

A capa de disco no Brasil: os primeiros anos*

Egeu Laus

Um olhar sobre o design de capa de disco no Brasil em seus primeiros anos terá que passar obrigatoriamente pela questão da implantação da indústria fonográfica no Brasil e das suas relações com a cultura de massa e a indústria do entretenimento, um assunto que só agora no final dos anos 1990 começa a ser alvo de estudos acadêmicos, embora o disco exista no Brasil efetivamente desde 1902 e a primeira fábrica no Brasil tenha sido ativada em 1913.

Ainda na falta desses subsídios e sem nenhuma intenção de maiores aprofundamentos, um breve relato sobre as origens da música gravada se faz necessário para situarmos o contexto em que passa a existir a capa de disco no Brasil, entendida como a embalagem informativa e personalizada que contém o produto fonográfico, no início do século chamado de 'chapa' e posteriormente conhecido popularmente como disco. Como capa personalizada entende-se aquela que aborda e remete ao conteúdo específico daquele disco e não uma capa standard com informações gerais sobre a gravadora ou outros produtos, como foi praxe por quase cinquenta anos.

Capa padrão para
discos 78 rpm.



Este texto faz parte de um livro sobre o mesmo tema que está sendo preparado pelo autor, a ser lançado em breve. Todas as capas aqui reproduzidas integram a coleção pessoal do autor.

A pré-história

Após as batalhas da primeira década do século, que envolviam disputas de patentes e mercados com aparelhos variados para tocar cilindros, rolos e pianolas, chapas gravadas de um só lado e dos dois lados, com vários formatos e rotações, uma companhia fonográfica se destaca no mercado europeu: a International Talking Machine GmbH, com sede em Berlim. Sua liderança fora conquistada basicamente por dois fatores: o lançamento em 1904,

protegido por numerosas patentes, da chapa gravada dos dois lados, portanto com duas músicas, o chamado 'disco duplo', com preços sem competição no mercado e, mais importante que isso, sua política agressiva de expansão internacional. Suas bases operacionais, além da Europa, Oriente Médio e norte da África, alcançavam a Índia, a Rússia imperial e a China.

O esquema era o mesmo em todos os países: representantes viajavam pelo mundo estabelecendo agentes locais que firmavam contratos com músicos, cantores e compositores para a gravação de discos. Um técnico de som da companhia era então requisitado para realizar as gravações no próprio país, sendo enviadas em seguida à Alemanha, onde após terem sido processadas e prensadas na quantidade inicial acordada com o agente, eram 're-exportadas' ao país de origem. No Brasil aconteceria o mesmo, em toda a década inicial do século, através de profícuo relacionamento com Fred Figner e sua Casa Edison.

A Fábrica Odeon

Sentindo a recessão do mercado europeu, já com os sinais da Primeira Guerra Mundial, a International Talking Machine fecha contrato com Fred Figner e a Casa Edison (cujos acordos comerciais já vinham de 1901) para a construção da primeira fábrica de porte na América do Sul, a qual começa a funcionar em 1913 no Rio de Janeiro, no bairro de Vila Isabel. A International Talking Machine tinha em sua origem capital majoritário francês e acabou mantendo a denominação, como selo principal, de Disques Odeon, uma homenagem ao famoso teatro parisiense. Utilizando como elemento gráfico um templo com domo e colunas (uma representação do que seria o odeon grego, local onde se reuniam os atenienses para ouvir poesia e música) o símbolo se constituiu por várias décadas – ao lado do cachorrinho



da Victor – num dos mais fortes ícones da indústria fonográfica. No Brasil seria justamente com esse nome, Fábrica Odeon, que passaria a funcionar aquela que veio a ser a maior produtora de discos desde 1913 até o final da década de 1920, embora fábricas de pequeno porte tenham surgido nesse meio tempo.

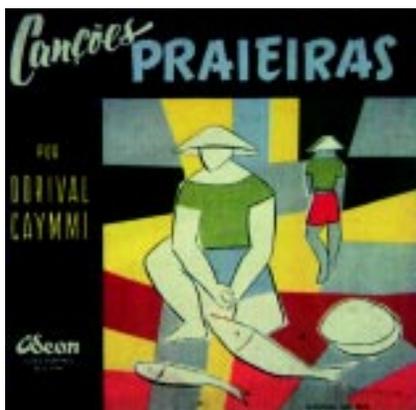
O potencial do mercado brasileiro, já demonstrado em anos anteriores, vai se mostrar extremamente lucrativo. A produção crescia a cada ano e se na Europa a indústria fonográfica se encontra virtualmente paralisada, em virtude do esforço da guerra recente, será das Américas que partirá uma onda de modismos ligados à dança e à música sem precedentes na história. Com os anos 1920 chegam os tempos do rag-time, do fox-trot, do paso doble, do charleston, criados no continente e levados para Paris, que atuava como centro irradiador. Dali, com o apoio dos jornais e revistas, circulam pelo mundo através dos discos. No Brasil a música popular gravada assume proporções incomparáveis até então com destaque para a música instrumental. Fazem sucesso em disco, entre outros, Ernesto Nazareth, Chiquinha Gonzaga e a Banda do Corpo de Bombeiros (gravando desde o início do século), além de uma infinidade de grupos de choro, bandas e posteriormente *jazz-bands* sob a influência dos ritmos norte-americanos. A Fábrica Odeon, com uma estrutura industrial sólida, uma capacidade de produção de cerca de 125 mil discos mensais e uma equipe de mais de 150 operários, funcionava sozinha, prensando discos nos vários formatos utilizados na época: de dez, de 12 e alguns de 14 polegadas de diâmetro, na velocidade nem sempre constante de 76 e 3/4 rpm. Os pesquisadores calculam que cerca de sete mil músicas tenham sido lançadas no período da gravação mecânica no Brasil.

A gravação elétrica

A técnica de gravação acústica ou mecânica, com necessidade de grande volume de voz dos cantores, seria utilizada até 1925 nos EUA quando se dá uma grande revolução fonográfica com a chegada do sistema eletromagnético de gravação, registrado pela Victor, que também apresenta, com grande promoção na imprensa, uma nova versão do aparelho toca-discos da marca Victrola, a *Orthophonic Victrola* com melhorias sensíveis nos graves e agudos e na qualidade geral do som. Lançada no início do século (os registros no Brasil indicam 1906), a Victrola tornou-se sinônimo de qualquer toca-discos (as vitrolas e vitrolinhas das décadas de 1950 e início de 1960).

