



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA –
CAMPUS CABEDELLO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

**Do Álbum aos Singles: projeto de criação, edição e produção digital
para o *EP B-Sides Gêmeos*, da banda Terno Rei**

CAMILA LAURENTINO DA ROCHA

CABEDELLO

2025

CAMILA LAURENTINO DA ROCHA

**Do Álbum aos Singles: projeto de criação, edição e produção digital
para o *EP B-Sides Gêmeos*, da banda Terno Rei**

Projeto apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - *Campus Cabedelo*, como requisito obrigatório na disciplina Metodologia Científica do curso superior em Design Gráfico.

Orientador: Prof. Me. Rafael dos Santos Oliveira

CABEDELO

2025

Dados Internacionais de Catalogação – na – Publicação – (CIP)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

R672a Rocha, Camila Laurentino da.

Do álbum aos singles: projeto de criação, edição e produção digital para o EP B-Sides Gêmeos, da banda Terno Rei. /Camila Laurentino da Rocha. - Cabedelo, 2025.

97f. il.: color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB.

Orientador(a): Prof. Me. Rafael dos Santos Oliveira.

1. Identidade visual. 2. Rock alternativo digital. 3. Plataformas digitais.
I. Título.

CDU 003.65:78



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS CABEDELLO

ATA 68/2025 - CCSDG/DDE/DG/CB/REITORIA/IFPB

**ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO**

Hoje, dia 18 de julho de 2025, às 19h, no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, presente a Comissão Examinadora integrada pelo Professor **Rafael dos Santos Oliveira** [orientador], professor **Vitor Feitosa Nicolau** e professora **Ana Carolina dos Santos Machado**, iniciou-se a Defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico da aluna **Camila Laurentino da Rocha** Matrícula **202317010041**, intitulado "DO ÁLBUM AOS SINGLES: PROJETO DE CRIAÇÃO, EDIÇÃO E PRODUÇÃO DIGITAL PARA O *EP B-SIDES GÊMEOS*, DA BANDA TERNO RE". Concluída a apresentação, arguição e defesa oral do TCC, conforme disposição no Regimento do IFPB - Campus Cabedelo, procedeu-se ao julgamento na forma regulamentar, tendo a Comissão Examinadora considerado o candidato aprovado com a média 100 (cem).

Encerrada a sessão, foi lavrada a presente ata que vai acompanhada das notas de cada examinador(a), e assinada pela comissão julgadora.

Cabedelo/PB, 18 de julho de 2025

A Comissão Examinadora

Prof. Me. Rafael dos Santos Oliveira Nota: 100

Profa. Me. Vitor Feitosa Nicolau Nota: 100

Prof. Dra. Ana Carolina dos Santos Machado Nota: 100

NOTA REGIMENTAL:- Será considerado habilitado no TCC o candidato que obtiver a média maior ou igual a 70 (setenta);

- A emissão de parecer final dos examinadores poderá ser condicionada à efetivação de formulação necessária que não

implique em alteração fundamental ao TCC;

- O documento com as reformulações deverá ser entregue à Comissão Examinadora/Coordenação do curso no prazo de 30 (trinta) dias sob pena de ser cancelada a defesa;

- Em caso de excepcional qualidade ou originalidade o TCC poderá merecer a menção honrosa da Instituição.

Documento assinado eletronicamente por:

- **Rafael dos Santos Oliveira**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 23/07/2025 21:27:34.
- **Ana Carolina dos Santos Machado**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 25/07/2025 20:28:45.
- **Vitor Feitosa Nicolau**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 07/08/2025 10:11:46.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 10/07/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 735224
Verificador: 4db882ba54
Código de Autenticação:



AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço aos meus pais, Patrícia Rocha e Gerd Rocha, por sempre acreditarem nas minhas escolhas. À minha mãe, pelo carinho e cuidado constante, e ao meu pai, exemplo de dedicação e sabedoria, que me inspira desde sempre. Agradeço também, à minha irmã, Clara Rocha, por ser minha melhor amiga. Você foi o meu maior apoio e ajuda durante todo o desenvolvimento deste trabalho, e dentro da área do Design.

Um agradecimento especial às minhas amigas queridas, Alana Monteiro e Izadora Cristina, que são muito especiais para mim, e por toparem estar nos projetos audiovisuais com tanto carinho — foi uma alegria desenvolver um trabalho com o rostinho de vocês.

Ao meu orientador e professor, Rafael Oliveira, por me guiar com dedicação. Sua orientação foi essencial para que eu pudesse transformar minhas ideias em algo real. E à minha amiga de curso, Maria Vitória Meira, obrigada por compartilhar essa trajetória no Design Gráfico comigo.

Por fim, sou grata por ter escolhido fazer o que amo. Este projeto me mostrou que Design e Música ocupam um espaço especial no meu coração, sendo um sonho seguir dentro dessa área. A caminhada foi desafiadora, mas ter todos os que mencionei ao meu lado tornou tudo mais mais leve e muito mais significativo.

*Quem eu sou e o que eu gosto
Retrovisor fixo no meu peito (...)
De onde sou, pra onde parto
Eu torcedor de mim mesmo*

— *Retrovisor, Terno Rei.*

RESUMO

A produção digital de um álbum desempenha um papel essencial na construção de uma narrativa visual, conectando elementos imagéticos às mensagens presentes nas músicas, assim transformando o álbum em uma obra coesa e significativa. Com o avanço das tecnologias e o surgimento das plataformas digitais, no cenário musical, a construção de uma identidade visual sólida e marcante tornou-se um fator determinante para a promoção de artistas e suas obras, uma vez que tais redes privilegiam a integração entre música, imagem e vídeo, reforçando a presença, atraindo o público e auxiliando o reconhecimento do artista. Diante de toda a discussão, observando a ascensão do rock alternativo nacional nos últimos anos, esse trabalho tem como objetivo a criação de uma capa no formato digital para cada um dos quatro singles do EP *B-Sides Gêmeos*, da banda Terno Rei, além da produção de um *videoclipe* e de *visualizers* exclusivos para cada faixa, utilizando a metodologia do modelo proposto por Maria Luísa Peón (2009), reconhecida por sua abordagem estruturada em três fases: problematização, concepção e especificação, dessa maneira, tendo com foco a preservação da identidade visual de seus álbuns *Gêmeos* e *B-Sides Gêmeos*. Além disso, essa construção inédita da produção visual fortalece a narrativa visual transmitida, consolidando uma estética integrada e coerente da história passada, contribuindo para a valorização de seu trabalho e reforçando a sua existência e permanência dentro da indústria musical independente.

