa à formalidade e orientação

matemática e objetiva – com ênfase na tipografia e na fotografia – do estilo internacional e da escola de Nova York e seria adotada por uma nova geração de designers gráficos.

O *Push Pin Studio*, fundado em 1954, em Nova York, e dirigido por Milton Glaser e Seymour Chwast, seria um dos primeiros estúdios a adotar essa nova linguagem e “os trabalhos desenvolvidos por seus designers representariam um fato importante para as raízes do design pós-moderno” (KOOP, 2004, p. 73). Essa influência se deu muito graças à publicação promocional intitulada *Push Pin Almanack* (depois chamada de *Push Pin Graphic*), que era usada para promover os trabalhos e atrair clientes do estúdio. Ela foi responsável por apresentar e divulgar diversidade estilística de seus membros que, ao fazerem uso da

história da arte e do design gráfico, das pinturas do Renascimento às histórias em quadrinhos, como repertório formal e conceitual, os artistas do Push Pin parafraseavam livremente e incorporavam uma multiplicidade de ideias a seu trabalho, muitas vezes transformando essas fontes ecléticas em formas novas e inesperadas (MEGGS, 2009, p. 556).

Muito das características do estúdio vinha dos fundadores que conseguiam unir as características de artistas e ilustradores comerciais com o cuidado e planejamento de designers no projeto da página impressa. Tanto Glaser como Chwast, inspirados pela caligrafia oriental e pelas águas-tintas de Picasso, começaram a desenvolver um estilo de ilustração fluida e gestual que refletia a iconografia dos quadrinhos, mas também os arabescos *art nouveau*, a cor chapada das gravuras japonesas e dos recortes de Matisse, além de traços de ilustração infantil e da arte pop.

Figura 44 - Capa do disco “*The Sound of Harlem*”, Milton Glaser, 1964.



Fonte: MEGGS, 2009, p. 556.

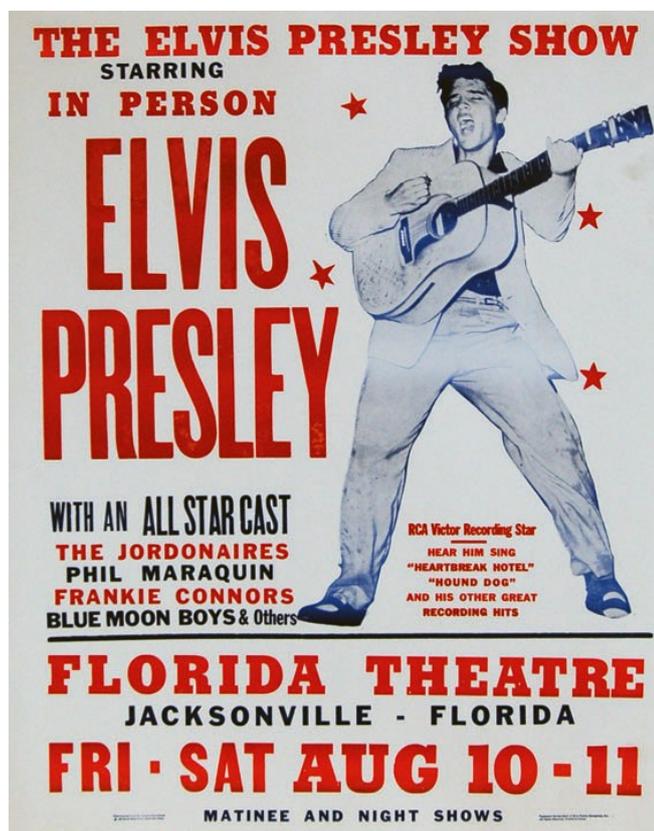
Ao rejeitar os ideais de funcionalidade e neutralidade do estilo internacional em favor do ecletismo, do resgate de pedaços da história popular e da experiência pessoal, os membros do estúdio criaram trabalhos mais amistosos e acessíveis. A liberdade de criação desapegada de um conjunto de convenções visuais e uma abertura quanto a experimentar novas formas e técnicas, bem como reinterpretar trabalhos de períodos anteriores, tinha mais a ver com o momento e com aquela parcela da sociedade mais interessada na contestação e na experimentação.

Parecia que o design, assim como a juventude e sua música, estava encontrando uma forma de sair do sistema criado pelo modernismo, ou seja, encontrando seu *drop out*. Quando esses novos conceitos chegassem a São Francisco encontrariam o ambiente e o aditivo que permitiriam o design “se libertar de suas amarras, a questionar seu compromisso com o racionalismo e o rigor e a aventurar-se em novas formas, cada vez mais flexíveis e abertas” (POYNOR, 2010, p. 21).

7 A ARTE GRÁFICA PSICODÉLICA

Até a chegada do psicodelismo os pôsteres de shows de *rock* eram puramente informativos e, visualmente, muito simples. O nome do artista aparecia destacado no topo, na parte de baixo eram colocadas informações sobre o local e algumas palavras-chave ganhavam destaque. A tipografia era padronizada, normalmente preto sobre branco, às vezes com toques de vermelho. Grushkin (1987) explica que isso se dava porque grande parte da arte desses pôsteres era desenvolvida nas próprias gráficas por impressores acostumados a desenvolver um estilo padrão de cartazes publicitários, anúncios para postes de telefone e pôsteres de circo ou boxe.

Figura 45 - *The Elvis Presley Show*, Hatch Show Print, 1956.



Fonte: GRUSHKIN, 1987, p. 16.

Os pôsteres eram objetos puramente funcionais, peças coloridas de publicidade em papel e sem sofisticação. Seu valor hoje é mais histórico, ligado aos nomes dos músicos ou dos locais em que se apresentavam; como se dissessem: “Aqui é o lugar onde tudo começou”. Entretanto, Grushkin (1987) considera que, apesar de serem peças simples sem muito valor artístico, eles conseguiam capturar a essência da música que era crua e autêntica

nos primeiros dias de glória do *rock and roll*. Todavia, essa linguagem não conseguiria “conversar” com a cultura psicodélica, que, como cantava Jim Morrison na música *Soul Kitchen*, estava falando em alfabetos secretos.

7.1 PLANTANDO A SEMENTE

Assim como na música, a revolução na linguagem dos pôsteres de *rock* também começaria no *Red Dog Saloon* com os Charlatans, pois é unanimidade entre vários autores, entre eles Owen e Dickson (1999), Grushkin (1987) e Anthony (1980), classificar um pôster da banda de junho de 1965 como o primeiro exemplar de um pôster psicodélico.

Completamente desenhado à mão pelos integrantes da banda George Hunter e Michael Ferguson, ele ficou conhecido como “*The Seed*” e, da mesma forma que a imagem da banda, combinava elementos visuais do início do século XX com padrões ricamente detalhados – provavelmente, em parte inspirados pela arquitetura vitoriana da cidade (fig. 15) –, características muito diferentes dos pôsteres de *rock* do período. Para Owen e Dickson (1999), “*The Seed*” tornou-se um símbolo para a nova música, cultura e estilo de vida, e foi literalmente a semente que permitiu o florescimento da magnífica fusão entre música e arte em São Francisco.

Figura 46 - *The Seed*, George Hunter e Michael Ferguson, 1965.



Fonte: GRUSHKIN, 1987, p. 63

A partir de 1966, como já explicado anteriormente, a cena de shows de *acid rock* havia mudado de festas informais anunciadas boca a boca para eventos de grande porte apresentados regularmente em vários salões e clubes, mas tendo o *Fillmore* e o *Avalon* como os mais proeminentes. No *Fillmore*, o show de abertura ficou a cargo do Jefferson Airplane em fevereiro de 1966 e teve seu pôster criado por Peter Bailey (fig. 47). O Airplane, ao lado do Big Brother and the Holding Company, também estaria na noite de abertura do *Avalon*, que teve seu pôster criado por Wes Wilson (fig. 28).

Figura 47 - BG-1³⁶, Peter Bailey, 1966.



Fonte: LEMKE, 1999, p. 32.

No início, tanto os pôsteres quanto os panfletos apresentavam gráficos relativamente simples desenhados a caneta ou lápis, normalmente pretos sobre papel branco ou colorido. Um pouco disso acontecia pelas próprias limitações de impressão que tinha que

³⁶Os pôsteres produzidos para eventos da *Family Dog* no *Avalon* ganhavam um registro numerado, do tipo FD1 (*Family Dog* 1), porém muitos ficavam conhecidos não só pelos números de identificação, mas também por “apelidos” como por exemplo “*Skull and Roses*” (FD 26), “*Girl With Green Hair*” (FD 29), “*Sin Dance*” (FD 6). Pôsteres para eventos que não aconteciam no *Avalon* geralmente eram classificados como “*Family Dog Unnumbered Series*”. Os produzidos por Bill Graham também seguiam esse padrão e eram identificados com o código BG-1, por exemplo (OWEN; DICKSON, 1999).

ser barata, o que, conforme Farren (1976), motivaria os artistas a procurar alternativas inovadoras, reeducar as gráficas e até mesmo inventar modificações no maquinário. Uma das alternativas encontradas foi a impressão com *split fountain* (ou em arco-íris), uma técnica

comumente usada pelos impressores no final do século XIX e início do século XX para criar a ilusão de quatro cores ou mais cores sobre um material impresso. O processo envolve a adição de duas ou três tintas coloridas no tinteiro (*fountain*) de uma prensa ou espalhadas sobre uma tela de serigrafia. Conforme os rolos da prensa giram, ou o rodo do *silkscreen* é puxado, as cores se misturam criando tons adicionais, como um arco-íris (HELLER; VIENNE, 2013, p. 174).

Figura 48 - Capa do livro *L'Or* de Blaise Cendrars, 1954.

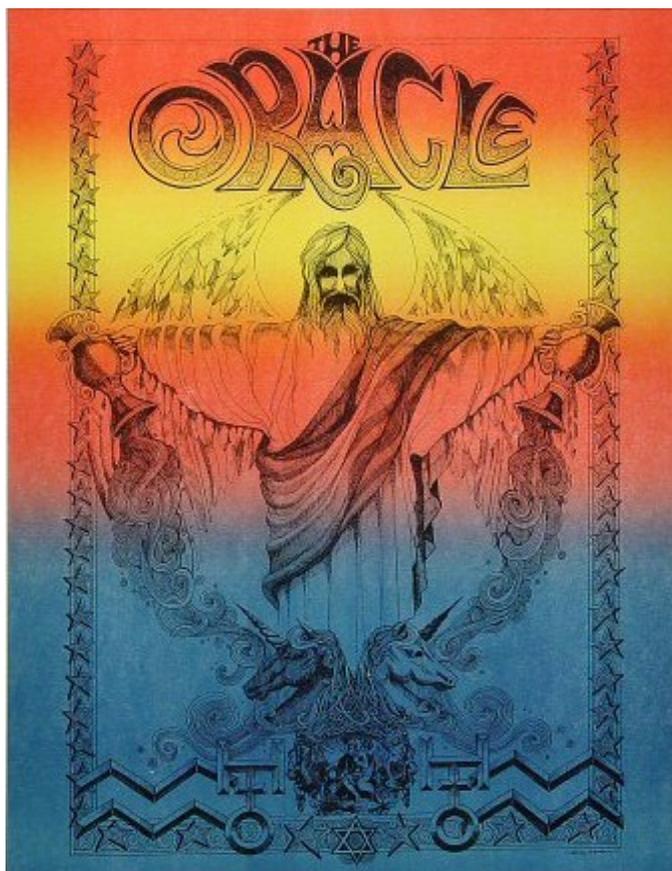


Fonte: HELLER; VIENNE, 2013, p. 175.

O processo começou a ser empregado na impressão do *Oracle*, que, como a maioria das publicações underground, era impresso de forma econômica, evitando o alto custo da impressão em quatro cores, que praticamente quadruplicava os custos básicos. Com o uso do *split fountain* era possível conseguir inúmeras variações cromáticas com poucas tintas.

Porém, com mais importância, esse processo destacava o conteúdo editorial da publicação, destinado à cultura *hippie* [...]. O *Oracle* ajudou a definir o visual psicodélico da época, mas também possuía uma aparência mais primitiva do que os pôsteres psicodélicos produzidos no mesmo período (HELLER; VIENNE, 2013, p. 174).

Figura 49 - Capa da sexta edição do *Oracle*, Rick Griffin, 1967.



Disponível em <<http://www.wolfgangsvault.com/Oracle/poster-art/poster/ZZZ003982.html>>. Acesso em 25 jul. 2014.

O uso de técnicas como essa, lembra Medeiros (1999b), aliada ao ambiente criado em Haight-Ashbury, logo permitiria que os artistas e seus pôsteres fossem liberados das restrições habituais relacionadas com a função de publicidade. Com a quase completa ausência de controle sobre seus trabalhos e sentindo-se livres, os artistas levariam sua arte ao limite e tornariam os pôsteres uma forma de arte muito popular e, ao lado do show de luzes, seria uma das principais formas de expressão visual do psicodelismo.

Na primavera de 1967 um artigo da revista *Time*³⁷ já anunciava o novo estilo apelidado de “*Nouveau Frisco*”³⁸ que, “como uma borboleta bombardeada por raios gama, metamorfoseava a *art nouveau* misturando-a com as cores vibrantes da *op art* e o comercialismo berrante da *pop art*”.

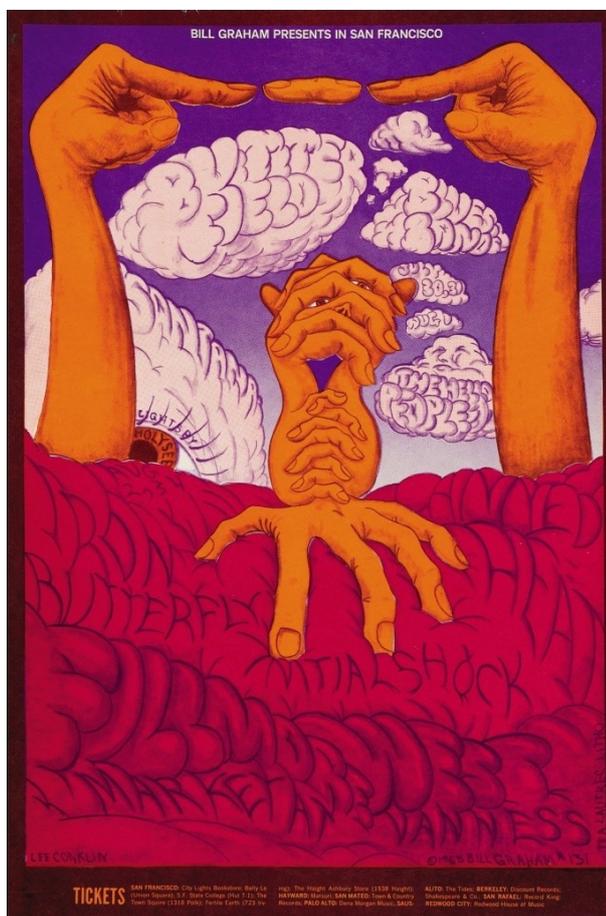
³⁷Disponível em <<http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,843547,00.html>>. Acesso em 21 jul. 2014.

³⁸São Francisco também é chamada popularmente Frisco.

7.2 CARACTERÍSTICAS GRÁFICAS GERAIS

De uma forma ampla, Walter Medeiros (1999a), historiador de arte especializado no período, caracteriza os pôsteres psicodélicos como peças impressionantes que saltam aos olhos e promovem um “exercício mental”³⁹ produzidas a partir de 1965. Mas, continua o autor, é importante frisar que nem todo pôster produzido em Haight-Ashbury no período tinha pretensão de ser psicodélico, mas a maioria dos artistas seguia as palavras de Lee Conklin: “minha missão é traduzir minhas experiências psicodélicas para o papel” (*apud* SZATMARY, 2000, p. 154, tradução nossa).

Figura 50 - BG-131, Lee Conklin, 1968.



Fonte: OWEN; DICKSON, 1999, p. 101

Outros, trabalhando de forma mais convencional, faziam isso de forma mais sutil, preferindo demonstrar seu domínio sobre as técnicas de design e produção. O importante, completam Heller e Vienne (2013), é que cada um dos artistas possuía estilo próprio, mesmo

³⁹No original em inglês o autor usa termos como “eye-boggling” e “mind-stretching”.

que a linguagem visual psicodélica global fosse composta por alguns padrões listados abaixo com base em Medeiros (1999a) e Meggs (2009) e detalhados mais adiante.

- Há preferência pelas ilustrações feitas à mão, mais pessoais e acessíveis, ao contrário do estilo predominante nos anos 1960 de fotografia e tipografia, além de ser uma técnica mais econômica para a reprodução.

- O layout é totalmente coberto por padrões ricos e decorativos inspirados nas curvas fluidas e sinuosas do *art nouveau*.

- A diagramação não segue um padrão, vale para aquele cartaz, naquele momento.

- A tipografia é moldada em formas ondulantes, esticadas ou deformadas, em alguns casos são finamente decoradas.

- As cores são brilhantes, com tons contrastantes que criam uma intensa vibração ótica.

- As imagens utilizadas nem sempre têm relação com o evento ou a banda. São uma reciclagem de imagens vindas da cultura popular mediante a manipulação que vigorava na arte pop. Podem ser sensuais, bizarras ou belas, filosóficas ou metafísicas, formando um universo surrealista-fantástico.

7.2.1 *Art nouveau*

Muita da inspiração na *art nouveau*, aponta Guffey (2006), veio do catálogo da exposição “*Jugendstil*⁴⁰ & *Expressionism in German Posters*”, uma pesquisa de cartazes do fim do século XIX realizada pelo Museu de Arte da Universidade da Califórnia, em Berkeley no inverno de 1965.

As características orgânicas, florais, complexas e sensuais de suas ilustrações e grafismos pegaram na veia dos visitantes, juntamente com o desenho de letras manual e absolutamente não diagramado: expressionismo anti-industrial e libertário, à maneira do ar denso que já se respirava nos ambientes das novas gerações da revolução cultural (PERRONE, 2003, p. 3).

Mesmo que às vezes o limite entre referência e pura apropriação de imagens da época fosse muito tênue (fig. 51), Guffey (2006) explica que os artistas de São Francisco não instauraram o renascimento da *art nouveau*, mas sim uma espécie de “polinização cruzada”,

⁴⁰*Jugendstil* é a denominação alemã do movimento equivalente ao que se chamou *Secession* na Áustria e que ficou mais conhecido como o nome geral de *art nouveau*. Apesar de manter as mesmas características a vertente alemã utilizava elementos mais estilizados e formais.

misturando as referências com desenhos geométricos, uma nova paleta de cores e temas que iam da Índia ao Oriente Médio, do imaginário visionário dos surrealistas à iconografia da cultura popular.

Figura 51 - Pôster dos papéis de cigarro Jobs, Alfons Mucha, 1898 (esq.) e pôster “*Girl With Green Hair*”, Stanley Mouse e Alton Kelley, 1966 (dir.).



Fonte: MEGGS, 2009, p. 263 e OWEN; DICKSON, 1999, p. 22.

As principais influências vinham de artistas de diversos períodos da *art nouveau* como Arthur Rackham, Edmund Dulac, Kay Nielsen e Alphonse Mucha, que evocavam desde o decorativo, o erótico até o sinistro criando variações e misturas que tornavam-se cada vez mais bizarras.

Uma enorme influência foi o ilustrador inglês do século XIX, Aubrey Beardsley. O chamado “dandy do grotesco” foi postumamente retirado de seu exílio no deserto artístico. Seu estilo excessivamente curvilíneo e as fantasias sexuais em *chiaroscuro*⁴¹ eram um potente antídoto ao austero design modernista (HELLER; VIENNE, 2013, p. 172).

⁴¹ Palavra de origem italiana que quer dizer “luz e sombra” ou “claro-escuro” e define uma técnica de pintura e ilustração caracterizada pelo alto contraste entre luz e sombra na representação de um objeto.

Figura 52 - Ilustração de Aubrey Beardsley para a peça Salomé, de Oscar Wilde, 1892.



Disponível em <www.ideafixa.com/aubrey-beardsley>. Acesso em 25 jul. 2014.

Também desse período vieram referências para o uso da figura feminina, principalmente do pintor e litógrafo francês Jules Chéret, que “inventou um dos primeiros arquétipos femininos comerciais no final do século XX. Tratava-se de uma garota parisiense espirituosa, com um decote grande e formas arredondadas” (HELLER; VIENNE, 2013, p. 26).

Figura 53 - Pôster para o cabaré parisiense *Folies-Bergère*, Jules Chéret, 1892.



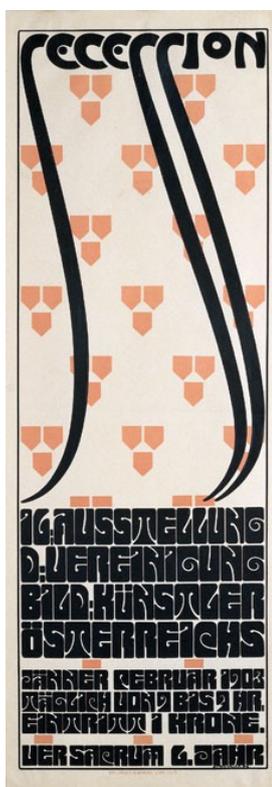
Fonte: HELLER; VIENNE, 2013, p. 27.

7.2.2 Tipografia

Em contraste à sobriedade do estilo internacional, até então dominante, e sua preferência por tipos neutros como Futura, Helvetica e Univers, as letras psicodélicas, desenhadas à mão livre, têm um comportamento orgânico, biológico e “não acontecem basicamente por construção; ocupam o espaço organicamente, como células, como plantas, e as palavras são: contaminação, reprodução, conjunção, acomodação, divisão” (PERRONE, 2003, p. 14).

Essas características, para Heller e Vienne (2013), também são herança da *art nouveau*, principalmente dos *letterings*⁴² de Hector Guimard e Alfred Roller. A inspiração no segundo fica clara no pôster para a décima-sexta mostra da Secessão Vienense de 1902 onde as letras eram criadas com base em retângulos com cantos arredondados e a legibilidade era sacrificada em prol do impacto visual da textura criada pelo aproveitamento de todo o espaço disponível.

Figura 54 - Pôster para a décima-sexta mostra da Secessão Vienense, Alfred Roller, 1902.



Fonte: MEGGS, 2009, p. 296.

⁴² Ou letreiramento, processo manual para a obtenção de letras únicas a partir de desenhos, ou seja, as letras são tratadas como desenhos; ao contrário da caligrafia onde são escritas com traçados contínuos a mão livre e da tipografia, que usa formas de letras prontas para a composição.

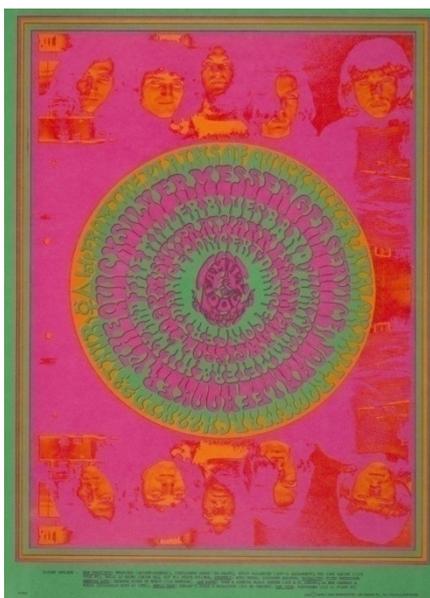
Em São Francisco os artistas psicodélicos reinterpretaram essas letras criando variações onde não existia diferença entre letra e grafismo e “a segurança da uniformidade é trocada pela aventura disforme” (PERRONE, 2003, p. 14).

7.2.3 Cores

O uso das cores vibrantes nos pôsteres psicodélicos se deu muito graças ao artista Victor Moscoso, explicam Heller e Vienne (2013), que na Universidade de Yale teve aulas de interação da cor com Josef Albers, que havia sido professor da Bauhaus e escrito o livro *Interaction of Color*, uma referência na prática do design e uma influência sobre a *op art*. “‘Nunca vibre as cores’ era um dos mantras de Albers” (HELLER; VIENNE, 2013, p. 118), mas seria justamente contrariando essa regra que Moscoso criaria uma das marcas do pôster psicodélico.

Eu usava quantas cores vibrantes fosse possível fazendo de cada extremidade uma extremidade vibrante. Afinal de contas, os músicos estavam elevando tanto o volume de seus amplificadores que você ficava surdo por uma semana, e era legal. Eu só queria fazer o mesmo com as cores, assim eu poderia deixar você cego (MOSCOSO *apud* TORGOFF, 2004, p. 153, tradução nossa).

Figura 55- Plains of Quicksilver (FD-53), Victor Moscoso, 1967.



Disponível em: <<http://familydog.com/content/plains-quicksilver-lithograph>>. Acesso em 25 jul. 2014.

É importante frisar que os artistas da *op art* já usavam os fenômenos ópticos causados pelo uso de cores vibrantes com a finalidade de confundir os processos normais de

percepção. Assim como as outras características, o que os artistas de São Francisco fizeram foi se apropriar da referência e reinterpretá-la de acordo com seu objetivo.

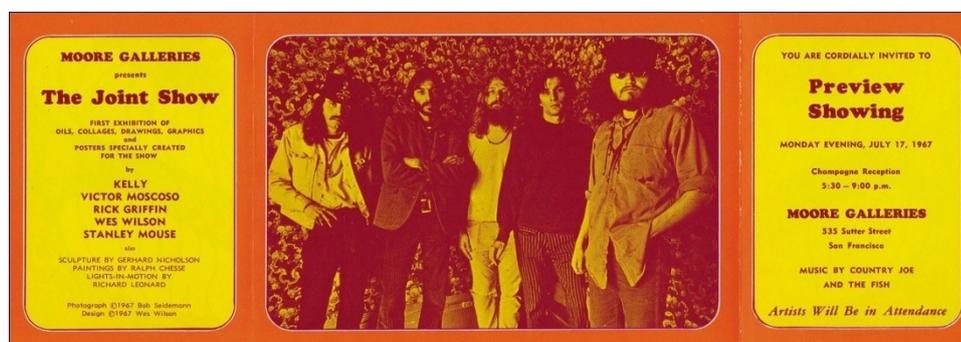
7.3 THE BIG FIVE

Os artistas que produziram os primeiros pôsteres vinham de uma grande variedade de origens. Alguns eram recém-saídos de escolas de arte ou refugiados do mundo acadêmico. Outros eram artistas autodidatas, pintores, artistas gráficos *freelancers*, cartunistas e até mesmo pintores de carros customizados.