Chegando ao Brasil em 1927, o novo sistema operou milagres. Em vista da

Canções praieiras de Dorival Caymmi, quarto LP nacional lançado pela Odeon. Edição de 1954 com ilustração do próprio Caymmi.

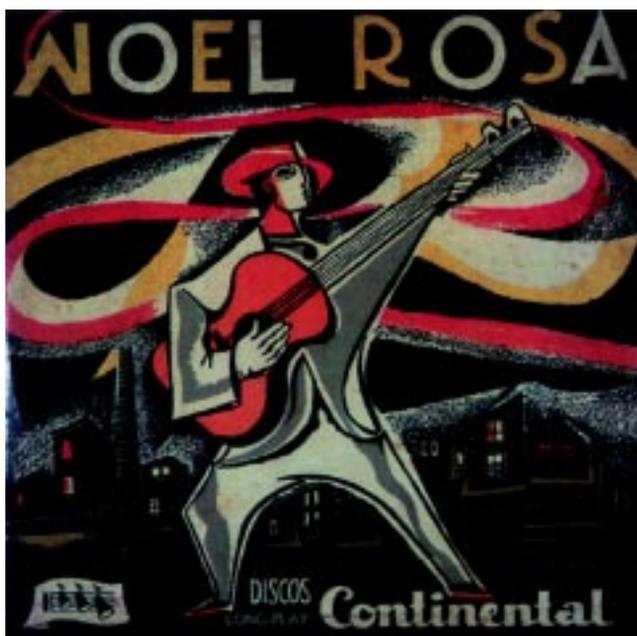


Capa de LP 10" da Sinter com a cantora Neuza Maria. Foi o centésimo LP da companhia e traz a curiosidade de estampar o preço na capa.

Lançado em 1956, tem foto de Diler e design de Ronald (Ronaldo Silveira) utilizando uma fotomontagem, termo e recurso típicos da época.



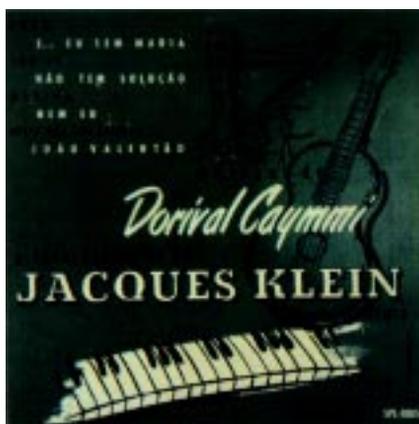
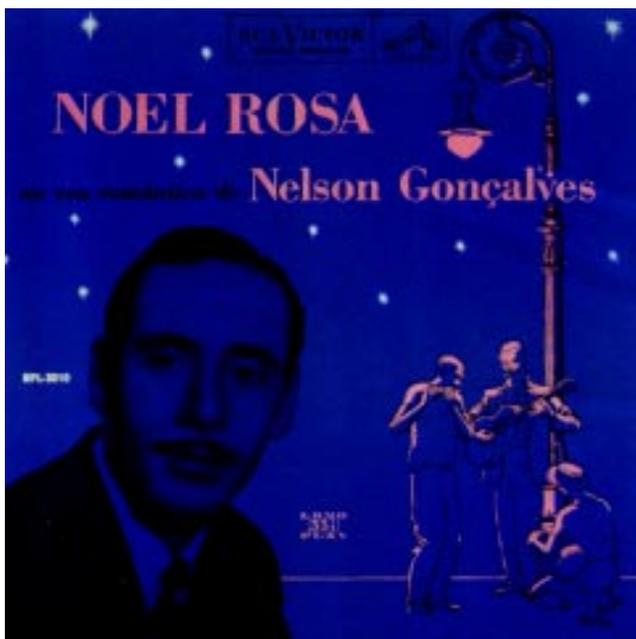
Ilustração de Di Cavalcanti para LP da Continental com músicas de Noel cantadas por Aracy de Almeida. Lançado inicialmente em novembro de 1950, como álbum de quatro discos em 78rpm, tinha ilustração interna de Augusto Rodrigues (datada de 1947). A ilustração de Di foi aproveitada para a capa deste 10" de 1955, apenas acrescentando as palavras *long-play*.



Noel Rosa na voz de Nelson Gonçalves. Capa da RCA-Victor com uma segura utilização de foto, lettering e desenho, com a cor compondo a luz da ilustração

e os títulos. Descontado o bigodinho de Nelson, uma capa que poderia ser produzida hoje sem comprometer. Foto e design de autores desconhecidos.

LP 10" da Sinter com músicas de Dorival Caymmi interpretadas ao piano por Jacques Klein. A capa teve duas versões, ambas ilustradas por Paulo Brèves. A segunda versão tem um fundo padrão texturado utilizado pelos discos norte-americanos da Capitol, da qual a Sinter era representante.





Uma ilustração fantástica de autor desconhecido para um disco de sucessos de gafieira com Gadé ao piano e Walfrido Silva na bateria, para a Musidisc. Atentem para o detalhe do vestido que faria inveja à Op Art dos anos 1960. A inspiração talvez tenha vindo deste outro LP da Musidisc, também de gafieira, utilizando fotos sobre planos de cor, num estilo bem característico da época. O design é de Joselito e a foto, de Mafra. A modelo, Vera Regina, era uma sambista (que hoje conhecemos como passista) popular na época.

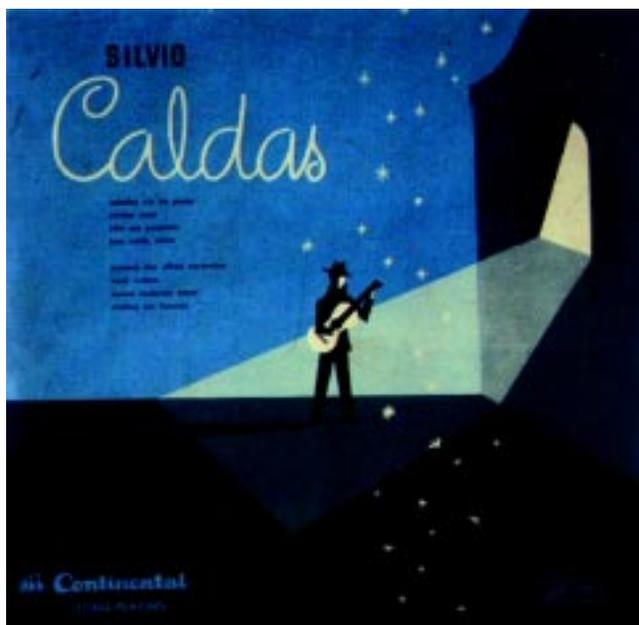


Terceiro LP lançado pela Continental, apresentando Severino Araújo e sua Orquestra Tabajara. Capa de Páez Torres, utilizando ilustração, foto e lettering, e uma raridade para a época: o emprego de cor especial (spot color) prata como fundo da foto, no logo da gravadora e nas notas musicais.

