# Embalagens de discos como fonte para historiadores do tempo presente

Fabio Berlinga[1]

**Resumo:** Este artigo propõe a utilização das embalagens de CDs como fontes para historiadores pesquisarem sobre mercado fonográfico, produção e consumo de música popular no final do século 20 e no início do 21, design voltado para capas de discos e outros assuntos ligados à indústria. A proposta foi norteada por pesquisa bibliográfica e pela análise de dez embalagens de CDs produzidos no Brasil – a ficha de análise imagética com informações extraídas dessas obras está em anexo. Conclui discutindo a importância da preservação do acervo gráfico das gravadoras brasileiras.

**Palavras-chave:** suporte, capa, CD suporte, capa, CD.

## Introdução

Desde a década de 1980, as imagens vêm gozando de maior aceitação entre historiadores como uma forma importante de evidência histórica. Em *Testemunha ocular: história e imagem*, Peter Burke afirma que, cada vez mais, lança-se mão "de uma gama mais abrangente de evidências, na qual as imagens têm seu lugar ao lado de textos literários e testemunhos orais" (BURKE, 2004: 98). Com os repertórios de investigação ampliados, surgem diversos referenciais novos, que vão "da caligrafia a gráficos matemáticos, de embalagens e imagens da publicidade às da medicina, etc", afirma Ulpiano de Meneses (MENESES, 2003: 18).

Nenhum deles sugere, no entanto, que se construa uma narrativa histórica apenas por meio das fontes visuais. Antes, elas servem como evidência, como fornecedora de indícios que corroborem ou não as informações contidas em documentos ou testemunhos orais. Para tanto, é preciso iluminá-las com "informação histórica externa a elas" (MENESES, 2003: 20).

Burke aponta a importância deste tipo de fonte na pesquisa sobre a cultura material do passado:

> Imagens são especialmente valiosas na reconstrução da cultura cotidiana das pessoas comuns. (...) Do mesmo modo, a história da tecnologia ficaria muito empobrecida se os historiadores fossem obrigados a se basear apenas em textos. (BURKE, 2004: 99-100)

[1] Programa de Pós-Graduação em História – PPGH.

A seguir, pretendo discutir a utilização de fontes visuais na pesquisa sobre o mercado fonográfico brasileiro – neste caso, as embalagens dos discos. Principalmente porque a pesquisa que desenvolvo no Programa de Pós-Graduação em História da Universidade do Estado de Santa Catarina (PPGH-UDESC) se concentra num período (a década de 1990) no qual a comercialização de musica gravada passou a ser feita por meio de um único suporte, Compact Disc (CD). O autor acredita que as embalagens daquela nova mídia podem conter indícios de alterações nas maneiras de se produzir e consumir musica gravada no Brasil.

**O "império" do CD**

Boa parte das transformações pelas quais a indústria fonográfica passou ao longo da década de 1990 só foi possível por causa do armazenamento digital de arquivos sonoros, cujo primeiro suporte físico foi o CD. Aliado a fatores econômicos, como o aumento do poder de consumo das populações menos favorecidas financeiramente, o advento do CD parece ter sido responsável por um dos períodos de maior prosperidade do mercado fonográfico brasileiro e por uma das maiores crises vividas por este mesmo setor, com desdobramentos não apenas na economia, mas também na maneira como se faz e se consome música no Brasil.

No livro *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*, a socióloga Márcia Tostes Dias resume:

> O que parecia ser mais uma sofisticação técnica dos produtos, o emprego da tecnologia digital na gravação de discos promoveu grande turbulência no cenário da difusão musical, extremamente concentrado em torno de quatro empresas transnacionais responsáveis por 80% da produção mundial de música gravada. Depois de usufruir, nos anos 1990, das benesses trazidas pelo novo suporte, o Compact Disc (CD), a indústria foi vendo diminuir seus patamares de lucratividade. A tecnologia digital interferiu no núcleo da manutenção do seu poder: o desenvolvimento e a produção do hardware, ou seja, dos equipamentos tocadores de música, bem como os do software, os programas que contém a informação musical a ser reproduzida, os discos ou similares. Até então, todas as iniciativas de gravação musical tinham que se submeter, de alguma forma, ao oligopólio das transnacionais, pagando-lhes direitos e usando suas formas estéticas como modelo (DIAS, 2000: 21).