Nem todos estavam ali por partilhar do *modus vivendi hippie*, mas a agitação política da Universidade de Berkeley, combinada com uma vida voltada para a criatividade, fora do regime de trabalho e dos objetivos comerciais da sociedade americana, seduzia a cada dia novos adeptos (MERHEB, p. 139-140).

Dentre tantos que se estabeleceram em Haight-Ashbury e região é unanimidade entre os autores⁴³ que Stanley “Mouse” Miller, Alton Kelley, Rick Griffin, Victor Moscoso e Wes Wilson se tornariam referência em se tratando de arte gráfica psicodélica. É claro que estes cinco artistas não eram os únicos que moldariam as características dos pôsteres psicodélicos em seus primeiros dias em São Francisco – nem a própria cidade era a única onde os pôsteres assumiram tais características –, muitos outros contribuíram para o movimento, incluindo Bonnie MacLean, Bob Fried, Greg Ironse Lee Conklin. Mas, como mostra o convite da exibição coletiva na Moore Gallery em 1967, logo em seu início todos já se rendiam à mestria psicodélica dos “*Big Five*”.

Figura 56 – Convite para exposição coletiva dos “*Big Five*”. Na foto: Kelley, Moscoso, Griffin, Wilson e Mouse, 1967.



Disponível em: <<http://auction.classicposters.com/item.php?id=3162>>. Acesso em 15 ago. 2014.

⁴³ Owen e Dickson (1999), Perry (1997) e Lemke (1999) e Grushkin (1987).

7.3.1 Wes Wilson

Robert Wesley “Wes” Wilson chegou a frequentar um curso de silvicultura e horticultura em Auburn, Califórnia, antes iniciar o curso de filosofia na *San Francisco State University* e trabalhar como assistente na *Contact Printing*. A *Contact* era uma pequena gráfica de São Francisco que ficava no porão da casa do proprietário Bob Carr, amigo de Wilson. Carr tinha contato com a cena de *jazz* e poesia de São Francisco e por isso acabou produzindo panfletos para a *Mime Troupe*.

Como Wilson tinha habilidade artística e interesse por impressão ficava responsável pelo desenvolvimento desses panfletos; que logo criariam uma reputação de qualidade e economia para a gráfica. Lemke (1999) aponta que foi quando ele criou um panfleto e o programa para o *Trips Festival* (fig. 57) que sua fama com artista gráfico começou.

Figura 57 - Panfleto do *Trips Festival*, Wes Wilson, 1966.



Fonte: LEMKE, 1999, p. 28.

Foi só questão de tempo antes de ele se tornar um pioneiro da nova forma de arte que traduziria a experiência de luzes, formas e sons embalados por ácido em pôsteres tanto para o *Fillmore* quanto para o *Avalon*. Entretanto, ainda em agosto de 1966, ele pararia de

trabalhar com Helms em favor da liberdade artística proporcionada por Graham. “Chet quase sempre tinha um tema definido”, explica Wilson (*apud* LEMKE, 1999, p. 28), “mas com Bill você podia fazer do seu jeito, principalmente porque ele sempre estava muito ocupado para lidar com você. Ele gostava do fato de eu criar os pôsteres sem ele ter que me dizer o que fazer”.

Figura 58 - BG-2 e FD-2, Wes Wilson, 1966.



Fonte: LEMKE, 1999, p. 33 e <<http://familydog.com/content/king-kong>>. Acesso em 30 ago. 2014.

Os pôsteres desenvolvidos nesse período inicial, enquanto trabalhava para os dois salões, mostram que ele ainda não havia desenvolvido um estilo marcante e consistente. Foi só quando descobriu o catálogo da exposição *Jugendstil & Expressionism in German Posters* que seu estilo se definiu, principalmente em se tratando de *lettering*. Wilson ficou impressionado com o que viu e imediatamente começou a adaptar o estilo de tipografia da Secção Vienense, principalmente os cartazes de Alfred Holler (fig. 54), que eram reproduzidos no catálogo.

Adaptando a já quase indecifrável tipografia, ele criou padrões mais exagerados, alguns sinuosos e leves, outros densos e esféricos, além de criar uma variedade de formas abstratas com base nos formatos dos *letterings*. “Estas formas derivam de sua preferência pela

forma básica e de referências aos ambientes dos salões, como os salpicos coloridos dos líquidos dos shows de luzes” (MEDEIROS, 1999b, p. 54).

Wilson também estava trabalhando na tentativa de expressar através da cor os efeitos visuais que havia experimentado com o LSD. “Quando comecei a criar pôsteres, especialmente os pôsteres coloridos que vieram após ‘*Tribal Stomp*’⁴⁴, acho que escolhia as cores a partir da minha experiência visual com LSD junto com o que havia aprendido com pintor”, confessa (WILSON *apud* SZATMARY, p. 154, tradução nossa). Vários experimentos com cores e *lettering* resultaram no pôster “*Red Flames*”.

Por sua síntese de forma e cor em uma única peça de arte psicodélica esse pôster se tornou um ponto de referência. Com exceção de alguns dos posteriores trabalhos de Wilson, nada chegou perto de tal intensidade compacta até meio ano mais tarde (MEDEIROS, 1999b, p. 54).

Figura 59 - BG-47 e BG-18 (*Red Flames*), Wes Wilson.



Fonte: LEMKE, 1999, p. 62 e 43.

⁴⁴ Figura 30.

Assim que Wilson dominou suas técnicas de *lettering* e cores, ele voltou sua atenção para a ilustração. No início a cabeça humana era sua forma favorita e aparecia de forma quase abstrata quando ele moldava o *lettering* à sua forma. Mais tarde, quando começou a trabalhar com a forma humana completa, a imagem predominante nos seus trabalhos seria a mulher; com corpos envoltos em cortinas, formadas pelo *lettering* ou por um padrão decorativo abstrato.

Figura 60 - BG-16 (*Mindbenders*) e BG-38, Wes Wilson.



Fonte: LEMKE, 1999, p. 42 e 55.

Merheb (2012, p. 164) considera que com o desenvolvimento dessas características “ninguém refinou tanto a arte de definir uma representação visual para a cultura das drogas quanto Wes Wilson [...]. Seu estilo era imitado por quase todos os profissionais do ramo, apesar de ninguém conseguir imprimir a mesma criatividade e precisão no traço”. Em 1967 ele já era chamado pela revista *Time*⁴⁵ de “o principal praticante do estilo psicodélico”.

⁴⁵Disponível em <<http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,843547,00.html>>. Acesso em 21 jul. 2014.

7.3.2 Mouse e Kelley

Stanley “Mouse” Miller, era natural de Detroit e filho de um pintor de letreiros. Interessado por grafite, ele se matriculou na *School for the Society of Arts and Crafts*, mas quando se deparou com pintura abstrata e desenho de modelo vivo seu desinteresse foi grande. Procurando uma saída para sua criatividade, descobriu o aerógrafo e ainda adolescente já tinha fama no circuito de *hot-rods*⁴⁶ pintando carros e camisetas. Esse tipo de trabalho fez com que ele desenvolvesse uma apurada técnica com o equipamento, que viria a ser sua característica principal quanto virou sua atenção para São Francisco e seus pôsteres.

Já Alton Kelley cresceu em New England e chegou a frequentar rapidamente uma escola de arte, mas seu entusiasmo por mecânica acabou por afastá-lo do ambiente acadêmico e das artes em favor de um emprego de mecânico de aeronaves. Quando se mudou para Califórnia, em 1964, trabalhou consertando motocicletas durante a semana e correndo com elas nos fins de semana. Apesar da pouca habilidade com ilustração, Kelley tinha um grande talento com colagens e um olhar apurado para conseguir combinar imagens de diversos estilos como índios, vampiros do cinema mudo, publicidade do século XIX, óvnis e robôs como em um “curso intensivo e visual da herança cultural americana” (LEMKE, 1999, p. 100).

Figura 61 - Foto da atriz Gloria Swanson (*Vanity Fair*, 1924) no pôster FD-30.



Fonte: OWEN; DICKSON, 1999, p. 40 e <<http://www.artnet.com/auctions/artists/edward-steichen/gloria-swanson>>. Acesso em 30 ago. 2014.

⁴⁶ Carros, em geral das décadas de 1920, 1930 e 1940, que recebem modificações como rodas largas atrás, pintura com chamas e motores potentes.

O gosto mútuo por carros, motos e *hot-rods* acabou aproximando os dois, e a união das colagens de Kelley com a habilidade com ilustração de Mouse criou um estilo que Medeiros (1999b) descreve como ao mesmo tempo sofisticado, às vezes se aproximando dos pôsteres tradicionais, mas também ousado e irreverente. Juntos eles vasculhavam as bibliotecas garimpando livros de arte e revistas buscando tanto imagens nostálgicas da cultura americana quanto contemporâneas, comerciais e pop. Kelley geralmente escolhia a imagem e montava uma diagramação enquanto Mouse providenciava o *lettering* e a ornamentação. Ambos queriam que cada pôster parecesse diferente e, em contraste com o estilo de Wilson, o desenvolvimento de uma forma ou ideia não era um aspecto relevante do seu trabalho.

Figura 62—*Earthquake* (FD- 21) e *Ship* (FD-41), Mouse e Kelley, 1966.



Disponíveis em: <<http://www.familydog.com/artist/stanley-mouse>>. Acesso em 25 jul. 2014.

7.3.3 Rick Griffin

Segundo Grushkin (1987), foram os pôsteres de Mouse e Kelley que aparentemente despertaram em Richard Alden “Rick” Griffin o interesse pelos pôsteres quando chegou a São Francisco em 1966. Nascido no sul da Califórnia, ele foi influenciado

pela cultura do oeste americano, mas principalmente pelo surfe. Antes do final do ensino médio ele já produzia para a revista *Surfer* uma tira em quadrinhos do personagem Murphy; adotado como mascote por muitos da cena californiana de surf. Após a formatura, Griffin frequentou por um curto período a escola de arte e lá conheceu um grupo de artistas e músicos *hipsters* chamado *Jook Savages* que acabaria levando-o para São Francisco e para quem ele desenvolveria o primeiro pôster.

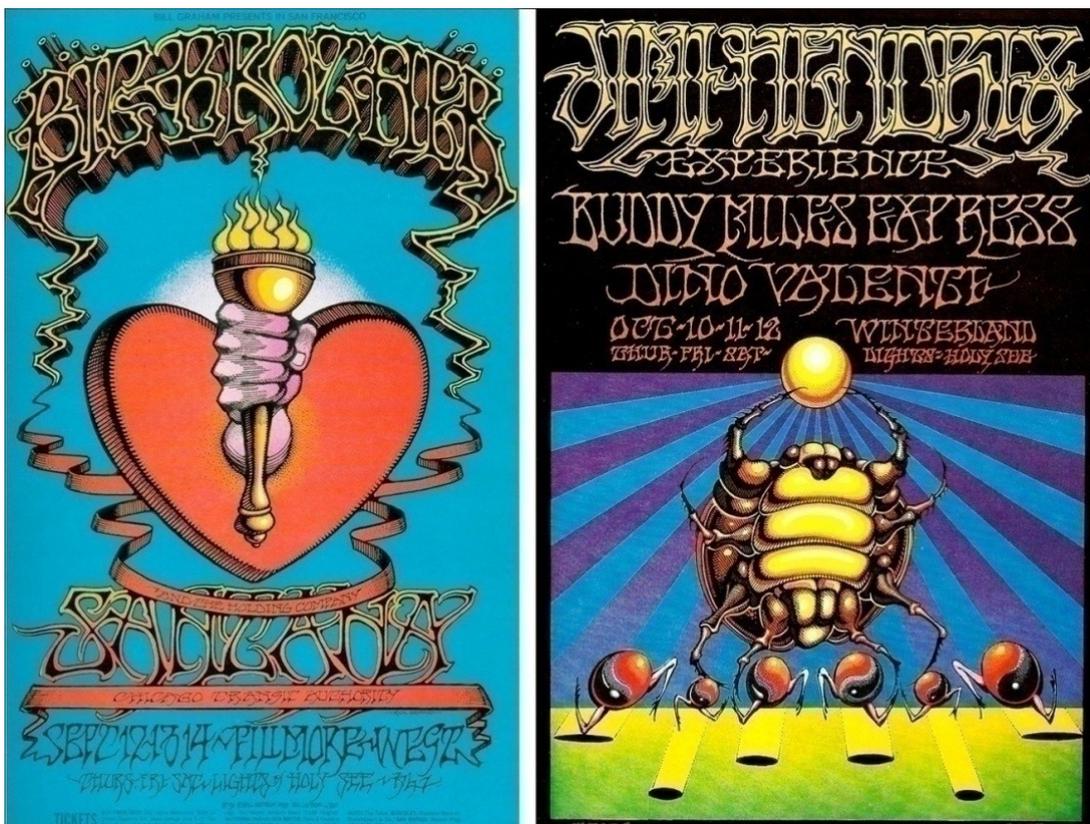
Figura 63 - *The New Improved Psychedelic Shop and Jook Savage Art Show*, Rick Griffin, 1966.



Fonte: GRUSKIN, 1987, p. 137.

Seus trabalhos ficaram marcados, além da influência da cultura do surfe, pelas imagens surreais, a rica aplicação de cor, seu *lettering* intrincado e líquido, e são descritos por Medeiros (1999b, p. 68, tradução nossa) como “poderosas montagens bizarras que parecem expressar uma preocupação intensa com as realidades impressionantes da vida, tais como a sua própria existência e a mortalidade”.

Figura 64 - *Heart and Touch* (BG-136)e BG-140, Rick Griffin, 1968.



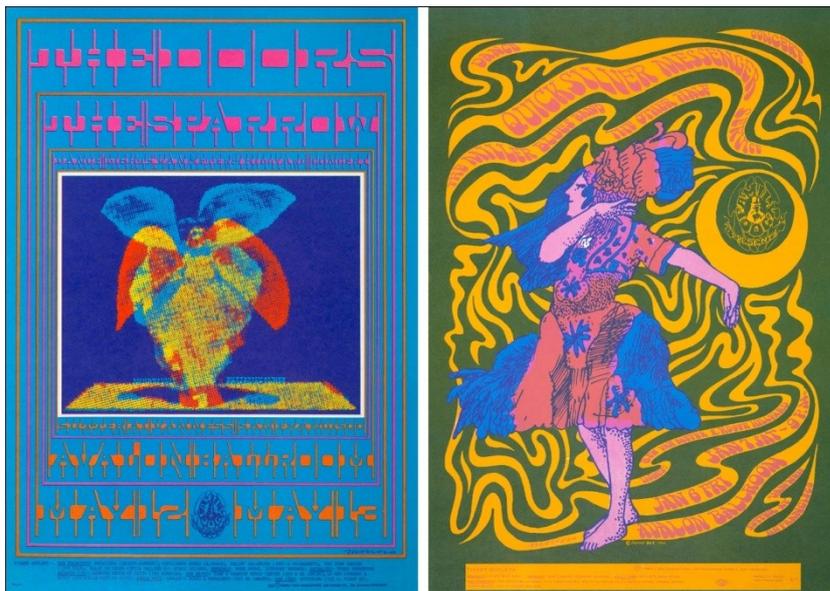
Fonte: OWEN; DICKSON, 1999, p. 74-75.

7.3.4 Victor Moscoso

Victor Moscoso foi o primeiro artista com sólida formação acadêmica a se juntar à cena dos pôsteres em Haight-Ashbury. Ele estudou arte na *Cooper Union*, em Nova York, e na Universidade de Yale. No início de 1960 frequentou o *San Francisco Art Institute*, onde concluiu o mestrado em pintura; mais tarde ele permaneceria na cidade para trabalhar como artista gráfico comercial. Em 1966, Moscoso começou sua própria empresa, a *Neon Rose*, onde poderia ter controle artístico completo sobre os pôsteres.

Seus primeiros pôsteres, observa Medeiros (1999b), são claramente experimentais, ele tentava várias abordagens, por vezes adaptando elementos do estilo de Wilson ou de Mouse de acordo com seu objetivo. Por exemplo, ele usou letras ao estilo de Wilson, mas logo começou a desenvolver um estilo próprio que era basicamente uma letra maiúscula simples a qual ele aplicava grandes serifas que às vezes tinham formas de um bloco retangular pesado ou eram esticadas com traços curvilíneos. Posteriormente, ele ficaria conhecido pelas letras em forma de folha ou pétala de flor.

Figura 65 - *Butterfly Lady* (FD-61) e *Dancing Lady* (FD-42), Victor Moscoso.



Disponível em <<http://www.familydog.com/artist/victor-moscoso>>. Acesso em 25 jul. 2014.

Entretanto, Moscoso encontrou seu caminho no uso de efeitos óticos de forma e de cor aplicando os conceitos aprendidos com Josef Albers em Yale.

Ele explorou o potencial de combinações de cores que faziam as bordas das formas parecerem saltar ou vibrar. Estes efeitos trouxeram um novo nível de intensidade visual para a arte do pôster. Os efeitos vívidos foram inspirados por mais do que apenas pura percepção artística, é claro, mas Moscoso nunca representou nem evocou diretamente as drogas e seus efeitos como outros artistas faziam. Em vez disso, ele tomou a experiência psicodélica simplesmente como plano de fundo de uma realidade trivial que orientava a criação (MEDEIROS, 1999b, p. 68, tradução nossa).

Figura 66—*Sphinx Dance* (FD-47) e *Neptune's Notion* (FD-49), Victor Moscoso.



Disponível em <<http://www.familydog.com/artist/victor-moscoso>>. Acesso em 25 jul. 2014.

A partir de 1966 os pôsteres desses e de vários outros artistas passaram a ser parte integral da cena em Haight-Ashbury, sendo retirados dos muros e postes e pendurados nas paredes. Entre os *hippies*, ressalta Medeiros (1999b), os pôsteres eram apreciados pela sua arte, mas também por uma questão de identificação com a nova cultura. “Os eventos que os pôsteres anunciavam davam a eles [os pôsteres] um significado que ia além de ser apenas pura decoração”, acrescenta Wes Wilson (*apud* LEMKE, 1999, p. 48). A compreensão dessa identificação e do significado, além do decorativo e publicitário, só é possível com uma análise mais detalhada desses pôsteres.

Figura 67- Sala de espera da *Free Clinic* decorada com pôsteres, 1966.



Disponível em: <<http://www.wolfgangsvault.com/haight-ashbury-free-clinic/photography/fine-art-print/GAP0077-01-28A.html>>. Acesso em 31 ago. 2014.

8 A ANÁLISE DA IMAGEM

Como pondera Joly (1996, p. 41), propor-se a analisar ou explicar uma imagem “parece suspeito na maioria das vezes e provoca reticências sob vários aspectos” como, por exemplo, a dúvida: “O autor quis dizer tudo isso?”.

Porém, se persistimos em nos proibir de interpretar uma obra sob o pretexto de que não se tem certeza de que aquilo que compreendemos corresponde às intenções do autor, é melhor parar de ler ou contemplar qualquer imagem de imediato. Ninguém tem a menor ideia do que o autor quis dizer; o próprio autor não domina toda a significação da imagem que produz (JOLY, 1996, p. 44).

Para a autora, o trabalho do analista é tentar interpretar as significações que a mensagem visual aparentemente implica sem supor que a leitura da imagem é universal porque mesmo que seja possível reconhecer e interpretar um ou outro elemento isso não significa que se esteja compreendendo a mensagem da imagem. “Interpretar uma mensagem, analisá-la, não consiste certamente em tentar encontrar ao máximo uma mensagem preexistente, mas em compreender o que essa mensagem, nessas circunstâncias, provoca de significações aqui e agora” (JOLY, 1996, p. 44).

Esse exercício tem o objetivo de aumentar os conhecimentos do analista, permitir ler ou conceber com maior eficácia mensagens visuais aguçando o sentido da observação e com isso pode até aumentar o prazer estético e comunicativo das obras analisadas.

Entretanto,

a análise por si só não se justifica e tampouco tem interesse. Deve servir a um projeto, e é este que vai dar sua orientação, assim como permitirá elaborar sua metodologia. Não existe um método absoluto para análise, mas opções a serem feitas ou inventadas em função dos objetivos (JOLY, 1996, p. 49-50).

A partir dessa orientação, como, nesse ponto da dissertação, o objetivo é demonstrar que a linguagem visual dos pôsteres produzidos em São Francisco durante o auge do movimento psicodélico (1965-1969) é uma forma de expressão que reage/reflete o meio social em que estava inserida, propõe-se aqui uma metodologia de análise que, a partir da identificação das características gráficas de peças específicas, possa responder a questão e, posteriormente, classificar os pôsteres como elementos importantes da experiência psicodélica e da identidade cultural do movimento. Definido o objetivo, parte-se para a etapa seguinte proposta por Joly (1996), que é a definição das ferramentas de análise.

Para melhor atender o objetivo da pesquisa, e seguindo a orientação da autora, optou-se por seguir um método próprio de análise com base em autores que de certa forma trabalham ou podem ser associados à questão da análise semiótica⁴⁷ com foco na imagem, neste caso: Charles Sanders Peirce (2005), Roland Barthes (1990) e a própria Martine Joly (1996). É importante frisar que nesse ponto a intenção não é discutir as teorias de cada autor, mas sim entender a essência de cada uma para que sirvam de referência para o desenvolvimento de uma metodologia própria de análise.

8.1.1 A semiótica de Peirce

O filósofo e matemático norte-americano Charles Saunders Peirce foi responsável por criar uma teoria de análise semiótica cuja função seria a de classificar e descrever todos os tipos de signos, não apenas o signo verbal, a palavra falada ou escrita, como propunha o linguista francês Ferdinand de Saussure. Para Peirce, o signo

é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. [...] A palavra signo será usada para denotar um objeto perceptível, ou apenas imaginável, ou mesmo inimaginável num certo sentido. [...] Mas, para que algo possa ser um signo, esse algo deve “representar”, como costumamos dizer, outra coisa (PEIRCE, 2000, p. 46).

Dessa forma, a tradição semiótica peirceanos permite “descrever, analisar e avaliar todo e qualquer processo existente de signos verbais, não-verbais e naturais: fala, escrita, gestos, sons, comunicação dos animais, imagens fixas e em movimento, audiovisuais, hipermídia, etc.” (SANTAELLA, 2008, p. 4).

Sendo assim, continua Santaella (2008), a semiótica de Peirce fornece as definições e classificações para análise de todos os tipos de linguagem, permitindo que seus conceitos sejam usados como referência no estudo de áreas não ligadas apenas ao texto, mas também nas que abrangem linguagens não verbais, como as artes gráficas. Para isso ele desenvolveu a teoria triádica do signo, onde o signo é um elemento em que se correlacionam três outros elementos, chamados de representâmen, objeto e interpretante.

⁴⁷ O termo semiótica é empregado atualmente como a designação mais popular para a ciência dos signos e dos processos de significação e por este motivo será adotado durante a pesquisa. No entanto, vale ressaltar que o termo semiologia foi mais utilizado pela tradição francesa, no quadro da lingüística de Ferdinand de Saussure, continuada por Roland Barthes, enquanto o termo semiótica era preferido pelos norte-americanos e alemães.

O representâmen poderia ser considerado o equivalente ao significante de Saussure⁴⁸, ou seja, é aquilo que representa ou simboliza algo, ou a maneira que este “algo” está representado (através de cores, formas, sons). O objeto seria o algo representado, porém não necessariamente um objeto físico. “Os objetos podem ser fatos, relações, algo conhecido e que tenha existido ou que se espera existir, uma qualidade, ou conjunto, partes de um conjunto” (ARAÚJO, 2004, p. 48).

Por fim, o interpretante é a ideia que o signo provoca a fim de comunicar uma significação, é aquilo que o signo produz na mente do intérprete/receptor no momento em que ele percebe o objeto. Eco (2002) e Araújo (2004) frisam a importância de não se confundir o interpretante com o receptor ou intérprete do signo, pois o interpretante pode também ser uma ação, um comportamento.

Dessa forma, completa Araújo (2004, p. 48-49), o signo

representa algo para a ideia que provoca ou modifica, é veículo para comunicar à mente algo exterior. Cria mediações genuínas, pois está relacionado a algo fora dele, ou seja, seu objeto (não somente a coisa ou a situação, mas o modo de aplicar o signo) isto é, algo é representado, mas não inteiramente e sim com respeito a uma qualidade ou aspecto.

Para tentar explicar melhor o conceito de signo segundo Peirce, tomemos como exemplo o semáforo com a luz vermelha acesa. O semáforo é um signo que representa um objeto (o controle do tráfego de veículos e de pedestres) que, usando um representâmen (a cor vermelha), vai gerar um interpretante no motorista ou pedestre, ou seja, o efeito de parar.

Trazendo um exemplo para a área de design gráfico, em um logotipo entendemos o seu aspecto gráfico - formas, cores, tipografia – como representâmen; aquilo que ele representa – os conceitos da marca – como objeto e o efeito que ele causa na mente de um consumidor como interpretante. Para Santaella (2008, p. 9), exemplos assim “deixam à mostra o fato de que os efeitos interpretativos dependem diretamente do modo como o signo representa o objeto”.