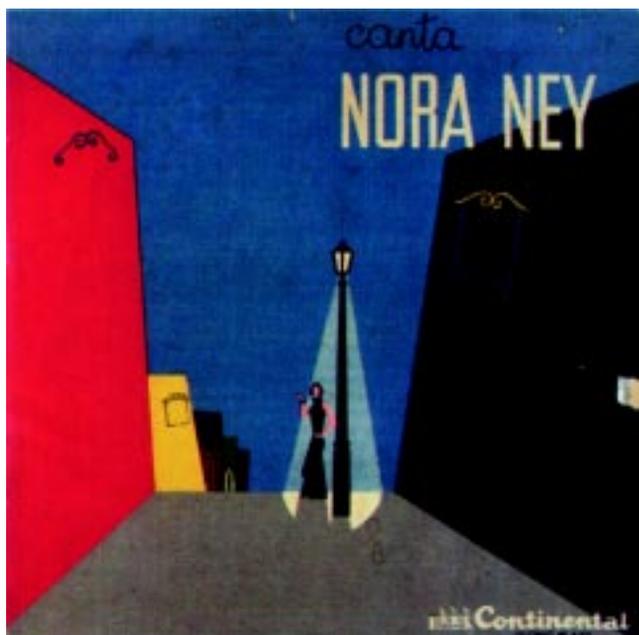


Na batida do samba com Risadinha. LP 10" gravado em 1956 para a Continental, com capa de Páez Torres, seguida de outra, no mesmo estilo, de uma compilação de sucessos para dançar.

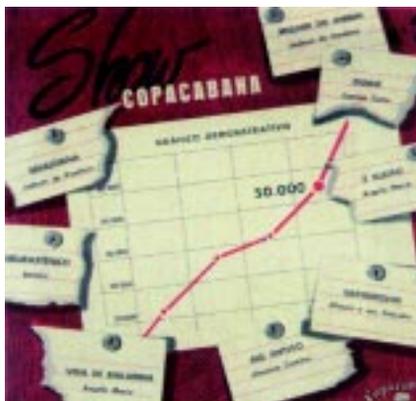




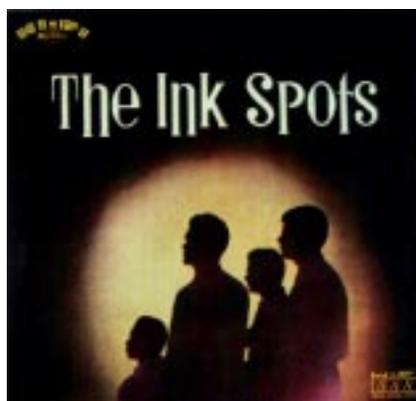
Num estilo totalmente autoral, dois outros trabalhos do argentino Páez Torres, em discos de Silvio Caldas e Nora Ney, ambos para a Continental.



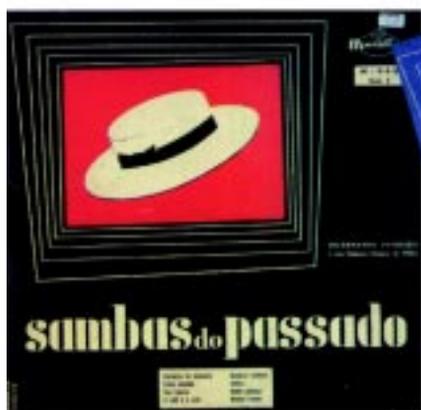
Compilação de sucessos da Copacabana, já demonstrando na própria capa uma preocupação mercadológica. As músicas foram selecionadas entre aquelas que tinham vendido mais de 50 mil cópias em 78rpm.



Da Musidisc, para o grupo vocal norte-americano Ink Spots, uma das primeiras capas produzidas em estúdio fotográfico no Brasil por Joselito com foto de Mafra. Na contracapa o crédito aponta Studio Musidisc mas é provável que a foto



Duas capas com toscos desenhos de Joselito para os dois volumes de *Sambas do passado* com Dilermando Pinheiro para a Musidisc.





Jograis de São Paulo pela Gravadora Festa, com ilustração de Darcy Penteado, datado 1956. A Festa, dirigida por Irineu Garcia, foi a primeira gravadora com alto nível de qualidade tanto no seu repertório quanto no cuidado de seus projetos gráficos. Hoje seria considerada uma gravadora 'independente'.

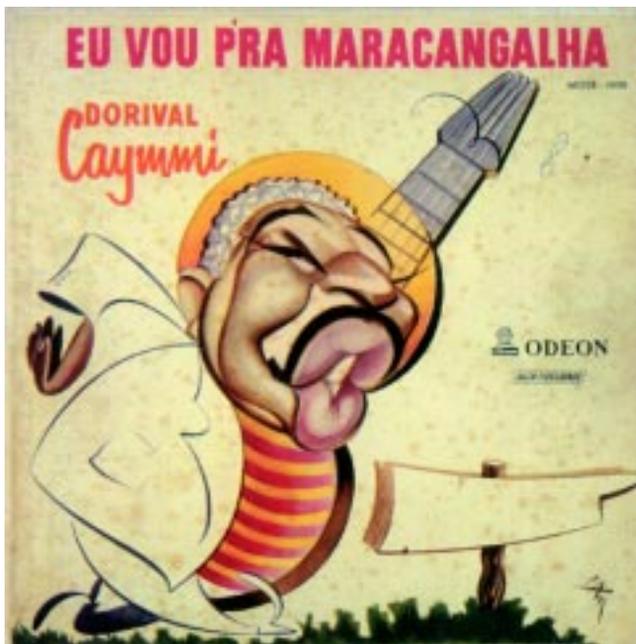


A artista plástica Lygia Clark produziu essa capa para o disco de *Poesias* de Gilberto Amado e Rosalina Coelho Lisboa, também da gravadora Festa. Note-se a tentativa de integrar o logotipo da gravadora no projeto gráfico. Somente no final da década de 1970 as marcas seriam retiradas das capas, mantendo-se somente na contracapa.

