

**ALEX STEINWEISS:
PARADIGMAS DA CRIAÇÃO DE IMAGENS PARA CAPAS DE DISCOS DE
78RPM**

André Novaes de Rezende¹

Resumo

Em 1940, Alex Steinweiss criou a primeira capa de discos de 78rpm trabalhada graficamente, com imagens projetadas especificamente para exercer uma correspondência semântica com o conteúdo musical do disco. De maneira geral, este estudo busca compreender o processo criativo de Alex Steinweiss, por meio de análise de projetos gráficos produzidos para a Columbia Records entre 1940 e 1950, e pelo cruzamento desta produção com o seu corpo de influências.

Palavras-chave: Design Gráfico. Capas de disco. Renovação.

Abstract

During the 1940's, Alex Steinweiss designed his first 78rpm album cover, which carried an original image. With this attitude, he was declared the first graphic designer to achieve semantic correspondence with the musical content of the record. This study intends to discuss how the visual solutions that can be found in Steinweiss' first record covers from the 40s and 50s can be connected to his group of artistic references.

Key words: Graphic Design. Record Cover. Renewal.

Na transição do século XIX para o século XX, a performance musical passa a concorrer com a “atualidade permanente” do som gravado.

Segundo André Millard², a história tecnológica do som gravado tem início no fim do século XIX. Inventado por Thomas Edison em 1877, o fonógrafo era um aparelho que gravava e armazenava fonogramas em cilindros de cera. O disco de 78 rotações por minuto surgiu em seguida, cedendo espaço para o LP

¹ Professor de Design da FACAMP / Doutorando da Unicamp.

² MILLARD, A. 2005. p. 6.

na década de 1950.

Nesta evolução tecnológica, notam-se não só alterações nas características de reprodução sonora dos suportes em questão, mas também alterações em seus aspectos físicos. O volume físico do disco estabelece a predominância de um aspecto bidimensional. Esta característica da forma física do suporte afeta diretamente sua visibilidade.

Os discos de 78rpm eram armazenados em pálidos envelopes de papel Kraft. Estes envelopes, por sua vez, estavam inseridos em álbuns que acomodavam até 4 discos. Estes álbuns se diferenciavam apenas por um revestimento em uma ou outra cor determinada, e pela gravação dos títulos em relevo dourado ou prateado³. Esses títulos eram gravados tantos na lombada do álbum como na capa.

Na década de 1930, uma loja que vendia só discos era uma raridade, uma vez que eles eram vendidos em lojas de aparelhos, junto aos fonógrafos. Pela falta de um apelo visual, os discos eram armazenados como livros em uma estante, expondo a lombada e ocultando aquela que era sua maior superfície. Isso, fatalmente, acabava afetando o modo como o consumidor interagia com sua embalagem.

Embalagens existem desde que surgiu a necessidade de conter, proteger, conservar e transportar mercadorias⁴. Mas as necessidades inauguradas pelo desenvolvimento da indústria agregaram à embalagem a capacidade de identificação do fabricante do produto embalado e também a capacidade de seduzir os compradores.

Foi com este objetivo, de “seduzir os compradores”, que Alex Steinweiss propôs a renovação do projeto gráfico das embalagens de discos de 78 rpm produzidos pela Columbia Records. Com suas idéias inovadoras, Steinweiss ajudou a consolidar a Columbia Records como uma das mais importantes gravadoras da indústria fonográfica nos anos seguintes.

Steinweiss concebeu seu primeiro projeto gráfico para a embalagem do álbum "Smash Song Hits by Rodgers and Hart" em 1940. Com este projeto gráfico, ele começa a demonstrar as razões pelas quais deveria incorporar-se ao disco uma imagem original, exclusivamente dedicada a estabelecer uma

³ McKNIGHT-TRONTZ, J; STEINWEISS, A., 2000. p. 2-3

⁴ CAVALCANTI, P.; CHAGAS, C. 2006. p. 13-15

correspondência entre o visual e o sonoro.

Pouco após esta primeira iniciativa, a Columbia Records promoveu o relançamento da Nona Sinfonia de Beethoven com uma nova capa trabalhada graficamente por Alex Steinweiss. As vendas deste álbum superaram as vendas da edição anterior em 894 por cento num período de seis meses⁵. Este dado confirma que a qualidade agregada pelo aspecto visual do projeto gráfico reconfigura o valor do disco enquanto bem de consumo.

