

ISSN 1982-2766



# domínios da imagem

Revista do LEDI

## *When Two Worlds Collide*

# Representações do real e monstruosidades fantásticas no conjunto simbólico das capas de álbuns e *singles* da banda *Iron Maiden*

Rodrigo Medina Zagni

Doutoramento em Práticas Públicas e Relações Internacionais pelo Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo – PROCEA/USP – São Paulo. Docente do curso de Ciências Sociais da Universidade Cruzeiro do Sul. Autor de “Imagens projetadas do império: a imagem hollywoodiana e a construção de uma identidade americana para a política da boa vontade”. *Colóquio PROCEA/USP* v. 1, 2008.

### RESUMO

Por meio do estudo das capas de *long plays*, *compact discs*, *extended plays* e *singles* promocionais da banda inglesa *Iron Maiden*, pretendemos identificar e compreender emissor e receptor no conjunto de representações simbólicas ali inscritas, bem como o tempo histórico no qual estão inseridas, as problemáticas ali representadas e auxiliar na compreensão do fenômeno do *heavy metal* não apenas como estilo musical, mas como campo de produção de sentidos.

**PALAVRAS-CHAVE:** representações simbólicas; *heavy metal*; *Iron Maiden*

### ABSTRACT

Through the study of layers of *long plays*, *compact discs*, *singles* and *extended plays* promotional English banda *Iron Maiden*, we identify and understand transmitter and receiver in the set of symbolic representations entered there, and the historical time in which they are inserted, the issues represented there and help in understanding the phenomenon not only as a heavy metal style music, but as a field of production of meaning.

**KEYWORDS:** symbolic representations; heavy metal; *Iron Maiden*.

*When Two Worlds Collide\****Representações do real e monstruosidades fantásticas no conjunto simbólico das capas de álbuns e *singles* da banda *Iron Maiden***

Nas sociedades contemporâneas pós-industriais, sob vigência do ciclo sistêmico do capital que intensificou o consumo de massa e conformou o que se convencionou como globalização, imagens circulam com velocidade, intensidade e facilidade nunca antes vistas<sup>1</sup>.

A subordinação da ação criativa humana à lógica da linha de produção, geradora do *mass media*<sup>2</sup>, a conversão de bens simbólicos em produtos culturais de consumo de massa (que reconfigurou sua própria lógica produtora)<sup>3</sup> e sua inserção em mercados específicos, corroboraram também para o fenômeno da consolidação do que podemos designar firmemente como uma sociedade de imagens, numa espiral de produção e recepção, conformando relações sociais vetorizadas por relações de consumo.

Nunca antes produtos dos mais variados tipos dependeram tanto de imagens para fixá-los consciente e inconscientemente no público receptor por meios propagandísticos. Com o uso de sofisticadas estratégias de *marketing*, muitas firmadas em princípios de psicologia social que buscam nas esferas mais profundas da condição humana criar necessidades de consumo, são construídas

ilusões de satisfação para anseios projetados e materializados em objetos tridimensionais ou atribuídos a bens imateriais, por meio de relações constituídas e mediadas primordialmente por imagens.

Não escapa a essa lógica a indústria fonográfica, como indústria de bens culturais e de consumo de massa. Desde a difusão dos primeiros *long-plays* na década de 1930 – confeccionados em vinil –, até a consolidação dos *compact discs* na década de 1990 – com uso de tecnologia laser – a produção e circulação de imagens em embalagens que acompanham o produto principal foi determinante para sua identificação como aliciador para o seu consumo segundo o objetivo de seu emissor: a venda. Nesse sentido, a indústria fonográfica nada inovou, senão readaptou o conceito de “embalagem” anterior à própria revolução industrial, contudo, na nova ordem do que Walter Benjamin designou como da “reproduzibilidade técnica”.

O capital – como relação social –, e a produção de imagens subordinada às necessidades de mercado – como parte de estratégias de venda –, determinaram uma natureza específica de relação entre imagens

\* Faixa 5 do Compact Disc *Virtuality* Iron Maiden: EMI, Londres, 23 de março de 1998, 1 CD.

<sup>1</sup> Eduardo Nêscio se refere ao século XX como “um século de imagens” in: *Imagens, história e semiótica*. Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material, Nova série n. 1, 1993.

<sup>2</sup> A esse respeito ver GULLAN, Fernão.  *Vanguardia e subdesenvolvimento. Ensaio sobre Arte, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1984* e SCHWARZ, Roberto. *O Fim de Ermita e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

<sup>3</sup> A questão é trabalhada por BÉTHIAUX, Walter. *A obra de arte na era da sua reproduzibilidade técnica*. Obra Escrita São Paulo: Brasiliense, 1993.

e receptor sob a égide do consumo, colocando a questão econômica como determinante da função social deste tipo de produção simbólica, o que pode ser constatado por meio da análise de seu suporte, não só em seus aspectos ergonômicos e estéticos, mas como base informativa de representações imagéticas (desde as capas para LP's até os encartes acondicionados em estojos para CD's). Estas anunciam aspectos fundamentais do produto principal, ou melhor, como os simboliza o emissor das imagens segundo suas estratégias de venda.

Um segmento de fundamental importância dessa indústria é o relacionado aos grupos de *heavy metal*, um mercado fortemente consolidado no âmbito mundial.

O gênero musical conformado entre o final da década de 1960 e início da década de 1970 – pensando como marco fundacional do estilo já acabado a gravação do álbum *Black Sabbath*, da banda de mesmo nome, no ano de 1970, pela *Warner Bros* na Inglaterra –, é tributário do lamento dos escravos negros no sul dos EUA, expresso nas notas melancólicas do *blues*, cujos primeiros acordes elétricos se deram em guitarras artesanais de péssima qualidade e caixas acústicas igualmente precárias, motivo pelo qual soavam distorcidas.

Se quisermos reconstruir a árvore genealógica para determinarmos a descendência do *heavy metal*, ela advém diretamente do *rock'n roll*, tronco do qual deriva o estilo metálico, onde a distorção primal e a busca pelo grito de liberdade, como signo de resistência, são ainda traços característicos fundamentais.

Mas o rock, como estilo acabado, além de ter incorporado características não só do *rhythm & blues* (a música negra), da *pop music* (a música branca conservadora) e da *country and western music* (uma versão

branca, também *folk* como o *blues*, para o sofrimento de pequenos camponeses), conforme defende Carl Belz em *The story of rock* (1972, *passim*), pode ser associado a tradições musicais muito mais antigas. O rock progressivo, o mais próximo na genealogia do *heavy metal*, traz uma enorme influência da música erudita renascentista e barroca, como nos casos de *Cream*, *King Crimson*, *Yes*, *Genesis*, *Wish Bone Ash*, *Pink Floyd*, *Emerson*, *Lake And Palmer*, *Frank Zappa and The Mothers Of Invention* e *Jethro Tull*, que influenciaram enormemente os primeiros acordes do *heavy metal* inglês.

Tendo herdado a tradição erudita do rock progressivo, herdou também outras de suas características que acabaram se tornando marcas fundamentais do estilo. Por exemplo, as experimentações que deram ao progressivo uma estética introspectiva, como elemento fundamental para experiências com substâncias alucinógenas, acompanhadas por letras ricamente elaboradas, dignas da mais alta literatura, e da virtuosidade de musicistas extremamente técnicos e talentosos. Na prática, aqueles que foram capturados por este ambiente desenvolveram outras dinâmicas em relação aos hábitos dos roqueiros até então convencionais. Não se dançava mais, a música deveria ser ouvida e partilhada em silêncio. A rebeldia primordial, abandonada em alguma medida pelo rock progressivo, seria catalizada não só pelo movimento *punk* mas por boa parte das bandas de *heavy metal* que receberam a alcunha pouco aceita de "rock pauleira", cujas canções referiam-se a banalidades (como o sexo e drogas), mas que afrontavam os regramentos sociais impostos.

Dentre as bandas de *heavy metal* que surgiram nesse período formativo e ainda hoje estão em atividade (como *Motorhead*, *AC/DC*, *Deep Purple*, *Kiss*, *Black Sabbath*, *Judas*



*Priest* e *Iron Maiden*), no cenário de bandas do gênero, pode-se dizer que são as poucas que ainda carregam o maior conjunto de elementos identificadores que deram marca ao estilo: arquétipos de transgressão a uma ordem social rigidamente constituída. Fato notório é o de muitas das bandas acima elencadas serem inglesas (à exceção do *Kiss*, dos EUA, e dos australianos do AC/DC), não só pelo fato de nas décadas de profusão do estilo a Inglaterra ser ainda um centro industrial importante e uma das maiores economias mundiais (devidamente subordinada à nova órbita hegemônica estadunidocentrista, consolidada no pós-Segunda Guerra Mundial), cuja indústria fonográfica representava uma parcela significativa no mercado mundial de bens culturais; mas por conta da extrema rigidez do Estado no controle social e dos códigos de conduta que se abatiem numa sociedade puntana extremamente conservadora, que reprimia os anseios de seus jovens por expressarem-se, condicionando-os rigorosamente em todos os âmbitos da vida social.