Para a Odeon, num disco da pianista Carolina Cardoso de Menezes, trabalho representativo da

época utilizando foto, desenho e lettering. O designer (desconhecido) utilizou o título

do disco para sugerir o suporte da tampa do piano de cauda.



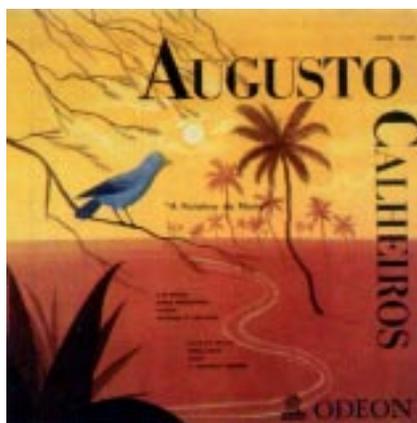
Já na fase das capas 'fotográficas', o disco de Ribamar e seu piano para a Columbia. Atentem para a péssima qualidade da reprodução da imagem, com contrastes estourando e magentas carregados.

Uma expressiva ilustração de Lan para o disco de Caymmi, *Eu vou pra*

Maracangalha. Na contracapa ficamos sabendo que, na compra do LP,

ganhava-se uma garrafinha de Ron Merino autografada pelo artista.

Também para a Odeon em 1956, num disco do cantor Augusto Calheiros – “a Patativa do Norte” – uma ilustração de autor desconhecido, com utilização vertical do lettering, pouco usual naquele período.



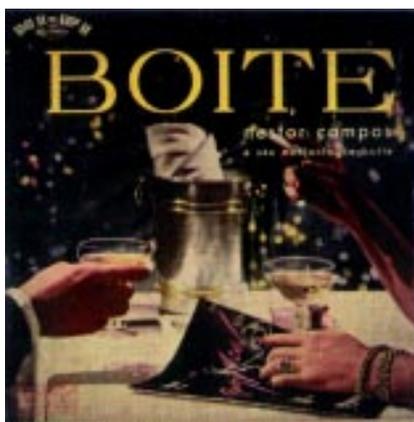
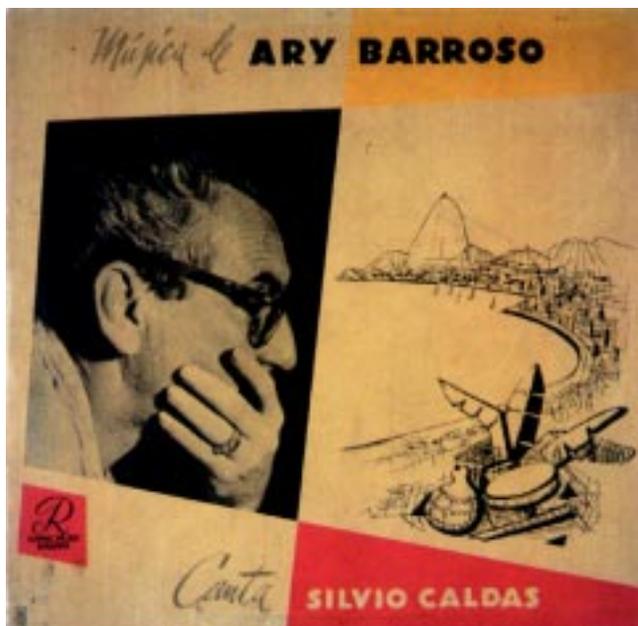


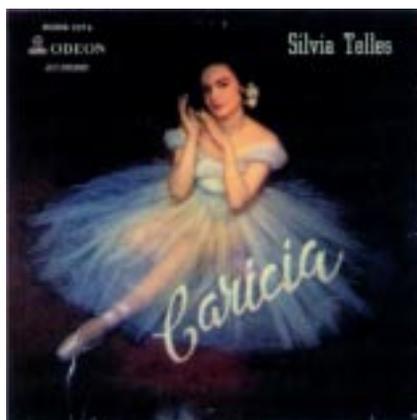
Foto produzida por Avila com a modelo Libera Meis para disco de Waldyr Calmon pela Copacabana. Estilo bastante usual para discos ditos românticos de música instrumental, conforme o padrão norte-americano da época.

À direita, outra capa de Joselito com foto produzida por Mafra. Sobre a mesa o programa da revista musical *Banzo aiê!* de Carlos Machado.



Utilizando lettering, foto e ilustração, um belo trabalho de Mauro nesse disco de

Silvio Caldas cantando Ary Barroso para a gravadora Rádío.



LP de Silvia Telles para a Odeon em 1957. A 'produção' fotográfica utilizou os trajes da própria Silvinha que realmente estudava balé. Na contracapa aparece um desenho de Cesar G. Vilella datado de 1956.

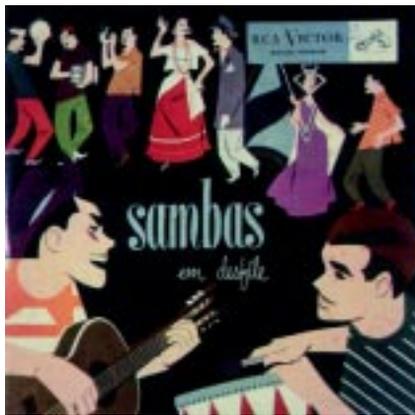
Foto e ilustração em aerógrafo para capa de disco de Carmen Miranda de 1955, lançado pela Odeon, autor desconhecido.



Carnaval do meu tempo, disco do selo Polydor, que pertencia à Siemens do Brasil. A ilustração está assinada F.K.



Sambas em desfile, da RCA Victor, com uma bela ilustração de autor desconhecido.