Palavras-Chave: Identidade Visual; Rock Alternativo Nacional; Plataformas Digitais.

ABSTRACT

The digital production of an album plays an essential role in building a visual narrative, connecting imagery elements to the messages present in the songs, thus transforming the album into a cohesive and meaningful work. With the advancement of technology and the emergence of digital platforms in the music scene, the creation of a strong and striking visual identity has become a decisive factor in promoting artists and their works, as these networks favor the integration of music, image, and video, reinforcing presence, attracting audiences, and aiding in the recognition of the artist. In light of this discussion, and observing the rise of national alternative rock in recent years, this project aims to create a digital cover for each of the four singles from the EP B-Sides Gêmeos by the band Terno Rei, as well as the production of a music video and exclusive visualizers for each track, using the methodology proposed by Maria Luísa Peón (2009), known for her structured approach in three phases: problematization, conception, and specification. In this way, the focus is on preserving the visual identity of their albums Gêmeos and B-Sides Gêmeos. Furthermore, this unprecedented approach to visual production strengthens the visual narrative conveyed, consolidating an integrated and coherent aesthetic of the story being told, contributing to the appreciation of their work and reinforcing their existence and permanence within the independent music industry.

Keywords: Visual Identity; National Alternative Rock; Digital Platforms.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Ilustrações em jornais e revistas em método litográfico.....	19
Figura 2: Ilustração de jornais informativos e para o público infantil.....	20
Figura 3: Capas de livros ilustradas e chamativas, de Monteiro Lobato.....	21
Figura 4: Capa da Revista <i>Para Todos...</i> (1927).....	22
Figura 5: Capa do álbum <i>Smash Song Hits by Rodgers & Hart</i> (1940).....	23
Figura 6: Capa do disco <i>The Dark Side of the Moon</i> (1973), da banda Pink Floyd.....	25
Figura 7: Cena do filme <i>Acabaram-se os otários</i> (1929).....	27
Figura 8: <i>Fantasia</i> (1940), do produtor Walt Disney.....	27
Figura 9: Cena do videoclipe <i>Rock Around the Clock</i> (1955), de Bill Haley & His Comets.....	29
Figura 10: Clipe da música <i>Jailhouse Rock</i> (1957), de Elvis Presley.....	29
Figura 11: Videotape de <i>Sangue Latino</i> , da banda Secos & Molhados (1973).....	30
Figura 12: Cena do clipe da música <i>Bohemian Rhapsody</i> (1975), da banda Queen....	31
Figura 13: A banda Secos & Molhados.....	39
Figura 14: Capa de Disco do Barão Vermelho.....	40
Figura 15: A banda Terno Rei.....	41
Figura 16: Capa do <i>EP Metrópole</i>	42
Figura 17: Capa do <i>EP Trem Leva Minhas Pernas</i>	43
Figura 18: Capa do álbum <i>Essa Noite Bateu Como Um Sonho</i>	43
Figura 19: Capa do álbum <i>Violeta</i>	44
Figura 20: Capa do álbum <i>Gêmeos</i>	45
Figura 22: Capa do álbum <i>Nenhuma Estrela</i>	46
Figura 23: Diagrama de Metodologia de Peón (2009).....	49
Figura 24: MoodBoard das referências de materiais oficiais divulgados pelo Terno Rei.....	53
Figura 25: Referências visuais seguidas pela banda nos álbuns.....	54
Figura 26: Roteiro elaborado para os capas das músicas, do <i>EP B-Sides Gêmeos</i>	55
Figura 27: Fotografia crua tirada para a música <i>Mercado</i> , do <i>EP B-Sides Gêmeos</i>	56
Figura 28: Captura de tela da aba de Camadas, seguido do Mapa de Degradê, no Photoshop.....	57
Figura 29: Paleta de cores utilizada no Mapa de Degradê na capa de <i>Mercado</i>	58
Figura 30: Captura de tela da aba de Mapa de Degradê, no Photoshop.....	58
Figura 31: Captura de tela da aba de Filtros, seguido do Ruído, no Photoshop.....	59
Figura 32: Captura de tela da aba de Filtros, seguido da Galeria de Desfoques, no Photoshop.....	59
Figura 33: Textura de poeira.....	60
Figura 34: Textura de plástico filme.....	60

