

Design em tempos de consumo de música por *streaming*: desenvolvimento de um conceito visual para o músico Vitor Ramil

Design in times of music consumption by streaming: development of a visual concept for the musician Vitor Ramil

Franciane Rosa de Medeiros, Patricia Lopes Damasceno,
Helena de Araujo Neves

Resumo: Este artigo é um recorte de uma pesquisa que propôs o desenvolvimento de um projeto de design fictício para o músico Vitor Ramil, considerando as particularidades do meio digital na contemporaneidade. O estudo, que se utilizou de revisão bibliográfica e pesquisa documental, surgiu com o propósito de investigar a atuação do designer no segmento musical na era do *streaming*. Neste artigo será apresentado o conceito visual desenvolvido como resultado prático da referida pesquisa — elaborado a partir de uma metodologia adaptada pautada nas três principais fases do processo de design que, segundo Ellen Lupton (2013), são: definição de problemas, geração de ideias e criação da forma.

Palavras-chave: Design. Música. Mídias digitais. *Streaming*. Vitor Ramil.

Abstract: This article is a cutout of a research that proposed the development of a fictitious design project for the musician Vitor Ramil, considering the particularities of contemporary digital media. Through bibliographic review and documentary research, this study sought to explore the designer role in the musical segment in the streaming era. As a practical result of the research, this article will present the visual concept developed from an adapted methodology based on the three phases of the design process according to Ellen Lupton (2013): defining problems, getting ideas and creating form.

Keywords: Design. Music. Digital media. *Streaming*. Vitor Ramil.

INTRODUÇÃO

Esta produção tem como propósito apresentar um recorte de um Trabalho de Conclusão de Curso realizado junto ao Bacharelado em Design Gráfico da UFPel e defendido em novembro de 2021. O referido trabalho contou com revisão bibliográfica e pesquisa documental e teve como principal objetivo desenvolver um projeto de design para um lançamento musical com foco em mídias digitais, considerando o contexto contemporâneo de consumo de música por streaming. Tal pesquisa se originou da curiosidade da autora em investigar a atuação do designer no meio musical na atualidade e após refletir sobre a durabilidade das mídias físicas que em função da internet foram adquirindo novos significados e formatos. O ensejo para a pesquisa também ocorreu a partir do exemplo do lançamento do álbum “Sua alegria foi cancelada” (2019) da banda brasileira Fresno — no qual o projeto gráfico foi concebido para além da capa (colocando-a como um elemento secundário), uma vez que se utilizou do *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*, *Facebook* e *Spotify* para criar uma experiência multimídia, considerando aspectos específicos das mídias digitais.

Até o início dos anos 2000, os suportes físicos — como o CD e o LP — eram as principais formas de consumo de música. À medida que o consumo de arquivos MP3 foi se popularizando e permitindo uma maior facilidade na reprodução e distribuição dos conteúdos de maneira virtual, a música se encaminhou para um movimento de desmaterialização. Dessa forma, outros elementos típicos das mídias digitais também entraram em jogo, transformando a relação da música com o seu público e com o caráter mediador das recentes interfaces (DE MARCHI, 2005; VICENTE, 2012; NORONHA, 2020). Essas alterações, conseqüentemente, também implicaram na representação visual da música, que até então acompanhava os suportes físicos por meio de suas embalagens.

A desmaterialização se intensifica no cenário vigente da música, o qual promove o consumo de conteúdos através dos serviços de *streaming*. Dentre eles no Brasil, o mais

utilizado atualmente é o Spotify, que no segundo trimestre de 2021 registrava 365 milhões de usuários ativos (STATISTA, 2021). Em paralelo, nota-se a onipresença das mídias digitais — que permitem uma comunicação segmentada e bilateral, na qual o público tem um pouco mais de autonomia para decidir o que acompanhar. Além disso, torna-se também um emissor, capaz de interagir diretamente com os conteúdos e com seus produtores em tempo real (diferentemente do que ocorre com as tradicionais mídias analógicas, caracterizadas pela comunicação massificada e unilateral (MARTINO, 2014; PIRES, 2020). À medida em que a transição dos suportes musicais modificou a forma como o projeto gráfico de um álbum ou outro produto musical é experienciado e se inseriu a utilização das mídias digitais, foram criados outros canais de conexão entre os artistas e bandas com seus públicos, principalmente, permitindo uma extensão do conceito e da visibilidade das obras musicais em outros meios, como nas mídias sociais. O trabalho gráfico que antes compreendia uma embalagem palpável possui, então, outros desdobramentos, limitações e oportunidades — o que acaba trazendo reflexões e dividindo opiniões entre os profissionais envolvidos (LIMA, 2019; NORONHA, 2020).

Tendo como base o panorama apresentado, o presente artigo irá exibir o resultado prático do referido estudo. Contudo, cabe destacar que será necessário sintetizar algumas etapas dessa construção como, por exemplo, expor a pesquisa inicial que foi implementada nas plataformas de *streaming* para confirmar se, e de que maneira, naquele momento esses meios possibilitavam a expressão visual dos artistas — o que acabou sendo confirmado pela referida investigação ([OCULTO]^[1], 2021). O projeto prático que será exposto neste artigo contemplou a criação de um conceito visual para o lançamento de “Avenida Angélica”, trabalho mais recente do músico Vitor Ramil contendo canções inspiradas na obra da poeta Angélica Freitas (ambos artistas pelotenses). A partir disso, foi possível explorar o conceito visual através de pe-

[1] <http://guaiaca.ufpel.edu.br/handle/prefix/6475>

ças gráficas para as mídias digitais, que serão expostas no decorrer desta produção. Cabe salientar que ainda que o lançamento já estivesse previsto no momento da realização da pesquisa, seu formato não havia sido divulgado pelo músico. A partir do todo relatado, o objetivo deste artigo será expor a referida prática projetual realizada de maneira fictícia e sem o envolvimento do artista, estabelecendo-se como critério o desenvolvimento de um EP contendo 3 faixas.

LIMITAÇÕES E OPORTUNIDADES DAS PLATAFORMAS DE STREAMING PARA A ATUAÇÃO DO DESIGNER NO SEGMENTO MUSICAL

A relação entre design e música se encaminhou, em 1939, quando o designer norte-americano Alex Steinweiss propôs à *Columbia Records* que as capas para os discos de 78 rpm fossem mais atraentes e condizentes com o conteúdo musical, com a intenção de que “[...] as pessoas olhassem para a capa e ouvissem a música” (POPOVA, 2011, *on-line*, tradução nossa)^[2]. Anos depois, com o lançamento do LP nos Estados Unidos, Steinweiss projetou o modelo de embalagem que se mantém até hoje para os discos de vinil (LAUS, 2005; POPOVA, 2011) e, com o passar do tempo, a capa ultrapassou os propósitos de identificação e proteção do conteúdo para se tornar um meio de representação visual das obras musicais. De acordo com Prates (2017), os elementos visuais — tipografia, ilustrações, cores e fotografias — presentes nas capas possuem valor emocional e se associam aos elementos sonoros para criar experiências. Além do mais, as músicas podem despertar memórias visuais das próprias capas nos ouvintes, assim como o contrário também acontece: ao ver uma capa, remete-se às músicas de determinado álbum. Dessa forma, se reconhece a complementaridade das duas áreas, na qual o designer atua como um mediador entre o trabalho do músico e o público a que ele se destina.