Fundamentalmente por meio daqueles aliados da distribuição das riquezas advindas do capitalismo; o recalçamento das restrições sociais explodiria de alguma forma.

A repressão foi o motriz da explosão de movimentos como o *punk* e a *New Wave Of British Heavy Metal*, cujo berço foi a Inglaterra. O primeiro teve como maior representante a banda *Sex Pistols*, liderada por Sid Vicious, bem como o *The Clash*, que se opunham ao assédio das grandes gravadoras e mantinham-se fiéis aos *pubs* londrinos (por pouquíssimo tempo). O segundo teve como maior expoente a banda *Iron Maiden*, que antes mesmo de assinar

contrato com a EMI já tinha fãs fidelíssimos em *pubs* como o *Marquee* ou o *Ruskin Arms*. Como traço comum apresenta-se uma forte crítica à sociedade britânica e seus mecanismos de controle; personificados nos dois movimentos na figura política de Margaret Thatcher, a quem fora atribuída a alcunha de "donzela de ferro"; em inglês *Iron Maiden*, um instrumento de tortura medieval.

Sobre a banda inglesa (que leva como nome o apelido de Thatcher), as letras das músicas, performances de palco e referências a signos do ocultismo, como produtos culturais, constituíram ícones que foram adquiridos em larga escala também por meio de relações de consumo. Contudo, tratava-se de imagens divergentes do conjunto produzido naquele período, se levarmos em consideração bandas mundialmente famosas que tinham como temas de suas músicas e estereótipo de seu comportamento e conduta a exaltação ao sexo livre, a apologia às drogas, bebidas e a cuidadosa manutenção de históricos pessoais de transgressão às leis e à moral cristã.

Junto de outras bandas da *New Wave Of British Heavy Metal*, como *Angel Witch*, *Samson*<sup>6</sup>, *Tokio Blade*, *U.F.O.*, *Siedhammer* e *Praying Mantis*, foram continuadores de certa forma da tradição deixada pelas bandas de rock progressivo, incorporando a ela uma sonoridade agressiva, tal qual o próprio *punk*, com melodias harmoniosas, introduções dedilhadas, arpejos, canto operístico e os característicos duetos de guitarras. Um dos primeiros méritos do *Iron Maiden* foi catalizar em maior grau essas características, dando-lhe uma feição próprias.

<sup>6</sup> De onde saiu o vocalista Bruce Dickinson, em 1981, para integrar o *Iron Maiden*.

O vocalista com o qual gravaram seus dois primeiros álbuns, Paul Di'Anno, dava conta de aliar à banda características vocais, postura de palco e conduta comportamental muito semelhantes às das bandas *punks* (o que no final das contas inviabilizou sua própria permanência na banda). Já Bruce Dickinson, que o substituiu, era dono de características tipicamente operísticas, desde a indumentária, impositação de voz, até as dramatizações no palco. Professor de História, o vocalista junto do fundador da banda, o baixista Steve Harris, foram responsáveis por canções cujas temáticas faziam referência à literatura inglesa e a narrativas históricas, buscando aliar um grau sutil de intelectualidade a uma sonoridade extremamente densa e pesada.

Literatura e História aparecem em diversas canções como: *Murders in the rue Morgue*, gravada pela banda em 1981 no álbum *Killers*, inspirada no livro de mesmo nome, de Edgar Alan Poe; *To tame a Land*, gravada em 1983 no álbum *Piece of mind*, inspirada no romance *Dune* de Frank Herbert (apesar de o autor ter proibido judicialmente a banda de fazer qualquer referência ao seu livro em seus discos); o poema *The Rime Of The Ancient Mariner* de Samuel Taylor Coleridge deu origem à música de mesmo nome, gravada em 1984 no álbum *Powerslave*; todo o disco *Seventh son of a seventh son*, de 1986, teve como referência o livro *The Seventh Son* de Orson Scott Card; entre tantas. Vários outros clássicos da literatura influenciaram a banda ao longo de sua trajetória, havendo ainda um número expressivo de músicas inspiradas em filmes clássicos de guerra, ficção científica e terror.

Na iconografia das capas a literatura inglesa ganhou lugar na ilustração criada para o álbum *Live after death*, que traz uma

transcrição literal de um texto de H.P. Lovecraft.

Sobre as imagens, as representações criadas como itens de divulgação da banda são numerosas e circularam sobre vários suportes: pôsteres de divulgação de álbuns e turnês, bandeiras comemorativas, camisetas, braceletes, canecas, cadernos escolares, capas de vídeos VHS, DVD's, bonecos de seu mascote Eddie e finalmente capas de fitas K-7, LP's, EP's, *singles* e CD's, estes últimos na maior parte das vezes detentores dos matrizes reproduzidos nas demais imagens.

Desta forma, podem estar contidos em capas de álbuns e *singles* da banda, elementos identificadores do segmento de sociedade que as produziu, bem como de seus receptores. Pensando em uma hermenêutica visual, as particularidades representadas pictoricamente ou simbolizadas por meio de representações de objetos, paisagens, vestimentas, seres humanos ou monstrosidades recorrentes, são conformadoras de sentidos gerais passíveis de apreensão por meio de uma análise das capas como itens de uma História Visual, para melhor compreender os processos de transformações sociais em curso.

É evidente portanto que para conjuntos de *heavy metal*, tão importante quanto a sonoridade, é a imagem produzida em torno da banda. Da mesma forma que as músicas potencialmente contêm o que milhões de pessoas pensam, nessas imagens também estão contidos os arquétipos do que seu público consumidor "quer ver", numa relação identitária que pressupõe reconhecimento, criando e recriando signos de cujo sentido faz parte o índice de pertencimento a um mesmo sistema cultural.

Sendo assim, o segmento de sociedade que as produziu e fez circular é nosso objeto final, e dada a natureza de nosso corpo

documental, bem como de seu âmbito de circulação (o mercado), torna-se nosso objeto de compreensão o mercado consumidor do *heavy metal* como bem de consumo de massa.

Para o historiador Paulo Chacon

[...] o rock (ou o disco) é uma mercadoria, está inscrito no modo de produção capitalista, setor ideológico ou lazer, como preferirem. Ele envolve um setor de produção, uma comercialização, propaganda, lucros, *royalties*, etc. (CHACON, 1985, p. 20)

Utilizamos a mesma delimitação, dada para o *rock* como meio de circulação do *heavy metal* como bem de consumo de massa, e aqui enquadramos seu mercado consumidor, como “[...] catalizador e unificador de vontades individuais que precisam de um veículo de massa para ter um comportamento de massa” (CHACON, 1985, p. 52).

No âmbito do mercado consumidor desses bens, Chacon definiu o público de *rock* como o “[...] indivíduo que compra o LP, ouve as FMs, assiste aos shows e, em diferentes níveis e graus, idolatra bandas e solistas” (CHACON, 1985, p. 16).

Contudo, este mercado consumidor mudou drasticamente desde que Chacon escreveu *O que é Rock* para a Coleção Primeiros Passos, da Editora Nova Cultural/Brasiliense. Em 1985, ano de publicação do opúsculo, o perfil deste consumidor poderia ser caracterizado, como foi, da seguinte forma:

Majoritariamente, ele é representado pelos jovens no início da adolescência até o momento crítico da entrada nos tortuosos caminhos da linha de produção. Isto é, o nosso público é aquele que vai da primeira mesada ao primeiro salário. (CHACON, 1985, p. 52)

Em 1985, aqueles que nasceram com os primeiros acordes de *Black Sabbath*, *Judas*

*Priest* e *Iron Maiden*, de fato estavam em sua primeira adolescência, o que deu ao autor a falsa sensação de que esta lógica de perfil se perpetuaria, ou seja, que a fidelidade ao estilo se tratava de um ímpeto adolescencial passageiro. Mas os *bangers* que eram adolescentes na década de 1980 hoje são respeitáveis pais de família, e muitos deles não se desfizeram de suas coleções de LP's, mesmo tendo-as atualizado em CD.

Nos shows de bandas como *Iron Maiden*, *Deep Purple* e *Judas Priest*, que visitam o Brasil em suas turnês mundiais com certa regularidade, o que fica evidente é a oscilação do perfil de público transitando entre 3 faixas etárias principais: aqueles que foram adolescentes nas décadas de 1970 e 1980, que trazem os filhos já jovens, que por sua vez podem trazer os filhos adolescentes ou mesmo crianças.