Figura 35: Captura de tela da aba de Camadas, no Photoshop.....	61
Figura 36: Logo da banda Terno Rei.....	62
Figura 37: Resultado final da capa final da música <i>Mercado</i> , do <i>EP B-Sides Gêmeos</i>	62
Figura 38: Fotografia crua tirada para a música <i>Mercado</i> , do <i>EP B-Sides Gêmeos</i>	63
Figura 39: Paleta de cores utilizada no Mapa de Degradê na capa de Chuva.....	64
Figura 40: Captura de tela da aba de Filtros, seguido do Desfoque, e Desfoque de Movimento, no Photoshop.....	65
Figura 41: Resultado da capa final da música <i>Chuva</i> , do <i>EP B-Sides Gêmeos</i>	66
Figura 42: Fotografia crua tirada para a música <i>Mantra</i> , do <i>EP B-Sides Gêmeos</i>	67
Figura 43: Paleta de cores utilizada no Mapa de Degradê na capa de Mantra.....	68
Figura 44: Resultado da capa final da música <i>Mantra</i> , do <i>EP B-Sides Gêmeos</i>	69
Figura 45: Fotografia crua tirada para a música <i>Cores Vivas</i> , do <i>EP B-Sides Gêmeos</i>	70
Figura 46: Paleta de cores utilizada no Mapa de Degradê na capa de <i>Cores Vivas</i>	71
Figura 47: Resultado da capa final da música <i>Cores Vivas</i> , do <i>EP B-Sides Gêmeos</i> ...	72
Figura 48: <i>Mockups</i> da interface do Spotify, versão para computador, com a capas dos singles <i>Mercado</i> , <i>Chuva</i> , <i>Mantra</i> e <i>Cores Vivas</i>	73
Figura 49: <i>Mockups</i> da interface do Spotify, versão para celular, com a capas dos singles <i>Mercado</i> , <i>Chuva</i> , <i>Mantra</i> e <i>Cores Vivas</i>	73
Figura 50: <i>Mockups</i> da interface do Deezer, versão para celular, com a capas dos singles <i>Mercado</i> , <i>Chuva</i> , <i>Mantra</i> e <i>Cores Vivas</i>	75
Figura 51: Roteiro elaborado para os <i>visualizers</i> para o <i>EP B-Sides Gêmeos</i>	76
Figura 52: Captura de tela da aba de Arquivos, seguido de Importar no After Effects.....	76
Figura 53: Captura de tela do site do plugin <i>Omino</i>	77
Figura 54: Captura de tela da aba de Efeitos, seguido de Espaço de trabalho e depois Efeitos, no After Effects.....	77
Figura 55: Captura de tela da aba de Efeitos e predefinições, seguido pelo do <i>Omino Diffusion</i> no After Effects.....	78
Figura 56: Captura de tela da aba de Assistente de quadro-chave, e depois em Converter áudio em quadros-chave.....	78
Figura 57: Captura de tela da aba das camadas, dentro de Efeitos e com os <i>keyframes</i>	79
Figura 58: Captura de tela da aba das camadas, dentro do efeito <i>Omino Diffusion</i>	79
Figura 59: Captura de tela da aba de Efeitos, com as predefinições do efeito <i>Omino Diffusion</i>	80
Figura 60: Captura de tela da edição do <i>visualizer</i> de <i>Mantra</i>	80
Figura 61: Captura de tela da edição do <i>visualizer</i> de <i>Cores Vivas</i>	81
Figura 62: Captura de tela da edição do <i>visualizer</i> de <i>Chuva</i>	81

Figura 63: <i>Mockups</i> da interface do YouTube, versão para computador, com a capas dos singles <i>Mercado</i> , <i>Chuva</i> , <i>Mantra</i> e <i>Cores Vivas</i>	82
Figura 64: Roteiro das filmagens para o videoclipe de <i>Cores Vivas</i>	84
Figura 65: <i>Moodboard</i> do figurino masculino para o videoclipe de <i>Cores Vivas</i>	84
Figura 66: Take do videoclipe de <i>Cores Vivas</i>	85
Figura 67: Take do videoclipe de <i>Cores Vivas</i> na loja de discos, Música Urbana.....	86
Figura 68: Take do videoclipe de <i>Cores Vivas</i> na loja de discos, Música Urbana.....	86
Figura 69: Take do videoclipe de <i>Cores Vivas</i>	87
Figura 70: Take do videoclipe de <i>Cores Vivas</i> na General Store.....	87
Figura 71: Take do videoclipe de <i>Cores Vivas</i> na General Store.....	88
Figura 72: Captura de tela de Nova composição > Personalizar tamanho.....	88
Figura 73: Captura de tela da aba de Arquivo > Exportar > Adicionar ao Media Encoder.....	89
Figura 74: Captura de tela do site, com a opção do download do pacote de efeitos....	89
Figura 75: Captura da aba do pacote de efeitos.....	90
Figura 76: Captura de tela da aba de Arquivo > Importar > Arquivo.....	91
Figura 77: Captura de tela da aba de Camadas e Modo de Mesclagem, no After Effects.....	91
Figura 78: Captura de tela da aba de Camadas e Modo de Mesclagem, no After Effects.....	93
Figura 79: Captura de tela do <i>visualizer Isabella</i> , do Terno Rei.....	93
Figura 80: <i>Mockup</i> da interface do YouTube, versão para computador, com o videoclipe de <i>Cores Vivas</i>	94
Figura 81: <i>Mockup</i> da interface do YouTube, versão para celular, com o videoclipe de <i>Cores Vivas</i>	95

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	14
1.2. OBJETIVOS.....	15
1.2.1. OBJETIVO GERAL.....	15
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
2. DESIGN E MÚSICA.....	17
2.1. Capas de Mídia.....	17
2.2. Capas de Disco.....	23
2.3. O Videoclipe e a Televisão.....	24
2.4 Surgimento das Plataformas Digitais.....	33
3. ROCK ALTERNATIVO E BANDAS INDEPENDENTES.....	37
3.1 Rock Alternativo.....	37
3.1.1 Rock Alternativo Nacional.....	38
3.2 Terno Rei.....	40
3.2.1 Álbum Gêmeos e B-Sides Gêmeos.....	46
4. METODOLOGIA.....	48
4.1. Fase A – Problematização.....	48
4.2. Fase B – Concepção.....	49
4.3. Fase C – Especificações.....	49
5. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO.....	51
5.1. Produção das Capas do EP B-Sides Gêmeos.....	51
5.2. Produção dos Visualizers do EP B-Sides Gêmeos.....	74
5.3. Produção do Videoclipe do EP B-Sides Gêmeos.....	82
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	95
7. REFERÊNCIAS.....	97

1. INTRODUÇÃO

Os avanços tecnológicos e a popularização das plataformas digitais transformaram significativamente a forma como consumimos música. O surgimento do *streaming*¹ consolidou um novo cenário no mercado musical, em que a experiência visual se tornou tão relevante quanto a sonora, proporcionando não apenas praticidade ao público, mas também novas formas de interação entre artistas e ouvintes.