No atual contexto, talvez a principal limitação encontrada pelos designers seja o tamanho das capas. Embora a em-

[2] “I love music so much and I had such ambition that I was willing to go way beyond what the hell they paid me for. I wanted people to look at the artwork and hear the music.” — Alex Steinweiss.

balagem física ainda possa ser utilizada, nas plataformas de *streaming* a capa se apresenta como uma imagem com duas dimensões (largura x altura) medidas geralmente em *pixels* e não permite interações táteis. Seu tamanho pode variar de acordo com a tela do dispositivo, de qual seção do aplicativo ela está sendo mostrada ou, ainda, de uma manipulação feita pelo usuário. Em relação à forma, geralmente se mantém a proporção quadrada, a mesma utilizada nas capas físicas (NORONHA, 2020). Considerando esse aspecto, o designer Johnny Clayton (*apud* MONTESINOS-DONAGHY, 2014) relata que a contribuição do design para a indústria musical se perdeu nos últimos tempos, uma vez que as miniaturas das capas no *streaming* não causam o mesmo impacto de uma capa física. Por outro viés, o diretor criativo, músico e escritor Rory Seydel (2016) afirma que o *streaming* elevou a necessidade da capa, pois é o que ainda acompanha a música onde quer que ela esteja. Para ele a arte do álbum não é mais apenas a imagem na capa do disco, pois faz parte de uma marca *on-line* que é exposta cada vez que as músicas são reproduzidas nas plataformas (SEYDEL, 2016, tradução nossa). De acordo com ele, as interfaces dos serviços de *streaming* são projetadas para facilitar a experiência de utilização e dar relevância às capas, portanto, estas são os elementos “externos” que identificam cada trabalho nesse meio, tendo o poder de atrair a atenção dos usuários. Além disso, como atualmente grande parte das músicas são consumidas através de *playlists*, as capas são um elemento de identificação importante dentro dessas listas. Se o usuário gostar da música, será provavelmente através da capa que ele irá acessar a página do álbum ou do artista, descobrir mais informações e ouvir outras obras.

Buscando contornar o problema da redução das capas e sustentar uma unidade visual, outros formatos de apresentação para o conceito da obra podem se fazer necessários, conforme apontado por Prates (2017, p. 85):

“Nos últimos anos tem-se assistido a uma alteração do papel da capa de álbum: se no passado a capa era o

primeiro elemento do álbum a ser revelado ao público, hoje em dia faz parte de uma operação de identidade gráfica muito maior. [...] Em alguns casos, a capa já não é a única “imagem de marca” do artista naquele ciclo da sua carreira quando o álbum é anunciado. No entanto, continua a ser o elemento visual que associamos à música do álbum de maneira mais imediata.

A jornalista de cultura Emily Gosling (2016) enxerga essas mudanças de maneira otimista do ponto de vista do design e enfatiza que os artistas precisam encontrar novas formas de se conectar ao público. Segundo ela, o ambiente digital é ainda mais propício para a construção de um universo visual, considerando a quantidade de ferramentas e pontos de contato a serem explorados. Na mesma direção, Adam Farrell, co-fundador e diretor criativo da gravadora *Loma Vista Recordings* aponta que “[...] o papel do designer está provavelmente mais importante do que em qualquer outro período da indústria musical” (FARRELL *apud* GOSLING, 2016, *on-line*), pois a maioria dos consumidores são introduzidos ao mundo de um artista através de conteúdos direcionados a eles pelos celulares, *tablets* e outros dispositivos digitais.

Com a variedade de propostas e opiniões de profissionais a respeito das transformações provocadas pela cultura do *streaming*, foi necessário constatar como o design, a música e as mídias digitais (nesse caso, voltando-se aos serviços de *streaming*) se relacionam na prática. Por esse motivo, buscou-se analisar diretamente as plataformas, considerando diferentes dispositivos de mídia, para identificar suas limitações e oportunidades através de um estudo que foi dividido em três etapas. É importante mencionar que aqui serão expostas as principais descobertas, mas a coleta e a análise de dados estão disponíveis integralmente no Trabalho de Conclusão de Curso que originou este artigo ([OCULTO], 2021).

Em primeira instância foi feita uma análise comparativa identificando as diferenças entre as duas principais plataformas de *streaming* de música no Brasil^[3] — *Deezer* e *Spotify* — no que diz respeito à expressão visual do artista e do produto

[3] Plataformas de *streaming* de música mais populares no Brasil em 2020 entre usuários de *smartphones* (STATISTA, 2020).

musical^[4], observando os recursos disponíveis, identificando como são exibidos em cada interface (considerando os aplicativos para celular) e averiguando quais as porcentagens ocupadas por esses elementos na tela — tendo em vista que ambas as interfaces são responsivas. Nesse estudo preliminar, constatou-se que o *Spotify* disponibiliza mais recursos visuais em relação ao *Deezer* (que permite apenas a inserção de um avatar do artista e a capa do produto musical). Por consequência, a primeira plataforma foi escolhida para ser analisada em profundidade, dando início à segunda etapa: uma observação dos recursos visuais exibidos em 3 versões de dispositivos — no aplicativo para celular, no aplicativo para *desktop* e no aplicativo para Smart TV —, considerando mais uma vez as suas porcentagens. Naquele momento, percebeu-se que o *Spotify* oferecia uma variedade de opções maior do que se esperava, porém essas são disponibilizadas para um grupo seleto de artistas que já possuem uma base de fãs consolidada e popularidade na plataforma. Essas opções (que foram chamadas de “recursos extras”) acabam por servir de incentivo para que eles continuem se utilizando da plataforma. Para artistas menos populares ou independentes, as opções ficam restritas aos recursos básicos — no que se refere ao perfil do artista contempla avatar, cabeçalho e galeria de fotos; já a capa e *Spotify Canvas* no que se refere ao produto musical (Figura 1) — o que pode gerar uma necessidade de o artista levar seu trabalho para além das plataformas, utilizando-se de outras mídias para promovê-lo e interagir com o público. Entre os recursos básicos, concluiu-se que o *Spotify Canvas* é o que propicia ao designer maior liberdade de criação, por se tratar de uma solução animada que substitui a capa na tela de reprodução do aplicativo para celular — podendo ser utilizado, por exemplo, com fragmentos de um videoclipe, ilustrações 2D e 3D, tipografia, colagens, como uma versão animada da própria capa ou algo que a complementa.

[4] Essa nomenclatura adotada no trabalho engloba faixas isoladas, *singles*, EPs e álbuns.

RECURSOS BÁSICOS

Recursos destinados a todos os artistas.

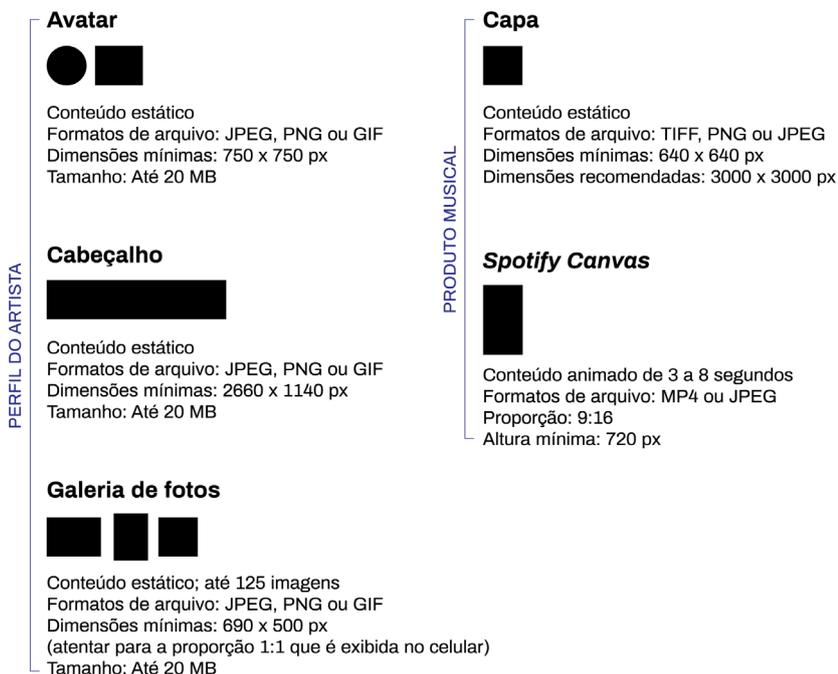


Figura 1: Síntese do mapeamento realizado.
Fonte: [OCULTO], 2021, p. 83

RECURSOS EXTRAS

Recursos restritos a artistas selecionados, cujas informações técnicas não estão acessíveis.