Ou seja, o CD foi a tentativa derradeira da indústria do disco de aprisionar a música numa mídia física para manter o monopólio na produção e comercialização de álbuns e canções. Primeiro suporte digital que substituiria em escala mundial o disco de vinil, o CD ganhou gradativa popularidade no Brasil durante a década de 1990. Em 1991, a venda total de LPs em vinil, no Brasil, era de 28,4 milhões de unidades, contra 7,7 milhões de unidades de

CD. Em 1994, a venda do CD já era muito superior: 40,1 milhões de CDs contra 14,4 milhões de LPs. No ano seguinte, a venda de LPs caiu pela a metade, 7,7 milhões, contra 56,7 milhões de CDs (DIAS, 2000). Na segunda metade daquela década, o CD se transformaria, pelo menos no mercado brasileiro, no único suporte físico para comercialização de música gravada.

Em 1996, reportagem do jornal Folha de São Paulo intitulada "Brasil vive o 'boom' do disco", relatava um crescimento de 128% do mercado fonográfico brasileiro (entre 1993 e 1996), classificando-o como o sexto maior do mundo. Entre os motivos para tal ascensão, os executivos das grandes gravadoras apontavam o crescente poder de consumo da população devido ao Plano Real e a popularização dos aparelhos de CDs[2]. Já em 2004, a mesma Folha de São Paulo anunciava uma grave crise do setor, com queda de 18% nas vendas e demissões nas grandes gravadoras – a pirataria, que já tomava mais da metade do comércio de CDs, era indicada como principal responsável pelas agruras da indústria fonográfica[3]. A crise se acentuaria nos anos seguintes com a massificação do compartilhamento de músicas por meio da internet, a rede mundial de computadores.

**Suportes, formatos e embalagens**

A música popular como a conhecemos hoje, por ter se desenvolvido ao longo do século 20, dentro do ambiente da indústria fonográfica, é fruto da junção entre as manifestações musicais e a necessidade de adequação destas à realidade tecnológica do mercado em determinada época. Ou seja, ao longo dos anos, a concepção artística dos produtos fonográficos em seus diversos formatos (canção, álbum, videoclipe) se submeteu ao suporte físico (compacto, LP, fita cassete, CD, VHS, DVD).

Levemos em conta a tabela abaixo, com números da Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD) referentes às vendas da indústria fonográfica (em milhões de unidades)[4]:

2 RYFF, Luiz Antônio. Brasil vive "boom" do disco. *Folha de São Paulo*. São Paulo: 23 dez. 1996, Ilustrada.

3 SANCHES, Pedro Alexandre. Gravadoras demitem e mudam para fábricas. *Folha de São Paulo*. São Paulo: 2 abr. 2004, Ilustrada.

4 In: MACHADO, Gustavo Barletta. *Transformações na Indústria Fonográfica nos anos 1970*. Campinas, 2006.

| Ano | Compacto Simples | Compacto Duplo | LP | Fita cassete |
|---|---|---|---|---|
| 1966 | 3,60 | 1,50 | 3,80 | - |
| 1967 | 4,00 | 1,70 | 4,50 | - |
| 1968* | 5,40 | 2,40 | 6,90 | - |
| 1969 | 6,70 | 2,30 | 6,70 | 0,09 |
| 1970 | 7,40 | 2,10 | 7,30 | 0,20 |
| 1971 | 8,60 | 2,80 | 8,70 | 0,50 |
| 1972 | 9,90 | 2,60 | 11,60 | 1,00 |
| 1973 | 10,10 | 3,20 | 15,30 | 1,90 |
| 1974 | 8,30 | 3,60 | 16,20 | 2,90 |
| 1975 | 8,10 | 5,00 | 17,00 | 4,00 |
| 1976 | 10,30 | 7,10 | 24,50 | 6,50 |
| 1977 | 8,80 | 7,20 | 19,80 | 7,30 |
| 1978 | 11,00 | 5,90 | 23,80 | 8,00 |
| 1979 | 12,60 | 4,80 | 26,30 | 8,30 |
| 1980 | 11,20 | 4,00 | 23,80 | 7,10 |

Fonte: ABPD

* Em Fevereiro de 1968 não houve estatística.