De modo geral, é assim que Alex Steinweiss define suas capas de disco:

Uma capa para um álbum não é meramente projetada para ser um quadro bonito ou para ser a concepção pessoal de um artista sobre do que trata a música; mas por meio seu design simples e direto, e pelo uso de cores impactantes, ela é projetada de uma só vez como um cartaz poderoso e uma embalagem atraente. (MCKNIGHT-TRONTZ, J; STEINWEISS, A., 2000. p.38).

A relação de Steinweiss com o cartaz pode ser analisada de forma mais profunda, se retomarmos aspectos essenciais da produção de *cartazes modernos*⁶ na Europa do século XIX⁷. Já neste período, a preocupação de se gerar imagens que dialoguem com a linguagem musical começa a se manifestar além do meio por onde circulam conceitos essenciais à linguagem da pintura, e passa a habitar também o meio comercial.

Neste contexto, nota-se que a utilização do cartaz, enquanto estratégia de comunicação, funciona como um catalisador desta expectativa naqueles que pretendem consumir a música.

A vantagem do efeito comunicador do cartaz é que ele não é exibido em contextos demasiadamente específicos. Sua exibição é pública. O espectador capta de uma só vez uma certa impressão a respeito dele. Seus interesses são estimulados e, antes que ele encontre tempo para descobrir se os produtos ou idéias anunciados lhe serão úteis, o espectador já se encontra num “clima” que não é de indiferença⁸.

O *cartaz moderno* aparece na segunda metade do século XIX, em conseqüência dos avanços da litografia em cores, aplicada em outras esferas comerciais. Um dos primeiros artistas a produzir cartazes litográficos coloridos

⁵ McKNIGHT-TRONTZ, J; STEINWEISS, A., 2000. p. 31

⁶ O historiador Philip B. Meggs alega que o *modernismo figurativo* contempla os movimentos Art Déco, Plakatstil e os cartazes produzidos na Europa nos tempos de guerra.

⁷ EDGE, K. 1991. p. 57.

⁸ STEPHENS, R. A. Origins and Evolution. In KAUFFER, E. M. (ORG.) 1924. p.5.

e em grande formato foi Jules Chéret (1819-1932). Seu primeiro cartaz litográfico em cores foi produzido em 1858 para a ópera “*Orphée aux enfers*”, de Jacques Offenbach, e foi um marco para o design de cartazes relacionados à música⁹.

Durante a transição entre o século XIX e XX, o caráter figurativo do cartaz europeu fundamentou-se num entrelaçar das atividades artísticas e industriais, suprimindo a demanda comercial com valores estéticos.

Dentro deste cenário, em que a pintura acadêmica e a produção de cartazes comerciais se entremeavam, surgiram dois dos nomes mais importantes no campo da produção de cartazes; Sir William Nicholson e James Pryde. Ambos exerceram grande influência no trabalho dos artistas comerciais que surgiram em seguida.

Nicholson (1872-1949) era inglês e Pryde (1866-1941) escocês. Ambos decidiram iniciar um trabalho que não estivesse diretamente ligado à pintura acadêmica, produzindo impressos publicitários. No entanto, decidiram adotar pseudônimos para que a atividade de caráter acadêmico não se confundisse com a produção publicitária. Ambos passaram a assinar os trabalhos desta natureza utilizando o pseudônimo Beggarstaff.

O processo de impressão utilizado pelos Beggarstaff oscilava entre a litografia, a xilogravura, e o estêncil. Em muitos trabalhos impressos por xilogravura, cores foram inseridas manualmente após o processo de impressão.

A utilização de um processo ou de outro era sempre determinada, principalmente, pela possibilidade de se gerar imagens legíveis. Além de uma intencional economia de cores e a utilização de planos com cores uniformes, os Beggarstaff trabalhavam com a simplificação da figura representada. Ambos buscavam uma divisão espacial do campo pictórico composta por formas bem delimitadas.