Marquee

Storyline

Playlist Clips

Enhanced Album

Artist Hub

INTEGRAÇÃO DO SPOTIFY COM AS MÍDIAS SOCIAIS

Opções voltadas à divulgação, destinadas a todos os artistas e ao público em geral.

Cartões Promocionais — Recursos externos que seguem uma identidade estabelecida pelo Spotify

Spotify Wrapped

Outras opções de compartilhamento

— Integração com o Instagram, Facebook e Snapchat, compartilhamento através de links e Spotify Codes

A terceira etapa desse mapeamento, por sua vez, consistiu em compreender a integração do *Spotify* com as mídias sociais, revelando ferramentas desenvolvidas pela plataforma com foco no compartilhamento de dados em ambientes externos ao aplicativo e também opções de divulgação dos conteúdos musicais nas mídias sociais. Ao contrário dos recursos encontrados nas duas fases anteriores, estes podem ser utilizados pelo público em geral (não sendo restritos aos artistas). Essa etapa mostrou que o compartilhamento é bastante valorizado pela plataforma, sendo uma maneira do *Spotify* se fazer presente em outras mídias sociais (especial-

mente o *Instagram*) e divulgar seu produto ao mesmo tempo em que divulga o artista.

A Figura 1 sintetiza os principais resultados obtidos com esse estudo documental, recuperando as opções de expressão visual mapeadas no *Spotify* e tornando mais acessíveis as informações técnicas para a criação de peças gráficas destinadas aos recursos básicos (que podem ser utilizados por todos os artistas).

Esse estudo foi de suma importância para o desenvolvimento da investigação, pois permitiu conhecer melhor a plataforma *Spotify* e forneceu o encaminhamento necessário para a prática projetual, que será apresentada a seguir. Torna-se importante destacar ainda que, por mais que os aplicativos de *streaming* de música sejam ferramentas dinâmicas e possam sofrer alterações a qualquer momento, ganhando ou perdendo recursos, entende-se que olhar para os formatos existentes neste momento também foi uma maneira de documentar essas transformações e contribuir com a expansão dos estudos na área.

PROPOSTA PRÁTICA

Os conhecimentos obtidos com a pesquisa anteriormente relatada foram aplicados em um projeto prático com o intuito de representar visualmente o lançamento “Avenida Angélica” do músico Vitor Ramil. Isso foi realizado por meio de um conceito visual direcionado às mídias digitais e considerando o contexto contemporâneo de consumo de música por *streaming*, o que poderia incluir ferramentas internas ou externas às plataformas. A abordagem ideal foi extraída ao longo do estudo, mas desde o início sabia-se que seria indispensável conhecer melhor o panorama do artista para situar o projeto. Dessa forma, antes de iniciar o processo criativo foi realizado um breve apanhado de informações sobre Ramil, envolvendo suas capas de discos e sua linguagem artística. Nesta foram encontrados o conceito da “Estética do Frio”, bem como uma relação com as cidades e com

paisagens, identificadas em sua obra musical e literária. Parte dessa busca, que envolveu a trajetória e a história do artista, também foi contextualizar o projeto “Avenida Angélica”, que dá sequência a uma relação já estabelecida de Vitor Ramil com a poesia. Em meados de 2009, o músico entrou em contato com a obra de Angélica Freitas e começou a compor canções através de seus poemas. Segundo ele, a visualidade presente na poesia, bem como a musicalidade identificada nos versos, foi o que lhe interessou para dar início a esse projeto. Neste o músico se permitiu trabalhar em canções mais *pop*, algo até então incomum em seu repertório (PUCRS, 2021; TV BRASIL, 2019). Em 2019, Ramil deu origem ao espetáculo “Avenida Angélica”^[5], no qual reuniu canções compostas a partir dos livros “Rilke *shake*” (2006) e “Um útero é do tamanho de um punho” (2013), ambos de Angélica Freitas. “As canções do rádio, as marcas publicitárias, o banal do cotidiano e a mulher são temas cerne do universo da poeta e isso ganha outros contornos quando relido pela voz de Ramil” (GUERRA, 2019, *on-line*). A partir desse levantamento de informações, se iniciou o processo criativo que será apresentado agora.

De acordo com a designer Ellen Lupton (2013, p. 4), “o processo de design é uma mistura de ações intuitivas e intencionais”. Sob esse viés, traçou-se um caminho metodológico mais orgânico com base nas três principais fases do processo de design segundo a autora: definição do problema, geração de ideias e criação da forma. Ao longo do processo, conforme a necessidade de estruturá-lo e trabalhar a criatividade, foram utilizadas algumas técnicas de concepção do livro “Intuição, ação, criação: *graphic design thinking*”, organizado por Lupton (2013). Essas fases serão apresentadas a seguir, conjuntamente com as propostas desenvolvidas para o músico.

DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Tratando-se de um projeto de representação visual pensado para o meio digital, existem inúmeras possibilidades a serem

[5] O nome do projeto, cunhado por Vitor Ramil, faz referência ao poema “Ringues polifônicos”, do livro “Rilke *shake*”. “1. entre ringues polifônicos e línguas multifábulas / entre facas afiadas e o elevado costa e silva / entre dumbo nas alturas e o cuspe na calçada / alça vôo a aventura na avenida angélica [...]” (FREITAS, 2006, p. 55).

aproveitadas e seria difícil mensurar logo de início as peças gráficas adequadas. Dessa forma, se observou a necessidade de desenvolver primeiro o conceito e, a partir dele, pensar nas peças e quais mídias seriam pertinentes. O primeiro passo foi resgatar informações sobre o espetáculo “Avenida Angélica” através de matérias e registros audiovisuais disponibilizados na internet, que forneceram algumas pistas sobre as melodias e a visualidade do espetáculo. Logo após, buscou-se tomar conhecimento dos livros de Angélica Freitas que deram origem às composições musicais.

Ainda buscando inspirações, a fim de melhor visualizar o panorama de Ramil estudado anteriormente e, ao mesmo tempo, introduzir relações e/ou dualidades entre os dois artistas, foram desenvolvidos painéis semânticos^[6] — um para Ramil e outro para Freitas. As imagens que integram esses painéis foram reunidas com base tanto em informações coletadas quanto interpretadas como parte de seus universos e estão justificadas na investigação ([OCULTO], 2021). Ao realizar a comparação, no painel de Angélica Freitas identificou-se uma visualidade mais descontraída, predominada por cores saturadas e enérgicas, ilustrações e palavras escritas à mão; nas imagens associadas a Vitor Ramil foram encontrados tons frios, bem como o uso recorrente de fotografias, sugerindo certa seriedade e um caráter nostálgico. Além de possibilitar um conhecimento mais profundo dos dois artistas e de possíveis referências estéticas, a criação dos painéis foi importante para sintetizar as informações visuais captadas e as interpretações realizadas.