Ao analisar as informações acima é possível notar que, entre 1970 e 1980, o mercado fonográfico brasileiro vendia seus produtos em três suportes diferentes: compacto, LP e fitas cassete. Majoritariamente, os compactos, discos de sete polegadas, continham duas (simples) ou quatro (duplo) canções de cada lado. Já os LPs, discos de 10 ou 12 polegadas) tinham capacidade de armazenar cerca de 45 minutos de música. As fitas cassete, em sua maioria, continham o mesmo conteúdo musical dos LPs. Desta forma, pode-se concluir que os produtos vendidos pela indústria em questão se dividiam majoritariamente entre dois formatos: a canção e o álbum.

Se levarmos em consideração a coincidência de conteúdo musical entre LP e fita cassete, fica evidente a predominância crescente do álbum como formato padrão da indústria fonográfica – fato que se intensificaria na década de 1990, com a instituição do CD como principal suporte para a venda de música gravada no Brasil. Isto é, sob a vigência do CD, para ser contratado por uma das grandes gravadoras, que centralizavam o processo de produção

musical, fabricação e distribuição de CDs, o artista deveria ter repertório suficiente (entre 10 e 14 músicas, aproximadamente) para gravar um álbum.

O jornalista e pesquisador Danilo Fraga Dantas, integrante do Grupo de Pesquisa em Mídia e Música Popular Massiva, da Universidade Federal da Bahia (UFBA), define o álbum da seguinte maneira:

> A ideia de álbum remete ao conjunto das canções, da parte gráfica, das letras, da ficha técnica e dos agradecimentos lançados por um determinado intérprete com um título, uma espécie de obra fonográfica. Esse formato, que se difundiu nos anos 60 junto com o LP, se configurou por muito tempo como o principal produto de toda a indústria fonográfica. A instituição do álbum como o produto fonográfico por natureza influenciou no modo de produção e consumo da canção mediática. Agora não mais se consumia canção em sentido estrito, mas um produto que reunia canções, imagens e palavras sob uma identidade comum. (...) Dessa forma, o álbum passa a ser consumido como livros. Ao ser colecionado em discotecas privadas ganha o status de obra fonográfica de um objeto cultural digno de nota (DANTAS, 2005: 6-7).

Desta forma, pode-se afirmar que a concepção visual das capas e encartes de discos, sejam LPs ou CDs, é parte importante do projeto artístico e comercial de artistas e indústria fonográfica.

**Embalagens em série**

Em busca de subsídios para elaborar este texto, delimitei um conjunto de imagens – dez embalagens de CD – no qual pudesse procurar indícios da "ascensão e queda" deste suporte tão importante na história recente da indústria fonográfica, conforme sugere Meneses:

> As séries iconográficas não devem constituir objetos de investigação em si, mas vetores para a investigação de aspectos relevantas na organização, funcionamento e transformação de uma sociedade. (...) Não são pois documentos os objetos da pesquisa, mas instrumentos dela: o objeto é sempre a sociedade. (MENESES, 2003: 27-28)

As embalagens que formam esta série foram coletadas em coleções particulares e não em lojas de discos, possibilitando encontrar exemplares adquiridos nas respectivas épocas de lançamento dos discos ou próxima delas, evitando assim as edições revistas que poderiam conter alterações, tais como mudanças de gravadora, na arte gráfica e no próprio material das embalagens – versões mais econômicas ou ampliadas. Exemplo: o CD *Afrociberdelia*, da banda pernambucana Chico Science & Nação Zumbi, foi lançado originalmente, em 1996, em

uma edição limitada cuja embalagem era confeccionada em acrílico laranja transparente. Posteriormente, passou a ser comercializado na embalagem acrílica convencional, incolor.