No início do século XX, surgiu na Alemanha um movimento que dava continuidade à abordagem reducionista presente no trabalho dos Beggarstaff. O movimento *Plakatstil* (estilo cartaz) também valorizava o uso de cores uniformes e a sintetização do objeto representado. A principal figura deste

⁹ EDGE, K. 1991. p. 57.

movimento era o alemão Lucian Bernhard (1883-1972). Bernhard fundou a revista *Das Plakat* (O Cartaz) e foi por meio dela que imigrou para os EUA, em 1923. De modo geral, é correto dizer que Lucian Bernhard foi o primeiro a abrir as portas para que a sociedade norte-americana conhecesse as origens dos cartazes modernos na Europa.

Durante a década de 1930, já se ouvia nos Estados Unidos, o termo *Design Gráfico* sendo usado como especificação mais precisa do trabalho realizado no ramo de artes aplicadas. Nesta década, ocorreu, com mais evidência, um processo migratório de artistas comerciais europeus, com destino aos Estados Unidos. Neste grupo, dentre os imigrantes que trabalhavam com cartazes, Joseph Binder se destacava.

Joseph Binder foi para os Estados Unidos em 1934. Lá, ministrou diversos cursos sobre arte e design. A introdução dos cursos de Joseph Binder nos EUA foi documentada e publicada, em 1936, na “American Magazine of Art”, uma publicação da American Federation of Art, em Washington.

De maneira muito resumida, Binder diz, nesta reportagem, que o estilo da época (1936) é primordialmente baseado na construção de formas. Estas formas seriam encontradas, segundo ele, por meio da análise da natureza. Tudo na natureza cresce e, portanto, se desenvolve por meio de uma determinada proporção e estrutura. Finalmente, Binder diz que a representação desta estrutura e desta proporção deve manifestar-se, figurativamente, por meio da redução de detalhes desnecessários, uma vez que é preciso que se crie uma representação distinta e que seja visível à distância.

É neste contexto, da vinda de artistas comerciais europeus para os Estados Unidos, que o jovem Alex Steinweiss se desenvolve enquanto designer gráfico. Em Nova Iorque, Alex Steinweiss foi aluno de Leon Friend, na Abraham Lincoln High School. Leon Friend foi autor de um dos primeiros livros publicados na América do Norte que trataram o design gráfico de maneira didática e histórica¹⁰. Foi nas aulas de Leon Friend que Alex Steinweiss aprendeu a reconhecer os trabalhos de designers tais como A. M. Cassandre, Lucian Bernhard, Joseph Binder, Herbert Bayer, Jean Carlu, Tom Bermino, John Atherton, Lester Beal e E. McKnight Kauffer.

¹⁰ McKNIGHT-TRONTZ, J; STEINWEISS, A., 2000. p. 17.

Ainda antes de se graduar, Steinweiss manifestou sua admiração por seu primeiro ídolo no ramo das artes aplicadas, o ilustrador de livros e imigrante russo Boris Artzybasheff¹¹.

É muito interessante notar aqui o caráter chargístico presente nas ilustrações de Artzybasheff. A charge funciona por meio de um apelo que coloca o objeto representado numa situação de ambiguidade sógnica, em relação a uma ação ou fato, e assim sintetiza o significado da mensagem diante do espectador. Algo semelhante será, posteriormente, trabalhado por Steinweiss em suas próprias representações figurativas, elaboradas para as capas dos álbuns de 78rpm.

Ao se graduar, em 1937, Steinweiss procurou Lucien Bernhard, em busca de um emprego. Alegando que não via a necessidade de contratação de um ajudante, Bernhard indicou que Steinweiss procurasse Joseph Binder. E foi com Binder que Steinweiss aprendeu diversas técnicas para a produção de cartazes¹².

Após três anos trabalhando para Joseph Binder, Steinweiss é indicado para trabalhar como diretor de arte na Columbia Records. Este evento torna-se fundamental pois, desde sua infância, Steinweiss foi muito estimulado a apreciar música.

Após a depressão Norte-Americana da década de 1930, a Columbia Records iniciou um movimento de reestruturação. Steinweiss pôde contribuir principalmente com a implementação de projetos gráficos originais para as embalagens dos discos produzidos a partir de então¹³.

Partindo do cartaz do século XIX e chegando às capas para embalagem de disco de Steinweiss, é necessário que sejam feitas considerações sobre os processos de produção ali envolvidos. Neles, está embutido todo o pensamento que precede a criação.

De modo geral, é correto afirmar que o modo como o designer concebe mentalmente a imagem está intimamente ligado ao processo de impressão. A condição de impressão determina limites, e estes limites caracterizam certos aspectos qualitativos da imagem representada.