Auxiliando na delimitação do problema, também foi realizada uma atividade baseada em *brainstorming* e mapa mental (LUPTON, 2013), na qual foram reunidas palavras que remetiam à “Avenida Angélica”, alguns dados obtidos pelas entrevistas e matérias sobre Ramil e Freitas, bem como características associadas aos artistas nos painéis semânticos desenvolvidos. Essa metodologia demonstrou possíveis caminhos que foram afunilando até a definição do conceito.

[6] São exercícios visuais de agrupamento de imagens encontradas através de pesquisa, as quais se referem a um objetivo ou contexto específico (LOPES, 2017).

O conceito geral, por sua vez, se estabeleceu em torno da palavra “avenida” conjuntamente com a vida urbana e cotidiana, que se fazem presentes na poesia de Freitas e na relação de Ramil com o espaço da cidade. Trata-se, portanto, de uma ligação entre as obras dos dois artistas que se constatou mediante a investigação. Outras referências surgiram de atributos visuais do espetáculo (Figura 2) — prédios, estrada, túnel, banco de ônibus e um cenário caótico e bagunçado — que dialogam com a ideia da avenida, da viagem e do movimento. Também foi referência um relato de Ramil sobre duas canções terem sido compostas na estrada, e o fato de ele apresentar uma canção com batuques, como se estivesse fazendo desordem no fundo de um ônibus (TV BRASIL, 2019). Metaforicamente, o projeto também é um encontro de trajetórias, que cruza os caminhos de dois artistas com diferentes cenários e repertórios. De acordo com Vitor Ramil, a “Estética do Frio” pode ser resumida como uma viagem cujo destino é a própria viagem (PRÉDIO 11, 2019; PUCRS, 2021). Partindo dessa informação e combinando de maneira lúdica e linear os títulos dos trabalhos de Ramil, no conceito aqui idealizado a “viagem” teve como origem os “Campos Neutrais” (seu último lançamento, de 2017) e leva até a “Avenida Angélica” — um lugar de encontro entre sua obra e a da poeta, diferindo de seus trabalhos anteriores por possuir uma estética menos introspectiva, mais figurativa, cotidiana e coloquial. Propõe-se a “Avenida Angélica” como um lugar mais bagunçado, caótico e ruidoso, como a rotina de quem pega um ônibus todo dia para trabalhar e observa a cidade de uma maneira diferente de como se estivesse a pé. Para integrar o produto musical (um EP com 3 faixas), três poemas do livro “Rilke *shake*” (2006) foram inseridos como pontos localizados na avenida e percebidos no trajeto de ônibus: “Família vende tudo” foi associado a um *brick*, “Ringues polifônicos” a um telefone público e “Vida aérea” a uma empresa de envio de correspondências. Algumas imagens do espetáculo e demais referências conceituais podem ser visualizadas na Figura 2.

Figura 2: Painel de referências do conceito de “Avenida Angélica”
 Fonte: [OCULTO], 2021, p. 112.



Após conceber o conceito foram definidas as peças gráficas. A partir do conhecimento obtido com o mapeamento do *Spotify*, surgiu a oportunidade de utilizar as ferramentas disponibilizadas pela plataforma — que para o músico se restringem aos recursos básicos — para complementar um universo visual do lançamento. No momento da pesquisa o artista possuía um perfil verificado no *Spotify*, mas dentre os recursos disponíveis, além das capas dos produtos musicais, utilizava a mesma imagem para o avatar e para o cabeçalho (essa imagem era uma fotografia, sem relação com nenhum

trabalho em específico e que se repetia automaticamente na galeria de fotos). Além de aproveitar esses recursos, identificou-se a necessidade de pensar a presença digital de “Avenida Angélica” fora do aplicativo, considerando que essa também seria uma porta de entrada para a experiência do público com o lançamento. Dessa forma, foram estabelecidas as seguintes peças (Figura 3):

1) ANTERIORES AO LANÇAMENTO

- a) Página de *pre-save*;
- b) *Post* para o *Instagram* incentivando o *pre-save*;

2) DURANTE E APÓS O LANÇAMENTO

- a) Filtro de realidade aumentada para o *Instagram Stories*;
- b) Capa do EP;
- c) *Spotify Canvas*;
- d) Avatar para o *Spotify*;
- e) Imagem de cabeçalho para o *Spotify*;
- f) Imagem para a galeria de fotos do *Spotify*.

Figura 3: Lista das peças desenvolvidas
Fonte: Elaborado pela autora

A página de *pre-save* e o *post* do *Instagram* foram projetados tendo em vista que se tratam dos primeiros contatos do público com o lançamento. Portanto, são formas de introduzir a visualidade e gerar expectativa, podendo atrair pessoas interessadas na obra de Vitor Ramil e novos ouvintes para o *Spotify*. O filtro para o *Instagram* foi pensado para ampliar o potencial de divulgação pelos usuários, podendo também incentivá-los a ouvir o EP no *Spotify*. Essas três peças externas à plataforma foram escolhidas considerando a integração já verificada do *Spotify* com o *Instagram* e como elas poderiam se adequar ao conceito da “viagem”.

GERAÇÃO DE IDEIAS

A fase de geração de ideias é o momento em que o designer se permite experimentar diferentes possibilidades para serem finalizadas posteriormente (LUPTON, 2013). Com o problema definido, foi possível enxergar o projeto com mais clareza e buscar outras referências visuais, tendo como critério a presença de colagem analógica ou digital, tipografia escrita à mão e ilustração. A seleção pode ser visualizada na Figura 4.