No momento da seleção, pouco se levou em consideração a música, os autores ou o valor artístico de cada obra. Foi dada atenção maior para embalagens que, de alguma forma, trouxessem elementos que permitissem observar a transposição da arte gráfica das capas dos Long Playings (LPs) para o CD, ou a apresentação deste novo produto ao consumidor, ou, ainda, a crescente preocupação da indústria com a pirataria, entre outras questões. Assim, foram selecionados dez exemplares de títulos produzidos por artistas brasileiros: *Passarim*, de Tom Jobim (Polygram, 1987); *MM*, Marisa Monte (EMI, 1989); *Barão ao vivo*, Barão Vermelho (WEA, 1989); *Tropicália ou panis et circencis*, vários autores (Polygram, lançado em LP em 1967 e relançado em CD em 1993); *Tropicália 2*, Caetano Veloso e Gilberto Gil (Polygram, 1993); *Álbum*, Barão Vermelho (WEA, 1996); *Afrociberdelia*, Chico Science & Nação Zumbi (Sony, 1996); *Isopor*, Pato Fu (BMG, 1999); *Tecnicolor*, Mutantes (Universal, 1999); e *João voz e violão*, João Gilberto (Universal, 1999).

A partir da observação das qualidades físicas e informações contidas em cada embalagem, montou-se uma ficha de análise imagética na qual foram anotadas características como título, ano e autor do álbum; gravadora responsável pelo lançamento e distribuição do disco; autor do projeto gráfico; características do encarte, do suporte e das caixas de acrílico, entre outras.

Desde o momento da seleção e até a análise das embalagens, foi possível perceber indícios de uma evolução na atitude de gravadoras, autores e artistas gráficos em relação à identidade visual do produto.

## O CD com cara de LP

Em *Cultura escrita, literatura e história*, Roger Chartier menciona uma "defasagem entre as mentalidades comuns, as representações comuns e as novas estruturas" (CHARTIER, 2001: 149). A ideia se aplica à transposição do texto de livros para a tela do computador, a "dificuldade, em uma certa sociedade, de perceber a inovação como inovação e com temor, tentar domesticá-la por meio do que se conheceu" (CHARTIER, 2001: 149). Ele cita o esforço, na virada do século 20 para o 21, para impor ao texto eletrônico critérios e estruturas pertencentes ao texto impresso.

De certa forma, o mesmo ocorreu com a migração dos álbuns dos LPs para os CDs. Reportagem da *Folha de São Paulo*, de 28 de dezembro de 2011, afirma que, entre a saída de cena do LP e o início da vigência do CD como suporte padrão da indústria fonográfica, houve um período de adaptação no qual as capas dos CDs eram simples reduções (em termos de tamanho) das capas dos LPs. Segundo Gê Alves Pinto, um dos artistas gráficos entrevistados, foi a partir de 1994 que as capas de CD começaram a ser vistas como uma nova embalagem. "Ali, artistas como Gringo Cardia e Luiz Stein conseguiram espalhar pelo folheto do CD um projeto gráfico cuja sofisticação busca compensar a perda de espaço do LP".[5]

Essa ideia de simples redução das dimensões físicas fica perceptível quando analisamos dois dos títulos selecionados, *Tropicália ou panis et circencis* e *Passarim*, ambos lançados primeiramente em LP. As fichas técnicas das versões em CD não indicam projeto gráfico diferente para adaptar a concepção visual dos álbuns ao novo suporte. No caso de *Tropicália...*, o termo "redução" não se limita ao tamanho, mas atinge também o conteúdo, uma vez que o texto de Caetano Veloso escrito para a contracapa do LP foi suprimido da primeira edição do CD, lançada em 1993 (CALADO, 1997: 196-7). A última página do encarte dos dois discos traz um texto de apresentação do novo suporte:

> O Sistema Compact Disc Digital Audio oferece a melhor reprodução sonora possível a partir de um veículo sonoro de formato reduzido e prático. A qualidade superior do Compact Disc é o resultado da leitura ótica a raio laser, combinada com a reprodução digital, independente das diferentes técnicas utilizadas na gravação original.[6]