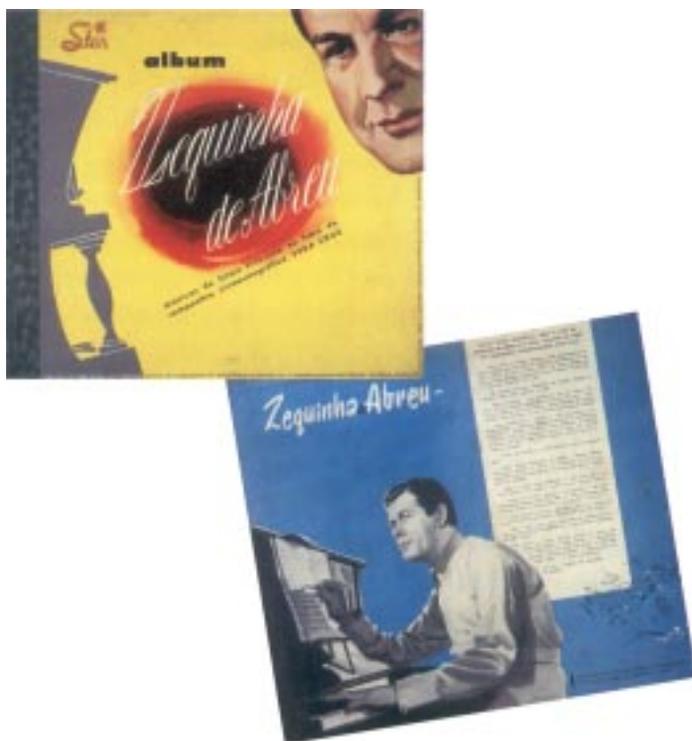


Outra foto em monotone em disco da gravadora Todamérica com a Escola de Samba Acadêmicos do Salgueiro, lançado em 1956. Em primeiro plano a hoje 'tia' Paula do Salgueiro.



maior sensibilidade dos aparelhos de registro sonoro, a performance de grupos instrumentais e orquestras passa a ter uma melhor qualidade e fidelidade de reprodução, mas é na música cantada que se processará a maior transformação. Surge uma nova vaga de cantores com uma interpretação mais natural, sem necessidade de altos volumes vocais. Se no período anterior a grande maioria da música gravada era instrumental, a partir da fase elétrica a música cantada reinará quase absoluta. O primeiro cantor popular a utilizar essa nova técnica é Francisco Alves, que já em 1928 grava 141 discos num total de 282 músicas, façanha que equivaleria hoje ao lançamento de vinte CDs num só ano!

Pouco a pouco se estabiliza o formato de dez polegadas nos discos para a



tsileiros mereceram
e formato
rsonalizado.
álbuns continham
s ou quatro discos.
e foi lançado logo
pois do sucesso do
ne *Tico-Tico no
lá*, estrelado por
selmo Duarte,
e contava a vida
compositor
quinha de Abreu.

música popular, na velocidade de 78 rpm. Ao lado de Francisco Alves e de Vicente Celestino, os compositores e cantores de marchinhas e de samba (ainda sob a influência do maxixe mas já depois do sucesso de 'Pelo Telefone' em 1917) começam a ocupar espaço, principalmente com a presença de Sinhô. A

valsa brasileira e o choro se destacam com as figuras de Américo Jacomino (Canhoto), Zequinha de Abreu, Pixinguinha e outros.

Em 1927 é lançado nos EUA *O cantor de jazz* com Al Jolson, primeiro longa-metragem sonoro, tornando-se o cinema um grande veículo de divulgação musical. No Brasil, o rádio, lançado nas festas do Centenário da Independência em 1922, começa a atingir novos espaços e deslancha definitivamente a partir de 1932 quando é liberada a publicidade comercial (na proporção de 10% da programação) em todas as emissoras por decreto de Getúlio Vargas. Em 1928 começa a produzir no Brasil a Parlophon, segundo selo a gravar pelo processo elétrico, com sede em São Paulo, embora fosse, na verdade, subsidiária do mesmo grupo internacional da Odeon. Também aparece a gravadora Brunswick, que permanecerá poucos anos.

Columbia e Victor trazem suas fábricas

Em 1929 chegam ao Brasil as fábricas das duas maiores companhias norte-americanas do disco naquela época: a Columbia e a RCA-Victor. A RCA-Victor aparece com a fusão, naquele ano, da Radio Corporation of America e a Victor Talking Machine Co., esta última fundada em 1901 e estabelecida no mercado brasileiro desde os primeiros anos, com gravações brasileiras em discos Victor a partir de 1908. A Columbia Phonograph Corporation retornava ao Brasil depois da sua primeira estada entre 1908 e 1917. Essas duas empresas, renhidas concorrentes, investirão pesadamente na pesquisa de novas tecnologias aplicadas ao disco e serão responsáveis pela introdução do LP (*long-playing*) já no final dos anos 1940. É a RCA-Victor, aliás, que em 1931, tendo desenvolvido a tecnologia de microsulcos, apresenta um disco com a rotação de 33 e 1/3 para 'profissionais', com o nome comercial de Victrolac, criando o precursor do *long-playing*. Vários fatores, no entanto, concorrem para que o produto não chegue ao mercado, ainda pouco preparado para a inovação. Um deles teria sido a falta de um *player* apropriado: os existentes possuíam cápsulas de peso excessivo e agulhas imperfeitas que danificavam irremediavelmente o disco em poucas audições.

Neste início dos anos 1930 serão definidos os caminhos da indústria fonográfica no Brasil. Depois da saída da Parlophon e da Brunswick, serão três as empresas que dominarão o mercado até os anos 1950 e que permanecem atuando até hoje. A Odeon, hoje EMI Music; a RCA-Victor, hoje BMG Brasil; e a Columbia, que transforma-se em CBS (Columbia Broadcasting System) em

1938 e é comprada pela Sony Corporation em 1987.

Eis aí um esquemático e superficial panorama geral sobre o assunto até o início dos anos 1930. Os interessados em pesquisar mais profundamente a indústria fonográfica no Brasil têm um vasto campo pela frente. Selos, marcas e companhias como Columbia Phonograph, Victor Record, Favorite Record, Grand Record Brazil, Discos Phoenix, Discos Gaúcho, Casa Faulhaber, Disco Fonotipia, Discos Popular e Jurity da Fábrica Popular (do marido de Chiquinha Gonzaga) são alguns nomes com quais os pesquisadores se deparam. Brigas, batalhas judiciais, reservas de mercado, contratos, fusões, compras e divisões de território serão assuntos constantes na pauta das pesquisas.