Em ambos os exemplos, o processo de comunicação se dá com o uso de signos não verbais, ou seja, quando se usa formas sensoriais variadas, como as visuais, auditivas, táteis, olfativas e gustativas e não, necessariamente, com o uso de signos verbais – palavras ou

⁴⁸ Para Saussure, o signo linguístico nasce da combinação de um significante e um significado. O significante é uma “imagem acústica”, que “não é o som, mas a impressão do som no psiquismo, tanto que se pode falar com **sig**(é **isso mesmo??**) mesmo sem pronunciar som algum. Compõe-se de fonemas” (ARAÚJO, 2004, p. 30). O significado é o conceito associado à imagem acústica.

construções delas decorrentes, sejam orais ou escritas. Com base nisso, Aguiar (2004) reúne os signos de acordo com a matéria que transportam, tendo assim: signo verbal, signo gráfico, signo gestual, signo sonoro, etc. – a concepção de signo gráfico é a que será utilizada nesse estudo. Por fim, Silva (2009, p. 18) reforça que “embora manifestos através de outros fenômenos, diferentes de palavras, o papel que desempenham é idêntico ao desempenhado pelas palavras. Quer dizer, é também o de meio de representação”.

8.1.2 Barthes e a retórica da imagem

Seguindo os conceitos de Saussure, o escritor, crítico literário e filósofo francês Roland Barthes propôs pela primeira vez, em seu artigo “A Retórica da Imagem”, originalmente publicado em 1964, uma análise estrutural da imagem publicitária. Para o autor (1990), as mensagens publicitárias apresentam, além do conteúdo analógico (cena, objeto, paisagem),

uma mensagem suplementar, que é o que comumente se chama o estilo da reprodução; trata-se de um sentido segundo, cujo significante é um certo “tratamento” da imagem sob a ação de seu criador e cujo significado – estético ou ideológico – remete a uma certa “cultura” da sociedade que recebe a imagem (BARTHES, 1990, p. 13).

Assim, as imagens publicitárias carregam duas mensagens: “Uma mensagem denotada que é o próprio *analogon* e uma mensagem conotada que é a maneira pela qual a sociedade oferece à leitura, dentro de uma certa medida, o que ele pensa” (BARTHES, 1990, p. 13). Essa leitura, inclusive de uma mesma imagem, seria variável de acordo com os indivíduos, já que toda imagem seria formada por uma “cadeia flutuante” de significados, podendo o leitor escolher alguns e ignorar outros. Porém, continua, essa diversidade de leituras não pode ser tratada como anárquica e, por isso, se desenvolvem técnicas destinadas a fixar a cadeia de significados.

Na técnica de análise proposta no artigo, o autor identifica três tipos de mensagens, as já citadas mensagens denotada (icônica) e conotada (simbólica) e a mensagem linguística (verbal). Essa última tem a tarefa de ajudar na compreensão das imagens, oferecendo um auxílio na explicação da cadeia de significados e restringindo as possibilidades de interpretação da imagem ou ajudando a explicar o que dificilmente a imagem conseguiria fazer por si só.

A mensagem denotada seria o mais próximo da imagem em si, literal, já que para Barthes (1990, p. 34) nunca se encontra uma imagem literal em estado puro, pois “mesmo que conseguíssemos elaborar uma imagem inteiramente ‘ingênua’, a ela se incorporaria, imediatamente, o signo da ingenuidade e a ela se acrescentaria uma terceira mensagem, simbólica”.

Essa terceira mensagem, a conotada, é formada por um código constituído “seja por uma simbologia universal, seja por uma retórica de época, em suma, por uma reserva de estereótipos (esquemas, cores, grafismos, gestos, expressões, agrupamentos de elementos)” (BARTHES, 1990, p. 13). São esses elementos que formam a imagem que produzem significação através da identificação cultural do leitor.

Por isso, na leitura de uma mesma imagem as possibilidades de interpretação e leitura são variáveis, conforme a experiência dos indivíduos que a fazem. Enfim, a mensagem simbólica corresponde, de certa forma, ao sentido que a imagem assume para o leitor, de acordo com sua experiência de vida, tendo como suporte a mensagem denotada.

8.1.3 A análise da imagem de Joly

Em sua obra “Introdução à análise das imagens” (1996), a professora australiana Martine Joly utiliza-se de contribuições de Barthes, Peirce e Saussure, entre outros, para também apresentar uma proposta de análise da imagem publicitária através de três tipos de mensagens: plástica, icônica e linguística.

A mensagem plástica é formada pelo conjunto de componentes visuais da imagem, como a cor, as formas, a composição e a textura. Para a autora, as escolhas plásticas são parte fundamental da significação da mensagem visual.

Os instrumentos plásticos de qualquer imagem tornaram-na um meio de comunicação que solicita o prazer estético e o tipo de recepção a ele vinculado. O que significa que se comunicar pela imagem (mais do que pela linguagem) vai estimular necessariamente, por parte do espectador, um tipo de expectativa específica e diferente da que uma mensagem verbal estimula (JOLY, 1996, p. 61).

No esquema de análise, o próprio fato de identificar e ler os significantes plásticos já produz uma significação, a mensagem icônica, portanto nessa fase da análise procura-se compreendê-los pelo fato de que “cada um deles está no anúncio por algo mais do que ele próprio, pelas conotações que evoca” (JOLY, 1996, p. 104).

Assim como na mensagem conotada de Barthes (1990), as conotações também são produzidas através da identificação cultural. Por último, na análise da mensagem linguística, Joly (1994) retoma Barthes (1990) dizendo essa mensagem é fundamental para ajudar na interpretação correta de uma imagem, já que esta pode produzir muitas significações diferentes.

8.2 PROPOSTA DE METODOLOGIA DE ANÁLISE

A partir de apropriações e cruzamentos dessas três propostas de análise, propõe-se aqui um método próprio de análise em duas etapas para melhor atender o objetivo da pesquisa. A ideia é, na primeira etapa, realizar uma análise específica de quatro pôsteres dos cinco artistas referência em se tratando de arte gráfica psicodélica: Stanley “Mouse” Miller, Alton Kelley, Rick Griffin, Victor Moscoso e Wes Wilson.

Essa análise também se divide em duas etapas: em um primeiro momento identificar os principais **elementos gráficos construtivos** dos pôsteres: cores, formas, tipografia, ilustração e/ou foto (algo como o representâmen de Peirce, a mensagem denotada de Barthes ou a mensagem plástica de Joly) de acordo com sua importância dentro de cada peça, pois é importante compreender que esses elementos conotadores de significado

constituem, na imagem total, traços descontínuos, ou melhor, erráticos. Os conotadores não preenchem toda a lexia, sua leitura não a esgota. Em outras palavras (e isto seria uma proposta válida para a semiologia em geral), nem todos os elementos da lexia podem ser transformados em conotadores, resta sempre, no discurso, uma certa denotação, sem a qual o discurso simplesmente não seria mais possível (BARTHES, 1990, p. 41).

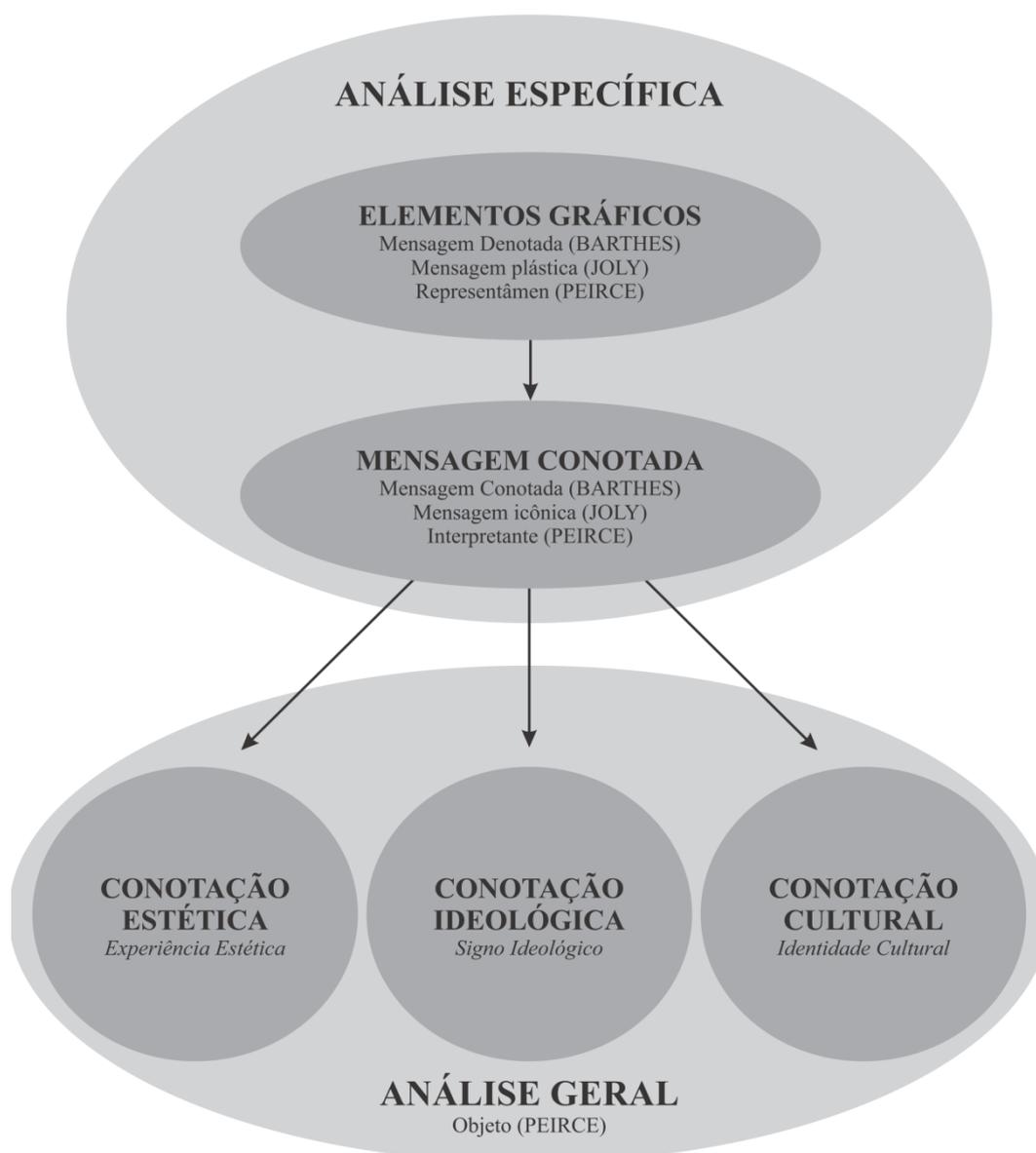
Posteriormente, a partir da tentativa de interpretação⁴⁹ desses elementos, espera-se chegar à **mensagem conotada** de cada pôster (também uma junção de conceitos como a própria mensagem conotada de Barthes, a mensagem icônica de Joly ou o interpretante de Peirce)⁵⁰. Com a compreensão da mensagem conotada dos pôsteres e a identificação de padrões pretende-se, na segunda etapa da análise principal, compreender as conotações culturais, estéticas e ideológicas da arte gráfica psicodélica como um todo para poder

⁴⁹ As tentativas de interpretação de cada uma das etapas e subetapas serão guiadas por autores que tratam de cada tema em específico.

⁵⁰ Pelo fato de os pôsteres conterem pouco texto, basicamente formado por informações sobre datas e locais do show, e pelo fato de o objetivo da dissertação ser focado na linguagem gráfica, optou-se por não abordar a mensagem linguística.

demonstrar que sua linguagem visual é uma forma de expressão que reage/reflete o meio sociocultural da época. Essa proposta de metodologia é apresentada no diagrama a seguir.

Figura 68 - Diagrama do processo de análise



Fonte: do autor, 2014.

Portanto, seguindo essa metodologia para compreender melhor a questão levantada, faz-se necessário em um primeiro momento “uma desconstrução artificial (‘quebrar o brinquedo’) para observar os diversos mecanismos (‘ver como funciona’) com a esperança, talvez ilusória, de uma reconstrução interpretativa mais bem fundamentada (JOLY, 1996, p. 47). A desconstrução dos pôsteres será apresentada em seguida para, posteriormente, ser apresentada a interpretação de sua importância dentro do contexto cultural da época.

8.3 ANÁLISE ESPECÍFICA DOS PÔSTERES

Medeiros (1999b) supõe que entre 1966 e 1968 apenas os eventos da *Family Dog* e de Bill Graham tenham gerado um total de cerca de 150 e 300 pôsteres respectivamente, uma média de aproximadamente um por semana. Esse número torna difícil a escolha dos objetos de estudo, por isso, o critério de escolha se restringe a: pôsteres produzidos pelos cinco principais artistas do movimento e trabalhos que sejam considerados pela bibliografia especializada⁵¹ representantes das principais características gráficas desses artistas e do movimento como um todo.

The Sound (BG-29), Wes Wilson

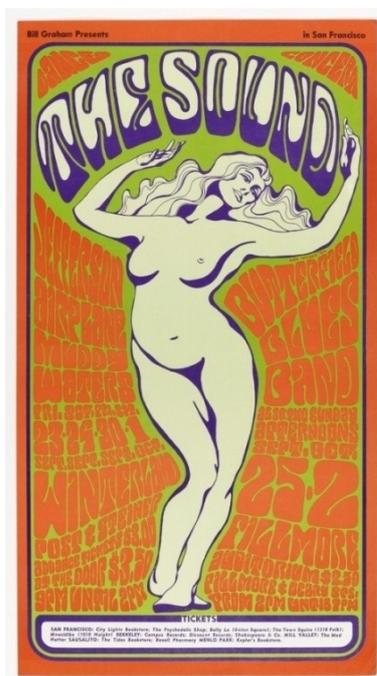
Impresso em litografia e medindo aproximadamente 34x62cm, o pôster para o evento chamado *Winterland*, produzido por Bill Graham em setembro de 1966, é considerado por muitos autores, Lemke (1999) e Owen e Dickson (1999) entre eles, como um dos mais representativos do período. E combina alguns dos aspectos inconfundíveis tanto do estilo de Wilson quanto do movimento em si: a capacidade de preencher todo o espaço disponível com letras fluidas e cores vibrantes e a admiração do autor pela forma feminina. Sobre a criação do pôster Wilson conta:

Bill veio com a frase “*The Sound*” [O Som], que era uma referência ao momento das bandas de São Francisco. Ele queria me assistir trabalhando em um pôster, só para ver a minha técnica e como eu criava. Então eu liguei para ele tarde da noite depois que eu tive a ideia e ele veio imediatamente com Bonnie [MacLean, esposa de Graham]... Eu não tinha certeza de como eles iriam reagir, mas eu sabia que Bill faria algum comentário, porque ele sempre fazia. Ele só olhou para o pôster, olhou para mim e disse: ‘Bem, isso é bom, mas eu não consigo ler’. E eu disse: ‘Sim, e é por isso que as pessoas vão parar e olhar para ele’ (WILSON *apud* LEMKE, 1999, p. 50).

Esse era um dos princípios do estilo de Wilson, seus pôsteres “não comunicavam a mensagem de forma evidente, mas demandavam estudo e paciência do interlocutor para decifrá-la. Para ele, tão importante quanto a mensagem era a atração ao culto que representava os elementos gráficos” (STRAUB; GRUNER, 2009, p. 24).

⁵¹ Grushkin (1987), Lemke (1999), Owen e Dickson (1999).

Figura 69 - *The Sound* (BG-29), Wes Wilson, 1966.



Fonte: GRUSHKIN, 1987, p. 79.

Sem dúvida um dos fatores que dificultavam a leitura do pôster era o *lettering*; desenhado à mão, não seguindo um padrão ou família, ocupando organicamente os espaços e tão distorcido que a informação só é compreendida depois de um tempo analisando o texto. As letras usadas nesse pôster, e em vários outros, são apropriadas como pastiche⁵² de Alfred Roller.

Heller e Vienne (2013) consideram que o pastiche histórico é útil para transmitir códigos específicos e provocar uma resposta do observador, já que oferece códigos familiares facilmente reconhecíveis. “Eles são projetados para criar algum substituto que alimente a nostalgia popular, frequentemente muito antes de seu público-alvo ter nascido, sugerindo um efeito primordial evocado pela característica força do pastiche” (HELLER; VIENNE, 2013, p. 16).

O efeito pretendido aqui, além do impacto visual, é a ligação com *art nouveau*, que por sua vez fazia referência ao movimento *arts & crafts*, que defendia alternativas à estética da mecanização e da produção em massa, ideais muito próximos a alguns dos defendidos pela contracultura. Por outro lado, as letras também são indício do espírito libertário que, ao mesmo tempo em que são uma representação do espírito livre dos *hippies*,

⁵² Obra literária ou artística em que se imita abertamente o estilo de outros escritores, pintores, músicos, etc.

representam uma libertação dos dogmas do design gráfico funcionalista. O uso dessas características nas formas das letras

propunha-se a substituição da regra pela atitude, o que, embora pareça e seja também político, é rigorosamente gráfico. A substituição da tipografia pelo desenho é, a um só tempo, expressão cultural e individual. [...] O autor gera sinais (palavras) que, mesmo funcionando semanticamente, são visualmente auto-significantes (como grafismos), sempre símbolos de um tempo e uma atitude (PERRONE, 2003, p. 10-11).

Essa concepção vai ao encontro de Barthes (1990), que diz que o uso dessas “letras-imagens” mostra que a palavra não é o único argumento, o único resultado das letras. As letras e suas mais variadas formas são uma cadeia significativa que não toma o caminho que parece levar a letra à palavra, ou seja, esse caminho não é o da comunicação, mas o “da significância: a aventura que se situa à margem das pretensas finalidades da linguagem” (BARTHES, 1990, p. 94). Assim, a letra liberada de sua função linguística (fazer parte de uma palavra) sucumbe ao símbolo, no caso de Wilson são símbolos da liberdade, mas também da alucinação e distorção da realidade provocada pela droga.

Outra referência às drogas está no uso das cores que, como já citado, eram escolhidas a partir da experiência visual com LSD – por terem o único propósito de simular as ilusões e efeitos ópticos proporcionados pela droga, não cabe aqui a discussão do significado cultural das cores. Para chegar a esse resultado os artistas costumavam usar uma combinação de cores definidas através do contraste simultâneo, ou seja, quando se usa duas cores complementares - contrastantes, distantes no círculo cromático -, normalmente uma sendo primária⁵³. No pôster de Wilson essa interação acontece entre o magenta, do contorno da figura e das palavras “*The Sound*”, e o verde do fundo e também entre o alaranjado do texto e o fundo.

Porém, o elemento de maior destaque no pôster é a imagem da mulher curvilínea e nua, um tema recorrente e um dos melhores exemplos do trabalho de Wilson, além de uma de suas contribuições mais duradouras para a arte do pôster dos anos sessenta. Esse arquétipo feminino já era usado pelo litógrafo Jules Chéret em anúncio no final do século XIX. “Retratadas com gestos expressivos e com a parte superior do corpo relaxada, as garotas demonstravam o tipo de autoconfiança que logo se tornaria associada com a liberdade das mulheres” (HELLER; VIENNE, 2013, p. 26).

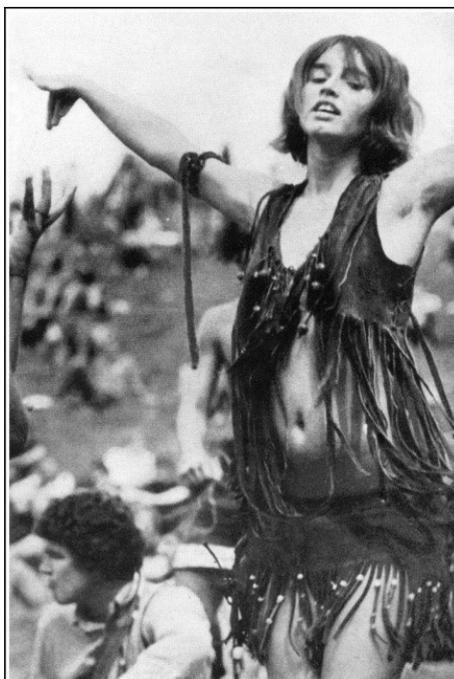
⁵³ Essa combinação e o uso das cores nos pôsteres serão melhor discutidos através do trabalho de Victor Moscoso, no tópico 8.3.4.

Na obra de Wilson, o uso da forma feminina está ligado à sensualidade e à liberdade sexual, aspectos importantes da cultura hippie, mas, sobretudo, “ela representa algumas das melhores coisas sobre a nossa cultura, a aceitação amorosa e maternal, o espírito da terra. Isso é o que eu vejo na figura feminina”, explica o autor⁵⁴.

Como salienta o biógrafo de Wilson, Michael Erlewine⁵⁵, mesmo que nuas, o tratamento que o artista dá às mulheres e a forma feminina não é deliberadamente erótico, seus nus nunca eram pornográficos. Em vez disso, fica clara sua admiração e apreço pela forma feminina e tudo o que ela representa.

Essa forma, para Perrone (2003, p. 14), em tempos de revolução sexual, está na berlinda, “mas não se trata do corpo esculpido, mecanicamente construído para ser visto [...]. Trata-se do comportamento do corpo em orgasmo e repouso, de um corpo fisicamente livre que seria pré-requisito a uma psique, alma ou espírito também liberto”. Na representação em questão, a mulher parece imponente, sexy, livre, feliz e confiante. Sua expressão calma e as mãos para cima, apontando ou segurando o título do pôster (o texto mais legível do pôster), remetem à libertação através da dança e da música, do som.

Figura 70 - Mulher dança em *Woodstock*, 1969.



Disponível em: <<http://tudoretro.com/paz-amor-liberdade-woodstock-1969/>>. Acesso em 17 ago. 2014.

⁵⁴ Disponível em <<http://www.collectorsweekly.com/articles/psychedelic-poster-pioneer-wes-wilson/>>. Acesso em 17 ago. 2014.

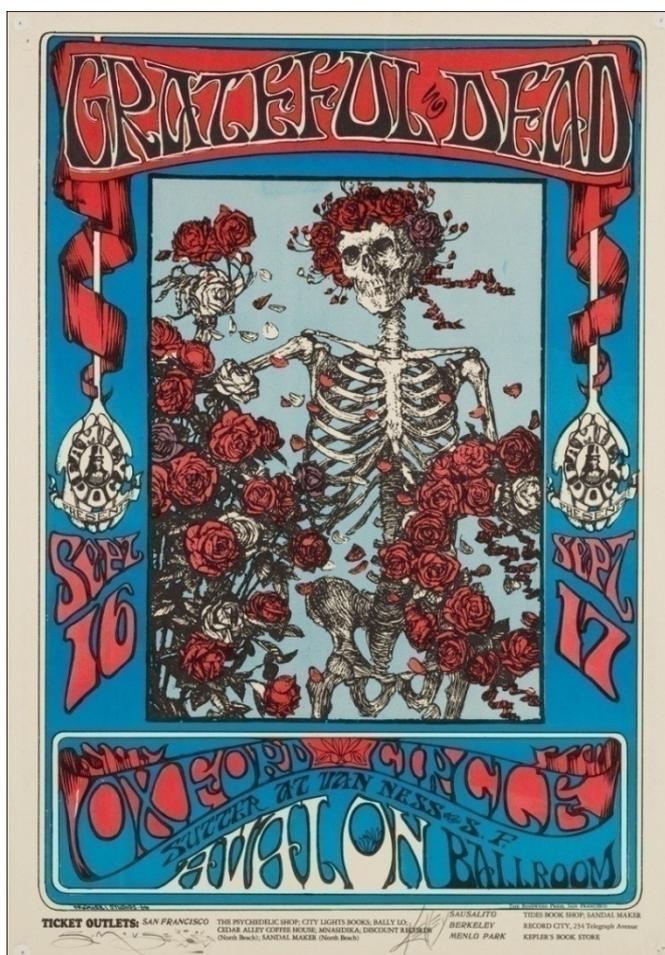
⁵⁵ Disponível em <<http://www.wes-wilson.com/a-brief-biography-by-michael-erlewine.html>>. Acesso em 17 ago. 2014.

A união dos elementos gráficos construtivos do pôster, por fim, reforça a característica que nem sempre a peça tem relação com o evento ou a banda, mas a mensagem denotada está ligada, nesse caso, a toda a ideologia por trás do movimento contracultural e, ao contrário do que pregavam os princípios do design funcionalista, era uma expressão gráfica carregada de subjetividades e de referências pessoais do autor.

8.3.1 *Skull and Roses (FD-26), Mouse & Kelly*

O pôster criado por Alton Kelley e Stanley Mouse para o show do Grateful Dead, no *Avalon Ballroom*, em setembro de 1966, seria tão impactante que a caveira e as rosas se tornariam símbolos da banda pelo resto de sua carreira. A mesma ilustração chegou inclusive a ser reutilizada na capa do disco duplo lançado em 1971 que, sem um título oficial, passou a ser chamado de “*Skull and Roses*”.

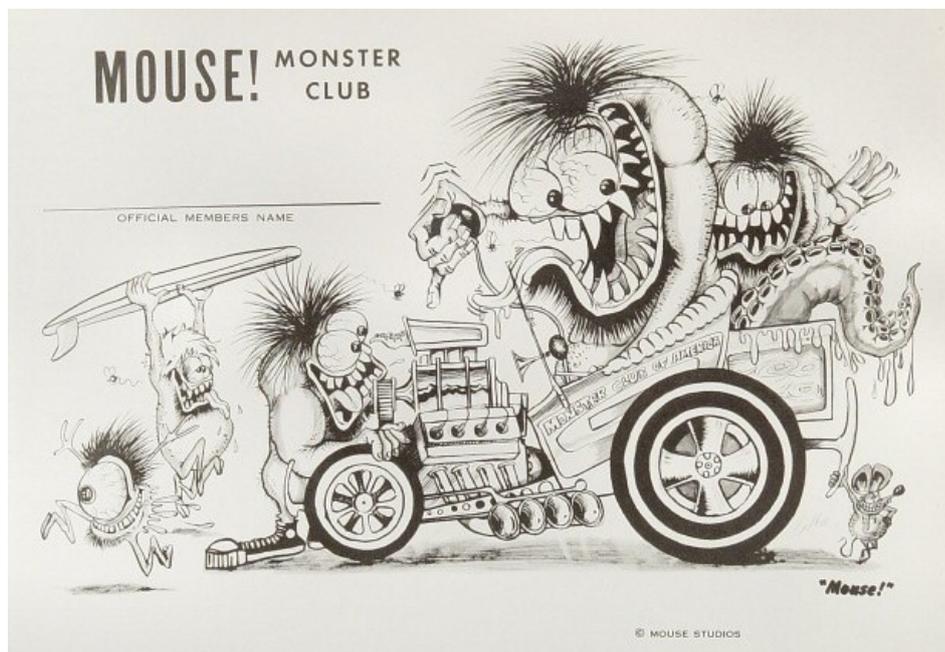
Figura 71 - *Skull and Roses (FD-26), Mouse & Kelly, 1966.*



Fonte: OWEN; DICKSON, 1999, p. 63.