Na prática isso ficou evidente, para este autor, numa tarde recente em um parque de diversões, quando uma criança (de 3 ou 4 anos), no colo do pai (já com uns 40 ou mais anos de idade), apontou para a camiseta que o autor vestia, com a imagem da capa de *Piece of mind*, e disse ao pai: “Eddie, Eddie!!!” Conclusão lógica: três gerações ali compreendiam o mesmo sistema cultural, se articulavam e se reconheciam identitariamente a partir dele.

Primordialmente o *heavy metal*, não só como estilo musical, mas como campo de produção de sentidos e sistema identitário, comportamental, e uma própria visão de mundo, continua atingindo primordialmente o público jovem, mas não o tomemos como único ou hegemônico, e nem mesmo homogêneo. Tal como o *rock*, o *heavy metal* é caracteristicamente polimorfo, para dar conta de diferentes faixas etárias e diferentes identidades, motivo pelo qual decorre dele uma série de outras subcategorias, como:



*power metal, thrash metal, death metal, progressive metal, melodic metal, black metal, white metal, symphonic metal* e outros tantos, sobre os quais paira ainda o paradigma do "heavy metal/tradicional". São diferentes perfis para diferentes receptores (consumidores), que se conformaram a partir da primeira vertente metálica.

Os que viveram o *heavy metal* nas décadas de 1970 e 1980 não são hoje, necessariamente, motociclistas de terceira idade, vestindo jaquetas de couro, com cabelos e barbas longas e grisalhas, com mulheres loiras na garupa de suas *choppers* e *Harley Davison's*; muitos são burocratas, banqueiros, analistas de sistema, médicos e vejam só: historiadores!

Desta forma, não cabe mais a designação de *rebels* ou de juventude transviada para delimitar o perfil de receptor deste que, a partir da década de 1970, já era um produto de consumo de massa.

Isso para dizer que nunca Frank Sinatra esteve tão errado ao dizer que "[...] o rock'n roll é a marcha marcial de todos os delinquentes juvenis sobre a face da terra" (citado por CHACON, 1985, p. 54).

Contudo, o preconceito ainda é vigente nas mentalidades hoje, o que repercute na postura também da academia.

Pensamos que poucas vezes um clichê recorrente em pesquisas acadêmicas seja tão

bem alocado como justificativa quanto neste *paper*: a falta de trabalhos anteriores sobre o tema. Não há, segundo a plataforma CRUESP/Bibliotecas<sup>3</sup>, Sibi<sup>4</sup> e Dedalus<sup>5</sup> nenhum trabalho acadêmico sobre representações simbólicas em capas de álbuns da banda *Iron Maiden*, ou qualquer trabalho sobre o grupo em geral, nas três mais importantes universidades estaduais paulistas: Universidade de São Paulo (USP), Universidade Estadual Paulista (UNESP) e Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Tampouco no sistema de busca *Google acadêmico*.

Sobre o universo simbólico do *heavy metal*, encontramos o trabalho de Jéder Janotti Jr., sua dissertação de mestrado apresentada na UNICAMP<sup>6</sup> e um artigo científico apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA)<sup>7</sup>; e a monografia de conclusão do curso de História de Cláudio Augusto Araújo Rovel, apresentado à Universidade Federal do Paraná (UFPR)<sup>8</sup>. Sobre a produção da banda, localizamos por meio do sistema *on-line Google acadêmico* o artigo de Ryan Tiegs, do *Citrus College*, de Glendora, Califórnia<sup>9</sup>, que relacionou a letra de *The Flight Of Icarus*<sup>10</sup>, gravada em 1983, ao mito grego de Ícaro.

Ancorar nossa justificativa na ausência de trabalhos acadêmicos sobre o tema não

<sup>3</sup> Conhecer dos Recursos das Universidades Estaduais de São Paulo, acessível no site na *internet*: <http://bibliotecas-cruesp.usp.br/bibliotecas/CRUESP.htm>

<sup>4</sup> Sistema Integrado de Bibliotecas da Universidade de São Paulo, com mecanismo de pesquisa disponível no site na *internet*: <http://www.usp.br/sibi/>

<sup>5</sup> O Banco de Dados Bibliográficos da Universidade de São Paulo, com sistema de busca global disponível no sibi na *internet*: <http://dedalus.usp.br:1900/ALEM/per/USP/USP/DEDALLUS/START>

<sup>6</sup> *Heavy Metal: O universo tribal e o espaço dos sonhos*. Campinas: Unicamp, 1994 (monografia de mestrado apresentada junto ao Departamento de Artes).

<sup>7</sup> *Don't Be a Number Of The Beast*: Alguns apontamentos sobre a experiência simbólica a partir das letras, câmaras, demônios e sonhos do heavy metal. Salvador: UFBA, s/d (paper apresentado junto à Faculdade de Comunicação).

<sup>8</sup> *Cebos, pentagramas e seus apurados*: Representações do Diabo no Heavy Metal. Curitiba: UFPR, 2002 (monografia de conclusão de curso apresentada junto ao Departamento de História).

<sup>9</sup> *The Flight Of Icarus*. Glendora: Citrus College, 1999 (paper s.d.).

<sup>10</sup> Faixa 2 do Compact Disc *Piece Of Mind* Iron Maiden. EMI, Londres, 16 de maio de 1983, 1 CD.



resolve a questão se não esclarecermos que isso denuncia uma lacuna ainda maior: a falta de um esforço compreensivo para um fenômeno cultural com fortíssimas conotações de crítica social, circunscrito a segmentos sociais específicos, com dinâmicas e códigos de conduta muito próprios e que se organizam parcialmente ao arripio do Estado, parte sob controle deste e manifestando significativas condutas de contra-controle, construindo zonas de contato e resistência, negociação e incorporação.

Compreender a sociedade nunca será possível em sua totalidade se não entendermos suas segmentações sociais, e aqui encontramos segmentos marginalizados não apenas pela ordem cultural posta verticalmente pela mídia conformadora de comportamentos e condutas, mas pelo próprio pensamento acadêmico, fruto também em larga medida desses mecanismos de controle.

Faz-se necessário compreender a "sociedade" sem desconsiderar seus diversos segmentos, e a cultura sem desconsiderar suas diversas formas de representação.

O descompasso é visível: enquanto tenta-se compreender, por exemplo, o fenômeno político da música de protesto na MPB durante o regime militar brasileiro, ignoram-se as bandas de *punk-rock* do ABC paulista durante o mesmo período de repressão. Mesmo posteriormente, durante a abertura política, a mesma lógica opera (começa-se a compreender o rock nacional nesse segundo momento, mas a História pouco fez a esse respeito). Enquanto estuda-se sociologicamente o *hip-hop* e o *maracatu*, sob o pretexto de "tirá-los do gueto", novos guetos foram criados, oprimidos por sua vez pelo mesmo *hip-hop* e *maracatu*, hoje hegemônicos nos estudos culturais que têm a música popular como objeto.

Para Paulo Chacon trata-se de um preconceito ainda maior que se abate sobre o próprio rock, pai do *heavy metal* em sua árvore genealógica e que legou à prole toda a carga de preconceito, reproduzida também pelo pensamento acadêmico. Em função disso, Chacon determina aos relutantes: "[...] quebre seu dogmatismo para com o rock e você ouvirá melhor o que os novos jovens acham do mundo." Isso porque

muitas pessoas insistem em ver no rock aquela maldita música americana que ocupa espaços da MPB nas rádios ou que se distorce de uma tal maneira que os ouvidos parecem estourar (CHACON, 1985, p. 9).

Trata-se de uma postura acadêmica, vestida de uma fantasia progressista e multiculturalista, extremamente conservadora, que no final das contas nega o próprio tempo presente. Desta forma, negar o estilo metálico como índice de um movimento cultural maior, como campo de produção de sentidos e como âmbito de sociabilidade com signos identitários próprios, é negar uma dimensão da própria realidade social, onde num foco mais aproximado o estereótipo de roqueiro ou *headbanger* como um indivíduo alienado não dá conta de explicar a complexidade do fenômeno que aqui pretendemos tratar.

Nossa proposta é visitar um desses guetos, onde buscamos compreender uma das dimensões do fenômeno do *heavy metal*, pretendendo fazer emergir um segmento social importantíssimo para a compreensão do tempo presente. Nas palavras de Chacon, para que o fenômeno "[...] conquiste um espaço acadêmico que a comunidade [a acadêmica] sempre lhe negou" (CHACON, 1985, p. 11).

Para Jelder Janotti Jr., que empreendeu estudo semelhante ao aqui proposto, é possível tomar o universo metálico como um campo imagético uma vez que

[...] os símbolos possibilitam a compreensão da "experiência vivida" no *Heavy metal* como um espaço onírico que permite aos *headbangers* [fãs do estilo] a partilha de sentimentos e atitudes diante do mundo contemporâneo (IANOTTI Jr., 1994, p. 6).