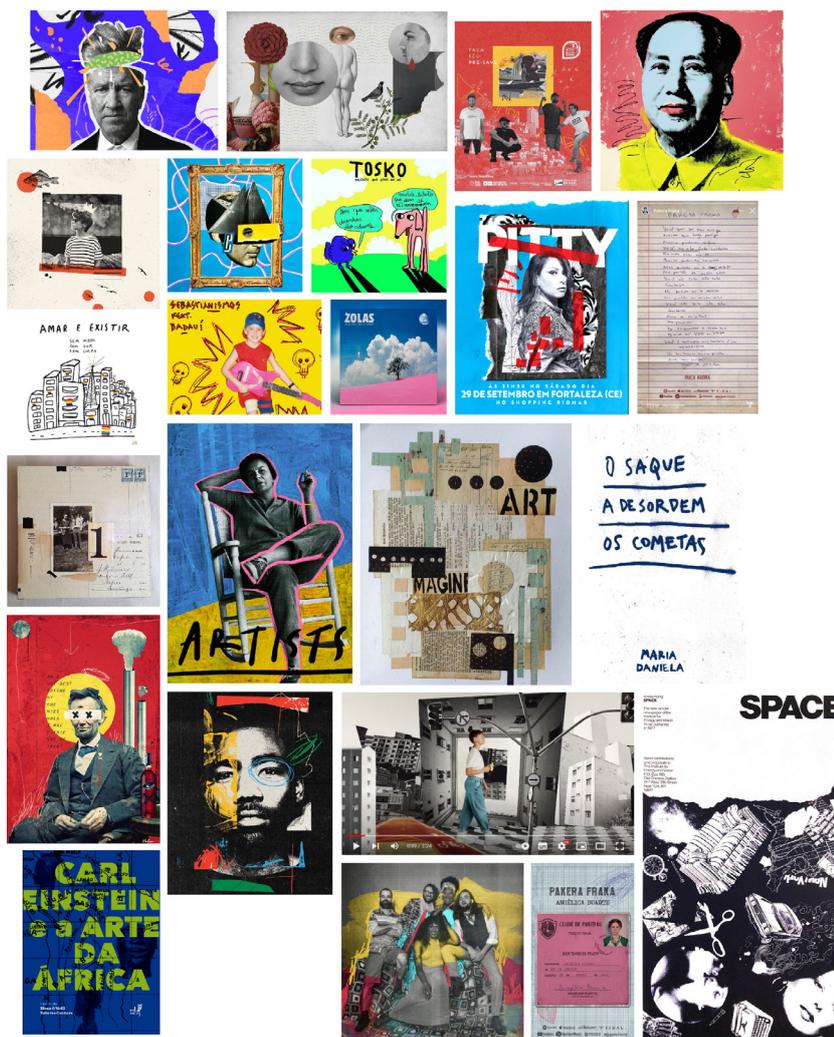


Figura 4: Painel de referências visuais
 Fonte: Elaborado pela autora

Entre os atributos identificados nessas imagens destaca-se a presença de texturas, ruído visual, cores contrastantes e energéticas e interações entre fotografia, ilustração e texto, sugerindo uma mistura entre realidade e imaginação — o que evidencia as ideias pretendidas para o projeto. As imagens também indicam uma estética gestual, expressiva de trabalhos manuais, através de traçados irregulares, composições tipográficas e a simulação e/ou aplicação real de papéis recortados e fitas adesivas. Com base nas referências coletadas, a construção visual do conceito foi testada a partir de esboços digitais seguindo diferentes linhas criativas, tendo como principais recursos a colagem e a ilustração (Figura 5).



Figura 5: Esboços da direção de criação
 Fonte: [OCULTO], 2021, p. 124

Durante os testes, alguns elementos transitaram entre as propostas e receberam outros tratamentos, permitindo que mais variações fossem criadas — como é o caso da versão escolhida, que será apresentada a seguir.

CRIAÇÃO DA FORMA

Conforme apontado por Lupton (2013), nessa etapa se escolhe um ou mais conceitos da geração de ideias para serem desenvolvidos. Sendo assim, uma das propostas foi definida como peça-chave^[7] (Figura 6), através da qual foi possível centralizar elementos e manter uma visualidade consistente, evitando que alguma das peças gráficas fosse considerada a principal — o que ocorreria se o projeto fosse iniciado pela capa. Dessa forma, todas as peças são consideradas fragmentos importantes do universo visual.

Na opção escolhida foram trabalhadas as interpretações individuais dos poemas e o conceito amplo de “Avenida Angélica” — através de elementos relacionados à rotina, ao espaço urbano e à viagem de ônibus. Ajudando a configurar uma paisagem caótica, o semáforo foi posicionado invertido e contém as três luzes acesas ao mesmo tempo. A disposição dos elementos de modo geral busca transmitir a sensação de

[7] Nesse contexto, o termo deriva de “key visual” (KV) — peça geralmente utilizada na área da publicidade para manifestar a essência de uma campanha (HERMANO, 2018).

movimento, o barulho da cidade e a quantidade de coisas que acontecem simultaneamente durante um trajeto de ônibus — isso pode ser interpretado como a visão do passageiro dentro do veículo, ao olhar pela janela. No desenvolvimento das peças gráficas foram realizadas algumas modificações em relação à peça-chave, sem alterar a sua essência — como a paleta de cores (Figura 7), que ganhou mais saturação para transmitir o caráter enérgico de uma cidade grande.



Figura 6: Peça-chave escolhida para direcionar a criação das peças gráficas
Fonte: [OCULTO], 2021, p. 126

Em linhas gerais essas foram as principais definições. Devido ao recorte do artigo, as justificativas aqui expostas não apresentam a gama de detalhes por detrás de cada definição projetual. No entanto, todas as escolhas visuais estão esclarecidas no trabalho completo ([OCULTO], 2021). A Figura 8 contempla o conjunto das peças desenvolvidas, que serão apresentadas individualmente na sequência.

De modo geral, a combinação dos elementos utilizados provocou uma visualidade dinâmica. O *lettering* que nomeia o projeto foi desenhado à mão e se aproxima do estilo vernacular presente nas paisagens urbanas. Misturando caixa alta e baixa, essa escrita contém formas orgânicas que contrastam com os elementos geométricos. A espessura e o formato irregular das letras também remetem a um recorte de papel que,

combinado com a textura de retícula, evidencia a percepção das camadas. A intervenção está presente nas escritas à mão (que representam pichações), marcações, coloração das imagens, texturas de papel, retículas, rasgos e fitas adesivas. Esses elementos estão relacionados à preferência de Freitas por escrever os poemas à mão, em cadernos, e às texturas que aparecem no cenário urbano, por exemplo, através dos cartazes e lambe-lambes comumente colados próximos às estações de ônibus. A combinação desses elementos de apoio gera um ruído que se relaciona com os ruídos visuais e sonoros da metrópole. Da mesma forma, conferem uma noção de profundidade e criam variações de iluminação nas cores através das alterações de opacidade. Nas imagens, utilizou-se um tratamento monocromático que remete aos jornais impressos — que, além de serem mais uma associação ao papel, é um elemento cotidiano, e esse tratamento também incorporou o caráter nostálgico identificado no trabalho de Vitor Ramil. Algumas foram destacadas com contornos coloridos, simulando traçados de marcador e recortes de papel. De acordo com o designer Malcom Grear (*apud* LUPTON; PHILLIPS, 2008, p. 85), “todas as coisas resultam da interação com outras coisas”. Por isso, o respiro nas composições também foi intencional. Os espaços diferentes estabelecidos entre as formas transmitem a sensação de movimento e as escolhas de tratamento de imagem, cor e textura possibilitam distinguir as diferentes camadas, criando uma relação ativa entre figura e fundo (LUPTON; PHILLIPS, 2008; SAMARA, 2010).

A página de *pre-save* (Figura 9) convida o usuário a embarcar na viagem através da simulação de uma passagem de ônibus contendo a origem, o destino, a data e hora do lançamento, a menção à gravadora *Satolep Music* (como “transportador”) e seu CNPJ. Além disso, o campo “1º via – Passageiro” foi pensado para funcionar como um contador, atualizando o número a cada vez que um usuário realiza o pré-salvamento. Para conferir legibilidade às informações e identificar a referência à passagem, foram utilizadas as tipografias *Fake Receipt* e *Roboto*. A metáfora da viagem também se faz presente na redação da página através das chamadas “Faça o

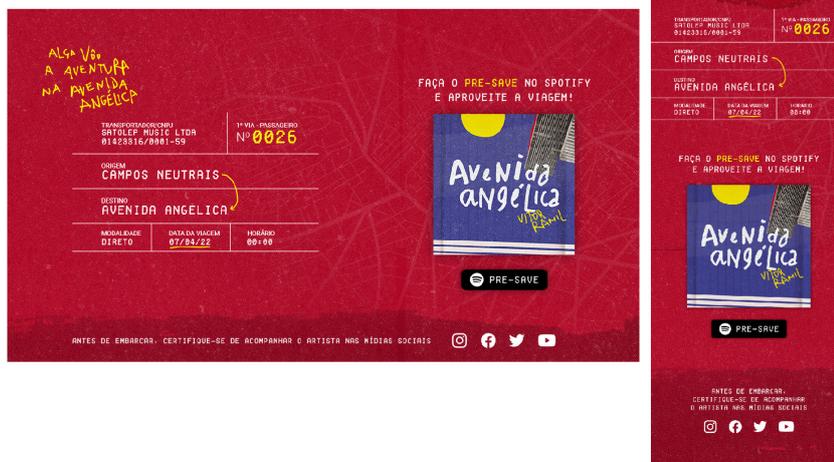


Figura 9: Página de pre-save (versões desktop e para celular)
Fonte: Elaborado pela autora

O post do *Instagram* (Figura 10) foi projetado em formato de carrossel para o *feed* e se constitui de duas imagens. A primeira é mais conceitual, contendo a passagem e as principais informações sobre o lançamento. Nessa versão, o número do passageiro é estático e aparece como “0012” simbolizando que “Avenida Angélica” é o 12º item da discografia de Ramil. A segunda imagem contém a capa e a chamada para o *pre-save*.