Os grafismos utilizados no *lettering*, menos confuso que o de Wilson, e nos detalhes das fitas torcidas em torno do pôster trazem traços da experiência de Mouse pintando *pinstripes*⁵⁶ e chamuscas em *hot-rods*.

Figura 72 - Cartão do “*Mouse! Monsters Club*”, ilustrado por Stanley Mouse.



Disponível em: <<http://www.wolfgangsvault.com/mouse-monster-club/poster-art/handbill/ZZZ007928.html>>. Acesso em 17 ago. 2014.

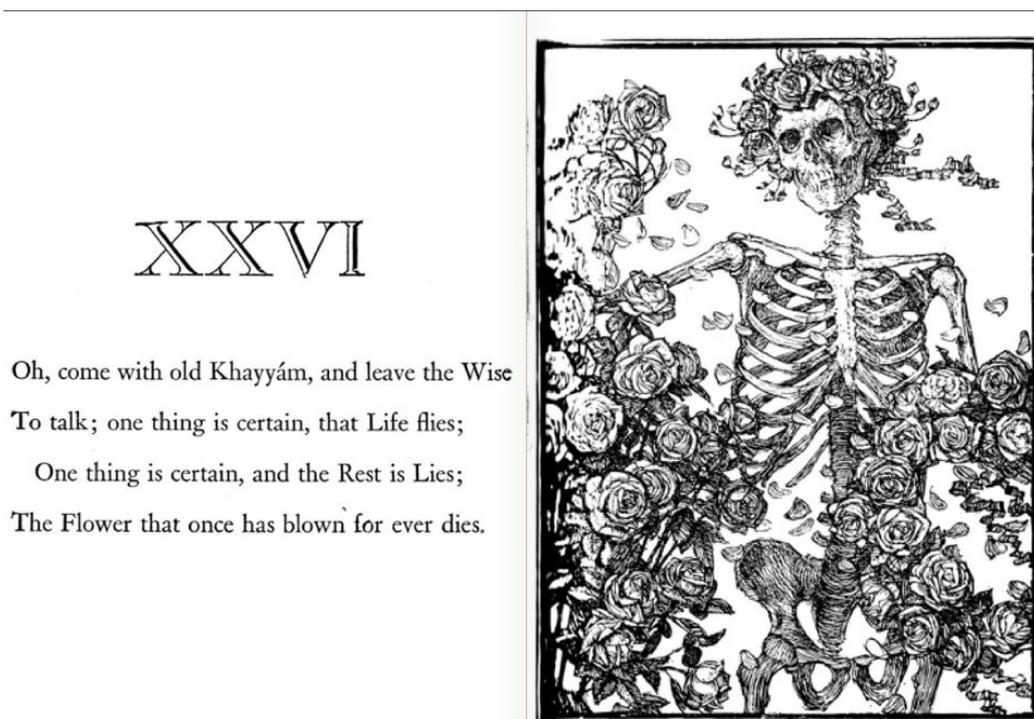
Todavia, o ponto-chave no pôster, sem dúvida, é a imagem central e seu simbolismo. Em entrevista ao jornal *The Washington Post*⁵⁷, Stanley Mouse fala sobre a relação com a banda e a criação do pôster:

Minha história com o Grateful Dead vem de muito tempo. Eles estavam tocando no *Avalon Ballroom* e ninguém realmente sabia muito sobre eles, mas eles tinham um grande nome.[...]Eu gostava do nome deles porque criava um monte de imagens na minha cabeça. Então, quando Kelley e eu estávamos criando pôsteres para o *Avalon*, o promotor do show disse: “Façam um pôster para o Grateful Dead”. Nós fomos para a biblioteca em São Francisco procurando por livros antigos e nos deparamos com o *Rubaiyat*, de Omar Khayyam, nele havia uma antiga ilustração que tinha um esqueleto e rosas. Quando vimos pensamos: “Uau, olha isso! É como se isso tivesse Grateful Dead escrito nele!”.

⁵⁶ Tipo de pintura em finas tiras dando formatos simétricos e tribais como resultado final. Usado em conjunto com técnicas de aerografia, o *pinstriping* é utilizado principalmente em decoração de carros e motocicletas customizados.

⁵⁷ Disponível em: <http://voices.washingtonpost.com/postrock/2009/04/stanley_mouse.html>. Acesso em 17 ago. 2014.

Figura 73- Reprodução da ilustração e do poema⁵⁸ do livro Rubaiyat, de Omar Khayyam.



XXVI

Oh, come with old Khayyám, and leave the Wise
 To talk; one thing is certain, that Life flies;
 One thing is certain, and the Rest is Lies;
 The Flower that once has blown for ever dies.

Disponível em: <<http://www.victorianweb.org/art/illustration/sullivan/105.html>>. Acesso em 17 ago. 2014.

Jerry Garcia, vocalista e fundador da banda, conta que o nome do grupo veio quando, ao folhear um dicionário, se deparou com o termo “*grateful dead*” (morto agradecido). A *Encyclopedia Britannica*⁵⁹ esclarece que o termo vem de uma lenda folclórica de muitas culturas onde um viajante, ao chegar a um vilarejo, encontra um cadáver que apodrece em público, pois o povo se recusava a enterrá-lo devido a dívidas não pagas enquanto vivo. O viajante resolve pagar as dívidas e o enterro do falecido e segue seu caminho. Ao seguir viagem, ele tem a vida salva por um estranho que se revela o espírito agradecido do morto que ele havia ajudado a enterrar, o “morto agradecido”.

A relação entre a banda e a ilustração, criada por Edward Joseph Sullivan no século XIX, é esclarecida quando Cirlot (1984) comenta que, na maioria das alegorias, o esqueleto é a personificação da morte, enquanto a caveira representa a decadência da existência, contudo é o que resta do ser vivo uma vez destruído seu corpo, assumindo assim

⁵⁸ Em tradução livre:

“Oh, venha com o velho Khayyam, e deixe o Sábio falar;

Uma coisa é certa: a vida voa;

uma coisa é certa, e o resto é mentira;

A flor que uma vez floresce, para sempre morre”.

⁵⁹ Disponível em: <<http://global.britannica.com/EBchecked/topic/242238/grateful-dead>>. Acesso em 17 ago. 2014.

um sentido de recipiente da vida e do pensamento. As flores por sua vez podem ser uma alusão

à brevidade da existência e a efemeridade dos prazeres. Os gregos e romanos, em todas as suas festas, coroavam-se de flores. Cobriam com elas os mortos que levavam à pira funerária e espalhavam-nas sobre os sepulcros (menos como oferenda que como analogia). Trata-se, pois, de um símbolo contrário, porém coincidentemente com o esqueleto que os egípcios punham em seus banquetes para recordar a realidade da morte e estimular o gozo da vida. [...] De acordo com sua cor, modificam sua significação e matizam-na em sentido determinado. [...] o parentesco com a vida animal, o sangue e a paixão [é reforçado] nas flores vermelhas (CIRLOT, 1984, p. 257).

Quando Mouse e Kelley adicionaram cor à ilustração – que por sinal, apesar de terem um bom impacto visual, não assumem características tão ligadas à experiência visual psicodélica – criaram não apenas um ícone do movimento psicodélico, mas também uma obra carregada das dúvidas e do misticismo que rodeava a cultura *hippie* e a contracultura em geral. O esqueleto corado de rosas, principal elemento gráfico construtivo, dentro de todo esse contexto, pode ser a mensagem conotada que lembra a efemeridade da vida que, portanto, deveria ser aproveitada de forma prazerosa através da já discutida busca hedonista de apreciações do amor, da sexualidade e das drogas.

Em suma, a vida deveria ser aproveitada ao máximo para que, após a morte, o sujeito não deixasse nenhuma “dívida”. A morte representada através do esqueleto pode ser imaginada como a morte do sujeito egocêntrico, conformista e mecânico do mundo industrializado que deveria renascer como um sujeito novo, com um novo modo mais humano e prazeroso de se relacionar com o mundo.

O uso da ilustração de Sullivan pode ainda levantar a discussão de uma característica muito comum nos trabalhos de artistas da época, mas principalmente no da dupla: a apropriação de imagens. Eles não tinham nenhum tipo de reserva quanto a se apropriar de uma imagem que gostassem, mas na opinião tanto de Farren (1976) quanto de Medeiros (1999b) esse uso não era uma questão de plágio ou falta de criatividade, mas uma característica da cultura *hippie* onde a arte não era considerada uma propriedade privada.

Para eles, “imagens existem no mundo como palavras em um dicionário” (GRUSHKIN, 1987, p. 60, tradução nossa). O próprio Mouse⁶⁰ trata com bom humor esse tema referindo-se a *Skull and Roses*: “Eu sou famoso por algo que eu nem fiz! Tudo que fiz foi colori-lo. A coisa mais comum a fazer naqueles dias era para pegar uma imagem poderosa

⁶⁰ Disponível em: <http://voices.washingtonpost.com/postrock/2009/04/stanley_mouse.html>. Acesso em 17 ago. 2014.

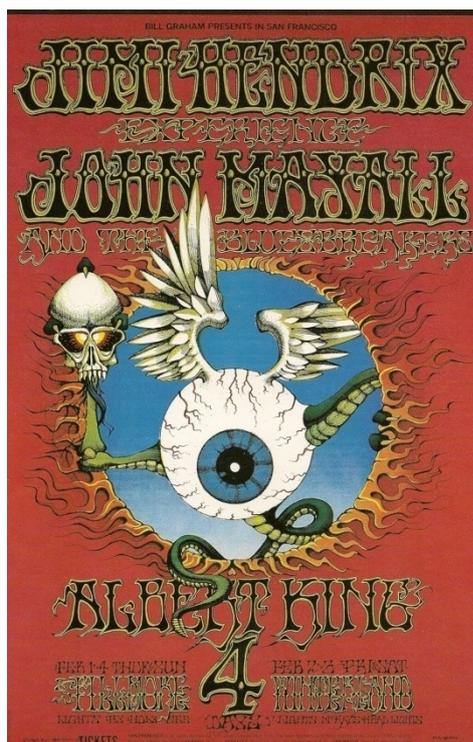
do passado e construir um pôster em torno dela. Nós não roubávamos nada de um artista vivo; eram todas as imagens antigas”.

Essa observação final complementa e ajuda a reforçar a relação que *Skull and Roses* tinha com a filosofia *hippie*, além da relação direta com a banda e sua música, ao contrário de muitos pôsteres da época – como *The Sound*, por exemplo. A compreensão desse simbolismo, a mensagem conotada, entretanto, carecia de interpretação por parte do leitor, “depende do ‘saber’ do leitor, tal como fosse uma verdadeira língua, inteligível apenas para aqueles que aprenderam seus signos” (BARTHES, 1990, p. 21-22).

8.3.2 Flying Eyeball (BG-105), Rick Griffin

Produzido para uma série de shows de Jimi Hendrix, John Mayall e Albert King no *Fillmore* e no *Winterlad* em 1968, o “*Flying Eyeball*” é considerado por muitos a obra-prima de Rick Griffin e, assim como “*Skull and Roses*”, é carregado de um simbolismo místico ligado à sua personalidade. Assim como nos pôsteres analisados anteriormente, o foco nesse trabalho de Griffin se concentra no principal elemento gráfico construtivo: o assustador globo ocular que surge através de um portal transcendental, contornado por chamas de *hot-rod*, carregando um crânio em suas garras.

Figura 74 - *Flying Eyeball* (BG-105), Rick Griffin, 1968.



Fonte: OWEN; DICKSON, p. 75, 1999

A imagem do globo ocular alado fazia parte, desde os anos 1950, da cultura *hot-rod* do sul da Califórnia, onde Griffin cresceu, sendo a imagem mais conhecida a assinatura de um dos grandes nomes da customização de automóveis da época, Kenny Howard, conhecido como Von Dutch. Porém, ao contrário do trabalho de Griffin, a ilustração de Von Dutch era mais amigável. Os motivos da escolha de Griffin pelo globo ocular, supõe Davis⁶¹ – que seria presença constante em sua obra –, vão desde uma homenagem a Von Dutch até questões mais pessoais e religiosas.

Figura 75 - Pintura com o logotipo de Von Dutch.



Disponível em: <<http://www.vondutch.com/m/>>. Acesso em 19 ago. 2014.

No catálogo da exposição “*Heart and Torch: Rick Griffin’s Transcendence*”, Doug Harvey⁶², um dos curadores, conta que em 1963 Griffin pretendia viajar para a Austrália e para isso pegou uma carona em direção a São Francisco, onde compraria as passagens. Porém, durante o percurso o motorista perdeu o controle do carro e capotou, jogando Rick pela janela.

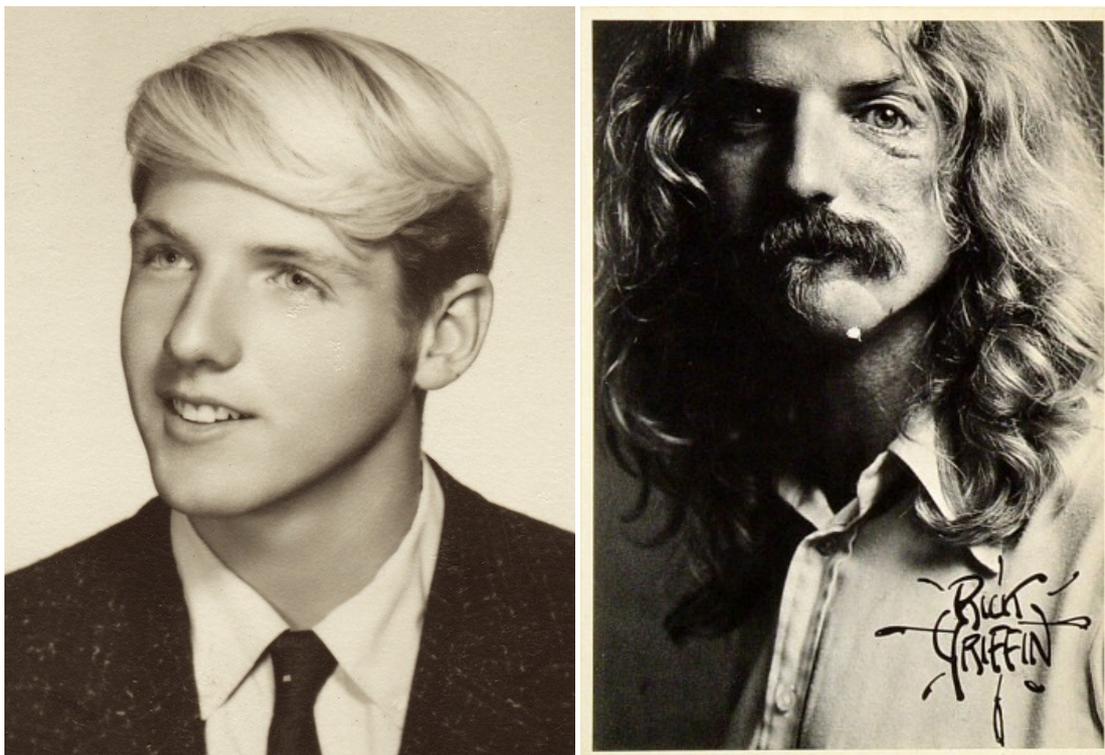
Ele ficaria em coma por várias semanas antes de acordar com o rosto desfigurado, o olho esquerdo deslocado e alguém lendo o Salmo 23 ao seu lado. O evento mudaria não só sua aparência, mas seria fundamental na sua conversão ao cristianismo⁶³, a mudança no estilo de sua arte e, conseqüentemente, uma melhor compreensão de *Flying Eyeball*.

⁶¹ Disponível em: <<http://hilobrow.com/2012/07/24/pop-arcana-6/>>. Acesso em 20 ago. 2014.

⁶² Disponível em: <http://www.dougharvey.la/doug_harvey.php?ID=127>. Acesso em 19 ago. 2014.

⁶³ Nessa época surgiu na Costa Oeste o *Jesus movement*, uma vertente do cristianismo dentro da cultura *hippie*. Os membros do movimento eram conhecidos como *Jesus people* ou *Jesus freaks*.

Figura 76 - Rick Griffin no início dos anos 1960 e fotografado por Bob Seidemann em 1976.

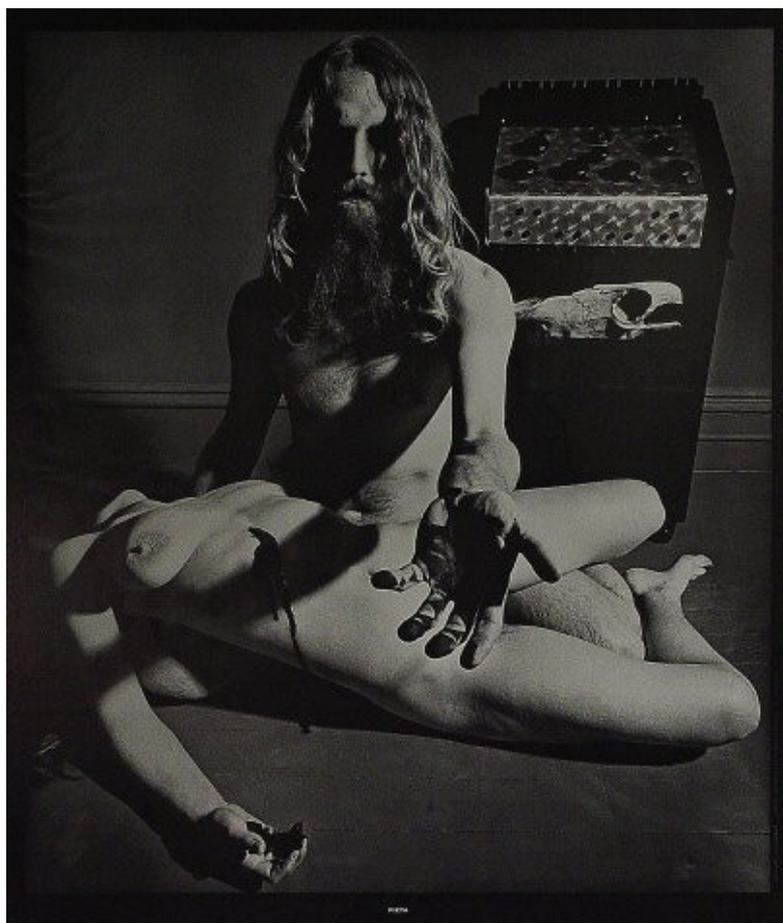


Disponíveis em: <<http://encyclopediaofsurfing.com/entries/griffin-rick>> e
<<http://www.wolfgangsvault.com/rick-griffin-art-exhibition/poster-art/program/RON760811-A.html>>.
Acesso em 19 ago. 2014.

Em um artigo⁶⁴ de 1996, o colecionador de pôsteres e autor do livro “*The Collectors Guide to Psychedelic Posters*”, Eric King, oferece uma leitura do pôster pelo viés religioso. No texto, King supõe que após o acidente Griffin passou a ter visões religiosas, nas quais ele passou a ficar cada vez mais imerso e que eram representadas em seus trabalhos, como pode ser visto em BG-136 e BG-140 (fig. 64). A sua ligação com o simbolismo cristão pode ser vista em “Pieta”, uma releitura com inversão de papéis do fotógrafo Bob Seidemann, onde o artista encarna o papel de um Jesus *hippie* e mostra sua imersão no imaginário religioso e cristão.

⁶⁴ Disponível em <<http://www.therose7.com/eyeball.htm>>. Acesso em 20 ago. 2014.

Figura 77 - Pieta, Bob Seindemann, 1967⁶⁵.



Disponível em: <<http://www.wolfgangsvault.com/pieta/poster-art/poster/ZZZ007373.html>>. Acesso em 20 ago. 2014.

Contudo, as figuras simbólicas do imaginário cristão poderiam se tornar assustadoras com o uso de psicodélicos, por isso, ao contrário de outros pôsteres, “*Flying Eyeball*” mostra uma visão mais assustadora onde ele consegue “transmitir as profundezas de sua desolação para que possamos entender quais eram seus sentimentos naquele instante sombrio e estéril” (KING, 1996, tradução nossa). Na interpretação de King (1996), algo que incomodava Griffin nessa época era uma característica comum da cultura *hippie*: o conflito entre as duas formas básicas de amor, o amor espiritual e o amor carnal.

Todo hippie com que eu conversei aspirava chegar a um plano espiritual mais elevado do que o oferecido pela cultura materialista do final de 1950 e início de 1960, [...] e eles procuravam iniciar esta busca de amor espiritual, amor ao próximo, pelo sentido carnal. Também era considerada uma boa ideia este êxtase carnal ser potencializado pelo consumo de uma grande variedade de produtos farmacêuticos lícitos e ilícitos (KING, 1996, tradução nossa).

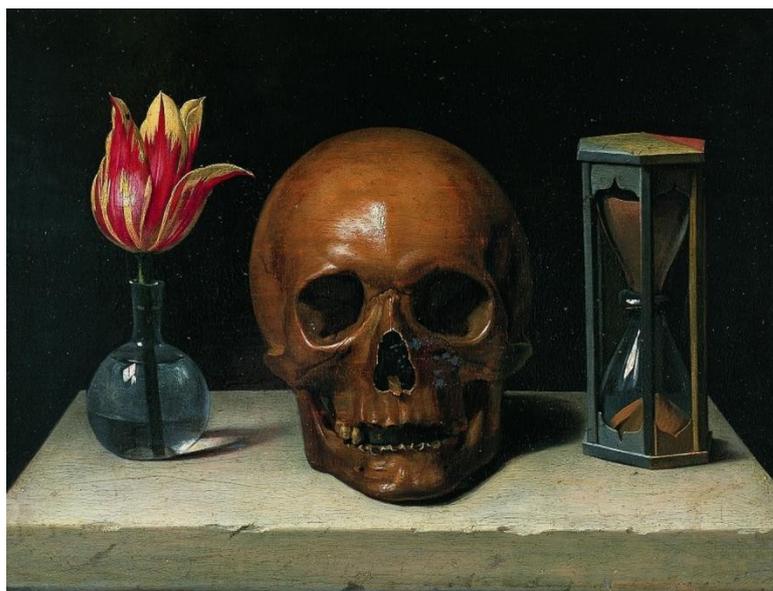
⁶⁵ Nas palavras de Seindemann, a foto “era um retrato do fim da cena *hippie*, do fim do amor, da morte”. Disponível em: <http://www.bobseidemann.com/blind_faith_doc.html>. Acesso em 20 ago. 2014.

A resposta às dúvidas de Rick, continua King (1996), estava na religião e, por isso, ele viu pecado na complacência com o carnal, e soube que havia pecado. No entanto, enquanto a maioria das pessoas passava anos sendo consumida internamente por esse tipo de conflito, ele conseguiu transformar sua agitação interna em arte. Por isso, o globo ocular alado pode ser a interpretação do olho que tudo vê, o olho de Deus, diante do qual Rick sentiu que todos eram pecadores e avisava sobre o que ele acreditava ser o destino daqueles que não aceitassem Jesus, como ele havia feito.

Essa observação é mais bem compreendida e reforçada quando são compreendidos os simbolismos por trás dos elementos da ilustração. O olho pode representar o ato de ver, que, como relata Cirlot (1984), pode corresponder a uma ação espiritual e simbolizar o compreender, enquanto as asas, no simbolismo cristão, “não são mais que a luz do sol de justiça, que ilumina sempre as inteligências dos justos” (CIRLOT, p. 104).

O crânio que a criatura segura pode representar o *memento mori* que, conforme o Museu de Arte e Arqueologia da Universidade do Missouri⁶⁶, é uma expressão latina que significa algo como “lembre-se que você é mortal”, “lembre-se que você vai morrer”. A expressão era ilustrada nas pinturas da Idade Média através de ampulhetas, o ceifador com sua foice ou o crânio – que, como explicado anteriormente, também representa a decadência da existência.

Figura 78 - *Vanitas*, Philippe de Champaigne, 1671. A representação da vida, morte e tempo.

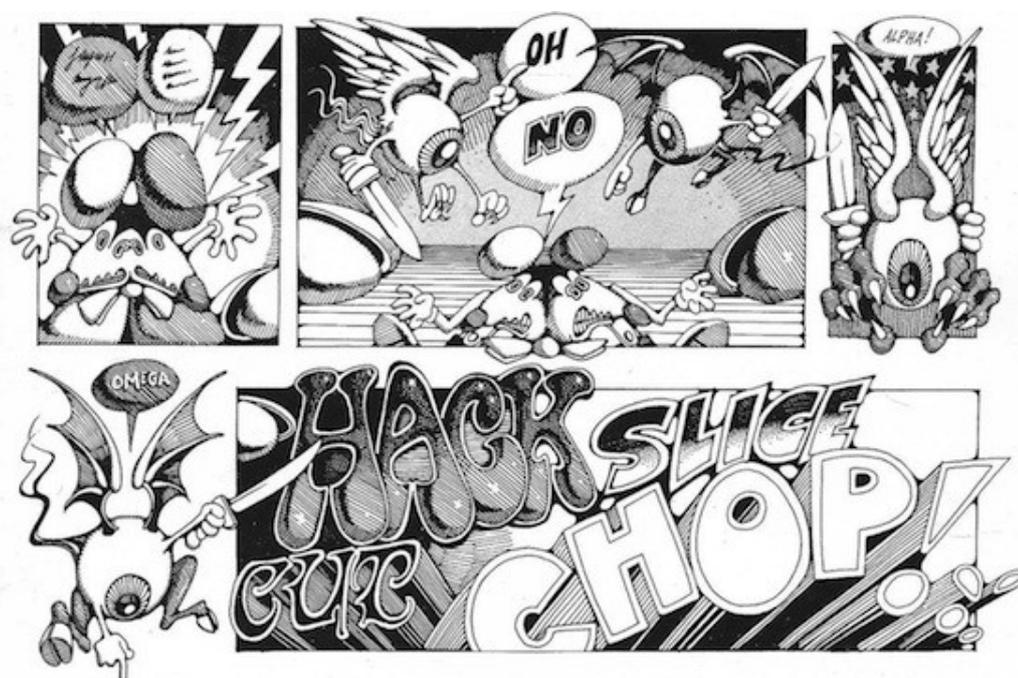


Disponível em: <<http://www.artofmanliness.com/2012/10/29/memento-mori-art/>>. Acesso em 20 ago. 2014.