Com esse objetivo analisamos 58 imagens de capas de LP's, EP's, CD's e *singles* promocionais da banda *Iron Maiden*.

Chegar a esse número requereu o estabelecimento de um critério específico, diante da multiplicidade de imagens produzidas para ilustrar as capas de álbuns e *singles* da banda em diferentes centros emissores (isso porque um mesmo *single* pode ter sido lançado com diferentes capas em países diferentes, ou mesmo um álbum oficial lançado em um número restrito de países).

Há ainda o problema da produção e distribuição de *bootlegs*, ou seja, CD's não oficiais, não autorizados pela banda bem como por sua gravadora (até o ano de 2006 a *EMI Odeon*), muitos elaborados por fãs-clubes não oficiais ou mesmo por fãs que de alguma forma têm acesso a arquivos de áudio de shows e bancos de imagens da banda (disponíveis na *Internet*), e que os transformam em CD's, ilustrados por capas criadas por vários emissores (o mesmo *bootleg* pode ter incontáveis artes de capas, uma vez que os mesmos arquivos, socializados pela *internet*, podem ser tratados, produzidos e apresentados por incontáveis emissores)<sup>11</sup>.

Diante desta problemática (a da diversidade de fontes), utilizamos como

critério para a sua delimitação a discografia tida como oficial pela própria banda por meio de seu *web-site* oficial [www.ironmaiden.com](http://www.ironmaiden.com) até agosto de 2005 (até ali o mês de lançamento do álbum *Death On The Road*)<sup>12</sup>.

Até a escolha do nosso lote documental, não havia ainda sido lançado o mais recente álbum inédito da banda, gravado em estúdio: *A Matter Of Life And Death*<sup>13</sup>; motivo pelo qual sua arte de capa ficou de fora do lote documental analisado.

Parece-nos que o critério utilizado pela banda para delineamento de sua discografia oficial foi a utilização dos títulos lançados pela EMI no mercado mundial, o que corresponderia dizer, os títulos lançados simultaneamente por todas as suas distribuidoras no mundo.

A partir deste critério, chegamos ao número de 58 discos, dos quais 25 são álbuns (43% do total), distribuídos entre inéditos gravados em estúdio (52% – 13 de 25), inéditos gravados ao vivo (24% – 6 de 25) e compilações (não inéditas) – trata-se das coletâneas, ou seja, compilações dos maiores sucessos da banda, também conhecidos como *Greatest Hits* ou *The Best Of...* – (24% – 6 de 25), e mais 33 *singles* promocionais (57% do total), onde as subcategorias aplicadas aos álbuns se confundem, uma vez que o material destinado à promoção dos álbuns principais traz, além de gravações inéditas, sobras de estúdio, gravações raras ao vivo, *video-clips*, arquivos multimídia e por

<sup>11</sup> Para se ter uma idéia de quão numerosa é a produção de *bootlegs* convém ver os principais sites que não só relacionam como disponibilizam suas respectivas artes de capa. No endereço <http://www.maidenfans.com/ircz/link=bootleg&url=bootindex&lang=> é possível acessá-los clicando nos links organizados por turnês (a banda encontra-se no curso de sua 18ª turnê mundial); sendo possível ainda acessar a produção de *bootlegs* por meio do site [www.bootlegsguide.co.uk](http://www.bootlegsguide.co.uk). Bancos de imagens da banda, incluindo fotografias de suas performances e gravuras, tanto as que foram escolhidas para ilustrar as capas de *singles* e álbuns como as regravadas, além de outros materiais promocionais, podem ser livremente acessados nos sites: [www.ironmaiden.com](http://www.ironmaiden.com); [www.ironmaiden.org](http://www.ironmaiden.org); [www.maidenfans.com](http://www.maidenfans.com); [www.braveworld.hpg.ig.com.br](http://www.braveworld.hpg.ig.com.br); [www.maidenmania.hpg.ig.com.br](http://www.maidenmania.hpg.ig.com.br); [www.somewhereinweb.com](http://www.somewhereinweb.com); [www.ironmaidenbr.com](http://www.ironmaidenbr.com).

<sup>12</sup> Álbum inédito gravado ao vivo *Death On The Road*. Iron Maiden. EMI. Londres, 29 de agosto de 2005. 2 CD.

<sup>13</sup> Iron Maiden. EMI. Londres, 28 de agosto de 2006. 1 CD.

vezes faixas idênticas aos álbuns, quase sempre no mesmo disco.

O período de produção das imagens selecionadas vai de 9 de novembro de 1979, com o lançamento do primeiro EP da banda, *The Soundhouse Tapes*, até 29 de agosto de 2005, com o lançamento do álbum ao vivo *Death On The Road*. Desta forma, as imagens estão distribuídas ao longo de 27 dos 30 anos de carreira da banda, que iniciou suas atividades em Londres, com o nome *Iron Maiden*, no ano de 1975. Há um longo período anterior no qual o líder da banda, Steve Harris, tentou com várias formações afirmar o projeto que levaria ao *Iron Maiden*, com outros nomes.

Analisamos com isso não só as gravuras de Derek Riggs, o mais célebre desenhista da banda e criador de *Eddie* em 1979 – o “*mascofe*” do grupo –, responsável pela ilustração dos 8 primeiros álbuns, bem como de seus respectivos *singlase* EP'S, e de Melvyn Grantno, que ilustrou a capa do álbum *Fear Of The Dark*, de 1992.

Há uma gigantesca dificuldade para a determinação do âmbito de circulação de referidas imagens. Os meios possíveis para o seu estabelecimento são a gravadora *EMI Odeon*, por meio de seu escritório no Brasil; o *Fan-Club* oficial inglês *The Iron Maiden FC*; e a *Sanctuary Music* ou *Iron Maiden Holdings*, as produtoras oficiais da banda até o lançamento de *Death On The Road*.

Solicitamos, por meio de correspondência eletrônica datada de 10 de outubro de 2006, ao representante do *Iron Maiden FC*, dados referentes às vendas de álbuns da banda. Em correspondência eletrônica enviada na mesma data solicitamos os dados a Rod Smalwood, *manager* da banda e junto de Andy Taylor um dos representantes, na oportunidade, da *Sanctuary Music*. Na data de 19 de agosto de 2006, enviamos também

correspondência eletrônica, com mesmo teor, ao departamento de relações públicas da EMI Brasil. Em nenhum dos casos mencionados obtivemos resposta, mesmo tendo sido explicitado o caráter científico e inédito da pesquisa, pois nunca antes foi apresentado trabalho semelhante ao Departamento de História da Universidade de São Paulo, o mais tradicional centro de estudos históricos no Brasil, onde a pesquisa foi realizada, e que os dados solicitados seriam utilizados na etapa de determinação do âmbito de circulação que as imagens tiveram.

Se nos ativéssemos ao número de 70 milhões de cópias vendidas no mundo todo, largamente divulgado pela própria banda, não chegaríamos nem perto do âmbito real em que as imagens circularam, diante do histórico de reproduções em outros suportes (camisetas, vídeos e itens promocionais os mais diversos) bem como socializadas por meio da *internet*, não havendo ainda método para sua quantificação.

Não há dados oficiais divulgados sequer pela gravadora *EMI Odeon*, podendo a utilização do número referido ser também parte da estratégia de *marketing* para a banda, e isso explicaria a atitude de não divulgação dos números exatos. Consta que o único álbum que não atingiu a marca de 1 milhão de cópias vendidas teria sido o *Virtual XI*, de 1998.

Não levamos também em conta o mercado informal de compra e venda de CD's reproduzidos sem autorização da gravadora (cujo matriz é o CD oficial), cópias essas vulgarmente chamadas de piratas e postas na ilegalidade no interesse das *majors*, as mega-gravadoras, das quais a EMI é um dos grandes representantes, movimentando bilhões de dólares anualmente.

Para determinação do âmbito de circulação das imagens a ajuda que tivemos



veio da legião de fãs que a banda possui, especialmente no Brasil. Por meio do fórum de discussões "Forum Maiden Brasil", do sítio "Iron Maiden Brasil" (<http://www.ironmaidenbrasil.com/forum>) vários fãs se mobilizaram na tentativa de localizar os dados na rede mundial de computadores<sup>16</sup>.

A partir deste esforço coletivo foi possível localizar os dados sobre as vendas dos álbuns da banda nos EUA, dispostos pela *Nielsen SoundScan*, órgão que desde 1991 controla as vendas de CD's no mercado estadunidense. O número total, computado portanto a partir de 1991 para os títulos relançados e lançados até o ano de 2003, com o lançamento de *Dance of death*, é de 4.501.830 de álbuns vendidos. Os dados foram divulgados no sítio [www.wiplash.net](http://www.wiplash.net) e referem-se à soma da venda apenas dos álbuns e não dos *singles* promocionais<sup>17</sup>.