Figura 10: Post (carrossel) para o *Instagram* incentivando o *pre-save*
Fonte: [OCULTO], 2021, p. 136

Conforme já mencionado, as peças apresentadas até o momento introduzem o conceito de “Avenida Angélica”, portanto não contêm todos os elementos do universo visual.

O filtro do *Instagram* (Figura 11) foi projetado para representar um assento de ônibus, permitindo que o usuário se sinta parte da viagem e possa compartilhar isso enquanto

aguarda ou prestigia o lançamento. O único elemento real na composição é a fotografia do usuário — que é recortada e recebe o tratamento monocromático padrão — e, para reforçar a ambientação, o retângulo amarelo na parte superior representa a barra de apoio do ônibus. Buscando gerar identificação com a capa do EP e o avatar do artista no *Spotify* (que serão mostrados posteriormente), o estofamento do banco recebeu a cor azul e uma padronagem listrada, a roupa do usuário foi automaticamente colorida em vermelho e foram inseridas pichações. A imagem estática do filtro foi desenvolvida para fins de prototipação, mas em caso de implementação apenas o fundo seria estático e os demais elementos se moveriam com o usuário.

A capa do EP (Figura 12) foi projetada com base no dinamismo da cidade e da avenida, identificadas pelos prédios e pela faixa de segurança. A posição invertida dos prédios no canto superior direito sugere a sensação de caos, trazendo à tona a percepção do passageiro dentro de um ônibus em alta velocidade. O círculo amarelo na parte superior simboliza o sol — que “nasce” todo dia, bem como se estabelece a rotina na cidade. O fundo azul arroxeadado — que busca representar o céu — possui uma padronagem de listras verticais que se assemelha tanto a uma folha de caderno quanto à verticalidade dos prédios na paisagem urbana. Embora esse seja um elemento de segundo plano, a repetição das linhas verticais determina um ritmo e torna o fundo mais ativo na composição (LUPTON; PHILLIPS, 2008; SAMARA, 2010).



Figura 11: Filtro para o Instagram Stories
Fonte: [OCULTO], 2021, p. 138

A animação desenvolvida para o *Spotify Canvas*^[8] (Figura 13) representa a canção “Família vende tudo” e contém a figuração de elementos retratados no poema: “um limoeiro”, “um cachorro cego de um olho” e “um carrinho de supermercado”. Além disso, foi inserido um par de óculos — fazendo referência indireta ao “avô com muito uso”. O trecho “preços abaixo do mercado”, que finaliza a canção, foi inserido em

[8] Projeção do Canvas na interface do Spotify: [OCULTO]. Projeção do Canvas ao ser compartilhado nos Stories do Instagram: [OCULTO].

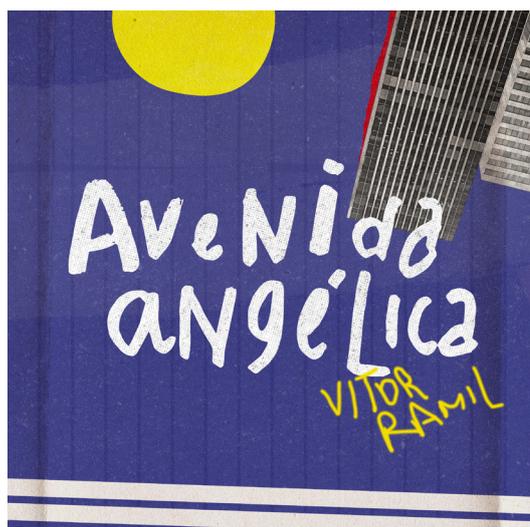


Figura 12: Capa do EP “Avenida Angélica”
Fonte: [OCULTO], 2021, p. 139



Figura 13: Capturas de tela do Spotify Canvas
Fonte: [OCULTO], 2021, p. 141

estilo de pichação para contextualizar os demais elementos. Embora o ritmo da música tenha sido considerado na criação, a movimentação é propositalmente desordenada, reforçando a impressão de caos e ruído visual. Além de fazer parecer que os elementos estão “flutuando”, as rotações e o modo como foram arranjados também remetem ao processo de colagem manual — como se estivessem sendo arrastados sobre uma mesa para compor a imagem. As cores utilizadas seguem a mesma paleta da capa, considerando que no compartilhamento da faixa através dos *Stories* do *Instagram* esses dois elementos aparecem juntos.

Para o avatar (Figura 14), a fotografia de Vitor Ramil recebeu o tratamento monocromático padrão, contendo recorte irregular e intervenções gráficas. Conforme já mencionado, a estilização de sua blusa com a cor e a padronagem que compõem o fundo da capa do EP, bem como o forro do assento do ônibus representado no filtro do *Instagram*, geram identificação entre essas peças. A coloração da blusa também torna a visualidade mais espontânea, da mesma forma que o recorte da imagem — pois não contorna estritamente a silhueta do artista, deixando uma “sobra” de papel. A barra de apoio do ônibus sugere sutilmente que Ramil esteja de pé no interior do veículo e, assim como no filtro, um grafismo em preto intervém na imagem.

A imagem projetada para o cabeçalho do *Spotify* (Figura 15) funciona como uma apresentação do universo de “Avenida Angélica” dentro da plataforma, pois é o primeiro recurso visual exposto no perfil do artista na versão *desktop* e também a imagem presente na tela de reprodução da *Smart TV*. Sendo assim, essa peça contém o trecho “alça vôo a aventura na avenida angélica” e a simulação da passagem — na qual as informações da viagem farão o usuário perceber que é provavelmente o lançamento mais recente. Nessa peça a passagem possui um caráter mais ornamental e menos informativo, pois o usuário já estará acessando-a através da plataforma. Por isso, ela carrega uma estética diferente, mais próxima da técnica de colagem. Os três poemas foram re-

presentados indiretamente nessa peça através das imagens. O “Ringues polifônicos” está representado pela imagem dos orelhões, propositalmente colocada entre dois trechos desse poema. O semáforo remete à cidade de modo geral e a bicicleta, além de também estar nesse contexto, é uma referência sutil às bicicletas utilizadas pelos entregadores de correspondências, se relacionando com o significado atribuído ao poema “Vida aérea”. O cachorro, assim como no *Spotify Canvas*, segue representando o poema “Família vende tudo”. Nessa peça, as imagens são os elementos principais e os textos funcionam como elementos auxiliares, que fortalecem o significado das imagens e se mesclam às texturas.