A época de ouro da música brasileira

O ano de 1929 é considerado no Brasil como o marco inicial da chamada época de ouro da música popular brasileira (que se estenderia até 1945). Pode-se dizer que os padrões assumidos para a produção musical nacional – mantidos até hoje – se estabelecem no período que se inicia após a crise mundial de 1929. Alguns fatores foram determinantes para esse momento: a crise gerada pela queda nos preços internacionais do café, ocasionando uma contração da renda nacional e a desvalorização da nossa moeda, reduz sensivelmente a procura por produtos importados. Isso faz com que o consumo se volte para o mercado interno. O momento torna-se propício à instalação de novas indústrias no Brasil, fato que o próprio governo Vargas não somente percebeu como estimulou através de incentivos à industrialização. O esforço conjunto de intelectuais e do Estado, utilizando a música como fator de integração e identidade nacionais, também contribuirá para esse quadro favorável. Mais que isso, a própria identidade popular nacional, cujo símbolo maior passa a ser a música, ‘como na França é a cozinha’, tem ali lançadas suas bases. A conjugação do cinema falado (o ciclo da comédia musical), da gravação elétrica, da fabricação e venda maciça dos fonógrafos e o advento do rádio comercial formam, sem dúvida, a base tecnológica com a qual vão se juntar a excepcional renovação do repertório de música urbana com a chegada do samba e o surgimento de uma legião de cantores e compositores como nunca houve igual na música brasileira. Nesse momento, na entrada dos anos 1930, já podemos começar a olhar para o disco com a visão do designer gráfico.

E... as capas?

Embora não se tenha absoluta certeza, os indícios sugerem que os discos fabricados no exterior para a Casa Edison vinham embalados em caixas de papelão com um papel intercalado, sem nenhuma embalagem individual. Estas eram então produzidas e impressas aqui no Brasil usando um papel pardo semelhante ao kraft, com gramatura fina, em formato de envelope quadrado com abertura num dos lados. Houve tentativas, aqui e no exterior, de se introduzir uma aba dobrável na abertura do envelope para melhor proteção do disco, mas o manuseio demonstrou que ela se esfacelava rapidamente. Um círculo central vazado nos dois lados, no diâmetro dos rótulos, permitia ler a informação impressa nos mesmos, referente a cada faixa do disco. Nesses rótulos, as informações, numa tipografia comum de texto corrido, serifada ou bastão, quase sempre abaixo do corpo 14, indicavam nome do artista, nome das músicas, autores, o estilo musical e alguma informação complementar além do número de catálogo de cada disco. Geralmente, a parte superior do rótulo era completamente tomada pela logomarca da casa gravadora, que somada à cor plana do fundo identificava as séries dos discos bem como as companhias fonográficas. É famosa a série *Red Seal* da Victor norte-americana, com valor inestimável para os colecionadores, e no Brasil é muito representativa a da Fábrica Odeon com fundo azul e logo e textos impressos em tinta prata. As gravadoras se esforçaram para tornar os rótulos atrativos e, a exemplo do que acontecia com os selos estrangeiros como a Decca francesa, a Todamérica chegou a utilizar a foto dos artistas impressa no próprio rótulo.

No envelope standard se apregoavam as virtudes dos discos produzidos pelas companhias e também se aproveitava para promover os equipamentos para a sua reprodução como, por exemplo, os envelopes dos discos Victor que recomendavam somente a utilização da Victrola para melhor qualidade sonora. Não se deve esquecer que, nesse início, os discos eram vendidos apenas pela casa gravadora. Mais adiante, outras lojas irão revender os discos e passam então a imprimir seus próprios envelopes, substituindo os originais e aproveitando para anunciar outros produtos. Para o consumidor, esses envelopes não tinham nenhum interesse, servindo apenas e tão somente para proteger os discos quando não eram acondicionados em álbuns.

Os álbuns

Por influência da música de concerto, que exigia vários discos para reprodução das obras orquestrais, aparecem os álbuns para guardar os discos e organizar a discoteca. Aliás, a tradição norte-americana de utilizar a palavra *album* para os LPs, até a chegada do CD, tem sua origem nesse fato. Os álbuns de discos eram em muito semelhantes aos álbuns fotográficos (de onde tiraram o nome), com capa de material em tecido encerado imitando couro e várias divisões internas contendo cerca de seis a 12 envelopes. Trabalhadas pelos encadernadores, recebiam estampas prateadas e douradas, com o nome dos proprietários, autores musicais, ou numeração, no rosto e nas lombadas. Algumas, mais sofisticadas, já vinham com elementos e molduras em relevo. Evidentemente, esses álbuns eram comprados vazios, não tendo inicialmente nenhuma relação direta com a produção fonográfica.

No exterior, no caso dos discos de nomes de prestígio na música de concerto, e principalmente no caso das óperas, esses álbuns seriam personalizados, saindo direto da gravadora com logotipos estampados na capa e lombada e mais textos e fotos sobre o conteúdo impressos em páginas no interior, às vezes somente nas contracapas internas e, em alguns casos, constituindo os libretos, cuja nomenclatura será retomada com o CD. Um pouco mais tarde, nos EUA, a capa personalizada com uma lâmina impressa chegaria aos álbuns de música popular.

O envelope com um buraco no meio

Voltando à embalagem individual de cada disco, é bastante claro que o envelope vazado circularmente no centro era o projeto ideal. Com apenas uma música de cada lado, o comprador tinha acesso imediato a todas as informações de que necessitava. Numa sociedade em que o apelo visual ainda não tinha a força que hoje tem, o que interessava era somente a identificação da música ali contida. Com uma oferta de títulos relativamente restrita, era quase certo já haver escutado aquele disco em alguma ocasião. Com a chegada do rádio isso se torna mais óbvio, e embora as emissoras priorizassem a execução do lado A (geralmente a música de maior sucesso), uma audição do lado B era rapidamente efetuada pelo comprador, caso sentisse necessidade, pois as faixas, naquela época, não excediam nunca a três minutos. As lojas mantinham várias cabines de audição para os clientes, costume que se manteve até recentemente.

Com o tempo, os envelopes, normalmente só com textos tipográficos, passam a apresentar ilustrações e vinhetas, mantendo no entanto uma constante

que perdurará para os discos 78 rpm até a sua extinção em 1964: papel sem branqueamento, tipo kraft, de qualidade inferior, com impressão em preto ou tinta especial (*spot color*), usualmente em uma cor e no máximo em duas. Pode-se dizer que somente a partir de meados dos anos 1940, provavelmente, tem início a utilização de fotografias (a uma cor) nos envelopes. Elas aparecem no momento em que os envelopes passam a divulgar o repertório em catálogo dos artistas: quando o sucesso ou o volume de títulos em catálogo justificava, uma foto do artista encabeçava essa relação. Ainda não era uma capa personalizada, visto que os envelopes eram intercambiáveis, podendo o disco de um Francisco Alves ser vendido com a relação do repertório de um Orlando Silva, por exemplo.