Outros sistemas de contagem podem ser utilizados para que se tenha uma idéia mais próxima do real, sobre as vendas de álbuns da banda. O sistema RIAA *Golden and Platinum certification* atribui para as vendas

no mercado de países de língua inglesa as seguintes categorias: *Gold album* para 500.000 cópias vendidas; *Platinum album* para 1.000.000; e *Diamond album* para 10.000.000. Segundo os dados dispostos por este sistema os álbuns da banda teriam atingido a marca de 6.000.000 de álbuns vendidos<sup>18</sup>.

Já o sistema de certificação *BPI Certification* atribui à categoria *platinum* a marca de mais de 300.000 cópias e para *gold* mais de 100.000. Por este sistema as certificações atribuídas aos álbuns da banda somam 2.000.000 de cópias vendidas<sup>19</sup>.

O mercado fonográfico alemão utiliza o sistema *IFPI Gold Certification* para álbuns com mais de 100.000 cópias vendidas, pelo qual a banda teve 9 de seus álbuns certificados, portanto contabilizando 900.000 cópias vendidas<sup>20</sup>. O sistema *IFPI Gold and Platinum certification* utilizado na Finlândia, onde 5 álbuns da banda receberam a certificação *gold*, não informa qual a vendagem mínima para sua atribuição, impossibilitando qualquer tentativa de quantificação<sup>21</sup>. Já o sistema *IFPI Gold*

<sup>16</sup> É digna de nota a ajuda dos fãs de nicknames: SAMUELH, Pedro Milbram, Spirit, Crubes, Iij-maiden e JudasRising.

<sup>17</sup> Album a album, os números divulgados pela *Nielsen SoundScan* são: *Iron Maiden* – 196.628; *Kill 'em* – 211.410; *The Number of the Beast* – 257.463; *Piece of mind* – 347.400; *Powerslave* – 299.022; *Live after death* – 558.578; *Somewhere in time* – 295.420; *Seventh son of a seventh son* – 218.056; *No prayer for the dying* – 213.745; *Fear of the dark* – 421.786; *Live at Donnington* – 23.639; *A real live one* – 108.177; *A real live one* – 130.652; *A real live one* (nova gravação a partir de 1998) – 20.621; *The X-factor* – 112.710; *Best of the beast* – 251.112; *Virtual XI* – 65.243; *Ed Hunter* – 52.886; *Brave new world* – 282.460; *Rock in Rio* – 69.307; *Edward The Great* – 130.611; *Dance of death* – 138.904.

<sup>18</sup> Conforme o sistema de certificação RIAA *Golden and Platinum certification* as certificações atribuídas pela venda dos álbuns da banda seriam: *The number of the beast* (certificação até outubro de 1986) – *platinum*; *Piece of mind* (certificação até novembro de 1986) – *platinum*; *Kill 'em* (certificação até junho de 1987) – *gold*; *Seventh son of a seventh son* (certificação até junho de 1988) – *gold*; *No prayer for the dying* (certificação até novembro de 1990) – *gold*; *Powerslave* (certificação até junho de 1991) – *platinum*; *Live after death* (certificação até junho de 1991) – *platinum*; e *Somewhere in time* (certificação até julho de 1992) – *platinum*.

<sup>19</sup> Pelo sistema *BPI Certification* as vendas de álbuns teriam atingido os seguintes números: *Iron Maiden* (certificação até março de 1995) – *platinum*; *The number of the beast* (certificação até novembro de 2002) – *platinum*; *Piece of mind* (certificação até março de 1995) – *platinum*; *Kill 'em* (certificação até novembro de 1985) – *gold*; *Powerslave* (certificação até dezembro de 1984) – *gold*; *Live after death* (certificação até novembro de 1988) – *gold*; *Somewhere in time* (certificação até outubro de 1986) – *gold*; *Seventh son of a seventh son* (certificação até abril de 1988) – *gold*; *No prayer for the dying* (certificação até outubro de 1990); *Fear of the dark* (certificação até maio de 1992) – *gold*; *Best of the beast* (certificação até maio de 2002) – *gold*; *Dance of death* (certificação até outubro de 2003) – *gold*; *Edward The Great* (certificação até outubro de 2004) – *gold*; *Brave new world* (certificação até fevereiro de 2005) – *gold*.

<sup>20</sup> Os álbuns certificados pelo sistema *IFPI Gold* na Alemanha, foram: (certificação até 1997) *Kill 'em*; *The number of the beast* (certificação até 1992); *Live after death* (certificação até 1993); *Seventh son of a seventh son* (certificação até 1993); *Iron Maiden* (certificação até 1996); *Piece of mind* (certificação até 1996); *Powerslave* (certificação até 1996); *Somewhere in time* (certificação até 1996); e *Dance of death* (certificação até 2005).

<sup>21</sup> Os álbuns certificados pelo sistema *IFPI Gold and Platinum Certification* na Finlândia, foram: *Piece of mind* (certificação até 1996); *Best of the beast* (certificação até 2001); *Brave new world* (certificação até 2003); *Dance of death* (certificação até 2003); e *Edward The Great* (certificação até 2003).

*Certification* utilizado na Suíça, para álbuns vendidos apenas a partir de 1989, utiliza para o padrão *gold* o número de 25.000 cópias vendidas; neste sistema a banda teve 2 de seus álbuns certificados, somando assim 50.000 cópias<sup>24</sup>.

A experiência de esforço coletivo deixou-nos algumas impressões sobre as possibilidades de se recorrer às ferramentas disponibilizadas na rede mundial de computadores para a análise histórica no campo das fontes visuais. Em primeiro lugar fica aqui a sugestão de utilização de fóruns de discussão para quantificação e qualificação das impressões de receptores de material visual, com real possibilidade para aplicação de formulários específicos. Dai decorre o desafio do desenvolvimento de métodos adequados à impessoalidade da natureza das informações obtidas a partir da *internet*, em função do anonimato ensejado na troca, o que compromete a credibilidade das fontes de informações. O mesmo problema se dá em relação aos dados sobre as vendas de álbuns da banda disponíveis na *internet*, cuja divulgação pode ser parte das estratégias de *marketing* de seus promotores.

Esclarecemos que o tratamento inicial das fontes, com uma finalidade organizacional, possibilitou-nos vislumbrar os primeiros conjuntos de problemas que adiante trabalharemos, na medida em que os métodos desenvolvidos para categorização do lote utilizado foram proporcionando visões gerais do conjunto das fontes, o que seria inviável com a mera confecção de fichas descritivas.

Como dissemos, a primeira organização tipológica agrupava as fontes segundo o critério da natureza do conteúdo dos discos: álbuns inéditos gravados em estúdio, inéditos

gravados ao vivo, e compilações não inéditas; e *singles* promocionais, categoria à qual incorporamos os EP's em virtude de obedecerem à mesma lógica – na verdade, trata-se de uma questão exclusivamente de nomenclatura, uma vez que os tradicionais *mini-discs*, os EP's, foram sendo gradativamente chamados de *singles* promocionais, ou *promo-discs*.

Após sua organização nessa primeira tipologia, tivemos que criar um segundo quadro de critérios organizacionais, não mais em função do "produto" musical mas partindo das imagens de arte de capa, das representações ali inscritas e características fundamentais de sua composição.

Uma primeira observação das imagens, com vistas à construção de categorias, nos levou a observar a ocorrência de representações de:

#### 1) Itens de cultura material

- a. Paisagens: que poderiam ocorrer em tempo passado, presente ou futuro, por sua vez podendo ser aquáticas, terrestres, aéreas ou espaciais, ocorrendo em ambiente natural ou urbano, sendo interna ou externa a edificações;
- b. Edificações: que poderiam ser comerciais e industriais; civis, com estruturas urbanas – gradis; muros, viadutos, pontes – ou habitacionais – individuais ou prédios de apartamentos – religiosas – templos ou túmulos; por fim, podendo ser edificações térreas ou sobrados;
- c. Vestimentas: podendo ser de uso cotidiano ou fantasias, subdivididas em roupas e acessórios; e
- d. Utensílios: de uso público ou privado;

<sup>24</sup> Os álbuns certificados pelo sistema *IFPI Gold certification*, na Suíça, foram: *The number of the beast* (contagem até 1990) e *Seventh son of a seventh son* (contagem até 1990).

## 2) Seres

Humanos, animais, híbridos ou sobre-humanos; aos quais poderiam, à exceção dos animais, ser aplicado o critério de gênero, masculino ou feminino;

## 3) Incrições nas capas

Logotipo da banda, título do álbum, gravadora, número de série e selo comemorativo; os quais poderiam ser agrupados pela ocorrência de tipos de fontes e sua respectiva cor de preenchimento; e

## 4) Questões gráficas

Compreendendo o suporte, técnica e número de planos utilizados na composição.