Neste contexto, a identidade visual de álbuns e singles passou a desempenhar um papel ainda mais pertinente, funcionando como um elemento estratégico para a construção da marca de um artista e para o fortalecimento de sua mensagem comunicativa, assim como destaca o músico e escritor Rory Seydel (2016):

A arte do álbum é a ponte entre gostar de uma única música e aprender mais sobre um álbum, banda ou produtor. A arte continua sendo um espaço vital para chamar a atenção, contextualizar uma música ou contar a história de um álbum inteiro. É a imagem que leva as pessoas certas para sua música e transforma a escuta passiva em escuta ativa. Isso significa transformar ouvintes casuais em superfãs (Seydel, n.p, 2016, tradução nossa).

Dessa forma, as bandas de rock alternativo independentes exercem uma função crucial na música nacional contemporânea, criando conexões autênticas com o seu público por meio de suas músicas, estética visual e presença nas plataformas digitais, como por exemplo, o Spotify², expandindo o consumo de seu trabalho e alcançando novos horizontes.

Ao se afastarem das grandes gravadoras, esses artistas têm maior liberdade criativa para explorar narrativas únicas e construir identidades visuais que dialogam diretamente com seus ouvintes. Com isso, a combinação entre sonoridade, letras introspectivas e uma estética visual marcante, muitas vezes somados a significados fortes, sensíveis e profundos, torna-se um diferencial que atrai e fideliza o público juvenil, especialmente em um cenário digital, os quais eles têm contato próximo, como as redes de *streaming*.

A banda paulista Terno Rei, grupo no qual será o foco dessa pesquisa, atualmente é composta por 4 integrantes, e foi formada em 2010. Enquadrando-se no gênero de rock nacional alternativo, mantém aproximação com a estética de pós-punk dos anos 1980, mesclando uma musicalidade melancólica com composições existencialistas, introspectivas e tocantes. Abordando sentimentos cotidianos, relações humanas e reflexões subjetivas, as escolhas artísticas da banda contribuem para uma conexão mais íntima com os seus fãs,

¹ Plataformas digitais que possibilitam os usuários escutarem música sem necessidade de baixá-las.

² Serviço de *streaming* que disponibiliza produtos audiovisuais, oferecendo acesso a inúmeras faixas e produtos. Disponível em: <https://open.spotify.com/intl-pt>

fazendo com a sua identidade no cenário musical alternativo contemporâneo seja consolidada cada vez mais.

Um *EP*, ou *Extended Play*, é um formato musical que contém entre quatro e sete faixas, configurando um produto menor do que um álbum completo. Um exemplo é o *EP B-Sides Gêmeos*, um dos projetos da banda que expande o universo visual e sonoro do álbum anterior *Gêmeos*. Para fortalecer a identidade visual desse *EP* e aprimorar a comunicação com o público, este trabalho propõe a criação de capas estáticas e suas versões animadas, chamadas *visualizers*, para cada uma das quatro faixas, além da produção de um videoclipe para a música *Cores Vivas*, também presente no *B-Sides Gêmeos*. Complementa-se ainda com uma pesquisa aprofundada sobre a estética visual da banda.

Como metodologia, será adotado o modelo de Peón (2009), que enfatiza uma abordagem projetual centrada na compreensão profunda do contexto cultural e simbólico do objeto de estudo. Essa metodologia privilegia a análise qualitativa dos elementos visuais e sonoros, buscando identificar as narrativas e significados que permeiam a identidade artística, além de considerar a relação entre o design gráfico e a experiência do público. O processo inclui etapas de investigação, experimentação visual e reflexão crítica, permitindo que o desenvolvimento das capas dialogue diretamente com a essência da banda e seu universo estético.

Após a execução deste projeto, espera-se contribuir para a consolidação da identidade visual do *EP B-Sides Gêmeos*, fazendo de sua estética mais reconhecível e conectando-a com seu público. Essa iniciativa busca não apenas ampliar a identificação das pessoas com a proposta estética da banda, mas também atingir novas áreas e fortalecer sua presença no cenário musical de rock alternativo nacional. Além disso, este trabalho reforça a importância do design gráfico como uma ferramenta estratégica no campo da música, evidenciando a parceria entre design e música que podem caminhar juntos na promoção da arte e da cultura no cenário contemporâneo.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GERAL

Desenvolver 4 capas digitais, um videoclipe e *visualizers* para cada single do *EP B-Sides Gêmeos* da banda Terno Rei, explorando a identidade visual e narrativa do álbum dentro do cenário do rock alternativo nacional.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Compreender o conceito estético e narrativo das músicas do EP *B-Sides Gêmeos*.
- Pesquisar referências audiovisuais de singles do gênero rock alternativo e contemporâneo.
- Entender o cenário da banda Terno Rei dentro das plataformas digitais e do rock alternativo nacional.

2.3. JUSTIFICATIVA

A proposta deste trabalho nasce do desejo de unir o design gráfico à música como forma de expressão simbólica e comunicativa. Com isso, a metodologia de Maria Luísa Peón (2009) serve como base para essa construção, ao compreender que a identidade visual vai além da organização estética, ela também carrega significados afetivos e culturais que fortalecem a relação entre o público e o artista. Dentro desse olhar, o design se torna uma linguagem que comunica visualmente as emoções, o universo sonoro e as intenções de uma obra musical.

No cenário contemporâneo, marcado pela força das plataformas digitais de streaming, as capas dos singles deixaram de ser apenas representações gráficas para se tornarem parte essencial da narrativa visual do artista. No caso das bandas independentes, como a Terno Rei, esse cuidado com a imagem se torna ainda mais necessário, visto que é justamente a identidade visual, construída com coerência e sensibilidade, que contribui para destacar o trabalho em meio à vasta oferta de músicas e artistas disponíveis online.