O texto seguia indicando as três técnicas de gravação: DDD, na qual eram utilizadas tecnologias digitais durante os processos de gravação, mixagem e masterização; ADD, gravação analógica, mixagem e masterização digital; e AAD, onde apenas a masterização era digital (caso de *Tropicália...*). As técnicas utilizadas em cada disco eram indicadas, por meio das siglas acima, nos versos das capas, expediente que caiu em desuso ao longo da década de 1990, na medida em que as tecnologias analógicas de gravação e mixagem foram sendo substituídas por equipamentos digitais.

[5] PRETO, Marcus. Concisão é regra na criação das capas. *Folha de São Paulo*. São Paulo: 28 dez. 2011, Ilustrada.

[6] Trecho de texto do encarte da versão em CD do álbum *Tropicália ou panis et circencis*, de vários autores. Polygram, 1993.

A mensagem finalizava alertando os consumidores de que "é indispensável que se tenha o mesmo cuidado utilizado com os discos convencionais"[7] na hora de manusear e guardar o CD e relacionava uma série de sugestões para que a nova mídia lhes proporcionasse, "por toda a vida, o prazer de uma audição perfeita"[8] – no encarte de *Passarim*, as informações também aparecem em inglês, francês e italiano, respectivamente.

Dentro da série escolhida, inovações começam a aparecer na embalagem de num CD de 1993, *Tropicália 2*, de Caetano Veloso e Gilberto Gil, cujo projeto gráfico, assinado por Luiz Stein, utiliza transparências no encarte e slides avulsos com fotos dos cantores. No entanto, em dois CDs de 1996, época em que os LPs já não eram mais fabricados pelas gravadoras brasileiras, é que se percebe uma linguagem visual específica para a mídia que vigorava como suporte padrão da indústria.

*Álbum*, décimo disco de estúdio da banda carioca Barão Vermelho (projeto gráfico de Felipe Taborda), e *Afrociberdelia*, segundo de Chico Science & Nação Zumbi (projeto gráfico de H.D. Mabuse), apresentam projetos gráficos que levam a concepção visual dos álbuns para todas as superfícies do produto, se apropriando, inclusive, do próprio suporte que, durante muito tempo, privilegiava informações corporativas (como nome da gravadora, local de fabricação, etc) e legais (direitos autorais e de reprodução, por exemplo).

Como já foi dito anteriormente, a caixa de acrílico de *Afrociberdelia* é cor de laranja; o encarte em sanfona, diferente do formato "caderno" dos demais CDs analisados, parece propor uma nova dinâmica de leitura de leitura e visualização das informações contidas na peça; aparentemente, há uma tentativa de dar um aspecto tecnológico ou de modernidade à banda por meio de referências à internet e computadores tanto na identidade visual (sinal gráfico @, por exemplo) quanto nos textos internos. A mesma proposta aparece no disco do Barão Vermelho, que traz uma faixa interativa acessível somente por computador, além da grafia do nome da banda, na qual o primeiro "a" de Barão é substituído pelo sinal gráfico do arroba "@" (b@rão).

Os discos de 1999 – *Isopor* (Pato Fu), *Tecnicolor* (Mutantes) e *João voz e violão* (João Gilberto) – trazem dois elementos que parecem evidenciar o "início do fim" do domínio do CD e o consequente abalo no monopólio das gravadoras na comercialização de música gravada. Na parte frontal da caixa de acrílico nota-se a presença do selo holográfico Flap,

[7] Idem
[8] Idem

instituído pelas gravadoras multinacionais como garantia ao consumidor de que ele estava comprando um produto original. Na contracapa, o telefone do Disque Denúncia Pirataria.