As características fundamentais que quantificamos se referiam ao suporte utilizado para as imagens: papel em 100% dos casos analisados (tanto para LP's e EP's quanto para CD's); nesse caso cumpre informar que todas as imagens analisadas tiveram o suporte no formato de embalagem para *Compact Disc*, mesmo se tratando de álbuns e *singles* lançados primeiramente como LP's ou EP's, em razão de terem sido todos relançados no formato de CD's após a difusão da técnica a partir da década de 1990. Desta forma temos os trabalhos lançados exclusivamente em CD's no total de 15 (25,8%), em formato de CD e EP o total é 28 (48,2%), e de CD e LP o total é de 15 (25,8%).

Vale aqui ressaltar que o implemento das tecnologias a laser no mercado fonográfico obrigou a re-configuração das imagens produzidas para suas embalagens, frente a necessidade de adequação da produção iconográfica a um suporte de menores proporções. Até ali havia se estabelecido quase que um rito a procura por mensagens subliminares nas capas de LP's da banda, ou da assinatura oculta de Derek Riggs, dada a possibilidade de serem inseridas mensagens

de proporções minúsculas nas imagens. Havia a prática inclusive da utilização de lupas para serem encontradas inscrições como *Indiana Jones was here* e a figura do Mickey Mouse, entre os hieróglifos inscritos nas paredes do templo egípcio representado em *Powerslave*, de 1984; bem como referências às músicas da banda e até mesmo um placar de futebol nos *out-doors* e *lay-outs* da cidade futurista de *Somewhere in time*. Nada disso foi mais possível com o implemento do formato *compact disc*.

Com relação às técnicas utilizadas para composição das imagens, identificamos que majoritariamente trata-se de gravuras, em 45 imagens (77,5%), técnicas de computação gráfica em 6 imagens (10,3%) e técnicas mistas entre computação gráfica e fotografia em 3 das imagens (5,1%). Finalmente, quanto ao número de planos utilizados temos: 1 plano: 18 imagens – 31%; 2 planos: 15 imagens – 25,8%; 3 planos: 17 imagens – 29,3%; 4 planos: 5 imagens – 8,6%; e 5 planos: 1 imagem – 1,1%.

Após empreender portanto uma caracterização tipológica a partir das questões gráficas fundamentais quantificadas, foi criado um segundo critério para estabelecimento de tipos de análise: de inscrições constantes nas imagens, na aparição fundamentalmente de textos escritos dissociados das paisagens ali constantes (foi criado, como veremos, um novo tipo para inscrições constantes na paisagem, diferenciado portanto deste tipo específico), no qual identificamos a utilização de um logotipo da banda presente em 55 das 58 imagens analisadas (94,8%) e cujo tipo de fonte não varia em 100% dos casos, variando a coloração de seu preenchimento e contorno; título dos álbuns, que aparecem em 49 das 58 imagens (84,4%) e variam em cor e tipo de fonte; identificação da



gravadora (EMI) em 6 imagens (10,3%), com tipo de fonte e coloração invariáveis em 100% dos casos; e número de série em 9 imagens (15,5%).

Dispondo os dados obtidos por meio das quantificações, a partir das tipologias criadas, em um esquema organográfico no qual as categorias mencionadas foram devidamente hierarquizadas, novamente quantificadas, submetidas à cálculo estatístico e por fim à análise qualitativa, pudemos observar alguns conjuntos de problemas, a partir dos quais parte nossa proposta de trabalho.

Chamou-nos a atenção primeiramente o fato de as paisagens, usuais em 96,5% das imagens analisadas, tratarem majoritariamente do tempo presente à sua composição em 58,9% dos casos, contra 8,9% que se referiam a um tempo passado e a mesma percentagem a um tempo futuro. Constatamos ainda que nessas imagens (em tempo presente) 69,9% das paisagens eram terrestres, dessas 62,2% em ambiente urbano, que em 66,6% dos casos eram paisagens externas.

Foi identificada portanto a paisagem urbana como recorrente, e a partir dela chegamos a utilização por meio de representação simbólica de um modelo de ocupação de espaço: otimização de estruturas habitacionais por meio de edificações do tipo sobrados e prédios de apartamentos, que aparecem em 85,7% das imagens. Representações de muros (em 42,8% das imagens) e gradis (em 28,5% das imagens) fazem alusão também ao uso do espaço, público ou privado, de acesso privado ou restrito, como delimitadores do espaço ou demarcadores de propriedade.

Outros aspectos sociais puderam ser determinados pela utilização recorrente de representações de estabelecimentos comerciais e industriais, em 48,1% das imagens, aludindo à sociedade de consumo

como referencial das práticas econômicas da sociedade ali representada.

O modelo de paisagem identificado como recorrente traz ainda como característica as cores que vetorizam sua utilização, predominantemente o preto, marrom e azul, que remetem portanto a uma paisagem noturna.

Tempo presente, ambiente externo, urbano e noturno. Não poderíamos identificar qualquer problemática na utilização deste modelo recorrente, uma vez que se trata do ambiente urbano no qual estão inseridos tanto o emissor das imagens quanto seu público receptor majoritário, senão por um fato observado por nós no organograma criado para análise das fontes: os seres que interagem nessa paisagem não são na sua maioria humanos.

A categoria designada para seres sobre-humanos revela sua utilização em 85,9% das imagens, deles 97,9% são do gênero masculino, e referida predominância se dá na maior parte das imagens pela utilização de um personagem recorrente, cujas características identificadoras são os contornos dos olhos desprovidos de pálpebras, nariz desprovido de cartilagem, sobrancelhas desprovidas de pelos, ausência de pele e decorrente aparência dos músculos faciais: fatores que denotam para um estado adiantado de putrefação *pós-mortem*.

As próprias imagens identificam-no como Edward, ou simplesmente *Eddie*, o mascote do grupo. É largamente utilizado nas imagens analisadas e passa por processos de profundas transformações ao longo das três décadas em que acompanha a banda, a ponto de ser celebrado, nas mais variadas formas em que já apareceu, em *Best of the beast*, de 1995.

O nome dado ao mascote da banda se refere a uma anedota popular britânica, em que os pais de uma criança que só possuía a

cabeça, chamado *Eddie*, após consultarem um médico que garantiu poder dar-lhe um corpo, anunciaram ao garoto que tinham para ele uma surpresa, ao que o menino prontamente responde: "Ah, não! Outra merda de chapéu!" Como em seus primeiros *shows* a banda fazia uso de uma grande máscara instalada logo acima e atrás do baterista, e que por meio de tubos e uma carniola soltava tinta vermelha pelo nariz (simulando sangue), batizaram-na de *Eddie The Head*, uma menção à anedota largamente difundida na época.

Retomando o problema, verificamos que a paisagem recorrente representa ou simboliza o plano real, o mundo fenomenológico e socialmente apropriado, já as monstruosidades que interagem nessas paisagens não.

Qual a finalidade de sua utilização se pensarmos a função primordial dessas imagens e como são difundidas? Qual a função de *Eddie* e das demais monstruosidades utilizadas nas imagens e, ampliando o fenômeno, que preenchem o universo simbólico do *heavy metal*?

Para responder a essas perguntas precisamos primeiro nos resolver com o método.

Por método de trabalho compreendemos fundamentalmente duas dimensões, a partir das quais determinamos então como pretendemos analisar nosso conjunto documental: o âmbito teórico concenente às correntes teórico-metodológicas que orientam o trabalho científico e o âmbito prático da técnica ou do "saber fazer". Em tese as duas dimensões não deveriam ser dissociadas; contudo o trabalho científico em História carece ainda de desenvolvimento de métodos dado a notável maior complexidade dos objetos das ciências humanas em relação às ciências da natureza: os processos de

mudança social que nos obrigam à compreensão do Homem e suas obras, aliados ao quão recente foi a incorporação do material visual como fonte de análise em História.

Diante da natureza de nossas fontes e da problemática aqui ensejada, com vistas a esclarecer a utilização de representações de seres sobre-humanos ou monstruosidades fantasiosas em ambientes urbanos referentes ao plano real, apontamos para dois orientadores teóricos gerais.

Os preceitos da psicologia analítica e sua idéia de "experiência simbólica" na concepção jungiana (JUNG, 1986, p. 7), nos serviu para a análise do campo imagético das fontes; e da hermenêutica visual para o estabelecimento de nexos estruturais de sentido conectores entre as imagens e a sociedade que as produziu, consumiu e as fez circular.

Quanto a essa hermenêutica visual, sua compreensão pode ser auxiliada pela idéia de iconologia desenvolvida por Panofsky e E. H. Gombrich, cuja reinterpretação de Eduardo Neiva nos é muito cara (NEIVA, 1993, *passim*) como método interpretativo.