Dessa maneira, a escolha do EP *B-Sides Gêmeos* (2023) como objeto deste projeto parte do interesse em aprofundar a estética da banda, sua sonoridade introspectiva e a continuidade visual proposta a partir do álbum *Gêmeos*.

2. DESIGN E MÚSICA

2.1. Capas de Mídia

Uma capa de mídia é o elemento visual que serve para apresentar e representar uma mídia específica, como um disco, livro, revista, jogo ou filme. Ela surgiu para funcionar como uma apresentação para o conteúdo, comunicando de forma acelerada e impactante o que o público pode esperar daquele produto. No design, a capa é uma peça fundamental pois combina elementos visuais, como imagens, cores, tipografia e composição, para atrair a atenção, transmitir a identidade da obra e diferenciar o produto em meio a outros similares.

Historicamente, a consolidação da capa está diretamente ligada ao avanço das tecnologias de impressão, especialmente a litografia, surgiu no século XIX em jornais, livros e revistas. A técnica teve origem ao se perceber que certas pedras calcárias da região de Solenhofen, na Alemanha, apresentavam a capacidade de repelir tinta oleosa quando estavam úmidas. Esse comportamento permitiu o desenvolvimento de um método de impressão em que a imagem podia ser desenhada diretamente sobre a pedra ou transferida por meio de um papel intermediário, sendo então impressa no suporte final (Azevedo, 2009).

Dessa forma, no Brasil, esse método litográfico chegou em 1850 e logo se popularizou na imprensa brasileira, especialmente voltado à produção de imagens mais atrativas para a população, já que só tinha-se a xilogravura. Essa técnica foi um sucesso tão grande que se tornou uma revolução visual.

Nessa perspectiva, as capas de jornais e de livros ilustrados, principalmente infantis, tiveram um papel importante na evolução da litografia e no design editorial do país no século XIX. Muitos das ilustrações começaram sendo impressas em jornais e revistas textuais, como o *Jornal do Commercio*, porém que davam espaço para ilustrações semanais de artistas da época, tais quais as ilustrações *A Lanterna Mágica* (1844), *A Vida Fluminense* (1868) e *Dom Quixote* (1895), dos artistas Angelo Agostini, Henrique Fleiuss e Rafael Mendes de Carvalho:

Eram imagens que refletiam e satirizavam aspectos da vida política e social do País, exercendo importante função social, em um período de grande liberdade de expressão. Essa técnica abriu caminho, também, para os desenhos documentais, como o noticiário de crimes. As ilustrações de noticiários policiais eram apresentadas como narrativas visuais de um fato, cumprindo a função dos atuais infográficos (Azevedo, 2009, p. 05).

Conforme será possível observar nas Figuras 1, os componentes das composições gráficas demonstram tal visualidade e dramaticidade, comunicando, com uma intensa carga emotiva e potência expressiva, sentimentos e aspectos vivenciados pela sociedade da época.

Figura 1: Ilustrações em jornais e revistas em método litográfico.



(a) Lanterna Mágica (1844) –
Fonte: Estúdio Nanquim, [s.d.]



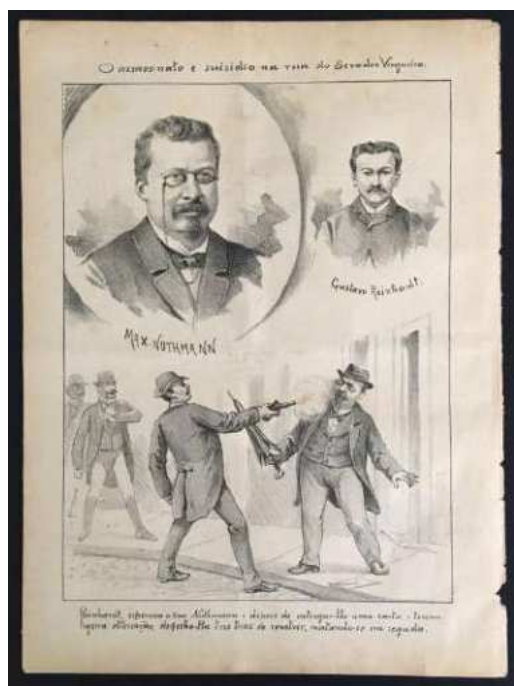
(b) A Vida Fluminense (1868) –
Fonte: Internet, [s.d.]



(c) Ilustração Don Quixote (1895). – Fonte: DSpace Home, [s.d]

Em seguida, a popularização das ilustrações contribuiu para a sua aplicação em capas de jornais e revistas, especificamente nas publicações voltadas ao público infantil e informativo (Figura 2). Azevedo (2009) explica que essa técnica também possibilitou o surgimento dos desenhos documentais, como os noticiários de crimes, que funcionavam como narrativas visuais dos fatos, cumprindo um papel semelhante ao dos infográficos atuais.

Figura 2: Ilustração de jornais informativos e para o público infantil.



(a) Ilustração da *Revista Illustrada*, (1894).
Fonte: Flavia Santos Leilões, [s.d.]



(b) Capa do *Jornal Ostensor Brasileiro* (1845).
Fonte: Flavia Santos Leilões, [s.d.]

Dessa maneira, no final do século XIX, passaram a ser introduzidas as capas de livros mais trabalhadas e coloridas com o avanço do mercado editorial e com o foco na revolução visual que começou na época, ou seja, novos designers e editores passaram a experimentar diversas formas de composição visual, tornando as capas imensamente mais atrativas. Outra forma de valorizar o livro era investir em encadernações luxuosas, muitas vezes importadas da Europa. Mesmo sendo mais caras, essas edições eram usadas para dar prestígio ao produto.