Nesse momento aparecem envelopes que exigirão das fábricas um trabalho de embalagem direcionado: são os que anunciam os discos de carnaval. Criando uma capa padrão com ilustração e texto único para todos os discos de carnaval do ano de 1945, a RCA Victor já se aproxima, com essas 'capas temáticas', do tipo de capa de disco que dominará o mercado alguns anos mais tarde.

Enfim, uma capa!

Minhas pesquisas, no momento, apontam o ano de 1946 como o do lançamento de discos com as primeiras capas personalizadas realizadas no Brasil. Curiosamente, trata-se de discos para o público infantil, lançados pela Gravadora Continental. Guiado por depoimento de Braguinha e de posse de algumas das capas da série infantil (com prefixo DI), consultei os raros catálogos da época e verifiquei que, ao contrário de todos os discos de música popular, neles não aparecem as datas de lançamento ou gravação. Por aproximação e comparação, utilizando os números de matriz gravados na própria cera do disco, foi possível desvendar a data do mais antigo deles, 'Branca de Neve', em 1946. No entanto esses discos, segundo depoimentos, foram reprensados várias vezes, talvez com novas matrizes e, na falta de provas mais sólidas, fica difícil precisar se houve, no mesmo ano, outros lançamentos, ou mesmo se 'Branca de Neve' é de algum ano anterior (o que é pouco provável). De qualquer maneira a série infantil da Continental (fundada em 1943), construída em torno da liderança de Braguinha, então diretor musical da gravadora, teve vida longa. Começa com 'Branca de Neve', com as versões de Braguinha cantadas por Dalva de Oliveira e Carlos Galhardo, os mesmos que dublaram o filme original de Disney em 1938, e apresenta vários títulos, entre eles 'A Formiguinha e a Neve', música de Bra-

guinha com orquestrações de Radamés Gnattali, 'O Chapeuzinho vermelho' (com desenho de capa de Alceu), 'A gata borralheira', além de 'História da batinha' (de 1949), 'Cantigas de roda' (de 1950, com desenho de Di Cavalcanti), 'Os quatro heróis', com música de Braguinha, e muitos outros. A série fez tanto sucesso que permanece viva até hoje, lançada primeiro em vinil colorido (outra idéia de Braguinha, para uma rápida identificação pelas crianças) nos populares Disquinhos do final dos anos 1950 e chegando recentemente até o CD.

Os álbuns de 78 rpm com capa

Embora a pesquisa continue tentando localizar, entre os anos de 1945 e 1950, outros discos que tenham tido capa personalizada, os indícios fazem supor que somente em 1950 as condições favoreceriam o lançamento de produtos dessa natureza. Seguindo a tendência dos álbuns importados, algumas gravadoras preparam álbuns de três ou quatro discos com artistas de sucesso e com vendagem garantida. Neles, sobre a capa standard em cartão rígido do álbum, era colada uma lâmina impressa com tudo o que caracteriza uma capa de disco: fotos, desenhos, nome do artista, título do disco, logo da gravadora etc. Um deles, no selo Capitol, traz as melodias do filme *Somos dois*, estrelado por Dick Farney, com composições de Klecius Caldas. O design faz um mix de tipografia, ilustrações e foto do rosto de Dick Farney, seguindo a linha dos cartazes de cinema da época. Outro álbum *Mário Reis apresenta músicas de Sinhô*, também de 1950, usa desenho de instrumentos e notas musicais estilizadas compondo com a tipografia sobre fundo geral preto. O mais admirável deles é um álbum com músicas de Noel Rosa cantadas por Aracy de Almeida, que traz na capa um belo (e completamente atual) desenho de Di Cavalcanti, tendo no interior desenho a traço de Augusto Rodrigues datado de 1947.

Colecionadores afirmam que poucos álbuns de 78 rpm foram lançados. Os nomes levantados até agora, além dos já citados, são os de Luiz Gonzaga, Carlos Galhardo, Jacob do Bandolim e Zequinha de Abreu.

Surge o long-playing e a capa de disco como conhecemos

Lançado nos EUA em 1948 pela Columbia, o primeiro *long-playing* utilizando a velocidade de 33 e 1/3 rotações, uma antiga aspiração dos apreciadores da música de concerto que sofriam com oito, dez ou mais interrupções na audição das obras, só chegaria ao Brasil em 1951. As condições que permitem a chegada do LP no Brasil são extremamente interessantes para o trabalho do pesquisador

que resolver se debruçar sobre o assunto. Uma constatação, porém, será feita de imediato: a existência do LP só acontece em virtude do desenvolvimento tecnológico do pós-Guerra, principalmente nos derivados do petróleo. No disco propriamente dito, é a utilização de uma matéria-prima fundamental que tornará isso possível: o vinil, lançado inicialmente com o nome comercial de vinilite. Na verdade o vinil foi criado no final da década de 1920, permanecendo mais como uma curiosidade de laboratório até os anos 1930, quando teve a sua primeira aplicação comercial. Com a escassez da borracha natural na Segunda Guerra, o vinil substituiu-a em vários produtos utilizados pelas Forças Armadas norte-americanas.

Fundada em 1945 com o nome de Sociedade Inter-Americana de Representações, a gravadora Sinter obtém a representação para importação dos discos Capitol em 1948 e lança suas primeiras produções em 1950, quando inaugura a sua própria fábrica. Seu primeiro LP e primeiro do Brasil lançado no início de 1951, com uma compilação de músicas para o carnaval, tornou o Brasil o quarto país a editar um LP, depois dos EUA, da Inglaterra e da França. A escassez de toca-discos que reproduzisse na velocidade de 33 rotações era tal que levou um cronista da época, noticiando o lançamento do primeiro LP, a comentar em tom de brincadeira que o dito disco só poderia ser ouvido pelo dono da gravadora, Alberto Pittigliani, e mais Dick Farney e Jorginho Guinle, os únicos felizes possuidores da 'vitrola' adequada. Descontando-se o exagero, o mercado devia ser mesmo muito pequeno, pois somente no ano seguinte a Sinter lançaria seu segundo LP; a Odeon, a maior companhia na época, só ousaria seu primeiro lançamento em 1953.