Eduardo Neiva estabelece uma distinção bem exemplificada entre índices, ícones e símbolos. Para ele os índices referem-se ao passado, como representações do que desaparecerá (um fenômeno natural finito por exemplo); os ícones como referência ao presente, tanto diante do olhar do observador como no mundo que o cerca; e finalmente os símbolos, frutos de convenções e leis, que por independermos das ações presentes projetam-se para o futuro (NEIVA, 1993, p. 28).

Analizados portanto os símbolos na ótica da experiência simbólica dissociados dos ícones e índices, passamos às instituições constituintes dos símbolos, "[...] da imagem à ação", para nós como um percurso

hermenêutico, pois as imagens podem efetivamente nos conectar a sentidos maiores uma vez que estão “[...] saturadas de sua cultura” e “[...] existem no interior de classes onde acontecem transfigurações” (NEIVA, 1993, p. 14).

No percurso proposto por Panofsk, sob a ótica dos problemas vislumbrados, realizamos uma descrição pré-iconográfica das imagens, compreendendo o empreendimento de uma abordagem histórica, uma primeira interpretação como descrição verbal, sua datação, assentamento em séries conexas e inserção numa ordem cultural, criando um parâmetro inicial de compreensão.

Seguindo ainda este percurso determinamos sua matéria convencional ou secundária, associando os motivos primários a temas e conteúdos, determinando os níveis comunicacionais das imagens por meio das convenções socialmente estabelecidas no tempo de sua criação e circulação. Implica em determinar os significados alegóricos dos símbolos inscritos, tentando chegar o mais próximo possível do texto gerador das imagens.

Por fim tentamos compreender seus sentidos iconográficos, visando apreender seus significados intrínsecos ou seu conteúdo.

Empreendendo uma análise de sentido hermenêutico analisamos os nexos estruturais de sentido conectores das figurações e a época que as produziu, e concluímos o que segue:

A hipótese levantada inicialmente por nós, no primeiro contato que tivemos com as fontes (antes mesmo do rito organizacional que empreendemos), levou-nos a crer que signos de violência urbana e figuras teratológicas que eram perceptíveis em grande parte das imagens seriam instrumentalizados como recurso de choque para a fixação da imagem por seu receptor, o

que faria funcionar sua finalidade de aliciamento para o consumo do produto que media.

No entanto, a visualidade do lote documental proporcionada pela montagem do organograma, que levou em conta os diversos elementos que se mostraram ao final de sua estruturação, indicou que esta hipótese não se sustentaria e não dá conta de explicar os históricos de rejeição que as imagens tiveram naqueles em que provocaram choque de fato, advogando contra a lógica do consumo numa sociedade de massas.

Sabe-se, por exemplo, que várias cópias do álbum *The Number Of The Beast*, lançado no ano de 1982 e que trazia uma representação do demônio sendo manipulado por “Eddie”, por sua vez manipulando humanos, foram queimadas por grupos religiosos que diziam que suas músicas evocavam cantos demoníacos. No mesmo ano um boneco de 3 metros do mascote *Eddie* foi censurado no *video-clip* da música *The Number Of The Beast*, por ser “assustador demais para a televisão”. Os primeiros álbuns da banda trouxeram, por conta da perseguição que sofreram, o aviso de “letras explícitas” nas capas. Sabe-se também que uma década depois do lançamento de *The Number Of The Beast* a Igreja Católica chilena convenceu o governo de seu país a proibir uma exibição da banda por “corromper” a juventude com suas letras e imagens; segundo a Igreja a música *Bring your daughter... to the slaughter*, do álbum *No prayer for the dying*, incitava o assassinato e *The Number Of The Beast* o satanismo.

A questão da censura não se põe, segundo entendemos, como uma questão unicamente relacionada à imagem, mas sim ao uso social da imagem. Exemplo disso é o fato de o *video-clip* da música *The Trooper*, de 1983, ter sido



censurado por mostrar uma carga de cavalaria obtida do filme *Die With Your Boots On*, e a BBC de Londres ter exibido livremente o filme na íntegra, às 19 horas do dia em que a banda recebia o parecer de que o *videoclip* de *The Trooper* era "muito sangrento para ser assistido por jovens".

Ao observarmos a estatística obtida, aplicada ao organograma, elementos fundamentais para a problematização da documentação surgiram fazendo cair por terra a questão do choque provocado pela imagem.

Levando-se em conta a questão cromática a qual, por meio do organograma, mostrou a predominância de paisagens noturnas, pudemos inferir que a recorrência desse período se conforma como um símbolo de propiciabilidade para a transgressão, pela alusão à escuridão, o sombrio, o não ver, pela dificuldade de visibilidade e por ser o momento convencional de repouso para o trabalho diurno que é obliterado (ordem característica das sociedades capitalistas modernas, ordem que aqui é transgredida).

Outro importante ponto na questão da cultura material perpassa a representação dos próprios objetos, abundantes em toda a documentação. Na organização do corpo documental constatamos a presença de representações de armas de fogo (13 unidades), armas brancas (4 machadinhas; 1 broca; 12 lanças; 3 tridentes; 1 florete; 1 faca; 1 garrafa de vidro quebrada) e da entidade morte aparecendo 2 vezes como ser e outras 2 representada em cartas de tarô; o que nos possibilitou pensar que estas representações estariam diretamente relacionadas à prática de atos de violência, principalmente a agressão física e o assassinato.

Mais precisamente há 11 agressões físicas ou assassinatos representados no conjunto documental.

Juntamente a forte presença de indumentária de uso cotidiano (em 85,7%

das imagens analisadas) caracterizada pelo uso recorrente de calça *jeans* (aparecem 14 vezes) e por camiseta (aparecem 41 vezes), aliado a representações de cortes de cabelo não convencionais aos padrões de conduta regulares à época da criação das imagens, tem-se um conjunto de símbolos que convergiram a um ideal de transgressão da ordem vigente. As décadas de 1970 e 1980 atribuíram às calças *jeans* uma forte conotação de espírito transgressor e de contracultura como espírito de juventude e de liberdade, da mesma forma que os cortes de cabelo ou os cabelos compridos.

O descompasso enorme na utilização de camisetas e calças *jeans* não quer dizer que outro tipo de calça tenha sido utilizada para acompanhar as camisetas, mas um número significativo de calças não puderam ser identificadas como *jeans* por ausência de denotadores (cor azul, por exemplo).

Da mesma forma, o contato com as fontes, num sentido quantitativo e depois pela montagem do organograma, possibilitou ainda identificar outro ponto relevante: a questão da aparição das criaturas teratológicas, fundamentalmente da monstruosidade *Eddie*.

Sua interação com a paisagem urbana ali simbolizada demonstra que sua função primordial é a de transgredir a ordem posta.

Concluimos que a transgressão representada por este ente apresenta-se na dimensão política, moral, religiosa, normativa-social e biológica.

Com relação à ordem política temos a forma agressiva de tratamento do personagem *Eddie* para com Margaret Thatcher, nas imagens: *Sanctuary* e *Women In Uniform*, de maio e outubro de 1980, nas quais, respectivamente, ela aparece morta, assassinada por *Eddie* que empunha uma faca ensanguentada; e viva, portando uma

arma de fogo e a espada, prestes a atacar *Eddie*. Um dado importante a ser levado em consideração, para que sejam relacionadas as imagens, é o fato de na capa de *Women in uniform*, Thatcher aparecer em contraste com uma parede na qual está afixado um pôster da banda *Iron Maiden* rasgado, em *Sanctuary*, o cadáver de Thatcher agarra pela mão direita um pôster idêntico, demonstrando na parede a esquerda da cena um outro pôster parcialmente rasgado. A relação causal/consequência é a de que Thatcher pagou com a vida pela censura empreendida à banda, e *Eddie* foi seu algoz.