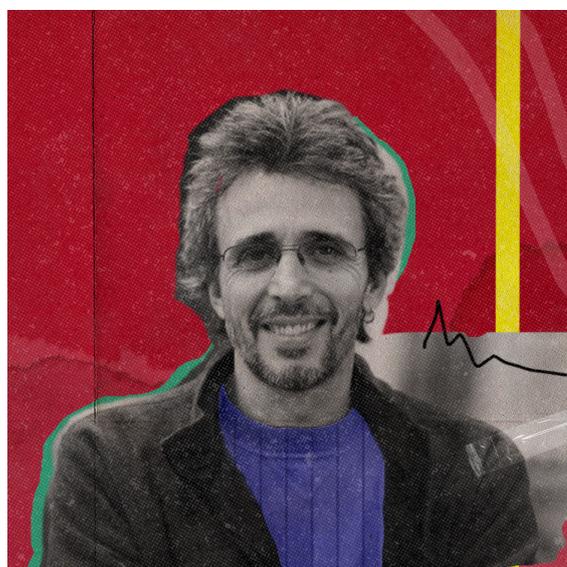
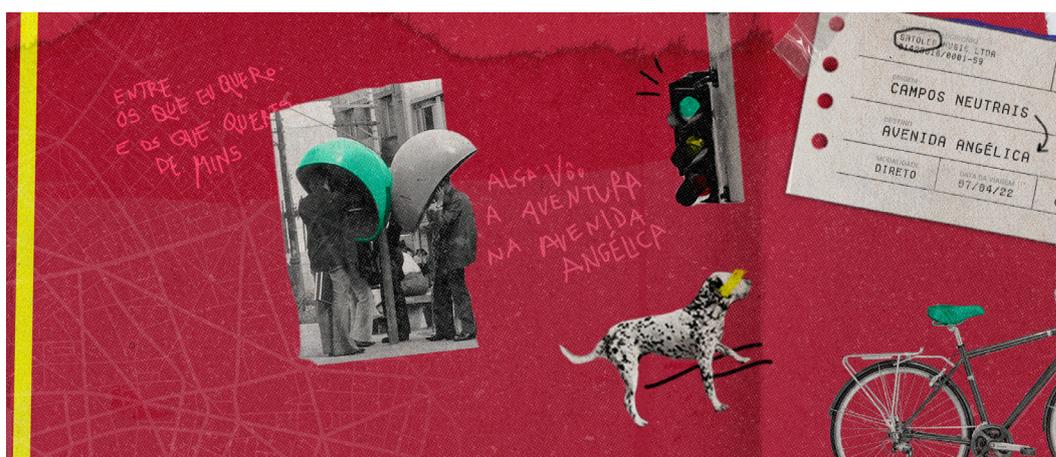


Figura 14: Avatar para o perfil de Vitor Ramil no Spotify
Fonte: [OCULTO], 2021, p. 143

Figura 15: Imagem de cabeçalho para o perfil de Vitor Ramil no Spotify
Fonte: [OCULTO], 2021, p. 145



A imagem para a galeria de fotos do artista no *Spotify* (Figura 16) foi projetada para ser uma espécie de “encarte” e, por esse motivo, contém os títulos dos poemas e suas associações figurativas. Assim como na imagem de cabeçalho, foram trabalhadas referências específicas dos poemas: “Família vende tudo” está representado pelo “sofá de três lugares” e pelo par de óculos. O título do poema está envolto por uma forma geométrica, geralmente utilizada para anunciar ofertas em cartazes de supermercado, evidenciando a ironia contida no poema, que retrata a tristeza de uma crise financeira e acaba com “preços abaixo do mercado”. Mais uma vez, o poema “Ringues polifônicos” está representado pelo telefone público, com uma intervenção gráfica que simboliza o barulho dele tocando.

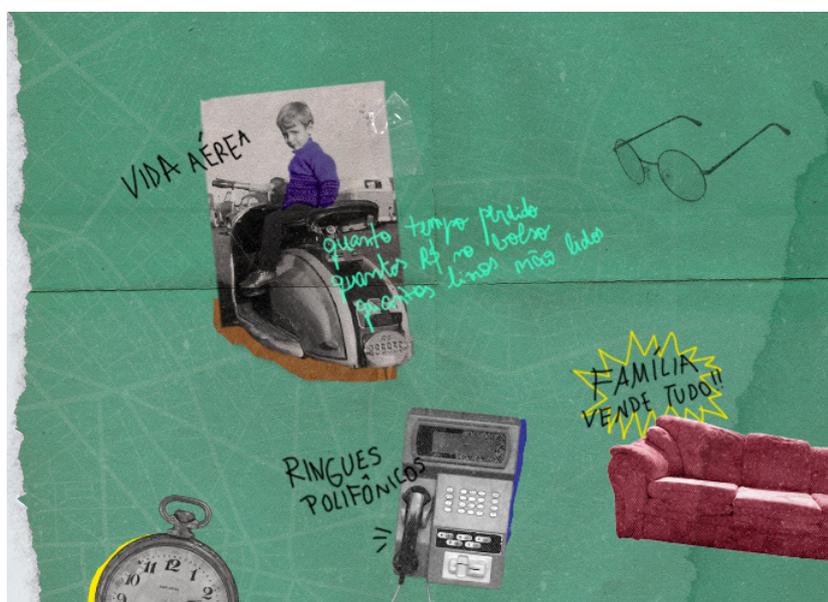


Figura 16: Imagem para a galeria de fotos do perfil de Vitor Ramil no Spotify
Fonte: [OCULTO], 2021, p. 148

O poema “Vida aérea” — aqui interpretado como uma reflexão de alguém que acredita ter perdido tempo, não aproveitando devidamente a sua vida — foi relacionado a uma empresa de envio de correspondências devido ao trecho “[...] e para onde quer que envie, se você quer que embrulhe [...]”. Esse viés nostálgico está representado pela fotografia de Vitor Ramil quando criança e, para reforçá-lo, foram inseridos o papel pardo e a fita adesiva. Na representação visual, é como

se uma carta estivesse sendo preparada para embrulho junto à fotografia — o que justifica a escrita cursiva sobrepondo a imagem. Ainda que essa seja uma peça gráfica mais conceitual, ter utilizado uma fotografia do artista fez jus ao propósito da galeria de fotos da plataforma. Por esse motivo, é a imagem que ocupa mais espaço na composição. A coloração na blusa de Ramil faz referência ao avatar, indicando que o menino da fotografia é o próprio músico, e o fato de ele estar em cima de uma motocicleta traz à colagem a ideia de movimento. A utilização dessa fotografia remete a mais uma metáfora de viagem: a viagem no tempo, representada na composição pelo relógio antigo.

A partir da exposição das estratégias presentes na criação da prática projetual percebe-se que o propósito da investigação que resulta neste artigo foi totalmente contemplado. A metodologia foi efetiva para guiar as escolhas durante todo o processo criativo e manter o projeto consistente, mas não redundante. De fato foram combinadas intuições e intenções — conforme a definição de Lupton (2013) atribuída ao processo de design —, porém as ações intuitivas não foram inspirações casuais, mas resultado de coleta de dados e dos exercícios realizados durante toda a etapa de definição do problema. Acredita-se que o conjunto das peças gráficas seja legítimo não apenas para identificar o produto musical nos diversos pontos de contato — mostrando o “tempo” vigente do artista —, mas também permitir que o público interaja com ele de forma mais direta. Por fim, o resultado gráfico se diferencia bastante da estética estabelecida nos trabalhos anteriores de Vitor Ramil, o que foi intencional e se alinha à definição do artista sobre o projeto “Avenida Angélica” ser diferente de tudo o que ele já havia feito (PUCRS, 2021), bem como de uma proposta gráfica que teve suas raízes em uma estratégia focada no meio digital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo que originou este artigo partiu do interesse pessoal da autora em compreender as transformações ocasionadas pelo consumo de música por *streaming* e de que maneira impactam nas formas de representação visual do trabalho musical. Dessa forma, resultou no desenvolvimento de um projeto prático voltado às mídias digitais com o intuito de divulgar um lançamento musical. Para traçar esse caminho foi realizado um mapeamento nas plataformas de *streaming*, tendo em vista que no cenário contemporâneo elas são pontos de contato importantes entre o trabalho musical e o público. Assim, se reconhece a importância desse aprofundamento como um registro temporal, pois tais plataformas passam por constantes atualizações e tanto as mídias digitais quanto a cultura do *streaming* são assuntos relativamente novos — o que credita relevância ao estudo empreendido.