Os primeiros LPs para música popular tinham o diâmetro de dez polegadas (25 cm) e continham quatro faixas de cada lado, enquanto na música de concerto se mantinha a dimensão de 12 polegadas, seguindo os padrões que já eram do disco em 78 rpm (10" para popular e 12" para clássicos). Minha pesquisa comprovou que o tamanho de dez polegadas para a música popular foi mantido no Brasil até 1958, contradizendo afirmações aceitas até hoje que indicam o ano de 1957 como limite para o formato. Nos primeiros anos, os lançamentos em LP foram esparsos, pelos mesmos motivos que atrasaram a produção dos CDs recentemente: a falta de *players* específicos formando um mercado consumidor que justificasse tiragens economicamente viáveis. Entre outros, dois fatores interligados irão concorrer poderosamente para o LP deslançar: o aparecimento de toca-discos portáteis baratos, utilizando aqueles novos plásticos

desenvolvidos no pós-Guerra, e o surgimento de um novo público comprador que revolucionaria todo o mercado consumidor daí para a frente: os jovens.

Os primeiros designers de capas de discos

Com o *long-playing* surge um novo mercado para as artes gráficas no Brasil e também uma questão para as gravadoras: onde buscar profissionais para produzir as capas? Embora ainda não tenha aprofundado essa questão, tudo indica que a grande maioria deles parece ter vindo das agências de propaganda. As empresas de publicidade já estavam instaladas no Brasil desde muito tempo: a Thompson chega em 1930, a Standard Propaganda em 1933, a McCann-Erikson em 1935 e a Interamericana é fundada em 1938. Em 1950, praticamente todos os grupos internacionais importantes da publicidade já trabalhavam no país. As relações entre música e publicidade já existiam, principalmente no mercado radiofônico. De outra parte, o grosso da publicidade impressa até esse período é feita com base em ilustrações. Como os primeiros LPs eram compilações do repertório de vários artistas (a exemplo do primeiro deles, com músicas de carnaval), a ilustração, mais que a fotografia, seria a opção mais adequada e pertinente para essas capas. Embora com sentido diferente, era o que também acontecia no mercado editorial dos livros, que só incorporará a fotografia nas capas em anos posteriores.

Esses ilustradores, trabalhando em regime de *free-lancers* para as gravadoras, produzirão capas por um bom tempo, até que o lançamento de discos de astros consagrados da música começa a exigir o trabalho de um fotógrafo. Surgem então as 'duplas de criação' que, diferentemente daquelas da publicidade, formadas por redator e artista gráfico (depois diretor de arte), serão formadas por este e o fotógrafo. A mais famosa delas, trabalhando para a Gravadora Musidisc, foi constituída por Joselito, ilustrador, e Mafra, fotógrafo. Mais que ilustrador, já era o trabalho de um autêntico designer compondo na capa a fotografia, algum elemento ilustrativo e o *lettering*, naquela época ainda desenhado à mão, já que os catálogos de fotoletras só apareceriam nas gravadoras por volta de 1958-59. Dois outros ilustradores com grande produção de capas na época foram Paulo Brèves, na Sinter, e o argentino Páez Torres, na Continental.

O período do LP em dez polegadas parece ter sido de produção muito pequena. A Sinter, gravadora pioneira, só comemorará o lançamento de seu centésimo LP em 1956, portanto não chegando a dezoito os seus lançamentos anuais. Estima-se que não chegou a mil a quantidade de discos lançados nesse

formato com música brasileira e portanto com capas aqui produzidas. Em 1958 o formato desaparece, dando lugar definitivamente ao LP de 12 polegadas (31 cm) de diâmetro, em geral com seis músicas de cada lado. Neste ano, mudanças significativas acontecerão em toda a vida brasileira e, na música e no design de capas de disco, uma nova fase, extremamente inovadora e criativa, acontecerá. Um nome será de fundamental importância para esse período: Cesar G. Villela. Mas isso já é uma outra história ...

Bibliografia

Livros

Franceschi, Humberto M. (1984). *Registro sonoro por meios mecânicos no Brasil*. Rio de Janeiro: Studio HMF.

Furtado, Celso. (1986). *Formação econômica do Brasil*. São Paulo: Cia. Editora Nacional.

Homem de Mello, Zuza, & Severiano, Jairo. (1997). *A canção no tempo, 85 anos de músicas brasileiras - vol. 1: 1901-1957*. São Paulo: Editora 43.

Ortiz, Renato. (1991). *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense.

Schwartzman, Arnold. (1993). *Phono-graphics: the visual paraphernalia of the talking machine*. San Francisco: Chronicle Books.

Santos, Alcino; Barbalho, Gracio; Azevedo (Nirez), M.A. de; Severiano, Jairo. (1982). *Discografia brasileira 78 RPM 1902-1964*. Rio de Janeiro: Funarte.

Severiano, Jairo. (1987). *Yes, nós temos Braguinha*. Rio de Janeiro: Funarte.

Revistas

O Cruzeiro, década de 1950.

Revista da música popular, década de 1950.

Consultas

Pessoais:

Abel Cardoso Jr., Armando Pittigliani, Ary Vasconcelos, Ayrton Pisco, Braguinha, Maria Cecília Góes, Humberto Franceschi, Jairo Severiano, José Ramos Tinhorão, Leon Barg, Sergio Fragoso, Nelson Cunha e às gravadoras PolyGram (William Tardelli), EMI (João Carlos Éboli, Maria das Graças Teixeira, Antonio Rodrigues de Carvalho e Amélia Nair Pinto) e Copacabana (Custódio Vieira).

On-line:

Grande quantidade de sites na Internet, digitando as *key words* Victor, EMI, Odeon, RCA, Decca, etc., e também aos sites específicos de colecionadores de discos norte-americanos.

Egeu Laus é designer. Foi diretor de arte da gravadora EMI Music no Rio de Janeiro, onde trabalha há quinze anos com música popular e design gráfico. Nos últimos anos vem coordenando exposições de capas de disco e prepara livro sobre o tema intitulado *A capa de disco no Brasil: os primeiros anos*. Quem dispuser de informações sobre o assunto deve contatá-lo pelo telefone (021)5582607.