Já no início do século XX, o livro deixa de ser apenas um objeto de luxo. Começam a surgir as edições populares, com capa brochura (mais simples), com capas ilustradas e chamativas (Figura 3). Essas capas tinham a função de atrair o público, compensando a baixa qualidade do material gráfico com um visual mais cativante e interessante (Júnior, 2015).

Figura 3: Capas de livros ilustradas e chamativas, de Monteiro Lobato.



(a) A Menina do Narizinho Arrebitado (1920)
Fonte: Livros Universo, [s.d.]



(b) Paulicéia Desvairada (1922)
Fonte: GoodReads, [s.d.]

Em vista disso, devido à Revolução Industrial e ao desenvolvimento da prensa e da imprensa, tornou-se possível produzir imagens em massa, o que facilitou a circulação e comercialização das capas. Esse processo acompanhou a expansão das trocas comerciais globais e o surgimento de espaços comerciais como livrarias, bancas e lojas de revistas, que passaram a ofertar uma grande variedade de produtos culturais:

Conforme Finizola (*et al.*, 2009) a capa de uma revista atua como instrumento de sedução na conquista do público leitor, facilitando a sua identificação e engajamento em meio a outras revistas expostas nas bancas. No entanto, as capas produzidas nesta época nem sempre tinham compromisso com os acontecimentos da semana. As ilustrações são leves, de grafismos variados, com o objetivo de atrair e entreter o leitor (Costa; Braga, 2019, p. 03).

Observando esse contexto, é possível afirmar que umas das revistas que fortemente revolucionou o design gráfico das capas no Brasil foi a revista *Para Todos...* (Figura 4), lançada e publicada semanalmente entre 1918 a 1932, pela Editora Pimenta de Mello. Inicialmente voltada ao cinema, a publicação passou a abranger outros temas culturais, como literatura, música e vida social, após o lançamento da revista *Cinearte*, especializada em cinema, em 1926.

Sob a direção artística do ilustrador J. Carlos, a revista, *Para Todos...*, inovou ao apresentar capas coloridas, ilustrativas e que dialogavam diretamente com o público,

especialmente o feminino, destacando-se como um marco da modernização da caricatura e do design gráfico brasileiro. Na época, em função da inexistência até então da televisão e a inacessibilidade da máquina fotográfica, as ilustrações eram essenciais para informar, entreter e comunicar (Alencastro, 2013).

Figura 4: Capa da Revista *Para Todos...* (1927).

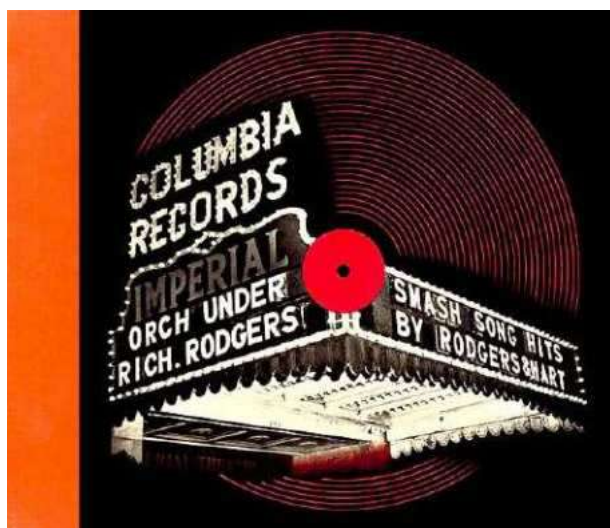


Fonte: Harpya Leilões

A revista, portanto, oferece um precioso testemunho gráfico da cultura brasileira das primeiras décadas do século XX, com a inovação das cores e ilustrações para entreter o leitor.

Por meio dessa perspectiva, de acordo com Demo (2018), Alex Steinweiss, designer gráfico da Columbia Records, que idealizou a primeira capa ilustrada para discos musicais em 1939 (Figura 5), com o objetivo de representar visualmente o conteúdo musical e aumentar as vendas; no ano seguinte, ele assinou o projeto gráfico do álbum *Smash Songs and Hits* de Rodgers & Hart (1940), revolucionando o design das capas de discos e a indústria musical como um todo.

Figura 5: Capa do álbum *Smash Song Hits by Rodgers & Hart* (1940).



Fonte: Discogs, [s.d.]

Sob esse viés, as vendas de seus álbuns tiveram uma compra significativa, diferentemente de seus concorrentes que não focaram em ter capas de álbum com designs que chamassem atenção para o público. Com isso, a partir dessa perspectiva, eles obtiveram bastante sucesso e mostraram-se revolucionários no design da década de 30, sendo os criadores da primeira capa ilustrada para um álbum musical, como afirma Evans (2016):

As vendas dos álbuns de Steinweiss logo superaram as dos álbuns de embalagem comum [...]. Steinweiss concebeu então o que iria se tornar o padrão da indústria: uma capa de papelão fino coberta de papel impresso, com uma lombada estreita, suficiente para que o título do álbum ficasse visível quando este fosse guardado em pé numa estante. A contracapa trazia notas com detalhes sobre o disco

Dessa forma, exemplos como esse validam e certificam a relevância da identidade visual em capas de álbuns musicais, as quais tiveram cada vez mais enfoque em componentes imagéticos, estéticos e gráficos, e evidenciaram uma preocupação maior com fatores emblemáticos, representativos e envolventes para os seus consumidores. Isso faz com que a experiência visual influencie na musical, auxiliando um artista ou uma banda em sua estabilização dentro do mercado, que irá convertê-los em indivíduos bem respeitados, diferenciados e consagrados na história da música.

2.2. Capas de Disco

No rock brasileiro dos anos 1980, período marcado por transformações políticas e culturais após a ditadura militar, as capas de discos passaram a expressar a efervescência cultural e a diversidade musical da época. Portanto, um grande fenômeno no mercado musical foram os LPs ou Discos de Vinil, na década de 1980, que marcaram muitas gerações e são muito famosos até hoje em dia, revolucionando a indústria ao proporcionar uma nova estética visual para a experiência com a música.