¹¹ REGAN, K. 2009. p.29.

¹² Ibidem. p. 19.

¹³ Ibidem. p. 31.

A xilografia, por exemplo, é um processo datado do século XV¹⁴, em que, partindo de uma táboa lisa de madeira, escava-se a superfície em determinados pontos, de modo que os trechos que se mantêm na superfície possam ser entintados. A madeira entintada é, então, pressionada diretamente contra o papel, que recebe a impressão do grafismo gerado pela ação da escavação.

Como a madeira funciona como matriz e a impressão é direta, ou seja, a tinta é transferida diretamente da superfície da matriz para o papel, o gravurista deve conceber, mentalmente, uma imagem invertida em relação àquela que será impressa.

Além disso, existe a questão da cor. Na xilografia, é muito comum que se utilize apenas uma cor impressa.

Portanto, podemos levantar uma hipótese, a partir de um aspecto técnico do processo de produção, que justificaria, por exemplo, o fato de os Beggarstaff colorirem manualmente as suas xilogravuras.

Em 1827, com a evolução das técnicas de impressão e o aperfeiçoamento da litografia, foi desenvolvida a cromolitografia (litografia em cores). Este processo auxiliou a popularidade dos cartazes tanto por parte dos artistas gráficos como por parte do público.

Talvez o maior responsável por esta popularização do pôster litográfico colorido seja Jules Chéret que, aproximadamente 30 anos depois da invenção da cromolitografia, desenvolveu sua própria técnica de impressão de cartazes em múltiplas cores e em grandes formatos. Alguns de seus cartazes mediam mais de dois metros de altura¹⁵.

Chéret reduziu o número de cores, utilizando apenas três ou quatro, mas aumentou o formato dos cartazes litográficos. Estas atitudes descolam o fazer litográfico do campo exclusivamente artístico e coloca-o, conscientemente, a serviço da comunicação. O aumento do campo visual confere imponência à imagem representada, e a seleção das cores agregam um controle do valor qualitativo aplicado à figura. No momento em que se reduz o número de cores, o contraste entre as áreas coloridas e opacas e entre cores quentes e frias, passa a permitir a ação intencional de uma estratégia aplicada sobre o sentido

¹⁴ MEGGS, P. B. 2009. p.91.

¹⁵ HOLLIS, R. 2001, p. 5.

da visão.

O cartaz “*Orphée aux enfers*”, produzido por Jules Chéret em 1858, mencionado anteriormente, media 127 cm de altura por 90 cm de largura e foi impresso em apenas três cores.

Outro exemplo ainda, é o processo de impressão tipográfico (*letterpress*), que foi inventado por Johann Gutenberg, entre 1435 e 1445¹⁶. Mesmo sendo basicamente utilizado para imprimir cópias a partir da composição de tipos móveis, este processo também é capaz de imprimir imagens. O modo de gravação das imagens utilizadas na impressão tipográfica é chamado de autotipia, similigravura, fotogravura, fotozincografia ou zincografia, e foi inventado em 1850, na França, por Charles Gillot¹⁷.

As capas dos álbuns de discos que Alex Steinweiss produziu para a Columbia Records eram impressos pelo processo de impressão tipográfica¹⁸. Este processo, do modo como esteve acessível a Steinweiss, era limitado a três ou quatro cores puras. Nos locais em que algum desenho colorido ou imagem de origem fotográfica apareciam na composição, um clichê era produzido para que cada cor correspondente fosse impressa.

Ao tomar conhecimento de como Alex Steinweiss trabalhava com a impressão tipográfica, percebi que o modo como ele usava a imagem, dentro deste processo de impressão, não era tão usual. Isso porque a imagem produzida a partir de um clichê, por meio do processo de fotogravura, geralmente era usada como uma ilustração, encaixada junto a tipos móveis que formam linhas de texto. Steinweiss utilizava grandes clichês que ocupavam todo o campo visual com um grafismo composto por cores, formas e tipografia (manuscrita ou composta a partir de tipos móveis).

O efeito obtido confere à superfície das capas de álbuns de discos de Steinweiss uma qualidade própria. As poucas cores, utilizadas de maneira uniforme, vibram com intensidade e captam o olhar do consumidor. A eficiência comunicativa é potencializada pelo estímulo da percepção visual. Isso fez com que as capas de Steinweiss fossem definidas como um modelo paradigmático para os futuros bens de consumo gerados pela indústria fonográfica.