Até então, o comércio ilegal de música gravada nunca havia concorrido com o principal produto da indústria fonográfica. A pirataria se dividia em dois tipos: um, direcionado aos aficionados por raridades, produzia discos de vinil com gravações raras, fossem "sobras" de estúdio, versões alternativas ou trechos de shows. Eram produtos mais caros que os discos oficiais e comercializados em poucas lojas. O outro tinha o mesmo público alvo das gravadoras, com reproduções em fitas cassete do material original comercializado no mercado oficial. As fitas eram vendidas, em sua maior parte, no comércio ambulante. Nenhum dos dois chegou a causar pânico na indústria. O primeiro pelo público restrito que atingia e o segundo por conta da baixa qualidade do produto oferecido.

A partir da segunda metade da década de 1990, porém, a indústria começa a sentir os impactos do mercado ilegal, com a reprodução em larga escala do seu principal produto, o CD, por um preço muito menor que o original. Enquanto as lojas vendiam os CDs oficias a uma média de R$ 18, o pirata era comercializado por R$ 5.

**Espaço conquistado ou concedido?**

Conforme indicado anteriormente, a partir dos CDs de 1996, os designers responsáveis pelo projeto gráfico dos álbuns passaram a se apropriar do próprio suporte. Gradativamente, a quantidade de informações referentes à fabricação e distribuição do produto vai diminuindo em benefício da continuidade da identidade visual da obra.

O que se observa em alguns CDs analisados, de 1987 a 1993, é a mesma padronização que existia na maioria dos selos centrais dos LPs: a identidade visual era a da gravadora e não a do álbum. As exceções são *Barão ao vivo*, cuja tipologia do nome do álbum no suporte coincide com a utilizada na capa e no encarte – a cor, no entanto, ainda é a do CD básico. Já em Tropicália 2, o suporte é vermelho. Porém, a quantidade de informações sobre o conteúdo artístico da obra perde feio para a de informações corporativas – é difícil até enxergar o título do disco.

Nos CDs selecionados a partir de 1996, a arte dos suportes sempre acompanha a identidade visual dos demais elementos da embalagem. O que se pode especular a respeito desta transformação? O suporte foi um espaço reivindicado por artistas (gráficos e musicais) para buscar uma identidade visual que coincidisse com o conceito do disco e não com os

logotipos das gravadoras? Ou foi uma estratégia de marketing das próprias companhias para se adequar a uma nova realidade de consumo?

Aparentemente, até a década de 1980, a indústria fonográfica oferecia três produtos, teoricamente destinados a consumidores de perfis distintos. Proponho dividi-los da seguinte maneira: (1) o consumidor cujo gosto é pautado pelo rádio, que consome música de acordo com o *hit parade* do momento (músicas mais executadas pelas emissoras de rádio) e ouve música em casa como trilha sonora para outras atividades. (2) O consumidor de determinado gênero(s) ou artista(s), que mantém uma coleção das suas preferências em casa e gasta parte do tempo ouvindo música, lendo as letras das canções e as fichas técnicas dos discos. (3) Aquele que ouve música majoritariamente enquanto está no carro[9].

Podemos especular que o formato preferido do consumidor 1 seria a canção. O suporte, o compacto ou os LPs que traziam coletâneas de sucessos radiofônicos ou televisivos, como as trilhas sonoras de novelas. O número 2 teria preferência pelo LP como suporte e pelo álbum como formato. Aparentemente, para o consumidor 3, a fita cassete seria o único suporte possível. Quanto ao formato, poderia optar por álbuns ou pelas já citadas coletâneas de canções.

A partir da massificação do CD como suporte e do álbum como formato, a indústria passa a oferecer um mesmo produto para os supostos perfis distintos de consumidor. A extinção do compacto e a popularização dos aparelhos automotivos reprodutores de CD podem ter unido os consumidores 1 e 3 sob o mesmo guarda-chuva. Fato que, se comprovado, também pode ter causado impactos no catálogo das gravadoras, como a proliferação das coletâneas de canções de determinado gênero ou artista. Por sua vez, o consumidor 2, ao renovar sua discoteca, trocando os discos de vinil por CDs, também pode ter influenciado as companhias a relançarem seus catálogos em versões remasterizadas dos LPs já existentes.