Considerados peças de coleção pela criatividade das capas, contracapas e dos encartes, que chamavam muito a atenção do público e atraíam fama ao produto, os vinis possibilitaram o reconhecimento de muitos gêneros musicais em razão de suas capas marcantes, como é o caso do *rock'n'roll* (Silva, 2018, p. 40)

Dessa forma, bandas tais como Pink Floyd, Joy Division e New Order ganhavam destaque da população por suas capas inovadoras, muitas vezes contendo desenhos, composições criativas, fotografias e recortes personalizados:

Na segunda metade do século XX os LPs passaram de modestos invólucros de proteção dos discos para dignos suportes a privilegiar os mais criativos discursos artísticos e visuais. Ao unir design, música e artes visuais, os discos tornaram-se objetos de apreciação popular, entraram para o roll dos objetos mais consumidos do mundo e atingiram a categoria de grandes difusores de linguagens artísticas (Silva, 2018, p. 40).

Um exemplo de capa de álbum inovadora e atrativa foi o *The Dark Side of the Moon* (1973), da banda britânica Pink Floyd (Figura 6), que revolucionou o design e o mercado musical com a sua simplicidade, mas ao mesmo tempo, complexidade: ao invés de imagens e designs convencionais, a banda e o estúdio Hipgnosis optaram pela representação de um prisma, que ao dividir a sua luz, reflete um arco-íris de cores. O seu símbolo, portanto, consagra-se como um objeto enigmático, convidando o público a decifrar as mensagens contidas nas músicas do disco e a sua relação com a capa.

Figura 6: Capa do disco *The Dark Side of the Moon* (1973), da banda Pink Floyd.



Fonte: Amazon, [s.d.]

Ainda sobre esse viés, segundo Silva (2018), que pesquisa encontros entre design, música e artes visuais no projeto gráfico de capas de disco, essa escolha, além de criar uma capa memorável, estabeleceu um novo paradigma na representação visual da música, em que o conceito e a simbologia ganharam mais importância e atenção do que capas de disco com ilustrações e fotografias, que eram muito comuns no cenário musical.

Nesse sentido, Cláudio Teixeira, ao estudar capas de disco da Tropicália, movimento em que obteve-se a ampla utilização de ícones artísticos e culturais em seus trabalhos, observa: “Os elementos icônicos e linguísticos sugerem um contexto de propaganda e publicidade, expressos pelos signos que representam a mídia, o cotidiano e a sociedade de consumo” (Teixeira, 2018, p. 144), refletindo assim sobre como esses componentes visuais e midiáticos utilizam símbolos reconhecíveis da comunidade para atrair o público e comunicar a sua mensagem.

2.3. O Videoclipe e a Televisão

Com os avanços tecnológicos, permitiu-se cada vez a inovação de meios de apresentar a música através da tecnologia. Com isso, a estratégia da imagem acompanhar a música foi um marco para o entretenimento, dando os primeiros passos para o surgimento dos chamados videoclipes.

O registro do surgimento do primeiro videoclipe foi encontrado em 1894, pelos editores musicais Edward B. Marks e Joe Stern, que buscaram divulgar sua composição *The Little Lost Child*. Nele, foi usado uma certa “lanterna mágica” para projetar várias imagens estáticas em uma tela e, ao mesmo tempo, conter a performance de artistas musicais ao vivo.

Para isso, os profissionais contaram com a colaboração do eletricista George Thomas e de alguns artistas, que auxiliaram na promoção da canção por meio de imagens projetadas. Essa inovação mostrada se tornou um marco muito importante na história do entretenimento e no audiovisual:

Desde o início da história do cinema, de acordo com Keazor e Wübbena (2010), sempre se buscou a ideia de associar imagem e som. As projeções dos primeiros filmes (mudos) eram geralmente acompanhadas por música executada ao vivo. É interessante notar que aqui a imagem fílmica antecede a música, isto é, a escolha da partitura musical era feita a partir do filme (se era uma comédia ou um drama, por exemplo). Hoje, ao contrário, é a música que antecede a imagem do videoclipe – este só é produzido a partir de uma canção prévia a ser divulgada (Mozdzinski, 2014, p. 1-2).

Partindo dessa perspectiva, é possível perceber o quanto as mudanças promovidas no ramo musical ao longo dos séculos são reflexo de uma grande quantidade de avanços tecnológicos e culturais. Enquanto antigamente a música era um complemento posterior à imagem, hoje a imagem é criada para acompanhar e promover a música, invertendo a ordem e a prioridade na relação entre som e imagem.

Dando continuidade, no século XX, houveram as primeiras exhibições públicas de filmes com som em Paris, sendo exibido um novo estilo de filmes audiovisuais, no evento intitulado *Phono-Cinéma-Théâtre*. Eles combinavam imagens em movimento com som, porém a sincronização era precária, pois ambos eram reproduzidos por equipamentos separados que precisavam estar perfeitamente coordenados, o que dificultava a experiência e a viabilidade comercial.

Nas décadas seguintes, a tecnologia avançou com o desenvolvimento do sistema *sound-on-film* (em português, filme sonoro), que gravava o som diretamente na película do filme, garantindo melhor sincronização e qualidade. Em 1923, ocorreram as primeiras exhibições comerciais de curtas-metragens com som sincronizado em Nova York, usando essa técnica.