⁶⁶ Disponível em: <<http://maa.missouri.edu/exhibitions/finalfarewell/mementointro.html>>. Acesso em 20 ago. 2014.

Essa temática simbolista, salienta Davis⁶⁷, iria ficar cada vez mais evidente nos anos seguintes quando ele começou a ilustrar a revista em quadrinhos underground *Zap Comix*, criada pelo cartunista Robert Crumb. No segundo número da revista, por exemplo, Griffin apresenta “uma versão mais sobrenatural dos globos oculares como anunciadores do juízo final. Os olhos são divididos entre formas angelicais e demoníacas que se unem para representar Cristo, o Alpha e o Omega” (DAVIS, 2012, tradução nossa).

Figura 79 - Ilustração de Rick Griffin para *Zap Comix* #2.



Disponível em: <<http://hilobrow.com/2012/07/24/pop-arcana-6/>>. Acesso em 20 ago. 2014

Dessa forma, a mensagem conotada de “*Flying Eyeball*” seria uma representação das imagens que surgiram dos questionamentos internos de Griffin. Ele tenta fazer com que as pessoas compreendam a sua mortalidade e a necessidade de uma transformação espiritual para evitar o destino dos pecadores, “o lago ardente de fogo e enxofre, que é a segunda morte” (Apocalipse 21:8). Sob esse ponto de vista, o pôster se transforma em um trabalho carregado de narrativa pessoal, seja em razão dos traumas físicos causados pelo acidente ou pela sua conversão, quando, para ele, a experiência psicodélica passou a ser uma experiência mística e religiosa.

⁶⁷ Disponível em: <<http://hilobrow.com/2012/07/24/pop-arcana-6/>>. Acesso em 20 ago. 2014.

Por outro lado, Rick provavelmente tinha plena consciência que Jimi Hendrix era o “virtuoso supremo do *rock* psicodélico” quando ele foi contratado para criar o pôster. Por isso, alguns elementos, como o *lettering*, podem ser considerados uma tentativa de representar visualmente a união da música de Hendrix com a experiência lisérgica. Por isso, além das possíveis implicações religiosas, Rick também criou o que pode ser considerado uma segunda mensagem conotada: um chamado para mostrar que existe algo além da monotonia do dia-a-dia, algo que pessoas como ele e Hendrix poderiam oferecer através da sua arte. Entendendo como eram os eventos nessa época, pode-se supor que eram experiências intensas, assim como o pôster.

8.3.3 Neon Rose #2⁶⁸ (NR-2), Victor Moscoso

Para Victor Moscoso a experiência psicodélica estava definitivamente ligada à cor, uma vez que as ilusões visuais e cromáticas eram um dos aspectos mais poderosos da viagem psicodélica, como descreve o Dr. Albert Hofmann (2009) durante uma de suas auto experiências controladas:

Agora, pouco a pouco, eu poderia começar a desfrutar as cores sem precedentes e os jogos de forma que persistiram por trás de meus olhos fechados. Imagens caleidoscópicas, fantásticas surgiram em mim, variando, alternando, abrindo e então se fechando em círculos e espirais, explodindo em fontes coloridas, reorganizando e se cruzando em fluxos constantes. Era particularmente notável como cada percepção acústica, como o som de uma maçaneta de porta ou de um automóvel passando, foi transformada em percepção óptica. Todo som gerava uma vívida imagem variável, com sua própria forma, consistência e cor (HOFMANN, 2009).

Outra experiência citada por Hofmann, relatada originalmente no livro “LSD” de John Cashman, fala sobre a relação da experiência psicodélica com a música.

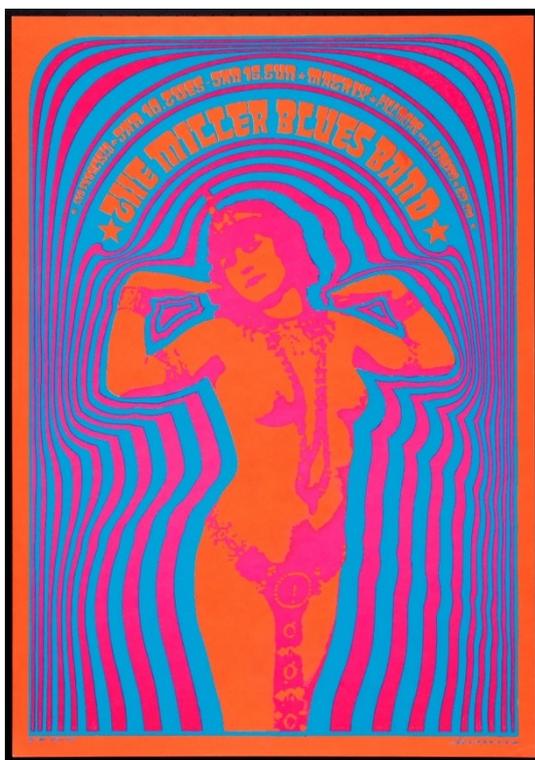
Eu penso que se passaram vários minutos antes que eu percebesse que a luz estava mudando caleidoscopicamente de uma cor com lances diferentes em relação aos sons musicais, vermelho luminoso e amarelo no registro alto, púrpura forte no baixo. Eu ri. Eu não tinha nenhuma ideia de quando tinha começado. Eu simplesmente soube que tinha. Eu fechei meus olhos, mas as notas coloridas ainda estavam lá. Eu fui superado pelo brilho notável das cores. Eu tentei falar, explicar o que eu estava vendo, as cores vibrantes e luminosas. De alguma maneira não parecia importante. Com meus olhos abertos, as cores radiantes inundaram o quarto e dobravam uma em

⁶⁸ Além de trabalhar com a *Family Dog*, Victor Moscoso trabalhou com diversos outros salões em São Francisco, além de festivais de cinema e arte. Por isso, os pôsteres criados para eventos que não tivessem ligação com a *Family Dog* eram registrados com o nome da sua empresa, *Neon Rose* ou NR, seguido do número.

cima da outra, em ritmo com a música. De repente eu fiquei ciente que as cores eram a música. A descoberta não parecia surpreendente. Valores, assim apreciados e guardados, estavam ficando sem importância. Eu quis falar sobre a música colorida, mas não pude. (*apud* HOFFMANN, 2009).

Nas palavras de King (1996), Moscoso conseguiu transmitir essa experiência visual de estar “chapado” melhor do que ninguém. “Pode-se olhar para alguns dos seus trabalhos e sentir uma fração da experiência visual sem nunca ter usa do nenhuma substância psicoativa”. Essa tradução pode ser vista no pôster para o show da The Millers Blues Band no *The Matrix*, em 1967, onde Moscoso combina fotografia, formas e cores para gerar um impressionante efeito ótico – por ser um dos primeiros trabalhos do artista usa uma letra relativamente legível e normal.

Figura 80 - *Neon Rose #2 (NR-2)*, Victor Moscoso, 1967.



Disponível em: <<http://www.victormoscoso.com/gallery1.htm>>. Acesso em 22 ago. 2014.

A imagem central do pôster, assim como no trabalho de Wes Wilson, é uma mulher que o autor chama de “*pin up* psicodélica”. Ao contrário do trabalho de Wilson, Moscoso costumava usar fotos e o uso da figura feminina não era constante. Quando aparecia, costumava ser uma foto modificada de cartões postais eróticos franceses do início do XX. Neste caso, a foto faz parte da série de cartões número 1758, produzida pela editora P. C. Paris (data e fotógrafo são desconhecidos).

Figura 81 - Série de cartões postais eróticos #1758, P. C. Paris.



Disponível em: <<http://treadmill-to-oblivion.tumblr.com/post/87149060808/pc-series-1758-companion-to-this-post>>. Acesso em 22 ago. 2014.

Esses cartões – que eram chamados de cartões postais apenas pelo tamanho, porque não podiam ser enviados via correio – costumavam ser vendidos, em segredo e muitas vezes em pacotes, em quiosques de rua e tabacarias e representam algumas das fantasias eróticas da sociedade da época.

Observa-se nos cartões postais eróticos que as posturas, os gestos dos modelos, os acessórios e os objetos à sua volta seguem um padrão e estão carregados de sentido simbólico, reforçando suas auto-representações: recorria-se às alegorias, expressões faciais que sugerissem significados ao mesmo tempo em que eram evocados através de elementos visuais como traços e composições. Assim, a nudez não se tratava da regra principal: grande parte dos cartões postais mostravam modelos com roupas íntimas entreabertas, vestindo fantasias, ornamentos (como aventais, meias longas e sapatos de salto altos para mulheres e fardas e botas para os homens) que de alguma forma autoriza ao atrevimento (GONÇALVES, 2011).

Na foto utilizada por Moscoso, a modelo usa trajes que parecem egípcios, talvez numa representação da beleza e sensualidade míticas associadas a Cleópatra, que na década de 1960 ganhou impulso graças ao épico homônimo estrelado por Elizabeth Taylor, mas que já vinha desde o filme de Cecil B. DeMille (1934), onde foi interpretada por Claudette Colbert. Assim, em contraponto à obra de Wilson, a forma feminina parece assumir uma representação muito mais sensual e erótica.

Figura 82 - Claudette Colbert e Elizabeth Taylor interpretando Cleópatra.



Disponível em: <<http://www.imdb.com/character/ch0026970/mediaindex>>. Acesso em 22 ago. 2014.

Todavia, apesar de a foto ter destaque, nada se compara ao impacto causado pelo uso do conhecimento adquirido com Josef Albers sobre cores e que Moscoso subverteu. “Eu inverti tudo o que tinha aprendido e, uma vez que fiz isso, então tudo se encaixou. Tudo o que eu tinha aprendido na escola começou a fazer sentido”, explica⁶⁹.

O efeito, que o artista chamava de cores vibrantes, é conhecido como contraste simultâneo e é esclarecido por Barros (2009, p. 91) quando diz que “toda vez que juntamos duas ou mais cores, ocorre a interação cromática (uma cor interfere na percepção de sua vizinha e vice-versa). Quando as duas cores são complementares⁷⁰, elas se intensificam mutuamente”.

Dessa forma, ao observarmos uma cor ao lado de seu tom complementar, ambos parecem mais vibrantes e criam um efeito de pós-imagem, ou seja, quando um “fantasma” de uma terceira cor aparece, efeito muitas vezes também chamado de ilusão de ótica. O resultado, acrescenta Farina, Perez e Bastos (2006), acentua o brilho da cor e pode aumentar o seu efeito e beleza, mas tem a desvantagem de diminuir a legibilidade por causa do efeito.

No pôster, o efeito se dá entre os usos dos tons próximos ao ciano junto a algo como alaranjado⁷¹ que é reforçado pelo uso de outro tipo de contraste: o de tom. “O contraste de tom é conseguido através do uso de tons cromáticos. Esse contraste pode ser entre cores primárias, sem modulações, o que produz sempre um efeito violento” (FARINA, PEREZ e BASTOS, 2006, p. 76).

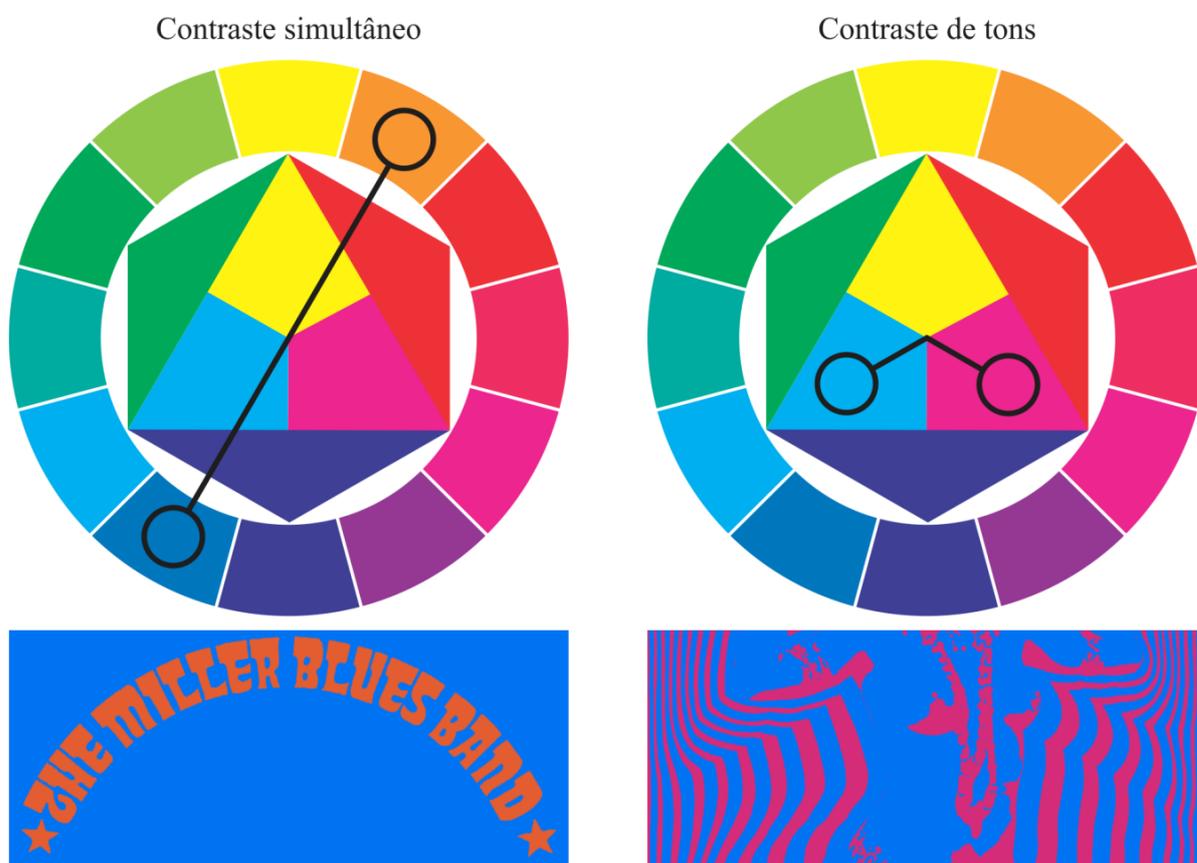
⁶⁹ Disponível em: <<http://michaelerlewine.com/viewtopic.php?f=225&t=1124>>. Acesso em 22 ago. 2014.

⁷⁰ Cores opostas no círculo cromático.

⁷¹ Devido às fontes da imagem serem reproduções de impressões feitas há quase 50 anos, existe uma variação muito grande das cores provocada pela ação do tempo ou pelo processo de digitalização. Isso torna difícil saber com exatidão a cor original do pôster.

Em *Neon Rose #2* o contraste de tom se dá entre o ciano e magenta e tem seu efeito de vibração intensificado quando acontece a repetição do contorno da mulher com as linhas irregulares que gera uma ilusão de movimento. Essa sensação de movimento, explicam Otero-Millan *et al* (2012), se dá por pequenos e rápidos movimentos dos olhos que acontecem enquanto tenta-se fixar o olhar em algum ponto do padrão repetitivo da imagem e é reforçado pelo piscar dos olhos.

Figura 83 - Os contrastes cromáticos em *Neon Rose #2*.



Fonte: do autor, 2014.

No fim, esclarece Moscoso⁷², “seu olho não consegue distinguir o que está na frente do que está atrás – você está realmente fodendo (sic) com os limites da visão; com os limites físicos do sistema ótico. E o que você vê é este zumbido confuso!” É nessa confusão de cores, os principais elementos gráficos construtivos, que se encontra a mensagem conotada não só deste pôster, mas de quase toda obra do autor: os efeitos visuais provocados pelo LSD.

⁷² Disponível em: <<http://www.tcj.com/an-interview-with-victor-moscoso/3/>>. Acesso em 22 ago. 2014.

8.3.4 Drogentraumbilder psicodélica

As características apresentadas nos objetos analisados, apesar de não serem totalizantes, apresentam um panorama de muitos elementos – gráficos ou simbólicos – comumente encontrados nos pôsteres em Haight-Ashbury entre 1966 e 1969. Seja carregando narrativas pessoais ou do movimento, o que se percebe é o uso de elementos metafóricos, alguns de difícil interpretação, que tentam carregar algum tipo de mensagem ao seu público.

A origem do uso desses elementos e o processo de criação desses pôsteres podem ser mais bem compreendidos quando relacionados ao processo criativo do poeta expressionista austríaco Georg Trakl (1887-1914). Dono de uma poesia extremamente subjetiva, a vida do poeta foi marcada por problemas emocionais e pelo uso de drogas.

Ao tentar compreender como o efeito das drogas participava da gênese das metáforas na poesia de Trakl, o crítico Clemens Heselhaus (*apud* NETTO, 1974) usou o termo *Drogentraumbilder* (imagens oníricas provocadas pelas drogas). Ou seja, em consequência das drogas “emergem, como no sonho, numa alternância caleidoscópica, reflexos imagéticos da vigília, da leitura e da memória, que podem reunir-se em complexos imagéticos” (HESELHAUS *apud* NETTO, 1974, p. 47-48).

Assim, complementa Netto (1974), a criação consciente do poeta se daria mais ou menos de acordo com as imagens provocadas pelo uso da droga, embora as visões não constituíssem o verdadeiro sentido dos poemas, mas suas construções verbais.

Da mesma forma, os “poetas visuais” de São Francisco usavam da experiência psicodélica como fonte de inspiração para suas imagens e cores. Porém, a observação pertinente de Heselhaus (*apud* NETTO, 1974) sobre o trabalho de Trakl serve também para os artistas do movimento psicodélico: o vício em drogas não substitui o talento poético, as drogas só fornecem o material e as imagens (mentais) a serem manipuladas na elaboração do poema, ou no caso, do pôster.

Essa relação é reforçada por Medeiros (1999b), que diz que os artistas raramente criavam sob o efeito das drogas, mas traziam delas referências que seriam usadas em sua arte; e por Wes Wilson, que declarou escolher as cores a partir da experiência visual com LSD. Partindo dessa ideia, tanto o poema de Trakl como os pôsteres psicodélicos podem ser considerados um produto consciente da manipulação da experiência com drogas, mas não como decorrentes da ingestão de drogas.

Em São Francisco essa linguagem funcionava muito bem, pois os pôsteres eram destinados a público muito específico, cuja sensibilidade também era influenciada pela

experiência psicodélica, “seu objetivo não era impor uma única leitura, fechada e restritiva, mas oferecer estruturas abertas que incentivassem a participação e interpretação do público” (POYNOR, 2010, p. 119). Portanto, longe de ser um problema, a falta de clareza e o intenso impacto visual eram bem recebidos pelo seu público, visto que a “serendipidade estava no olho do observador” (HELLER; VIENNE, 2013, p. 172).

8.4 ANÁLISE GERAL DO VIÉS GRÁFICO DO MOVIMENTO PSICODÉLICO

Com uma melhor compreensão da mensagem conotada dos objetos analisados e do seu processo de criação é possível, voltando a Barthes (1990, p. 13), perceber que cada uma das mensagens desses pôsteres

desenvolve de maneira imediata e evidente, além do próprio conteúdo analógico (cena, objeto, paisagem), uma mensagem suplementar, que é o que comumente se chama o estilo da reprodução; trata-se de um sentido segundo, cujo significante é um certo “tratamento” da imagem sob a ação de seu criador e cujo significado – estético ou ideológico – remete a uma certa “cultura” da sociedade que recebe a imagem.

Essa observação leva à segunda etapa da análise principal, que é justamente compreender como, através das possíveis conotações estéticas e ideológicas da arte gráfica psicodélica, a linguagem visual passou a ser uma forma de expressão que reagia e refletia o meio sociocultural da época, servindo como uma forma de identificação da tribo psicodélica.

8.4.1 A arte gráfica psicodélica como parte da “viagem”

Por mais que fossem de difícil compreensão, as imagens, formas e cores dos pôsteres de Haight-Ashbury definitivamente chamavam e prendiam a atenção. “Prenda o espectador por tanto tempo quanto você puder! Uma semana! Um mês! Um ano, se puder!”, dizia Victor Moscoso⁷³.

Medeiros (1999a) observa que para o “iniciado” essas obras não eram ilegíveis, elas eram intrigantes, lúdicas e familiares, um convite para parar, olhar e sentir a experiência, como se com um pouco de concentração você pudesse ter sua própria “viagem”. Inclusive, “alguns potenciais espectadores, muitos deles em estados químicos alterados, eram

⁷³ Disponível em: <<http://www.tcj.com/an-interview-with-victor-moscoso/3/>>. Acesso em 22 ago. 2014.

conhecidos por ficarem horas olhando os pôsteres, tentando decifrar o seu significado” (FRIEDLANDER, 2004, p. 273).

É justamente nesse momento, em que acontece a relação entre o espectador e o pôster, de uma forma que ele interage e reage diante dos estímulos que o pôster está lhe enviando e tenta compreendê-lo, que se dá a experiência (e “experiência” está na essência do psicodelismo), no caso a experiência estética⁷⁴. O fato de a percepção e compreensão não ser instantânea é inerente ao processo, já que “nenhuma experiência, muito menos a experiência estética, é instantânea. [...] A percepção estética significa não apenas relancear os olhos por algo, mas atentar para ele, fitá-lo, perscrutá-lo – em suma, vê-lo realmente” (DEWEY, 2012, p. 33).

Os pôsteres do movimento psicodélico proporcionavam isso já que, para Barnicoat (1972), eles eram um apelo aos sentidos e não a razão, uma tentativa de desafiar a interpretação e a percepção. Ao criar esses padrões confusos o artista está dizendo: “Aprecie, sinta o efeito da ‘viagem’ através de você, sinta isso, viva isso”.

Sob essa ótica, o pôster psicodélico deixa de ser apenas uma peça de design ou publicitária e, de acordo com o conceito de Dewey (2012), adquire uma forma estética. Ou seja, o pôster passa a servir para o enriquecimento da experiência daquele cuja percepção se volta para ele. “Quando essa forma é libertada da limitação a um fim especializado e serve também aos propósitos de uma experiência imediata e vital, ela é estética, e não meramente útil” (DEWEY, 2012, p. 231).

Quando o pôster assume a forma estética, acrescenta Montgomery (2012), ele passa a ser, ao lado da música, da dança e dos shows de luzes, parte de um esforço para dissolver as barreiras e fundir as várias formas de arte praticadas em São Francisco na tentativa de formular e articular uma inefável estética da contracultura. Conceito que, para o autor, parece ser uma concretização do que Richard Wagner chamou, em seu ensaio “*Das Kunstwerk der Zukunft*” (“A Obra de Arte do Futuro”, 1849), de *Gesamtkunstwerk*. A “obra de arte total”

que abrange todos os gêneros de arte a fim de consumir, de destruir cada um desses gêneros, em certa medida, como forma de alcançar o objetivo global de todos elas, em outras palavras, a representação direta e incondicional da natureza humana perfeita. Esta grande *Gesamtkunstwerk* (ou seja, o nosso espírito) que é reconhecida

⁷⁴É importante voltar a frisar que o conceito de estética usado aqui é o ligado à experiência das percepções, das sensações, da sensibilidade. As “relações recíprocas entre o que é sensível e o que é inteligível, ou seja, entre as sensações e o pensamento” (OLIVEIRA, 2006, p. 33); a percepção através dos sentidos.

não como um ato arbitrário do indivíduo, mas como um trabalho conjunto das pessoas do futuro (WAGNER *apud* MONTGOMERY, 2012, p. 361, tradução nossa).

Já que em São Francisco o segredo “não era a dança, os shows de luzes, os pôsteres, os longos repertórios, [...], mas a ideia de que tudo isso junto criava e recriava uma comunidade” (ROCCO *apud* MONTGOMERY, 2012, p. 367, tradução nossa), retorna-se a Maffesoli (1996) que, ao considerara vida em totalidade uma obra de arte, diz que os momentos compartilhados em grupo constituem um irremediável querer viver; uma das essências da cultura *hippie*.

Assim, os pôsteres – a música, a dança e os shows de luzes – se dissolvem em prol da completude da experiência, que cabe a eles engrandecer. Nesse contexto de dissolução, todo o conjunto de expressões, inclusive os pôsteres, corresponde aos significantes de conotação de Barthes (1990) que trazem consigo significados ideológicos, efeitos de sentido culturais. Ao conjunto de conotadores o autor dá o nome de retórica e esta retórica “aparece, assim, como face significante da ideologia” (BARTHES, 1990, p. 40).

Portanto, seguindo esse conceito, a arte gráfica psicodélica pode ser uma forma de expressar a ideologia *hippie*/psicodélica no âmbito cultural. Quando esses elementos gráficos que compõem o pôster passam a simbolizar algo, adquirem a função do representâmen de Peirce, são investidos de um poder de representação do evento (objeto), mas não do evento em si, isolado, mas do que ele representa para a ideologia.