A ordem moral e religiosa é afrontada pela interação de *Eddie* com o próprio mito cristão. Neste último caso, nossas conclusões partem das referências ao inferno e a coexistência na luta de *Eddie* com Satã. Apesar de o inferno estar referido em várias ilustrações, a temática é mais explícita no álbum e conjunto de *singles* de *The Number Of The Beast*, de 1982. A imagem de capa do álbum lançado em março de 1982 instaurou a polêmica sobre o envolvimento da banda com seitas satânicas e até mesmo um possível pacto com o diabo, boatos que proliferavam provocando rejeição do produto por vários segmentos religiosos que estimulavam a queima dos álbuns. Ocorre que os segmentos religiosos nunca foram considerados público-alvo nas estratégias de *marketing* da banda! A imagem que mostrava *Eddie* manipulando a entidade que no mito cristão é caracterizado como o demônio, parece encontrar nas capas dos *singles* subsequentes uma tentativa de minimizar o estrago causado pela mídia. O *single* *Run to the hills*, de fevereiro de 1982, ao invés de demonstrar a manipulação de *Eddie* exercida sobre o demônio, representa uma luta do mascote contra a entidade portadora de todo o mal. *Eddie* está prestes a desferir um golpe de machadinha contra o

demônio enquanto estrangula-o com a mão esquerda, enquanto o demônio ameaça-o com um tridente segurado pela mão direita. O palco da luta é o próprio inferno onde pululam demônios subalternos e outras figuras teratológicas. O resultado do enfrentamento é dado na capa do *single* *The number of the beast*, onde é demonstrada a vitória de *Eddie*, numa perspectiva simbólica contra o próprio mal, pois segura a cabeça do diabo que verte sangue e cujos olhos mostram o estado de morte. Apenas as duas entidades ocupam a imagem, as demais monstruosidades desaparecem e só é possível vislumbrar as chamas do inferno, expurgado das almas condenadas.

As normas de conduta social são transgredidas pela afronta à monogamia por exemplo, referência notável no *single* *Women In Uniform* de 1981, onde *Eddie* enfrenta os valores conservadores ao transar em público na companhia de duas mulheres, acaiciado por uma delas.

Seria possível afirmar ainda que a transgressão que este personagem representa se dá no âmbito da própria ordem biológica humana: tal fato se coloca justamente pela recorrente presença do sobrenatural nas imagens, representado pela morte e pela vida após a morte de *Eddie*, que sai de covas em *Live After Death* de 1985 e *Best Of The Beast* de 1995 – onde também aparece como múmia-viva –, de túmulos em *No Prayer For The Dying* de 1990, perambula entre o céu de *Flight Of Icarus* de 1984 e o inferno de *The Number Of The Beast* e *Run To The Hills* de 1982, de *A Real Dead One* de 1993, de *Virtual XI* de 1998, e de *Hallowed Be Thy Name* de 1993, onde mata o próprio vocalista da banda (Bruce Dickinson, que despedia-se do *Iron Maiden* para voltar em 1999), e interage com humanos abraçando mulheres em *Women In Uniform*



de 1981 e *Bring Your Daughter... To The Slaughter* de 1992, interagindo em um bar em *Stranger In A Stranger Land* de 1988, gestando vida em *Seven Son Of A Seven Son* de 1988, sendo o arauto da morte em *Sanctuary* de 1980, *Run To The Hills* e *The Number Of The Beast (single)* de 1982, *Flight Of Icarus* e *The Trooper* de 1983, *No Prayer For The Dying* de 1990, *Be Quick Or Be Dead* de 1992 e *Hallowed Be Thy Name* de 1993, ou a própria morte em *Dance Of Death* de 2003 – onde aparece de pé no centro do círculo da morte –, e *Death On The Road* de 2005.

A morte também é referenciada pela utilização da representação do gato, que aparece quase oculto, confundindo-se com a paisagem e numa escala minimizada em *Killers, Live after death Somewhere in time*. A imagem do animal foi carregada de significados relacionados ao ocultismo, pelo menos desde a cosmovisão egípcia predinástica, na qual aparecia como um ser que transitava livremente tanto pelo mundo dos vivos como dos mortos. Nas três imagens referidas, ele testemunha a cena principal, anunciando o evento da morte como resultado das ações ali ensejadas. A fatalidade é referida como dilema imposto pela própria efemeridade da vida e das incertezas decorrentes da infalibilidade e aproximação inexorável da morte.

A morte como evento carregado de conotações ocultas e sombrias, frente à insegurança da condição humana por sua perpetuação e pelo anseio por imortalidade, tem lugar nos cemitérios representados em *Live after death* e *No prayer for the dying*, onde o morto retorna de sua condição por intervenção sobrenatural demoníaca, batizado pelo fogo, contrário ao batismo divino cuja unção é dada pela água – na primeira imagem –, para afetar os vivos,

lembrando-os de sua mera condição de mortalidade e fragilidade diante das forças que desconhece – na segunda imagem.

Os elementos sobrenaturais, os seres sobre-humanos e os objetos de cultura material representando atos de violência seriam utilizados, portanto, no contexto de transgressão e violência urbana do tempo presente à época em que foram produzidas as imagens, segundo a paisagem identificada por nós como recorrente e a natureza da interação que é empreendida pelas monstruosidades.

Concluimos que os elementos sobre-humanos e toda relação destes com a cultura material, que acabam por representar atos de transgressão, tenham por objetivo atribuir a elementos fantasiosos as ações humanas desejadas, contudo frustradas pelos mecanismos de controle da ordem pública e pela ordem natural do desenvolvimento da vida em sociedade sob a égide do capitalismo, também pela própria ordem biológica humana. Exemplo disso é que, à exceção da capa dos álbuns *Piece Of Mind* de 1983 – na qual *Eddie* aparece contido por uma camisa de força, acorrentado no que parece ser um manicômio –, e na capa de *The X Factor* de 1995, bem como do *single A Man On The Edge* deste mesmo álbum – nos quais aparece em uma cadeira elétrica –, em nenhuma outra imagem se abate sobre ele qualquer mecanismo de controle social, policial ou religioso. A recorrência nas imagens, em resposta à corrente que o priva de liberdade em *Piece Of Mind*, são os grilhões quebrados nas capas seguintes: *Live After Death* de 1985, *The Angel & The Gambler* de 1998 e *Futureal* de 1999, bem como a liberdade plena em que aparece nas demais imagens.

Concluimos que o fenômeno de grande circulação das imagens seria demonstrativo de uma demanda, de determinado segmento social, por um universo fantasioso no qual os



regramentos sociais e naturais pudessem ser transgredidos sem que a força dos mecanismos de controle social recaísse sobre o transgressor. Fica claro que o extrato social majoritariamente receptor das imagens analisadas é subordinado a um determinado controle comportamental e de conduta. Dessa forma o ser sobre-humano "Eddie" passaria a servir como arquétipo deste segmento, desejoso por transgredir a ordem vigente.

Nossas conclusões apontam para a utilização da paisagem modelar por sua recorrência como estabelecedora de uma identificação entre o emissor – insendo numa cultura urbana pós-industrial – e o público receptor – igualmente majoritariamente urbano –, por meio do espaço geográfico e a forma de relação social mantida com este espaço: a marginalidade demonstrada pela externalidade em período noturno onde o lugar primordial são as ruas. Pensamos que a utilização do contraste destes seres com muros e paredes externas de edificações denota essa condição de externalidade, ou melhor, explicitam-na, é o caso da capa de *Iron Maiden*, *Running free* e *Women in uniform*, de 1980; de *Killers*, de 1981; *Somewhere in time*, de 1986; *Bring your daughter to the slaughter*, de 1992; *Futurist*, de 1998; e *Ed Hunter*, de 1999.

Da mesma forma, a utilização recorrente de entidades sobre-humanas, especificamente da monstruosidade denominada *Eddie*, teria também uma função identitária, contudo não espacial como teria a paisagem recorrente, mas psico-social. Em última análise, este personagem provocaria uma identificação do citado extrato social capaz de fazer com que as imagens que compõem este corpus documental vetorizasse a relação de consumo desejada por seu emissor.

A lógica deste processo passaria pela necessidade de afirmação da marca *Iron Maiden*. Isso está demonstrado pela invariabilidade do logotipo utilizado pela banda. Não varia em forma mas apenas na coloração de seu preenchimento e contorno, de acordo com a cor predominante da imagem principal, sendo determinante para sua escolha o efeito de contraste para privilegiar o destaque da marca. A repetição constante das linhas características do logotipo na sequência de imagens, produtoras dos sentidos gerais aqui determinados, provocariam a associação de suas formas com os signos identificados, concentrados nas ações perpetradas e centralizadamente no personagem *Eddie*. O espírito geral de transgressão, veiculado no reconhecimento entre identidades vetorizado pelo espaço representado e pela conduta psico-social simbolizada, seria fixado à marca *Iron Maiden* por meio de seu logotipo. O objetivo da fixação atenderia portanto às necessidades mercadológicas da indústria fonográfica, pois é na capa de CD's e de LP's que as imagens circulam com primazia.

Estamos dizendo que a indústria fonográfica fez (e está fazendo) uso de representações de problemáticas sociais e de anseios coletivos a determinados segmentos como instrumentos de identificação de seu público alvo, no âmbito sensorial do mundo fenomenológico e no âmbito abstrato de um inconsciente coletivo, com o objetivo de vender bens simbólicos como bens de consumo de massa.

Nessas imagens estão contidas representações dos próprios processos de mudança social que afetam não só a estes segmentos específicos, mas referem-se a um próprio signo da contemporaneidade. Não por acaso, não é este mesmo o objeto da História?