A princípio, voltemos a atenção para o consumidor 3, aquele que houve música ao volante. Para economizar o espaço ocupado dentro dos veículos e possibilitar maior facilidade no transporte dos CDs, foram desenvolvidos modelos porta-CDs que permitiam carregar apenas o suporte, eliminando a necessidade da embalagem para acondicionamento dos discos. Neste caso, a identidade visual do encarte presente no suporte diferenciava os CDs uns dos

[9] Essa classificação foi elaborada pelo autor do artigo para fins ilustrativos. Pode ser modificada no decorrer da pesquisa.

outros, facilitando o trabalho de encontrar determinado título sem a necessidade, por parte do consumidor, de ler rótulo por rótulo.

Neste caso, é possível que o espaço do suporte não tenha sido uma conquista artística, mas uma estratégia de mercado guiada pela demanda do consumidor. Além disso, muitos dos designers responsáveis pelos projetos gráficos das embalagens eram funcionários das gravadoras (assim como cantores, bandas e músicos).

**A discoteca universal**

Tais observações não vêm com a intenção de cravar marcos históricos ou apontar pioneirismos (inclusive, algumas das inovações apresentadas nos dois discos de 1996, por exemplo, já estavam presentes em *Tropicália 2*, de 1993). O exercício de análise é apenas para demonstrar uma possibilidade prática de utilização das embalagens como fonte visual para o historiador e, principalmente, chamar atenção para a importância da preservação das artes originais das embalagens e dos suportes nos acervos das gravadoras.

Egeu Laus, ex-diretor de arte da gravadora EMI, responsável pelo projeto gráfico de capas de discos para artistas como Renato Russo, Legião Urbana, Luis Melodia, João Gilberto, Pixinguinha, Zé Keti e Jacob do Bandolim, afirma em *A onda que se ergueu no mar – novos mergulhos na Bossa Nova*, do jornalista Ruy Castro, que grande parte do acervo de capas de LPs já se perdeu. Em muitos casos, quando a arte existe, é impossível identificar os autores das capas por falta de registro nos arquivos das companhias (CASTRO, 2001: 129).

Castro conta no livro que, em fins da década de 1990 e início dos anos 2000, os sebos (lojas de discos usados) das cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo eram repletos de estrangeiros,

> Gente da indústria japonesa e europeia do disco, tentando salvar o material gráfico dos LPs brasileiros que eles vão lançar em CD nos seus países. (...) Estamos falando de LPs, note bem – produtos dos anos 50 ou 60, o máximo em high-tech na época –, e não de discos de gramofone do tempo da Casa Edison. O descaso das gravadoras brasileiras em preservar sua memória gráfica não deve ter paralelo em nenhuma outra indústria do país. (CASTRO, 2001: 129-133).

Hoje a situação pode ser mais grave uma vez que a configuração do mercado não é a mesma da década de 1990, quando cinco multinacionais dominavam a indústria brasileira: EMI, Polygram, Sony, BMG e WEA. Desde então, ocorreram diversas fusões e aquisições

entre estas empresas, nas quais catálogos inteiros migraram de uma companhia para outra ou foram divididos entre elas.

Assim como Castro afirma que, apesar da falta de cuidado com o acervo gráfico, as gravadoras conservaram os fonogramas originais, a possibilidade de armazenamento de arquivos sonoros por meio de tecnologias digitais como o MP3 pode preservar a memória das canções produzidas ao longo dos tempos, além de democratizar o acesso e o compartilhamento desse material. O problema é que, sem a preservação dos suportes e embalagens, o mundo e o contexto no qual essas canções foram lançadas e consumidas originalmente passam a ser esquecidos.

Por meio do conceito de "biblioteca universal", Chartier compartilha da mesma preocupação em relação à história da cultura escrita e da leitura, de se preservar textos nos suportes originais – códices, livros, etc – diante da digitalização em massa destes materiais. Para o historiador francês, "a ilusão de que um texto é o mesmo texto embora mude de forma" deve ser dissipada porque a "forma contribui para o conteúdo" (CHARTIER, 2001. 148).