Assim como o mapeamento — que exigiu uma categorização elaborada pela autora no decorrer do processo —, a proposta prática também demandou algumas formas de organização, considerando que além do contexto amplo das mídias digitais, o projeto “Avenida Angélica” combinava dois trabalhos de artistas e naturezas diferentes, carregando uma grande quantidade de possíveis referências e associações. Notou-se a importância de expor esses caminhos, ainda que brevemente, pois acredita-se que possam servir de referência para outros trabalhos acadêmicos.

Não sendo suficiente criar apenas a capa em um contexto de múltiplas plataformas digitais, o projeto prático realizado propôs enxergar de maneira integrada os pontos de contato que compõem a presença digital do artista. Isso porque se acredita que a proposta de design deve alinhar graficamente e conceitualmente os diferentes espaços dessa presença, conferindo visibilidade ao lançamento e promovendo uma experiência ao público, que no contexto atual recebe uma quantidade considerável de informações através das mídias digitais e tem à disposição um vasto catálogo nas plataformas

de *streaming*. Da mesma forma, identificou-se que o projeto gráfico segue sendo um elemento de consumo (assim como a música) e no contexto das mídias digitais arrisca-se afirmar que ele está mais acessível para o público, pois não é necessário que o ouvinte adquira um disco físico para participar da experiência. Se em um contexto anterior o consumidor poderia ser impactado pela visualidade de uma obra musical em uma loja de discos e ter curiosidade de conhecê-la, no meio digital essa experiência pode ocorrer ao acessar o *Instagram* ou explorar os lançamentos do *Spotify*. Por fim, se sabe que a fisicalidade do LP e do CD ainda pode ser explorada como parte da experiência, mas há uma ressignificação desses artefatos, na qual devem ser consideradas as particularidades de cada mídia ou suporte — por exemplo, a exibição de diferentes conteúdos entregues de modo customizado e que poderão ser vistos através de diversos dispositivos digitais, em contraponto à embalagem padrão de CD de 12 x 12 cm, entregue da mesma forma a todos os consumidores. Isso ilustra que a experiência não “se perdeu” no meio digital, apenas está em constante transformação — o que seguirá reposicionando a atuação do designer ao longo dos anos. Considerando que não apenas novas plataformas, mas diferentes formatos e comportamentos de consumo podem surgir, entende-se que esse tema tem potencial para ser explorado. Por isso, espera-se que este artigo desperte o interesse de outros pesquisadores e contribua para o campo do Design.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DE MARCHI, Leonardo. A angústia do formato: uma história dos formatos fonográficos. **E-Compós**, [Brasília], v. 2, p. 1-19, 2005. Disponível em: <https://bit.ly/2Rr0d3S>. Acesso em: 26 abr. 2021.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5 ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

FREITAS, Angélica. **Rilke Shake**. São Paulo: Cosac Naify; Rio de Janeiro: Viveiros de Castro Editora, 2006.

GOSLING, Emily. **The Design + Music Industries are BFFs — They Just Don't Know it Yet**. AIGA Eye on Design. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3ijo3mJ>. Acesso em: 10 jun. 2021.

GUERRA, Renan. **Vitor Ramil deslumbra ao adentrar universo de Angélica Freitas em show mínimo**. Scream&Yell. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3wVw6W>. Acesso em: 23 abr. 2021.

HERMANO, Pedro. **KV: você já ouviu falar?** Blog de Usabilidade e Tecnologia | Attri. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3o5Jocw>. Acesso em: 30 nov. 2021.

LAUS, Egeu. Capas de discos: os primeiros anos. In: CARDOSO, Rafael. **O design brasileiro antes do design**: aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005, p. 296-336.

LIMA, Natália Borges Correia. **Design e música independente**: apontamentos sobre a presença do design gráfico na produção musical curitibana. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design Gráfico) - Departamento Acadêmico, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3tiwkj>. Acesso em: 28 mar. 2021.

LOPES, Lucas. **Mixtapes para falar de jazz**: curadoria e identidades culturais na modernidade tardia através do design. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design Gráfico) - Centro de Artes, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2017.

LUPTON, Ellen. **Intuição, ação, criação**: Graphic Design Thinking. São Paulo: Editora G. Gilli, 2013.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. São Paulo, Cosac Naify: 2008.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MONTESINOS-DONAGHY, Daniel. **Meet the guy behind Alphex Twin's Creepy Cover Art**. VICE. 2014. Disponível em: <https://bit.ly/2RXi1UE>. Acesso em: 10 jun. 2021.

NORONHA, Sofia Pinto de Oliveira Lucena de. **Cover art na era do streaming: mutabilidade e redefinição**. 2020. Dissertação (Mestrado em Design de Comunicação) - Escola Superior de Artes e Design, [Matosinhos], 2020. Disponível em: <https://bit.ly/33dqTaU>. Acesso em: 3 abr. 2021.

PIRES, Raphael. **O que é mídia e por que conhecer suas características?** Rock Content. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/35rykMw>. Acesso em: 22 maio 2021.

POPOVA, Maria. **How Alex Steinweiss invented the album cover**. Brain Pickings. 2011. Disponível em: <https://bit.ly/3zxX5V9>. Acesso em: 13 jun. 2021.

PRATES, Rita Rodrigues da Costa Range. **O efeito punk-rock: um arquivo do papel da música na expressão do design**. 2017. Dissertação (Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas) - Universidade de Lisboa, Lisboa, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/35r8l8c>. Acesso em: 20 maio 2021.

PRÉDIO 11. **VITOR RAMIL (13/08/19)**. YouTube. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2Y3tBQO>. Acesso em: 13 set. 2021.

PUCRS. **Ato Criativo | Vitor Ramil: 40 anos de música - anos 2010**. YouTube. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/3nNBtiK>. Acesso em: 23 abr. 2021.

SAMARA, Timothy. **Elementos do design – Guia de estilo gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SEYDEL, Rory. **Why album cover will always be crucial for success**. LANDR. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3iM09am>. Acesso em: 12 jun. 2021.

STATISTA. **Most popular music streaming platforms among smartphone users in Brazil in 2020**. [s. l.]. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3bwJPFx>. Acesso em: 03 jul. 2021.

STATISTA. **Number of Spotify monthly active users (MAUs) worldwide from 1stquarter 2015 to 2nd quarter 2021 (in millions)**. [s. l.]. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/3xPAfrx>. Acesso em: 15 jun. 2021.

TV BRASIL. **Vitor Ramil interpreta canções a partir dos poemas de Angélica Freitas**. YouTube. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3PAIwIH>. Acesso em: 20 maio 2022.

VICENTE, Eduardo. Indústria da música ou indústria do disco? a questão dos suportes e de sua desmaterialização no meio musical. **RuMoRes**, [s. l.], v. 6, n. 12, p. 194-213, 2012. Disponível em: <https://bit.ly/3efBWGC>. Acesso em: 16 abr. 2021.