O efeito gerado na pessoa, que pode ser simplesmente o de ir ao evento ou de levá-lo a uma viagem pela experiência lisérgica da psicodelia, é o interpretante do pôster. Porém, é importante frisar que esse processo de significação acontecia e era dirigido aos “iniciados” no movimento, pois os elementos usados produziam efeitos de sentido apenas dentro do contexto histórico, social e temporal a que os indivíduos envolvidos no processo estavam inseridos. Ao encontrar um eco nesse iniciado, o pôster torna-se signo, e ao passo que não é apenas um reflexo do contexto, mas também um fragmento material dessa realidade, ele ganha o status de um signo ideológico.

8.4.2 Arte gráfica, psicodélica e ideológica

Neste ponto faz-se necessária uma complementação ao conceito de signo, apresentada pelo filósofo e pensador russo Mikhail Bakhtin, que acrescenta ao conceito do signo linguístico o cunho social e ideológico. Segundo Bakhtin (2006, p. 31), tudo que é

ideológico é um signo e sem signos não existe ideologia. Ao dizer que “tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si” (BAKHTIN, 2006, p. 31), é possível fazer uma aproximação ao conceito peirceano no qual o signo, ao criar na mente da pessoa um signo equivalente, está remetendo a algo não mais relacionado só a ele, ou seja, relaciona-se a algo situado fora de si.

Um corpo físico, continua o autor, instrumento de produção ou produto de consumo, por si só, não significa nada, não possui um sentido, não representa ou reflete nada além de sua função primária. Porém, esse corpo físico pode ser percebido como um signo quando adquire um sentido que ultrapasse suas próprias particularidades, refletindo ou refratando outra realidade, que lhe é exterior. A partir do momento que o objeto físico deixa de fazer parte da realidade material e passa a ter um significado externo à sua própria natureza, temos, então, o signo ideológico⁷⁵.

Cada signo ideológico é não apenas um reflexo, uma sombra da realidade, mas também um fragmento material dessa realidade. Todo fenômeno que funciona como signo ideológico tem uma encarnação material, seja como som, como massa física, como cor, como movimento do corpo ou como outra coisa qualquer. Nesse sentido, a realidade do signo é totalmente objetiva e, portanto, passível de um estudo metodologicamente unitário e objetivo (BAKHTIN, 2006, p. 33).

Nesse sentido, os elementos gráficos dos pôsteres ao adquirirem a função do representâmen de Peirce (2005) passam a ter conotação ideológica: “Aquele que introduz na leitura da imagem razões ou valores” (BARTHES, 1990, p. 23). Esses valores são, em uma primeira leitura, de todo o contexto do movimento *hippie* e da contracultura, mas também, agora em se tratando especificamente do pôster como um produto gráfico, do design. Enquanto a cultura jovem se rebelava contra formas de comportamento tradicionais, os artistas gráficos, influenciados por essas mudanças, também estavam promovendo uma pequena insurreição contra o *establishment* do design.

Os ataques dos movimentos de protesto articulavam-se em diferentes planos: anti-imperialismo, antirracismo, educação antiautoritária, pílula anticoncepcional e também o antidesign. O design não foi poupado. Protestava-se contra o design dominante (*mainstream* design). O racionalismo prático do moderno design

⁷⁵Aqui se adota, assim como em Santaella (1980), as definições de ideologia formuladas pelo filósofo francês Louis Althusser. Ao explicar a definição de Althusser, a autora diz que os conceitos ideológicos são “sistemas de idéias, representações sociais que abrangem as ideias políticas, jurídicas, morais, religiosas, estéticas e filosóficas dos homens de uma determinada sociedade. [...] Mais do que descrever uma realidade, expressam desejos, esperanças, nostalgias. [...] É ela que forma e conforma nossa consciência, atitudes, comportamentos, para amoldar-se às condições de nossa existência social (SANTAELLA, 1980, p. 50-51).

funcionalista foi criticado e o papel do design, em geral, questionado. Muitos designers não queriam mais se ver no papel de “cúmplices do capital”; eles se recusavam a pôr sua produção (em design) a serviço da economia de mercado e do consumo e defendiam um mundo sem bens de consumo. Eles preferiam trabalhar de forma livre e experimental e se engajar politicamente (SCHNEIDER, 2010, p. 138).

Afinal, em um grupo que defendia a expressão pessoal, “não apenas no sentido de ‘liberdade de opinião’, mas também no que diz respeito a crenças, aparência pessoal, sexualidade e todos os outros aspectos da vida” (GOFFMANN; JOY, p. 51), os preceitos do estilo internacional, onde a expressão pessoal e soluções excêntricas eram radicalmente rejeitadas, não fariam sentido.

Medeiros (1999b) diz que isso é especialmente verdadeiro no trabalho de Wes Wilson, cuja abordagem era ilustrar as realidades de seu próprio tempo e do seu próprio ser, mas também era visível em praticamente todos os artistas gráficos de São Francisco na época. Eles não tinham relutância em expor seus sentimentos, nem dúvidas sobre a aceitação de tal arte gráfica. As pessoas viam os pôsteres de sua própria maneira, e elas compreendiam o que se passava por lá.

Naquela época, os pôsteres não eram apenas anúncios para vender entradas, eles também eram considerados uma plataforma de expressão e os artistas gráficos “viam-se, nos primeiros dias, não tão envolvidos com o negócio e com o dinheiro, mas em uma cruzada pacífica contra a apatia e o conformismo na sociedade que os rodeava” (FARREN, 1976, p. 10, tradução nossa). Talvez de forma inconsciente, mas natural, eles colocaram fogo (ou LSD) no movimento iniciado pela arte pop e o Push Pin Studio e passaram a rejeitar

a relação simples entre a forma e função, como defendia o modernismo, e libertaram as superfícies a serem configuradas da camisa de força da doutrina funcionalista estrita, do “modernismo tecnocraticamente perverso”, abrindo-se para uma profusão de signos sensoriais e referências emocionais, com as quais abasteciam diferentes estilos de vida. Às formas racionais sem cor e emoção do modernismo funcional, eles contrapuseram um forte colorido, individualidade, citações de estilo históricas descontraídas e irônicas, kitsch e ostentação (SCHNEIDER, 2010, p. 152-153).

Essa nova forma de pensar o design surgia, como já abordado, por um lado, como uma crítica ao afastamento do conceito original do modernismo – de promoção de uma sociedade mais justa, de contestação da ordem capitalista – e uma aproximação a objetivos meramente comerciais e adotados pelas grandes corporações multinacionais. Em outras palavras, o design havia se tornado elitista, pois nas palavras, ainda em 1937, do historiador da arte Peter Meyer (*apud* SCHNEIDER, 2010, p. 122-123) a forma sem ornamento tão

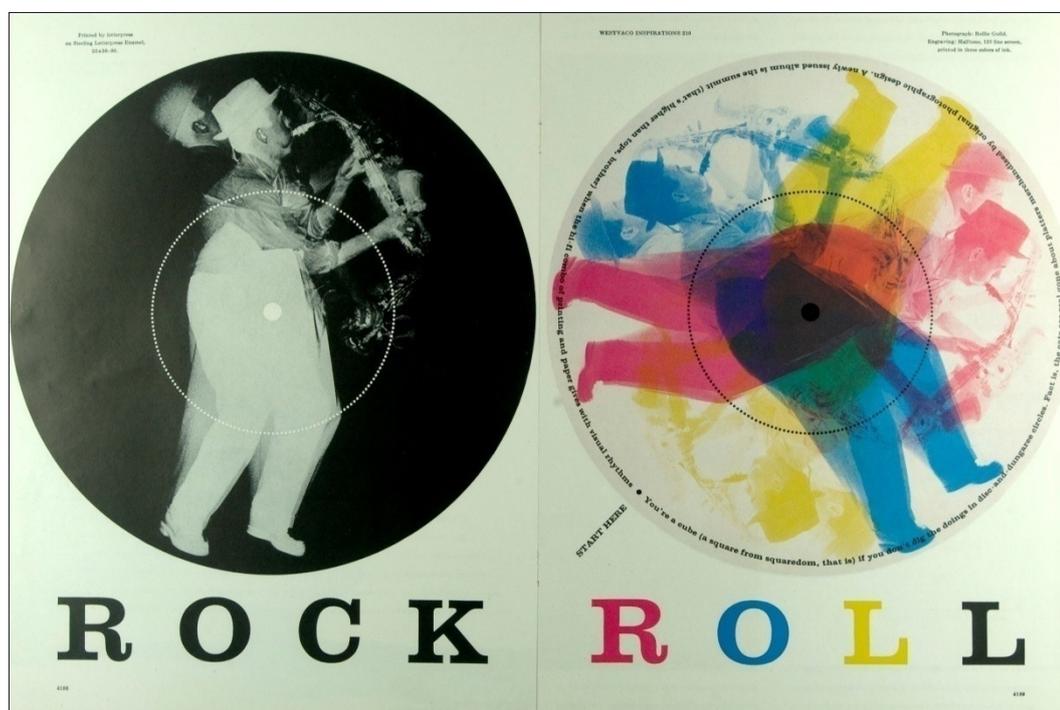
pregada pelos funcionalistas “não é absolutamente o lema de um movimento popular, mas uma questão bastante exclusiva de uma elite culta e sofisticada, que sabe desfrutar, nas formas básicas sem ornamento, o charme do especificamente moderno”.

Por outro lado o design funcionalista e a impessoalidade do sistema suíço tinha sido

uma prática que foi inovadora até certo instante, no entanto, não permitiu sua atualização, não permitiu a autorreflexão. Bauman resgata bem um questionamento de Cornelius Castoriadis: “o que está errado com a sociedade que vivemos? É que ela deixou de se questionar” (Bauman, 2001, p. 30). Quando o design deixou de se questionar ele estagnou, petrificou, tornou-se um monólito (KOOB, 2004, p. 72).

Ao estagnar, os princípios de clareza e rigor levaram ao que o arquiteto W. Nehls (*apud* SCHNEIDER, 2010, p. 141) chamou de “um deserto de formas”. Outro arquiteto, o americano Robert Venturini (*apud* DEMPSEY, 2010, p. 269), declarava de forma irônica que “menos é um tédio” (*less is bore*), em uma referência a famosa frase funcionalista “menos é mais” (*less is more*). Essa linguagem dificilmente conseguiria chamar a atenção ou “conversar” com a juventude do período (fig. 84) – e talvez nem existisse, por parte das empresas e dos designers, a vontade dessa conversa. “Mas não importa o quão corretas as características de um bom design possam ser, chega um momento em que as regras devem ser quebradas” (GRUSHKIN; KING, 2004, p. 360, tradução nossa).

Figura 84 - Uma visão do *rock and roll* pelo designer funcionalista Bradbury Thompson, 1958.



Fonte: MEGGS, 2009, p. 492-493.

Contra os princípios que resultavam no estabelecimento de um padrão normativo básico e com variações controladas, o que as novas formas emergentes de expressão, o psicodelismo incluso, propunham, esclarece Perrone (2003), era a substituição da regra pela atitude, da impessoalidade e neutralidade pela expressão individual e cultural. Isso acabou gerando “um design simbólico, conceitual e colorido, em que a escrita manuscrita zomba alegremente dos sistemas tipográficos organizados” (WEILL, p. 106), que rompe com a suposta previsibilidade e assepsia do design moderno, particularmente do design corporativo.

Os artistas gráficos de São Francisco souberam levar esses princípios, talvez de forma inconsciente e inconsequente, ao seu extremo. Por exemplo, Dempsey (2010, p. 271-272) aponta que em boa parte das obras que se contrapunham ao design funcionalista o enfoque principal está “na questão da representação: motivos ou imagens de obras do passado são ‘citados’ (ou ‘apropriados’) em novos e perturbadores contextos ou despojados de seus significados tradicionais (‘desconstruídos’) por artistas tão variados”. Essa afirmação pode ser representada pelo pôster *Skull and Rose* e por boa parte da obra de Mouse e Kelley, conhecidos pela apropriação de imagens e seu uso fora do contexto original.

Por outro lado, enquanto os funcionalistas pregavam o uso da fotografia, que, como Barthes (1990), consideravam mensagens sem códigos e com o poder de transmitir a

informação de forma literal, sem a compor com a ajuda de signos, em São Francisco a ilustração era muito mais utilizada, principalmente por Wilson e Griffin. Em oposição à fotografia

a operação de desenhar (a codificação) obriga imediatamente a uma certa divisão entre o significante e o insignificante: o desenho não reproduz tudo, frequentemente reproduz muito pouca coisa, sem, porém, deixar de ser uma mensagem forte, ao passo que a fotografia, se por um lado pode escolher seu tema, seu enquadramento e seu ângulo, por outro não pode intervir no interior do objeto (salvo trucagem); em outras palavras a denotação do desenho é menos pura do que a denotação fotográfica, pois nunca há desenho sem estilo; finalmente, como todos os códigos, o desenho exige uma aprendizagem (BARTHES, 1990, p. 35).

Assim como a ilustração, a tipografia psicodélica era um desafio à interpretação e uma afronta a conceitos funcionalistas que optavam por tipos neutros, com formas simples e sem serifa, já que para Tschichold (*apud* GAUDÊNCIO JÚNIOR, 2004, p. 70), “o sem-serifa é absolutamente e sempre o melhor”, pois as letras muito ornamentadas ‘distraem do sentido e assim contradizem a essência da tipografia, que nunca é um fim em si mesma”. Na letra psicodélica

em vez de construção tem-se comportamento, pois as ações da contracultura não se propunham construir nada, mas sim trabalhar comportamentos. E o comportamento desses tipos, que parecem muito loucos, é na verdade orgânico, biológico. [...] A segurança da uniformidade é trocada pela aventura disforme (PERRONE, 2003, p. 14).

Cada palavra torna-se um símbolo, já que de tão arqueadas e distorcidas não existe distinção entre letra e grafismo, como na obra de Wilson ou trabalhos posteriores de Victor Moscoso. Por fim, se essa falta de distinção entre letra e ilustração já não fosse suficiente para que os pôsteres beirassem a ilegibilidade, havia as cores vibrantes, hipnóticas e confusas. Contudo, é importante lembrar, como chamam a atenção Heller e Vienne (2013, p. 172), que por trás dessa aparente arbitrariedade e falta de preocupação com a comunicação, comuns a toda arte psicodélica, “as composições eram sempre estrategicamente dispostas e obsessivamente esboçadas – nada era deixado ao acaso”.

Os designers pós-modernistas atribuem uma forma ao espaço mais porque “sentem” que deve ser assim do que para atender uma necessidade racional de comunicação. Por mais radicalmente diferentes que possam ser um cartaz psicodélico e um manual de identidade visual, ambos são, em algum grau, design corporativo, para ou em relação a um corpo unificado de pessoas com valores comuns. Por outro lado, o design pós-moderno é frequentemente subjetivo e até excêntrico; o designer se torna um artista que se apresenta diante da plateia com o virtuosismo de um músico de rua, e o público se sensibiliza ou segue seu caminho (MEGGS, 2009, p. 601).

Sob essa perspectiva, retomando Bakhtin (2006), os pôsteres psicodélicos tornam-se signos ideológicos plenos, pois, na medida em que refletem a realidade psicodélica, eles passam também a refratar os preceitos funcionalistas do design gráfico. Como o ideológico “se situa entre indivíduos organizados, sendo o meio de sua comunicação” (BAKHTIN, 2006, p. 35), junto com a música, a dança e as roupas, a arte gráfica ajuda a criar um sentimento de comunidade, de identidade coletiva, que expressam e até mesmo definem essa coesão. Dessa forma, os pôsteres são expressões de identificação do corpo unificado de pessoas com valores comuns citado por Meggs (2009).

É em seu esforço para transmitir informações específicas precisas, bem como alusões mais nebulosas a identidade cultural, que os criadores desses pôsteres expandiram a arte do design gráfico, explodindo-o em uma matriz multicolorida de significados muitas vezes só compreensíveis ao iniciado (MONTGOMERY, 2012, p. 367, tradução nossa).

Portanto, além de anunciarem eventos, os pôsteres passam a ser elementos de identificação ideológica e cultural, eles identificam quem está no ônibus psicodélico⁷⁶ e quem passou no teste do ácido.

8.4.3 Ou você está no ônibus ou fora dele

Com o desenvolvimento de *letterings* cada vez mais ilegíveis e fantásticos, uso de imagens figurativas e cores óticamente desafiadoras, os artistas dos pôsteres exploravam meios de significar o que às vezes era inexprimível na experiência psicodélica, dessa maneira os pôsteres se tornaram significantes da cultura. Cultura que, segundo Heskett (2008), diz respeito aos valores compartilhados em uma comunidade, o que pode ser compreendido como o modo de vida característico dos grupos sociais, que é assimilado e expressado por meio de vários elementos, tais como valores, comunicações, organizações e artefatos.

Tal conceito pode ser complementado com o pensamento de Geertz (*apud* ONO, 2004, p. 54), que parte do entendimento da “cultura como a teia de significados tecida pelas pessoas nas sociedades, em que desenvolvem seus pensamentos, valores e ações, e a partir da qual interpretam o significado de sua própria existência”. Assim, complementa Ono (2004), a cultura, intrinsecamente ligada ao desenvolvimento dos indivíduos e grupos sociais, expressa

⁷⁶ Durante a viagem de Ken Kesey estar no ônibus ou fora dele virou uma metáfora para estar ou não envolvido integralmente com a experiência.

os valores e comportamentos que compõem a identidade dos indivíduos ou grupos. Por fim, para Bonfim (1999), essa identidade é refletida na produção de objetos/artefatos que fazem parte da formação cultural de uma sociedade. Esses objetos, resultantes do processo cultural, são, portanto, reflexo da cultura, do contexto e do ambiente em que vivem os indivíduos.

Ressaltando a importância do objeto no âmbito cultural, Denis (1998, p. 22) diz que se a sociedade se configura mais “como um ‘sistema de objetos’[...], então se faz necessário abordá-la não apenas pela análise de ‘sistema’, mas também pelo estudo dos objetos que o constituem”. Dessa forma, os pôsteres (objetos) “apresentam aspectos não somente objetivos, mas também subjetivos, assumindo funções e significados particulares para cada indivíduo e grupo social” (ONO, 2004, p. 60).

Independente de julgamentos da qualidade “artística”, ressalta Villas-Boas (2009), essas produções expressam a estrutura que as geraram, e assim podem ser aceitas como expressões legítimas dessa cultura – ainda que possam vir a ser consideradas esteticamente pobres e reduzidas a seu valor comunicacional básico. Mesmo porque o design é uma atividade primordialmente comunicacional e

[...] não produz mercadorias culturais (músicas, quadros, peças teatrais, filmes, etc.), e a conversão de suas produções em mercadorias se dá de forma problemática e, sempre, no âmbito da alta cultura. Um cartaz que se converte em mercadoria cultural ao ser exposto num museu só ganha legitimidade porque os museus estão entre as mais fortes instituições de legitimação cultural que possuímos. Antes de tal acesso, quando colado num muro ou exposto num quadro de avisos, o cartaz não é socialmente considerado uma mercadoria cultural: é apenas um cartaz; uma peça gráfica cuja produção não se justifica pela cultura, mas por sua função de anunciar alguma coisa (VILLAS-BOAS, 2009, p. 39).

Seguindo esse raciocínio, quando mais tarde os pôsteres do movimento psicodélico trocaram os muros e paredes por museus de arte⁷⁷, eles provaram seu valor tornando-se mercadorias culturais e conseqüentemente passaram a fazer parte da cultura material do movimento psicodélico, sendo cultura material “o universo de coisas - objetos/artefatos - que permeiam a vida social” (REIS, 2013, p. 55).

Sendo assim, a cultura material (e visual) produzida pelo design torna-se um dos meios pelo qual os indivíduos adquirem uma identidade e posicionam-se em um grupo social na medida em que “afetam direta e indiretamente a vida das pessoas, inclusive a do próprio

⁷⁷ Vários dos principais artistas de São Francisco têm obras no acervo do Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA), por exemplo. Como referência, as obras de Wes Wilson encontram-se disponíveis em <http://www.moma.org/collection/artist.php?artist_id=8265>. Acesso em 29/08/2014.

designer, que é, ao mesmo tempo, sujeito e objeto da dinâmica cultural” (BONSIEPE *apud* ONO, 2004, p. 54).

Para Montgomery (2012, p. 367-368, tradução nossa), a aparente confusão da arte gráfica psicodélica ajudava a definir “os limites da cultura, de forma que aqueles que conseguiam ler e entender tanto as imagens quanto a escrita estavam ‘no ônibus’, enquanto os que não conseguiam estavam fora dos parâmetros da contracultura”.

Por mais que seja contraditório falar em confusão quando se trata de comunicação, os pôsteres da época “tem uma função subjetiva junto ao usuário que a contextualiza historicamente como fruto de uma prática. O design gráfico passa necessariamente a se reportar ao contexto da sociedade” (VILLAS-BOAS, 2001, p. 23) ou, nas palavras de Barthes (1990, p. 21), o código de conotação, que é histórico ou cultural, é dotado de certos sentidos em virtude do uso em certa sociedade e “depende do ‘saber’ do leitor, tal como fosse uma verdadeira língua, inteligível apenas para aqueles que aprenderam seus signos”.

Por isso, muito provavelmente, os hippies, público-alvo dos pôsteres, seriam as únicas pessoas dispostas a dispensar tempo para decifrá-los, já que “toda forma produtora de significação para um grupo determinado, pode ser insignificante para outro. A forma, portanto, tem a ver com um grupo particular” (MAFFESOLI, 2005, p. 24).

Isso vem justificar o uso dos elementos encontrados nos pôsteres da época, pois, como continua Villas-Boas (2001), um concerto de música irá receber atribuições simbólicas diferentes se ele for associado a um pôster com uma programação visual que faz menção aos seus valores. Nesse caso os valores estão relacionados a toda a filosofia da contracultura, ao uso de drogas e, inclusive, valores pós-modernistas nas artes gráficas. Isso porque em sua essência o design gráfico associa valores simbólicos a determinados objetos, sejam estes concretos ou não.

“Para tal, lança mão de um instrumental simbólico que se expressa materialmente no plano da visualidade, de forma a veicular estes valores mediante a preservação deste mesmo caráter simbólico” (VILLAS-BOAS, 2009, p. 21). Essa função de signo, acrescenta Maffesoli (1996), ou a emoção coletiva em relação a um signo, pode ser expressa pelo modo de se vestir, um hábito, um gosto, uma música ou os pôsteres, neste caso. A admiração provocada por um ou outro desses elementos é vetor de organização específica, novamente a estética serve como cimento, como na música e na dança agora na arte gráfica ela “é um meio de experimentar, de sentir em comum e é, também, um meio de reconhecer-se” (MAFFESOLI, 2010, p. 134). A arte gráfica passa a só ter

sentido para os que nela se reconhecem e para quem criou. Isso explica, de resto, a multiplicidade das obras culturais e as suas variações segundo os lugares e os espaços; o que pode ser considerado de mau gosto aqui e agora, pode ter sido ontem, por aí, o suprasumo da arte. Como diz Guyau, “uma obra de arte só emociona aqueles que simboliza” (MAFFESOLI, 2005, p. 24).

Por isso, segundo os jornais da época, acrescenta Meggs (2009), os empresários respeitáveis, os caretas, as pessoas “normais” que não estavam no ônibus eram incapazes de compreender essa linguagem que se comunicava com uma habilidade capaz de lotar os salões e falar mais de perto com uma geração mais jovem, “que decifrava, e não apenas lia a mensagem” (MEGGS, 2009, p. 566), do que as formas insípidas do design moderno.

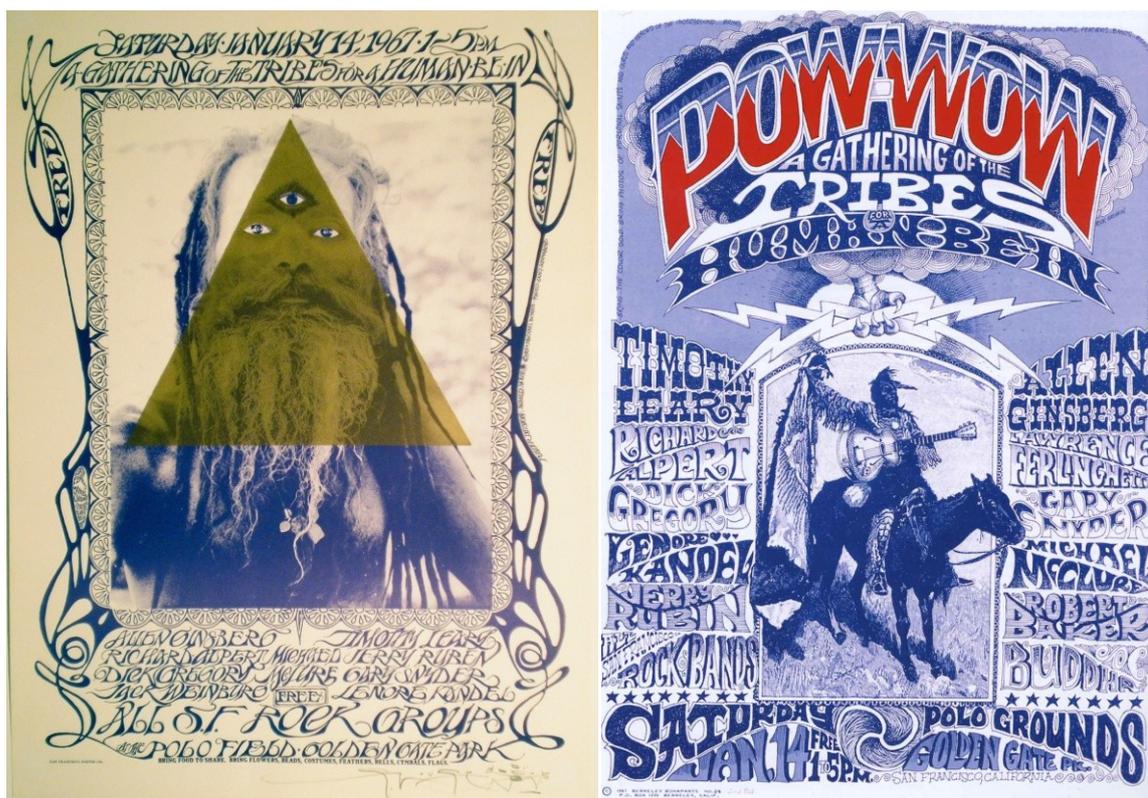
Com isso, junto com a música, e em complemento a ela, a arte gráfica de Haight-Ashbury e seus pôsteres, além de fazerem parte da experiência estética psicodélica e serem uma forma de expressão ideológica, são uma forma de identificação cultural que ajuda a fortalecer a comunidade da nova cultura que estava florescendo e crescendo a cada dia na costa oeste do Estados Unidos. “Com uma grande e inocente ingenuidade, os primeiros *hippies* realmente acreditavam que a revolução poderia ser provocada com ajuda de cor, som e imagens” (FARREN, 1976, p. 11, tradução nossa).