Receio que ao mesmo tempo em que democratiza o acesso, a digitalização e compartilhamento indiscriminado de arquivos sonoros, sem as referências de como determinada canção ou álbum foram originalmente gravados, comercializados e consumidos, pode criar um anacronismo que torna Orlando Silva contemporâneo de Chico Science.

## Referências

BURKE, Peter. **Testemunha ocular: história e imagem**. Bauru: EDUSC, 2004.

CALADO, Carlos. **Tropicália – a história de uma revolução musical**. Rio de Janeiro: 34, 1997.

CASTRO, Ruy. **A onda que se ergueu no mar– novos mergulhos na Bossa Nova**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

CHARTIER, Roger. A revolução do texto eletrônico. In: **Cultura escrita, Literatura e História**. Porto Alegre: ArtMed Editora, 2001, p. 139-160.

CIAVATTA, Maria. Educando o trabalhador da "grande família da fábrica". A fotografia como fonte histórica. In: ALVES, Nilda; CIAVATTA, Maria. **A leitura de imagens na pesquisa social**. São Paulo: Cortez, 2004.

DANTAS, Danilo Fraga. **MP3, a morte do álbum e o sonho da liberdade na era da canção**. Salvador, 2005.

DE MARCHI, Leonardo. **A angústia do formato: uma história dos formatos fonográficos**. Rio de Janeiro, 2005.

_____. **Reorganização da indústria fonográfica e suas consequências para a produção de bens simbólicos**. Rio de Janeiro, 2009.

DIAS, Márcia Regina Tosta. **Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura.** São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus Editora, 2002.

KOSSOY, Boris. O relógio de Hiroshima: reflexões sobre os diálogos e silêncios das imagens. In: **Revista Brasileira de História.** São Paulo: Anpuh. v. 25, n. 49, pp. 35-42, 2005.

MACHADO, Gustavo Barletta. **Transformações na Indústria Fonográfica nos anos 1970**. Campinas, 2006.

MAUAD. Ana Maria. **Poses e flagrantes: ensaios sobre história e fotografia**. Niterói: UFF, 2008.

MENESES, Ulpiano. Fontes visuais, cultura visual. Balanço provisório, propostas cautelares. In: **Revista Brasileira de História**, v. 23, n. 45, 2003.

PAIVA, Eduardo. **História e Imagem**. 2ª. ed. Belo Horizonte, Autêntica, 2006.

RYFF, Luiz Antônio. Brasil vive "boom" do disco. **Folha de São Paulo**. São Paulo: 23 dez. 1996, Ilustrada.

SAMAIN, Etienne. **Como pensam as imagens**. Campinas: Unicamp, 2012.

SANCHES, Pedro Alexandre. Gravadoras demitem e mudam para fábricas. **Folha de São Paulo**. São Paulo: 2 abr. 2004, Ilustrada.

**Álbuns analisados***

*Afrociberdelia*, Chico Science & Nação Zumbi (Sony, 1996).

*Álbum*, Barão Vermelho (WEA, 1996).

*Barão ao vivo*, Barão Vermelho (WEA, 1989).

*Isopor*, Pato Fu (BMG, 1999).

*João voz e violão*, João Gilberto (Universal, 1999).

*MM*, Marisa Monte (EMI, 1989).

*Passarim*, de Tom Jobim (Polygram, 1987).

*Tecnicolor*, Mutantes (Universal, 1999).

*Tropicália 2*, Caetano Veloso e Gilberto Gil (Polygram, 1993).

*Tropicália ou panis et circencis*, vários autores (Polygram, lançado em LP em 1967 e relançado em CD em 1993).

*Foram consultadas as coleções pessoais do próprio autor, de Jean Mafra e de Marcos Berlinga.

**Fontes Eletrônicas**

Antonio Carlos Jobim (site oficial): www2.uol.com.br/tomjobim, acessado em 11 de setembro de 2013.

Barão Vermelho (site oficial): www.barao.com.br, acessado em 11 de setembro de 2013.

Discos do Brasil: www.discosdobrasil.com.br, acessado em 11 de setembro de 2013.

Marisa Monte (site oficial): www.marisamonte.com.br, acessado em 11 de setembro de 2013.