¹⁶ CLEETON, G. U.; PITKIN, C. W.; CORNWELL, R. L. 1963. p. 128.

¹⁷ PAULA, A. A. de; NETO, M. C. 1989. p. 41

¹⁸ MARMORSTEIN, G. 2007. p. 334.

Considera-se, portanto, a hipótese de que é possível aproximar Alex Steinweiss de Jules Chéret e dos Beggarstaff. Pois as limitações técnicas, características do processo de impressão utilizado por Alex Steinweiss, poderiam configurar um obstáculo criativo mas, ao contrário, possibilitaram que o processo mental, realizado durante o ato de projetar, agregasse valor ao produto.

Aqui, projetar a imagem é algo muito diferente do que a simples aplicação de uma imagem. Imagens eram utilizadas nas capas de álbuns de discos antes de Steinweiss, mas o diferencial do seu trabalho está no projeto destas imagens e na consciência da finalidade de seu uso. A aplicação, por outro lado, é uma ação deficiente sob o ponto de vista criativo. Ela não considera a especificidade do meio enquanto contexto comunicativo.

Por mais que atribuir uma correspondência semântica e realizar uma ligação entre uma imagem e o disco em si seja um ato consciente, a atribuição permanece pobre em relação ao projeto conceitual, que prevê a finalidade da imagem como pré-requisito para sua criação.

Quando Steinweiss define que a capa de álbum de discos é, ao mesmo tempo, um cartaz poderoso e uma embalagem atrativa, isto se reflete também no aspecto material (físico) do produto. Este pensamento assume a impressão tipográfica enquanto imagem, cuja eficiência estética e comunicativa faz referência ao cartaz.

No livro “Alex Steinweiss: Creator of the Modern Album Cover”, Alex Steinweiss descreve seu processo de produção das capas dos álbuns da Columbia Records. Nesta passagem ele comenta que:

A beleza da música tinha que ser tratada visualmente e os elementos, tais como a cor, a composição, as letras e os detalhes subjetivos, tinham que ser projetados com veemência. Eu, portanto, tratava cada design destas capas como um cartaz em miniatura – capaz, de uma só vez, de sugerir o conteúdo subjetivo da música e de atrair o olhar de um possível comprador. [...] Na minha abordagem sobre o problema do design das capas de disco, eu tento evitar qualquer interpretação direta de valores musicais, uma vez que, acredito eu, nenhum artista tem o direito de interpretar uma forma de arte nos termos de uma outra, e de forçar sua interpretação pessoal sobre um público inocente. Ao invés disso, eu tento, por meio de cores, formas, texturas, e do desenho das letras, projetar o clima da música; ou, talvez, pela simbolização, projetar uma impressão sobre a vida ou perfil do compositor. (REGAN, K., 2009. p. 71)

Quando Steinweiss afirma que projeta o clima de música, acredito que o que esteja em jogo é sua relação sensorial com a música. Algo que aparece aqui como uma possível herança direta da influência de Boris Artzybasheff transparece naquilo que Steinweiss aparenta considerar como símbolo.

Na realidade, para Steinweiss, o “símbolo” deriva da figura de linguagem da metáfora. Isto, porque a impressão sobre a vida ou perfil do compositor é feita pela co-relação entre adjetivos (qualidades atribuídas), manifestados em imagens figurativas.

É possível observar esta concepção metafórica aplicada, por exemplo, na capa do álbum “*Blues by Basie*” (1944). A mão do pianista Count Basie é azul. A palavra “*blue*” se refere à cor da mão, mas faz referência ao gênero musical Blues, tocado por Count Basie neste álbum. A mão toca uma superfície que lembra teclas brancas de um piano, e as letras do nome *Basie* representam as teclas pretas. Um homem está encostado num poste com uma placa indicando a Avenida Lenox. Nesta avenida existia a casa de shows *Savoy Ballroom*. Durante a década de 1930, costumava ocorrer neste local a “Batalha das Bandas”. Nesta “batalha”, a Big Band de Count Basie concorria com as de Benny Goodman e Chick Webb.