9 DO VERÃO DO AMOR AO INVERNO PSICODÉLICO

Para celebrar e divulgar para o mundo essa crescente cultura *hippie* as principais lideranças de Haight-Ashbury organizaram um evento que tentaria unir todas as vertentes da contracultura – *hippies*, *beats*, ativistas políticos – em um encontro das tribos. Um release divulgado à imprensa anunciava o *Human Be-In*⁷⁸:

Por dez anos, uma nova nação tem crescido dentro da carne robô do velho. Diante de seus olhos, uma nova, livre e vital alma está reconectando os centros de vida do corpo da América... Ativistas políticos de Berkeley e a geração do amor de Haight-Ashbury irão se juntar... para powwow, celebrar e profetizar a era da libertação, do amor, da paz, da compaixão e união da humanidade...Deixe seu medo na porta e junte-se ao futuro. Se você não acredita, por favor, esfregue seus olhos e veja (LEE; SHLAIN, 1992, p. 184).

Figura 85 - Pôsteres do *Human Be-in*, Michael Bowen, Stanley Mouse e Alton Kelley (esq.) e Rick Griffin⁷⁹ (dir.), 1967.



Fonte: OWEN; DICKSON, 1999, p. 67 e 79.

⁷⁸ Trocadilho com *human being*, ser humano.

⁷⁹ É interessante perceber que nesse pôster de 1967 Rick Griffin ainda não tinha desenvolvido seu estilo e usava como referência muito do estilo de *The Seed* (fig. 46).

Torgoff (2004) explica que os criadores do *Be-In* queriam mostrar ao mundo a beleza do que estava acontecendo em São Francisco através de uma festa para os sentidos, um hino de esperança para o futuro. Era um dos momentos mais otimistas da comunidade da contracultura e no dia 14 de janeiro, uma tarde quente de sábado em pleno inverno, quase 25mil pessoas reuniram-se no Golden Gate Park para celebrar a união do amor com o ativismo em suas comunidades.

Poetas *beats* como Michael McClure, Lawrence Ferlinghetti, Allen Ginsberg ao lado de ativistas políticos Berkeley como Jerry Rubin juntaram-se aos papas do LSD Timothy Leary e Richard Alpert eram embalados por bandas como o Jefferson Airplane e o Big Brother and the Holding Company e pelo ácido gratuito cortesia de Owsley e dos *Diggers*, enquanto os *Hells Angels* garantiam a segurança e cuidavam das crianças perdidas. De longe, dois policiais montados apenas observavam a festa. “Se houve um único momento em que os hippies viveram plenamente seu projeto de utopia comunitária em imagem projetada para o resto do mundo foi nesse sábado de sol, incomum no inverno do norte da Califórnia” (MERHEB, 2012, p. 142).

Figura 86 - *Human Be-In*, 14 de janeiro de 1967.



Fonte: ANTHONY, 1980, p. 163.

Se o objetivo era que essa imagem de perfeita comunhão fosse transmitida ao mundo, os meios de comunicação ajudaram nesse trabalho e contaram para o país irresistível história de uma geração que estava rejeitando o sonho americano em prol do LSD – que havia

sido proibido por lei em de outubro de 1966 – e indo para São Francisco. Na primavera *Be-Ins* surgiram em cidades de todo o país, eles abriram as portas para o Verão do Amor e viraram definitivamente os olhos de todos para a Haight.

Em abril de 1967 o distrito havia virado atração turística, inclusive com uma excursão de ônibus pelas ruas da cidade chamada “*Hippie Hop Tour*”. Toda a publicidade nacional acabou gerando ou intensificado problemas, principalmente o da superpopulação, já crítico. “A grande questão”, observou Allen Cohen (*apud* TORGOFF, 2004, p. 220, tradução nossa), um dos organizadores e editor do *Oracle*, “seria como iríamos nos organizar para sobreviver à invasão de jovens que iam vir para Haight naquele verão. A partir desse momento o declínio de Haight começou”.

Para cada jovem imigrante que compreendia algumas das intenções criativas por trás do rótulo de transformação social *hippie* do *Oracle*, havia outros que não queriam mais que algumas doses grátis. [...] Entre eles havia bandos de adolescentes e jovens loucos para serem livres; os garotos com problemas, os delinquentes juvenis, os esquizofrênicos e psicóticos sonhando com aceitação e uma solução para a tortura em suas mentes. E logo atrás deles vinham os predadores criminosos (como Charles Manson) em busca de vítimas fáceis entre as crianças paz-e-amor de olhos brilhantes. O que os garotos perdidos encontraram na “Capital do Sempre” foi comida insuficiente, alojamento insuficiente, um núcleo superlotado de filósofos de rua *hippies* que só podiam oferecer conforto e conselhos, e muitas drogas. A classe criminosa levou consigo drogas mais pesadas, como metanfetamina e heroína, que eram utilizadas para amortecer a dor e a confusão desse paraíso perdido. E a garotada de olhos brilhantes logo foi esmagada por jovens de olhos vazios, confusos e perdidos (GOFFMANN; JOY, p. 295-296).

Além do uso de drogas mais pesadas, percebeu-se que as drogas que iluminavam visões utópicas e inspiravam desvios artísticos aparentemente não estavam fazendo muitas pessoas perderem seus egos. Os próprios militares que haviam testado o LSD durante o programa MK-ULTRA não haviam mostrado mudança de ponto de vista e, apesar de terem apresentado reações diversas, “não se sabe de nenhum deles que tenha mudado de opinião acerca de sua missão algumas vezes violenta em benefício da autoridade do Estado” (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 297).

Para Alan Watts, um dos principais gurus do movimento, o problema estava no jeito como a droga era tratada: “Eu descobri que esse não é o tipo de coisa que você toma com muita frequência. É algo que se toma diversas vezes em quantidade gradualmente reduzida” (WATTS, 2002, p. 105). Ou seja, a droga seria apenas o estopim da mudança, contudo,

se você consegue experimentar esse prazer, mas não faz nada com ele ou não está adequadamente preparado para ele, você está sujeito a entrar em apuros. É por essa

razão que as substâncias psicodélicas, os produtos químicos derivados das plantas divinas, são perigosas (WATTS, 2002, p. 95).

Assim, quando a droga passa a ser condição necessária para que a pessoa aja, ela vira um tipo de escravidão, uma incoerência para quem luta pela liberdade.

As liberdades contraculturais podem abrir caminhos para o bem-estar que não são reconhecidos pela cultura hegemônica -, mas também pode produzir um irresponsável descaso para consigo mesmo e os outros. A liberdade de criar a si mesmo novas formas e a liberdade de destruir a si mesmo por intermédio de mecanismos socialmente inaceitáveis foram evidentes em Haight-Ashbury nos anos 1960 (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 59).

Com isso, todo o sistema organizado principalmente pelos *Diggers* começou a ruir. Merheb (2012) aponta que o alto consumo de drogas aliado à má nutrição generalizada gerou casos de hepatite e outras doenças infecciosas. Em apenas dois anos, o índice de doenças venéreas multiplicaria por seis.

A taxa de criminalidade de Haight aumentou, em parte por causa do uso de heroína e anfetamina e, em parte, pelo número de pessoas pobres que largaram o segundo grau e que, ao contrário dos jovens mais abastados que tinham largado a universidade nos anos anteriores, encontraram dificuldades para sobreviver (FRIEDLANDER, 2004, p. 282).

Figura 87 - Procissão “A Morte do *Hippie*”, 6 de outubro de 1967.



Fonte: PERRY; MILLES, 1997, p. 166-167.

O que apenas alguns meses antes era um refúgio de paz e harmonia onde poucas pessoas dividiam o projeto de um modelo de vida alternativo, começava a ser corrompido e o que se via era apenas decadência. Em 6 de outubro de 1967, um grupo organizou uma passeata pela *Haight Street* em que carregava um caixão numa espécie de cerimônia que decretava a morte da cultura *hippie*.

Já em 1968 a prefeitura proibiu performances ao vivo no *Panhandle*, um parque onde haviam sido realizadas muitas apresentações teatrais e musicais. As lojas originais fecharam e a clínica médica gratuita foi forçada a encerrar suas atividades, incapaz de dar conta da grande quantidade de viciados que sempre descobria uma nova droga mais pesada do que a anterior.

O sentido de comunidade havia desaparecido e os primeiros moradores começavam a mudar-se para se organizar em comunidades rurais. “O ‘Verão do Amor’ transformou em confusão o ambiente doce que era partilhado pela comunidade relativamente íntima de comedores de ácido escolhidos, artísticos e espertos” (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 295). Assim o movimento contracultural em São Francisco se encaminhava para um fim melancólico, só faltavam as cortinas serem baixadas.

9.1 WOODSTOCK E ALTAMONT

O Woodstock Music and Arts Festival foi o mais importante e o mais célebre dos festivais de *rock*. Com os seus 450.000 participantes, os três dias de música quase ininterrupta, tornou-se um símbolo: três mortos (esgotamento, parada cardíaca e overdose), dois partos, toneladas de haxixe, milhares de cubos de açúcar temperados com LSD, casais, crianças, adolescentes, desertores; uma espécie de missa solene do *rock*, da qual se disse que, ao fim e ao cabo, foi extremamente pacífica. (PARAIRE, 1992, p. 91)

Apesar de todo o aspecto mítico de uma multidão dividindo uma área de convivência durante três dias, ouvindo música, expandindo a consciência, sem pudor do próprio corpo, Brandão e Duarte (1990, p. 57) ponderam que *Woodstock*

para o sistema significava o início da assimilação definitiva desse movimento jovem que, através de uma atuante e eficiente indústria fonográfica e cinematográfica, e da criação de um comércio destinado aos *hippies* (roupas e artesanato) acabou absorvendo as novas ideias para transformá-la em mercadoria.

Figura 88 - Pôster do *Woodstock Music & Art Fair*, ArnoldSkolnick, 1969.



Fonte: GRUSHKIN, 1987, p. 221.

Para Grushkin (1987), o próprio pôster criado para o festival é um exemplo da rápida evolução em direção à comercialização ligada ao *rock*. Como muito do que permeia *Woodstock*, o clássico pôster também ganhou proporções lendárias, tornando-se símbolo de uma geração, mas um símbolo comercial leve e sofisticado em comparação ao que se fazia em Haight-Ashbury.

No entanto, continua o autor, o sucesso comercial e míticode Woodstock estava enraizado na espontaneidade dos hippies, para quem aquilo tudo era “uma espécie de cerimônia sagrada, que anunciava a ‘Era de Aquarius’, pois o festival parecia uma pré-estréia da sociedade utópica do futuro: paz, amor e muita música” (BRANDÃO; DUARTE, 1990, p. 57).

Apesar de todas as contradições, mas principalmente diante do que aconteceria alguns meses depois, *Woodstock*, que havia acontecido em uma fazenda na cidade de Bethel, estado de Nova York, poderia ter sido um encerramento perfeito para os anos 1960, mas o palco para o verdadeiro apagar das luzes seria a *Altamont Raceway*, uma pista de *stock-cara* 40 quilômetros de São Francisco, onde tudo havia começado.

Para comemorar uma bem-sucedida excursão pelos Estados Unidos, que lhes rendeu mais de um milhão de dólares, os Rolling Stones resolveram oferecer um concerto de graça aos fãs da Califórnia e contrataram alguns grupos da região para fazer a abertura – Santana, Grateful Dead, Jefferson Airplane, etc. Talvez pela experiência no primeiro *Be-In*, a segurança ficou a cargo dos *Hells Angels* em troca de alguns barris de cerveja.

Porém, boa parte das drogas, incluindo além de ácido e maconha, anfetamina, “era consumida pelos próprios *Hells Angels*. Completamente chapados, eles passaram de intratáveis a incontroláveis em questão de minutos” (MERHEB, 2012, p. 465). Com mais de 300 mil pessoas presentes o desastre não demoraria a acontecer. Ao todo mais de cem pessoas receberam tratamento médico por agressões dos *Angels* e quatro pessoas morreram, duas atropeladas e uma afogada numa fossa de drenagem, todas sob efeito de drogas, mas sem dúvida, a morte que ficaria marcada seria a do estudante negro Meredith Hunter.

Durante uma confusão aparentemente iniciada pelos motoqueiros, Hunter sacou uma arma e, assustado, apontou-a para um dos agressores e em seguida em direção do palco. Nesse momento um outro *Angel* o acertou por trás e ao tentar fugir mais membros da gangue o agarraram e espancaram atrás do palco até a morte, enquanto, em uma coincidência mórbida e bizarra, Mick Jagger cantava *Sympathy for the Devil*. Se tudo já não fosse tão assustador e estranho, ao final do show os *Angels* atiraram pétalas de flor sobre a plateia. O evento, inclusive parte da confusão, foi registrado e lançado em forma de documentário em 1970 com o título de *Gimme Shelter*.

Para Pereira (1986), enquanto *Woodstock* representou a utopia da paz e do amor, pelo clima de relativa tranquilidade e alegria em que ocorreu, *Altamont* seria sua antítese, um dos momentos mais negros da fantasia da contracultura e que deixaria no ar um forte sentimento de frustração, perplexidade e fracasso. *Altamont* seria um choque dos ideais *hippies* com a realidade, mostrando que o sonho colorido criado em Haight-Asbury não poderia durar para sempre.

Certamente deve ter havido alguém que, sem conseguir esconder uma ponta de satisfação, lá com seus botões tenha pensando que, afinal de contas, aquilo não poderia dar certo mesmo, pois aquele projeto de revolução individual, cultural, não passava de um sonho. E assim, depois de muita fantasia e ilusão, havia-se chegado novamente ao duro terreno da realidade. Tratava-se apenas de mais um castelo revolucionário que desmoronava e até que, desta vez, a História havia andado rápido (PEREIRA, 1986, p. 31).

9.2 DEPOIS DO FIM

O fim melancólico coincidiu com o fim da década. No início dos anos 1970, muitos – se não a maioria – dos principais defensores da “revolução” estavam na cadeia, sob julgamento ou mortos. Enquanto os anos 1970 começavam, os jovens paravam de participar de protestos, os valores idealistas “foram subseqüentemente ultrapassados por outros objetivos, o egoísmo e a ganância” (FRIEDLANDER, 2004, p. 291), e o ativismo social, por fim, dava lugar a um envolvimento mais autocentrado que a mídia se apressaria em batizar de “*Me Generation*” (Geração Eu) para comunicar o espírito da nova época. Conseqüentemente, concluem Goffman e Joy (2007, p. 339), nos primeiros anos da nova década, quando os sonhos de paz e amor foram abandonados, as pessoas se “tornaram frívolas, desistiram e se ligaram nos sons melosos de James Taylor e Carole King”.

Mesmo com a aparente derrota, quando os *hippies* saíam de cena, observam Brandão e Duarte (1990), e aparentemente se deixavam devorar pela sociedade consumista e sua indústria cultural, seu estilo de vida tinha se disseminado e de certa forma passava a ser assimilado, injetando uma série de novos valores na vida das pessoas - mesmo com essa assimilação podendo ser interpretada como uma tentativa do *establishment* de converter a ideologia em uma mercadoria de consumo.

Milhões de pessoas no mundo todo estavam experimentando alucinógenos, praticando ioga, ouvindo *rock*, se alimentando de comida macrobiótica, migrando para o campo ou viajando para o Oriente. A classe média absorvia sensivelmente essas mudanças, questionando a interferência da religião e do Estado em suas vidas (MERHEB, 2012, p. 475-476).

No âmbito musical, com a dissolução da comunidade da contracultura também se dissipou o principal sistema de suporte local para os músicos. O *Fillmore* fechou suas portas em julho de 1968 – Bill Graham havia aberto uma filial do salão em Nova York em março, o *Fillmore East*, que ocupava muito mais de seu tempo e sua atenção, além de ser muito mais lucrativo. O *Avalon* encerraria suas atividades em novembro do mesmo ano.

Porém, a mesma atenção da mídia que trouxe os olhos para Haight também empurrou os grupos de *acid rock* de São Francisco “para debaixo dos holofotes nacionais. Nesse ano, gravadoras convergiram para a área, assinando praticamente com todas as bandas que conseguissem tocar seus instrumentos (e algumas não conseguiam)” (FRIEDLANDER, 2004, p. 277). Os contratos com gravadoras marcaram a chegada do profissionalismo onde antes quem governava era a espontaneidade e “iniciou o processo de descaracterização que

culminaria com o controle absoluto do ‘som de São Francisco’ por quem representava tudo que a Haight-Ashbury combatia” (MERHEB, 2012, p. 167).

A indústria, para Maciel (1987), distorceu e esvaziou o que era um hino libertário e espontâneo transformando-o numa “mímica inofensiva” e num ótimo filão do mercado. As bandas bem-sucedidas comercialmente se mudaram para outras regiões, tinham discos para gravar e uma agenda de shows pelo país inteiro que acabava com os vínculos com a comunidade e, conseqüentemente, com os artistas que produziam os pôsteres. O Grateful Dead foi um dos poucos que sobreviveu encontrando um “ponto de equilíbrio entre a improvisação energética e tosca dos primeiros trabalhos, e um repertório mais estruturado, com vocais em estilo *folk*” (FRIEDLANDER, 2004, p. 288).

Não só o som das bandas começou a mudar, mas a própria relação que o público tinha com a música e os shows.

Havia todo um segmento afluente de público que, mesmo sem se alinhar entre os aficionados, nem se envolver diretamente com o chamado “movimento” em passeatas ou manifestações, começava a ver um show de *rock* como um entretenimento tão válido quanto ir ao cinema. Se não era exatamente um entretenimento familiar, só os mais radicais ainda viam algum potencial subversivo num ramo de negócios que movimentava quantias assombrosas de dinheiro e se incorporava ao cotidiano do cidadão comum (MERHEB, 2012, p. 441).

O *rock*, e a música *pop* em geral, se consolidavam como fenômeno cultural e como indústria de entretenimento, tendo alcançado o patamar de grande negócio com a explosão das vendas de discos e megaespetáculos.

Mas esses shows eram diferentes. Os fãs precisavam passar pelas roletas e pagar uma grana firme, e quando o show acabava eles eram devolvidos à noite pelos empregados frequentemente ríspidos dos promotores dos shows. Em dado momento uma pessoa se sentia como um espírito abençoado rompendo todos os laços horríveis com a adversidade terrena, e no momento seguinte estava sendo conduzido feito gado para a realidade lá fora (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 329).

Os grandes shows, e as próprias bandas, começaram a ser promovidos e agenciados por grandes empresas e a mídia de massa substituiu o pôster como material de divulgação. Como a própria música, a arte gráfica passava a ter uma aparência corporativa, perdendo muito da sua originalidade que a tornava atraente. Stanley Mouse⁸⁰ descreve esse momento:

⁸⁰ Disponível em: <http://voices.washingtonpost.com/postrock/2009/04/stanley_mouse.html>. Acesso em 17 ago. 2014.

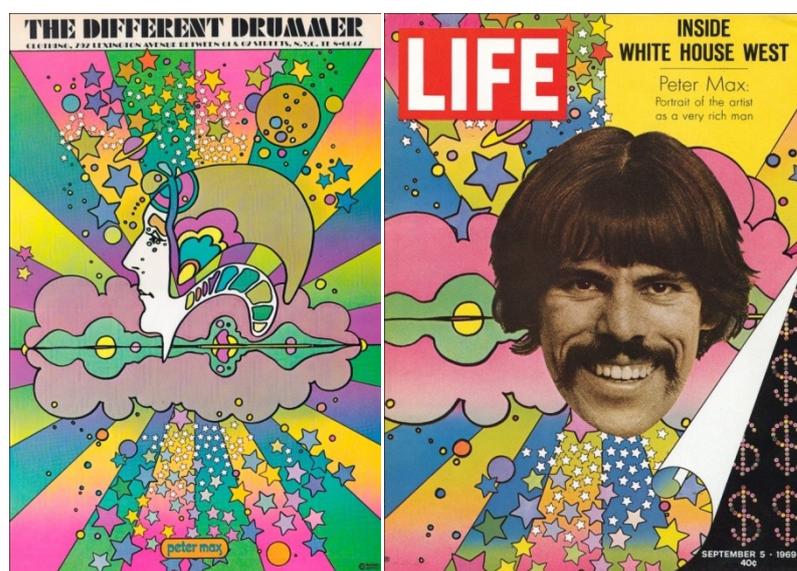
Uma das coisas bonitas sobre os pôsteres é que tínhamos total liberdade. Éramos nossos próprios diretores de arte. Podíamos fazer o que quiséssemos. Mesmo com o Grateful Dead no começo. Conforme o tempo foi passando, eles começaram a ter mais advogados e todos na organização se tornaram um diretor de arte. Tudo foi sufocado e os pôsteres tornaram-se cada vez menos criativos. Acabaram como carro de Detroit, projetado por um comitê.

Assim, pelo fato de estarem intrinsecamente ligados, os pôsteres psicodélicos, em sua essência, começaram a desaparecer com o fim do movimento da contracultura e da passagem da era *hippie*. Raimes e Bhaskaran (2007) ainda creditam o fim do estilo ao fato de que o psicodelismo era tão forte e estranho a outros estilos que sua forma original inevitavelmente desapareceu com a mesma rapidez que surgiu.

Quando os artistas gráficos começaram a deixar a cidade em busca de alternativas, perceberam que fora de São Francisco seu estilo não tinha tanto impacto ou era copiado com uma aparência muito mais fácil de ser assimilada. Quando Wilson levou seu portfólio para Nova York, “ele rapidamente percebeu que seu estilo havia sido cooptado pelo estilo mais otimista e comercial de Peter Max [...] que tinha uma estética mais legível e comercialmente palatável do que os pôsteres de São Francisco” (GUFFEY, 2006, p. 61).

O trabalho de Max seria um modelo da assimilação tanto do estilo gráfico como do modo de vida e pode ser percebido em seu pôster para a *The Different Drummer*, uma boutique de roupas *hippie* de Nova York, e na capa da revista *Life* de setembro de 1969, onde a chamada diz: “Peter Max: retrato do artista como um homem muito rico”.

Figura 89 - Pôster “*The Different Drummer*” e capa da revista *Time* com Peter Max.



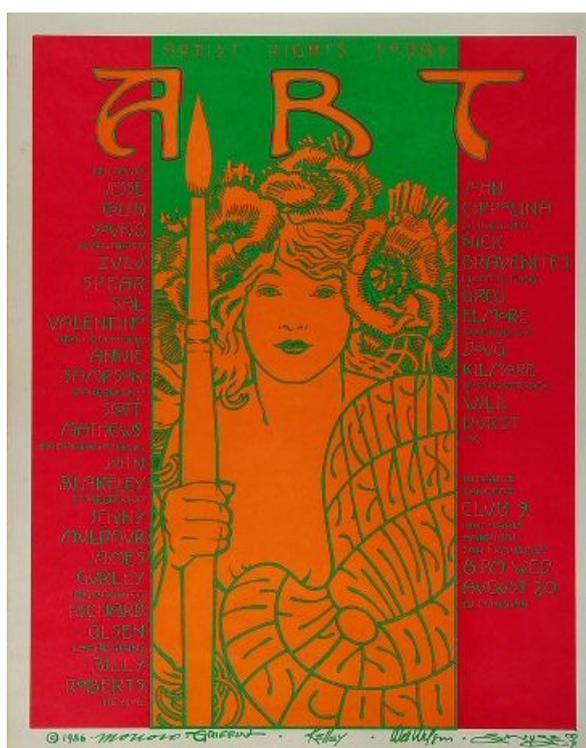
Disponíveis em: <http://rogallery.com/Max_peter/max-posters.htm> e <<http://www.grafik.net/category/profile/awkward-man>>. Acesso em 29 ago. 2014.

Essa imagem do artista rico poderia caber a Max, mas não aos artistas de São Francisco. Em maio de 1967, Wes Wilson já havia parado de fazer cartazes para Bill Graham justamente porque “ele se recusou a honrar nosso acordo de royalties” (WILSON apud LEMKE, 1999, p. 31). Após a já citada reportagem publicada na revista Time

os pôsteres de Wilson se tornaram um produto lucrativo à parte, uma vez que cada república de estudantes do país queria ter sua própria reprodução pendurada na parede. Wilson providenciou o registro autoral dos quarenta primeiros pôsteres que desenhou, mas Bill Graham o convenceu a ceder os direitos autorais dos restantes num contrato que poderia beneficiar ambos. Poucos dias depois, Graham declarou ao *New York Times* ter vendido mais de cem mil cópias de um pôster desenhado por Wilson. Em acordo verbal, Wilson acertara ganhar seis centavos por cada dólar arrecadado com o comércio dos pôsteres. Pelos seus cálculos, teria seis mil dólares a receber, mas, sem se preocupar com contratos, confiou na palavra de Graham e viveria a vida inteira amaldiçoando seu ex-patrão por isso (MERHEB, 2012, p. 164-165).

Nos anos 1980 Wilson e os outros “Big Five” chegaram a criar a organização A.R.T. (*Artists Rights Today*), que promovia shows beneficentes com o objetivo de conscientizar sobre os direitos autorais e levantar fundos para as despesas legais em sua luta para recuperar os direitos sobre os seus pôsteres criados nos anos 1960 tanto para Graham quanto para Chet Helms.