As associações feitas por Steinweiss estão embasadas em seus hábitos cotidianos, e em sua vivência pessoal, pois a música já fazia parte de sua vida mesmo antes de se tornar um designer gráfico. Por outro lado, a atividade de projetar imagens exige um raciocínio elaborado e uma associação consciente.

O que parece realmente estar em jogo é esta associação consciente que Steinweiss faz entre a sua impressão pessoal e o repertório do público consumidor. A sua história pessoal possibilita que ele associe idéias do seu conhecimento prévio sobre a vida dos compositores. Mas a forma como seu trabalho cognitivo, na condição de gerador de imagens, possibilita que ele utilize co-relações entre múltiplos adjetivos e múltiplas imagens em uma mesma composição, certamente potencializa o apelo comunicativo das capas dos álbuns de disco.

REFERÊNCIAS

CAVALCANTI, Pedro; CHAGAS, Carmo. *História da Embalagem no Brasil*. 1ed. São Paulo: Grifo, 2006. 253p.

CLEETON, Glen U.; PITKIN, Charles W.; CORNWELL, Raymond L. *General Printing*. 3ed. Saratoga: McKnight and McKnight Publishing Company, 1963. 203

EDGE, Kevin. *The art of selling songs: graphics for the music business 1690-1990*. 1.ed. London: Futures Publications, 1991. 152p.

HOLLIS, Richard. *Design Gráfico: uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2001. 248p.

KAUFFER, E. Mcknight (Org.). *The Art of the Poster: its origin, evolution & purpose*. London: Cecil Palmer, 1924. 190p.

MARMORSTEIN, Gary. *The label: the story of Columbia Records*. 1ed. New York: Thunder's Mouth Press, 2007. 602p.

MEGGS, Philip B. *História do design gráfico*. 1ed. São Paulo: Cosac Naify, 2009. 717p.

McKNIGHT-TRONTZ, Jennifer; STEINWEISS, Alex. *For the record: the life and work of Alex Steinweiss*. 1.ed. New York: Princeton Architectural Press, 2000. 212p.

MILLARD, Andre. *America on record: a history of recorded sound*. 2.ed. New York: Cambrige University Press, 2005. 457p.

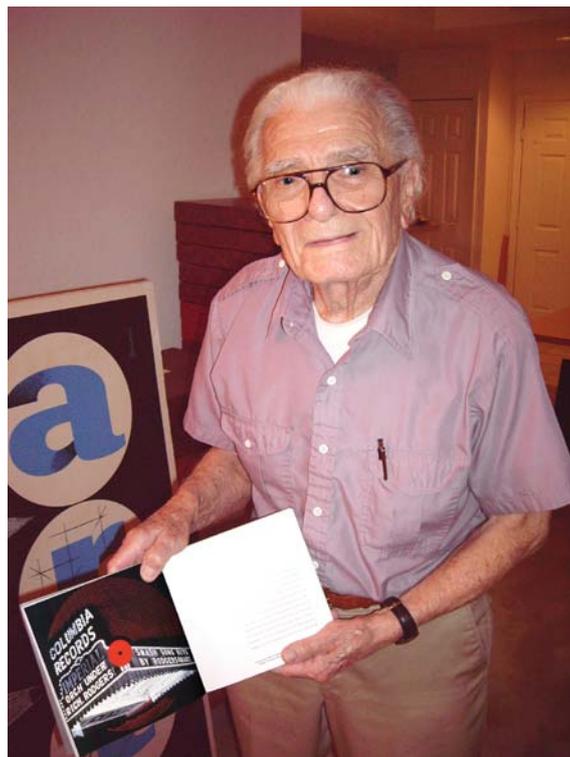
PAULA, Ademar A. de; NETO, Mario Carramillo. *Artes Gráficas no Brasil: registros 1746-1941*. São Paulo: Laserprint, 1989. 168p.

REGAN, Kevin. *Alex Steinweiss: The inventor of the modern album cover*. Los Angeles: Taschen, 2009. 420p.

ANEXOS



Em uma só foto, três momentos da história das embalagens de discos de 78rpm: Na fileira de baixo, álbuns guardados em estantes, como livros. Na fileira do meio, envelopes simples com imagens genéricas. Na fileira superior, as capas de disco de Alex Steinweiss.



Alex Steinweiss segura livro que mostra imagem da primeira capa projetada por ele.



Capa de Alex Steinweiss para o álbum "Blues by Basie". Columbia Records (1944)