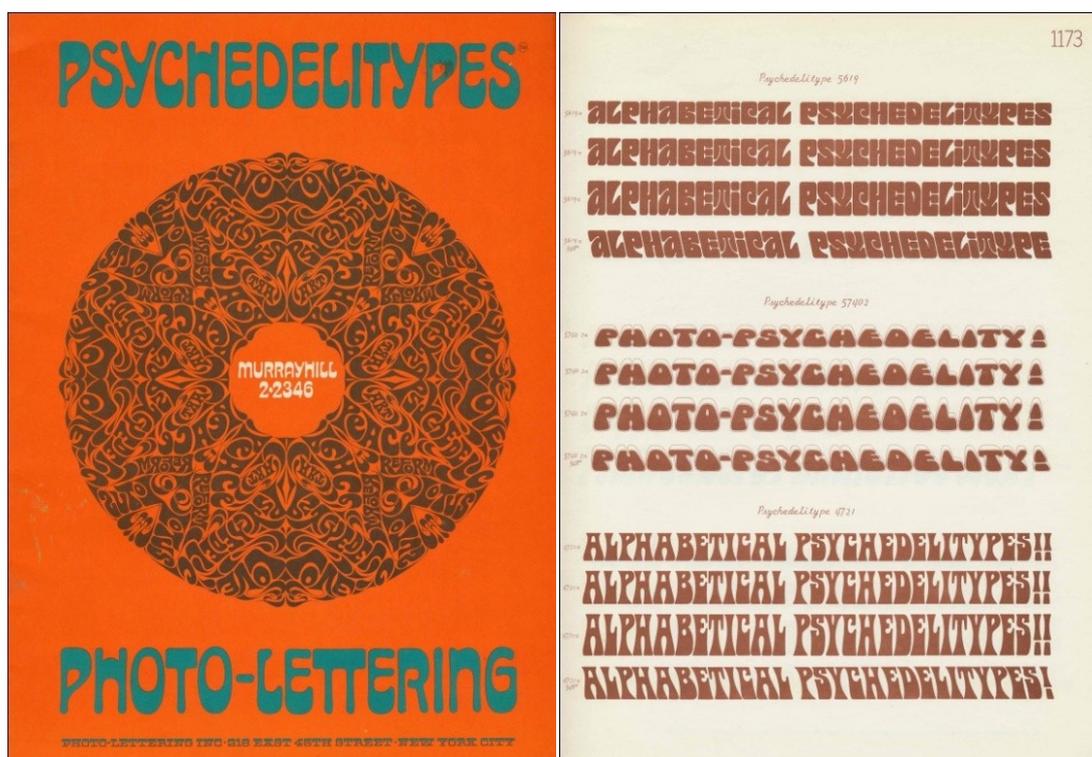
Figura 90 - Pôster colaborativo dos “Big Five” para um show beneficente do A.R.T., 1986.



Disponível em: <<http://www.wolfgangsvault.com/jesse-colin-young/poster-art/poster/CLU860820-A.html>>. Acesso em 31 ago. 2014.

Apesar da polêmica, o estilo que havia sido por um breve momento a verdadeira expressão da cultura jovem dos anos 1960 havia sido transformado e as formas florais intrincadas e cores vivas decoravam casas de classe média na forma de papel de parede, roupas, joias e móveis. Até mesmo os complexos *letterings* haviam sido transformados em tipos comerciais que poderiam ser comprados em catálogos.

Figura 91 - *Psychedelitype*, catálogo da *Photolettering Inc.* de tipos psicodélicos, 1969.



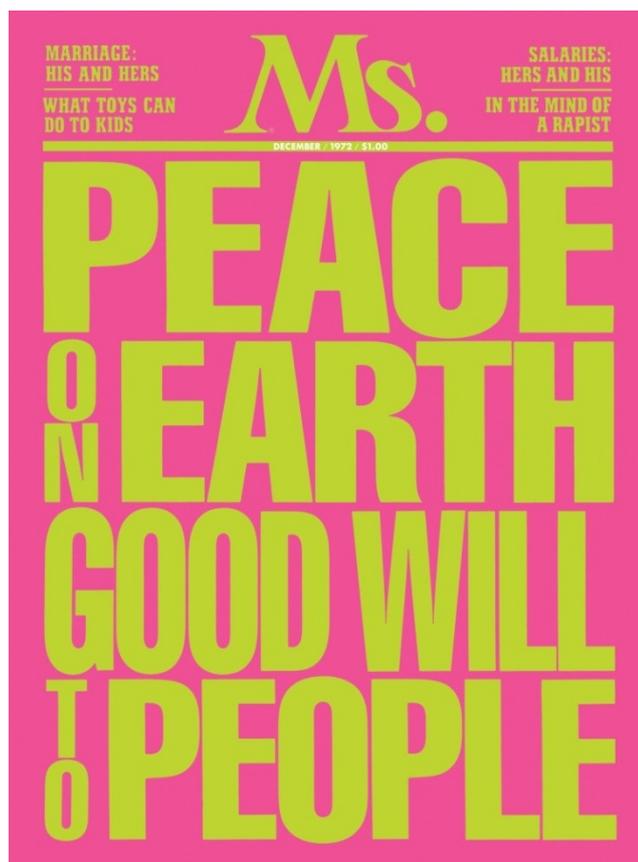
Disponível em: <<http://alphabetentletter.blogspot.com.br/2013/07/alphabets-psychedelitypes.html>>. Acesso em 29 ago. 2014.

Apesar da absorção gradual pelo *mainstream* (e eventual banalização ou trivialização) das referências visuais da psicodelia, eles permaneceram intrinsecamente ligados à identidade da contracultura e tiveram uma grande influência na cultura popular. Em sua forma original, a linguagem gráfica psicodélica e seus pôsteres “foram um susto, um orgasmo precoce, um sonho curto que durou poucos anos e acabou em exaustão descontinuada” (PERRONE, 2003, p. 27), mas absorvidos e digeridos, contribuíram para romper com a rigidez funcionalista.

Os diretores de arte e profissionais de design sucumbiram ao fascínio psicodélico e a arte, o cinema, a moda e a vida em si ficariam mais coloridos graças ao povo de Haight-Ashbury, e, mesmo depois de a cena sumir, a onda de choque do movimento seria sentida ao

longo das décadas seguintes. A capa da revista *Ms.* de dezembro de 1972 – que tinha a brasileira Bea Feitler como diretora de arte – mostra um pouco disso com sua diagramação e tipografia mais formais, mas com o uso de cores vibrantes. A própria revista, fundada em 1971, seria um símbolo da luta feminista iniciada timidamente nos anos 1960.

Figura 92 - Capa da revista *Ms.*, Bea Feitler, 1972.



Fonte: MEGGS, 2009, p. 506.

De certa forma, portanto, “o que tinha sido perdido por Haight-Ashbury foi, pode-se dizer, transferido para a nação e o mundo. As noções hippies se espalharam como fogo no mato” (GOFFMANN; JOY, 2007, p. 296), chegando inclusive ao Brasil e aqui ganhando o nome de Tropicália. Aqui as ideias tropicalistas também ajudaram a impulsionar a modernização não só o meio musical, ainda atrelado a posições tradicionais ou nacionalistas, mas da própria cultura nacional. Como explica Mark Watts (*apud* WATTS, 2002, p. 9), o filho de Alan Watts, na introdução do livro com palestras transcritas do pai:

[...] a diversidade de perspectiva que surge desses experimentos culturais torna-se vital para a cultura, muitas vezes de maneiras que nunca poderiam ter sido previstas. Dentro de cada contracultura, residem as sementes de um novo começo. Pode-se até mesmo considerar os participantes como os solucionadores de problemas que, em

última análise, auxiliam a cultura introduzindo a sua próxima fase de adaptação. Com a familiaridade, como temos visto desde os anos 60, noções outrora radicais tornaram-se parte da vida cotidiana.

Enfim, a absorção dos princípios da contracultura e mesmo a transformação daqueles que dela faziam parte mostram os *hippies* como protótipos da pós-modernidade, já que, retomando as palavras de Stuart Hall (2000, p. 105), o processo de identificação é “como uma construção, como um processo nunca completado - como algo sempre ‘em processo’. Ela não é, nunca, completamente determinada”. O próprio Timothy Leary ficaria fascinado por computadores e pela internet na década de 1980, transformando-se em porta-voz de uma nova contracultura, os *cyberpunks*, e proclamando que o computador era o novo LSD com um novo mantra: “*turn on, boot up, jack in*”⁸¹.

Muitos outros *hippies* acabaram se tornando homens de negócios, revolucionários à sua maneira, como Steve Jobs, e políticos. Ou, por que não, optariam por uma postura contracultural mais agressiva e subversiva como reação à não violência e ao otimismo dos anos 1960 e novamente ajudariam a mudar a música, a moda, o comportamento e o design gráfico. Mas o movimento *punk* é outra história.

⁸¹*Boot up* seria como ligar o computador e *jack in* algo relacionado a plugar na tomada.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por mais breve que tenha sido, o movimento *hippie* de São Francisco deixou uma marca que ecoa ainda hoje na sociedade e no design. Foi um período em que a união da música – que sempre ajudou a refletir, e até mesmo moldar, a cultura – com a arte gráfica ajudou a juventude da década de 1960 a criar sua identidade e divulgar suas utopias. Música e arte ajudaram a escrever a história de uma década e de uma geração.

Ao analisar e comparar o surgimento do movimento *hippie* com os conceitos de pós-modernidade de Maffesoli e Stuart Hall pode-se colocar o movimento como um marco inicial do processo de estetização da vida causada pela pós-modernidade. Da união dos ideais da contracultura, da música e, inegavelmente, das drogas, surgiram novos conceitos de socialização e expressão guiados pela estética e pelo hedonismo.

É uma expressão clara da ética da estética do autor francês o laço social que se dá não pelo racional, mas pelo lúdico e o prazer dos sentidos que faz surgir o *homo estheticus*, que substitui o *homo politicus* ou o *homo economicus* da modernidade e que será a base daquilo que o autor chama de tribalismo. Talvez naqueles anos em Haight-Ashbury tenhamos visto o surgimento de uma subespécie efêmera do seu *homo estheticus*: o *homo lysergicus*, que também se constitui pelas emoções compartilhadas, mas pautadas pelo delírio estético coletivo e guiadas pela tentativa de explorar novas percepções de ver e sentir o mundo através das drogas lisérgicas e fortalecidas pelo prazer dos sentidos e do estar-junto através dos shows de música psicodélica.

Desse caldeirão surgiram novos conceitos de comunicação visual, com características únicas, coloridas e confusas que marcariam o rompimento com uma das principais regras da comunicação a de passar mensagens claras e concisas. Um contragolpe, provavelmente inconsciente, ao formalismo e rigidez do design funcionalista que fez com que os designers começassem a reexaminar seus dogmas e tecer novas abordagens. Abrindo as portas para o design tornar-se nas décadas seguintes um campo muito mais aberto, diverso, inclusivo e, porque não, mais criativo.

Por fim, aceitando a premissa de Villas-Boas que é através da cultura material, os pôsteres nesse caso, que um grupo social projeta os seus anseios ideológicos, pode-se concluir que sim, além de ser possível conhecer melhor a cultura através dos objetos que ela produziu, esses objetos são reflexos e reações ao meio social e cultural em que estão inseridos.

Dessa forma a análise dos pôsteres do movimento psicodélico ajudou a entender melhor não apenas da música ou da arte gráfica, mas principalmente as pessoas que os

produziam, seus ideais e experiências. Com isso, pedaços de papel ilustrado deixam de ser apenas um material publicitário e ganham status de peça chave para a compreensão da experiência vivida pelas pessoas daqueles tempos de paz, amor e música. Os pôsteres passaram a ser uma extensão visual da música, ajudando a exprimir o que às vezes a canção não conseguia e servindo de apoio para narrar o contexto social e cultural no qual estava inserido.

Com essas observações finais, a tentativa de responder aos questionamentos iniciais parece ter sido atingida, porém, levantou outras incertezas. Como a dúvida se a relação aqui estudada foi semelhante em outros grupos culturais (ou contraculturais) ligados à música nas décadas seguintes, como os *punks* nos anos 1970, os “metaleiros” dos anos 1980 ou o movimento *grunge* de meados da década de 1990. Ou ainda a possibilidade de o design ocupar um lugar central nos estudos culturais – ao lado da literatura, belas-artes, fotografia e cinema– como não só um reflexo, mas como modelador da vida contemporânea.

Como uma certeza pessoal, só a concordância com Joly (1996) de que a análise da imagem aumentou o prazer estético na observação desses trabalhos e proporcionou uma melhor compreensão e maior admiração sobre essa celebração visual aos anseios de uma geração e ao poder da música impressos em tinta e papel.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Vera Teixeira de. **O verbal e o não verbal**. São Paulo: UNESP, 2004.
- ANTHONY, Gene. **The Summer of Love: Haight-Ashbury at its highest**. Millbrae: Celestial Arts, 1980.
- ARAÚJO, Inês Lacerda. **Do signo ao discurso**. São Paulo: Parábola, 2004.
- BAKHTIN, Mikhail. Estudo das Ideologias e Filosofia da Linguagem. In: BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2006. Cap. 1. p. 31-47.
- BARNICOAT, John. **A Concise History of Posters**. New York: Abrams, 1972.
- BARROS, Lilian Ried Miller. **A cor no processo criativo: um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe**. São Paulo: Editora Senac, 2006.
- BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BAUMAN, Zygmunt. **Ensaio sobre o Conceito de Cultura**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- BOMFIM, A. G. Coordenadas cronológicas e cosmológicas como espaço das transformações formais. In: COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson (Org.). **Formas de design: por uma metodologia interdisciplinar**. Rio de Janeiro: 2AB, 1999. p. 137-155.
- BRANDÃO, Antonio Carlos; DUARTE, Milton Fernandes. **Movimentos Culturais da Juventude**. São Paulo: Editora Moderna, 1990.
- BROWN, Charles T.. **The Art of Rock and roll**. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1983.
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blucher, 2008.
- CAUDURO, Flávio V.. Design gráfico & pós-modernidade. **Revista Famecos: Mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 1, n. 13, p.127-139, dez. 2000. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3088/2364>>. Acesso em: 10 set. 2014.
- CHACON, Paulo. **O que é rock**. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- CIRLOT, Juan-Eduardo. **Dicionário de símbolos**. São Paulo: Editora Moraes, 1984.
- DAUFOUY, Philippe; SARTON, Jean-Pierre. **Pop music: rock**. Lisboa: A Regra do Jogo, 1981.
- DAVIS, Erik. **Pop Arcana (6): Rick Griffin, Superstar (Part One)**. 2012. Disponível em: <<http://hilobrow.com/2012/07/24/pop-arcana-6/>>. Acesso em: 20 ago. 2014.
- DEMPSEY, Amy. **Estilos, escolas e movimentos: guia enciclopédico da arte moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

- DENIS, Rafael Cardoso. Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. **Arcos: Design, Cultura Material e Virtualidade**, Rio de Janeiro, v. 1, p.14-39, out. 1998. Disponível em: <[http://www.esdi.uerj.br/sobrecarcos/artigos/artigo_rafael\(14a39\).pdf](http://www.esdi.uerj.br/sobrecarcos/artigos/artigo_rafael(14a39).pdf)>. Acesso em: 10 set. 2014.
- DEWEY, John. **Arte como experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
- DRATE, Spencer; SALAVETZ, Judith. **Swag 2: Rock Posters of the '90s and beyond**. New York: Abrams, 2005.
- ECO, Umberto. **Tratado geral de semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgar Blücher, 2006.
- FARREN, Mick. **Get on Down: A Decade of Rock and roll Posters**. London: Futura Publications, 1976.
- FRIEDLANDER, Paul. **Rock and roll: uma história social**. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- FRITH, Simon. Music and Identity. In: HALL, Stuart; DU GAY, Paul (Org). **Questions of Cultural Identity**. London: SagePublications, 2003. p. 108-127. Disponível em: <<http://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Frith-Music-and-Identity-1996.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2014.
- GAUDÊNCIO JUNIOR, Norberto. O Tipo Funcional. In: GAUDÊNCIO JUNIOR, Norberto. **A Herança Escultória da Tipografia**. São Paulo: Edições Rosari, 2004. p. 65-76.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- GITLIN, Todd. **The Sixties: Years of Hope, Days of Rage**. New York: Bantam Books, 1987. Versão em livro digital.
- GOFFMANN, Ken; JOY, Dan. **A Contracultura através dos tempos: Do mito de Prometeu à cultura digital**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.
- GONÇALVES, Clenya Ferreira. Fantasias Carimbadas: Fotografias Eróticas nos Cartões Postais (1900-1920). In: 63ª Reunião Anual da SBPC, 2011, Goiânia. Disponível em: <<http://www.sbpcnet.org.br/livro/63ra/resumos/resumos/1281.htm>>. Acesso em: 10 set. 2014. Resumo de Comunicação Livre
- GRUSKHIN, Paul D.. **The Art of Rock: Posters from Presley to Punk**. New York: Cross River Press, 1987.
- GRUSHKIN, Paul; KING, Dennis. **Art of Modern Rock**. San Francisco: Chronicle Books LLC, 2004.
- GUFFEY, Elizabeth E.. When Art Nouveau Became New Again. In: GUFFEY, Elizabeth E.. **Retro: The Culture of Revival**. London: Reaktion Books, 2006. Cap. 1. p. 29-65. Disponível em: <http://www.academia.edu/3790697/Retro_THE_CULTURE_OF_REVIVAL>. Acesso em: 10 set. 2014.

HALL, Stuart. Quem precisa de Identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). **Identidade e Diferença: A perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 103-133.

_____. The Hippies: An American 'moment'. In GRAY, Ann et al. (Org.). **Cccs Selected Working Papers**, New York, v. 2, p.146-167, 2007.

HELLER, Steven; VIENNE, Véronique. **100 idéias que mudaram o design gráfico**. São Paulo: Rosari, 2013.

HESKETT, John. **Design**. São Paulo: Ática, 2008.

HENDRICKSON, Janis. **Lichtenstein**. São Paulo: Paisagem, 2007.

HOFMANN, Albert. **LSD: Minha Criança Problema**. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/livro-albert-hofmann-bsd-minha-crianca-problema>>. Acesso em: 10 set. 2014.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

JANOTTI Jr., Jeder. **Aumenta que isso aí é Rock and roll: Mídia, gênero musical e identidade**. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2003.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. São Paulo: Papyrus, 1996.

KING, Eric. **Some words on BG-105 Rick Griffin's "Eyeball"**. 1996. Disponível em: <<http://www.therose7.com/eyeball.htm>>. Acesso em 20 ago. 2014.

KOOP, Rudinei. **Design gráfico cambiante**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.

LEE, Martin A.; SHLAIN, Bruce. **Acid Dreams: The Complete Social History of LSD: The CIA, the sixties, and Beyond**. New York: Grove Press, 1992. Versão em livro digital.

LEMKE, Gayle. **The Art of the Fillmore 1966-1971**. Petaluma: Acid Test Production, 1999.

MARCONI, Marina de Andrade; PRESOTTO, Zélia M. **Antropologia: Uma Introdução**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

MILLER, James. **Flowers in the Dustbin: The Rise of Rock and Roll, 1947-1977**. New York: Simon & Schuster, 1999.

MILLER, J. Abbott. Escola Elementar. In: LUPTON, Ellen; MILLER, J. Abbott. **ABC da Bauhaus: A Bauhaus e a teoria do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008. p. 8-25.

MACIEL, Luiz Carlos. **Anos 60**. Porto Alegre: L&PM, 1987.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. **A transfiguração do político: a tribalização do mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2005a.

_____. **O Mistério da Conjunção: Ensaio sobre comunicação, corpo sociedade**. Porto Alegre: Sulina, 2005b.

_____. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

MAILER, Norman. The White Negro: Superficial Reflections on the Hipster. **Dissent**, New York, v. 4, p.276-293, 1957. Disponível em: <http://www.dissentmagazine.org/wp-content/files_mf/1353950503Mailer_WhiteNegro.pdf>. Acesso em: 10 set. 2014.

MANNES, Marya. The Raid on Castalia. *The Reporter*, New York, v. 10, n. 34, p.27-28, 19 maio 1966. Disponível em: <<http://www.unz.org/Pub/Reporter-1966may19-00027>>. Acesso em: 21 mar. 2014.

MEDEIROS, Walter. In: LEMKE, Gayle. **The Art of the Fillmore 1966-1971.** Petaluma: Acid Test Production, 1999a.

_____. In: OWEN, Ted; DICKSON, Denise. **High Art: A History of the Psychedelic Poster.** London: Sanctuary Publishing Limited, 1999b.

MEGGS, Philip. **História do design gráfico.** São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MERHEB, Rodrigo. **O Som da revolução: uma história cultural do rock, 1965-1969.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MILLER, James. **Flowers in the Dustbin: The Rise of Rock and roll, 1947-1977.** Nova York: Simon & Schuster, 1999.

MONTGOMERY, Scott B.. Signifying the Ineffable: Rock Poster Art and Psychedelic Counterculture in San Francisco. In: AUTHER, Elissa; LERNER, Adam. **West of Center: Art and the Counterculture Experiment in America, 1965-1977.** Minneapolis: University Of Minnesota Press, 2012. Cap. 20. p. 360-383. Disponível em: <http://archive.taylorzanke.com/2013/academic/parsons/fall2013/historyGraphicDesign/readings/08.%20Oct.31%20Countercultural%20Design/Montgomery_Signifying%20the%20Ineffable.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2014.

NETTO, Modesto Carone. Drogenraumbilde. In: NETTO, Modesto Carone. **Metáfora e Montagem.** São Paulo: Editora Perspectiva, 1974. Cap. 4. p. 47-50.

NOURMAND, Tony; MARSH, Graham. **Film posters of the 50s: the essential movies of the decade.** New York: The Overlook Press, 2003.

OLIVEIRA, Sandra Ramalho e. **Imagem também se lê.** São Paulo: Rosari, 2006.

ONO, Maristela Misuko. Design, cultura e identidade no contexto da globalização. **Revista Design em Foco**, Salvador, v. 1, n. 1, p.53-66, 2004. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66110107>>. Acesso em: 10 set. 2014.

OTERO-MILLAN, Jorge et al. **Microsaccades and Blinks Trigger Illusory Rotation in the “Rotating Snakes” Illusion.** *The Journal Of Neuroscience*. Washington, p. 6043-6051. 25 abr. 2012. Disponível em: <<http://www.jneurosci.org/content/32/17/6043.full.pdf+html>>. Acesso em: 22 ago. 2014.

OWEN, Ted; DICKSON, Denise. **High Art: A History of the Psychedelic Poster.** London: Sanctuary Publishing Limited, 1999.

- PARAIRE, Philippe. **50 anos de música rock**. Lisboa: Pergaminho, 1992.
- PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **O que é contracultura**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- PERRONE, Carlos. **Psicodélicas: Um tipo muito louco**. São Paulo: Rosari, 2003.
- PERRY, Charles; MILLES, Bary. **I Want to Take You Higher: The Psychedelic Era 1965-1969**. San Francisco: Chronicle Books, 1997.
- POYNOR, Rick. **Abaixo as Regras: Design Gráfico e Pós-modernismo**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- PROENÇA, Graça. **História da Arte**. São Paulo: Editora Ática, 2000.
- RAIMES, Jonathan; BHASKARAN, Lakshmi. **Design Retrô - 100 Anos de design gráfico**. São Paulo: Editora Senac, 2007.
- REIS, Alexandre Amorim dos. Materialidade do Design. In: MORAES, Dijon de (Org). **Caderno de Estudos Avançados em Design: Multiculturalismo**, Barbacena, v. 2, p.55-71, 2013. Disponível em: <http://www.tcdesign.uemg.br/en/pdf/alexandre_amorim.pdf>. Acesso em: 10 set. 2014.
- SANTAELLA, Lucia. Questionando o Problema. In: SANTAELLA, Lucia. **Produção de linguagem e ideologia**. São Paulo: Cortez Editora, 1980. Cap. 1. p. 49-56.
- _____. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- SCHNEIDER, Beat. **Design: Uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico**. São Paulo: Blücher, 2010.
- SCHUTZ, Alfred. Making Music Together: a Study on Social Relationship. In: **Collected Papers II: Studies in Social Theory**. The Hague: MartinusNijhoff, 1976. p. 159-178
- SHELTON, Robert. **No Direction Home: A vida e música de Bob Dylan**. São Paulo: Editora LaFonte, 2011.
- SILVA, José Fernandes da. **A semiótica do texto narrativo literário**. São Paulo: Biblioteca 24 Horas, 2009.
- STANLEY, Richard T.. **The Psychedelic Sixties: A Social History of the United States, 1960-69**. Bloomington: iUniverse, 2013. Versão em livro digital.
- STRAUB, Ericson; GRUNER, Clóvis. Woodstock: O sonho que virou estilo. **abcDesign**, Curitiba, n. 30, p.22-27, dez. 2009.
- STUESSY, Joe; LIPSCOMB, Scott. **Rock and Roll: Its History and Stylistic Development**. New Jersey: Prentice Hall, 2002.
- SZATMARY, David P.. **Rockin' in Time: a Social History of Rock-and-Roll**. New Jersey: Prentice Hall, 2000.

TORGOFF, Martin. **Can't find my way home**: America in the great stoned age, 1945–2000. New York: Simon & Schuster, 2004. Versão em livro digital.

VILLAS-BOAS, André. O que é [e o que nunca foi] design gráfico. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

_____. **Identidade e Cultura**. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

WATTS, Alan. **A cultura da contracultura**: Os transcritos editados. Rio de Janeiro: Fissus, 2002.

WEILL, Alain. **O Design Gráfico**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.

WILLER, Claudio. **Geração beat**. Porto Alegre: L&PM, 2009.

WOLFE, Tom. **O Teste do Ácido do Refresco Elétrico**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.