Já no Brasil, o primeiro filme sonorizado foi *Acabaram-se os otários* (1929), uma comédia que destacava o uso do som falado e cantado em português, marcando o início do cinema sonoro nacional, assim como visto na Figura 7:

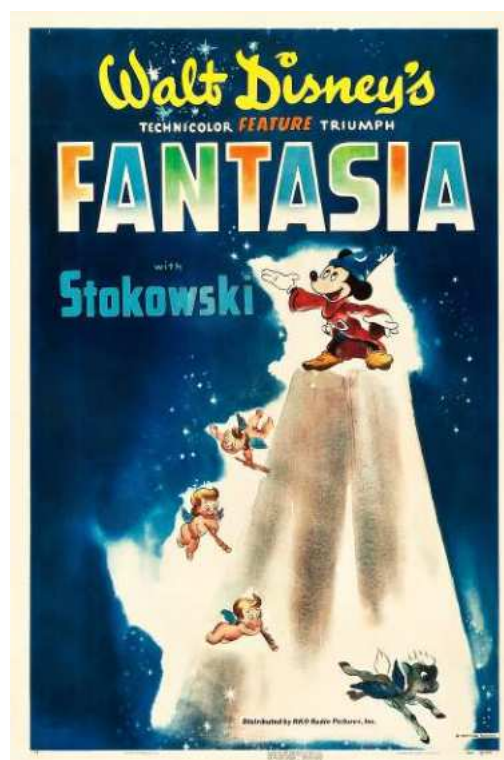
Figura 7: Cena do filme *Acabaram-se os otários* (1929).



Fonte: IMDb, [s.d.]

Além disso, em âmbito global, mas ainda na esfera audiovisual, os desenhos animados também se beneficiaram do som sincronizado, como o filme *Fantasia* (1940), de *Walt Disney*, que aplicou imagens animadas diretamente sobre músicas clássicas, funcionando como um precursor do videoclipe moderno. Essa obra, a ser apresentada na Figura 8, uniu música e imagem de forma temática e sincronizada, elevando o padrão da animação sonora.

Figura 8: *Fantasia* (1940), do produtor *Walt Disney*.



Fonte: Wikipedia, [s.d.]

Depois, precedendo a produção do que conhecemos hoje como *videoclipes*, no passado, curtas musicais, geralmente com artistas de jazz e blues, como Bessie Smith e Louis Jordan, eram comuns à época, chegando a serem considerados os "ancestrais" do videoclipe, dado que combinavam música e imagem para promover artistas e suas canções, numa forma inicial de vídeo musical.

Ainda na visão de Mozdzenski (2014), o *rock* foi um dos principais gêneros que impulsionaram essa evolução. Filmes como *Blackboard Jungle* (1955), que popularizou a canção também de 1955, *Rock Around the Clock*, de Bill Haley & His Comets, tocada nos créditos do filme, associaram o rock à rebeldia juvenil e ajudaram a criar a imagem do gênero no século XX:

[...] assim que a tecnologia adequada estiver disponível, os clipes surgirão como uma solução bastante conveniente para esse problema. Na medida em que propiciam uma maior flexibilidade de possibilidades artísticas em relação às performances ao vivo, os videoclipes irão romper com as restrições de tempo e espaço impostas por essas apresentações 'presenciais' dos artistas (Mozdzenski, 2014, p. 4).

Além disso, nos anos 1960, programas televisivos como *Bandstand* e *The Ed Sullivan Show* em plataformas importantes para artistas apresentarem suas novas músicas ao vivo, mas com o aumento da popularidade das bandas, ficou difícil para os músicos comparecerem a todos esses programas. Para resolver esse problema, a produção de videoclipes surgiu como uma solução prática e artística, permitindo que os artistas divulgassem suas canções sem precisar estar fisicamente presentes.

As produções musicais foram ganhando cada vez mais espaço na televisão, que já se firmava como um dos principais meios de comunicação de massa. Nesse cenário, os programas televisivos passaram a desempenhar um papel essencial, transmitindo clipes, apresentações, entrevistas e conteúdos audiovisuais que aproximavam os artistas do grande público, como pode ser visto na Figura 9.

Figura 9: Cena do videoclipe *Rock Around the Clock* (1955), de Bill Haley & His Comets.



Fonte: YouTube (2013)

Artistas como Elvis Presley, com seus filmes e performances televisivas (*cf.* Figura 10), consolidaram o rock como fenômeno cultural e comercial, influenciando a produção audiovisual musical e a sua popularidade, passando a ser visto como um símbolo de rebeldia e identidade entre os jovens: “Conhecido ao redor do mundo como o ‘Rei do rock’ – e também como ‘Elvis The Pelvis’, devido aos movimentos sensuais em suas performances, inclusive televisivas – Presley protagonizou mais de 20 filmes e popularizou o rock, que passou a ser consumido por grandes massas” (Mozdzinski, 2014, p. 04).

Figura 10: Clipe da música *Jailhouse Rock* (1957), de Elvis Presley.



Fonte: YouTube (2007)

Logo após, nos anos 1960, a introdução do *videotape* representou uma revolução no modo como imagens e sons eram capturados, editados e consumidos, especialmente no

âmbito da televisão. Diferente do filme tradicional, o *videotape* utilizava fitas magnéticas portáteis para registrar vídeo e áudio de forma sincronizada, o que possibilitou um controle muito maior durante a produção audiovisual. Com isso, O *videotape* era o principal meio de gravação e edição de programas e performances musicais para TV, permitindo a montagem, regravação e pós-produção, diferentemente das transmissões ao vivo.

Outro artista que teve grande presença na era do *videotape* foi Ney Matogrosso, que se destacou no Brasil por suas performances ousadas e diferentes. No documentário, *Homem com H*, lançado em 2025, é mostrada brevemente essa época, expondo como era comum que os artistas, durante as gravações, evitassem olhar diretamente para a câmera.

No entanto, Ney rompeu com essa regra, como será observada na Figura 11, ao gravar as músicas *Sangue Latino* e *O Vira*, ambas de 1973, da banda Secos & Molhados, da qual fazia parte em 1973. Essa sua atitude causou impacto e acabou influenciando uma nova forma de se produzir videotapes musicais.

Figura 11: *Videotape* de *Sangue Latino*, da banda Secos & Molhados (1973).



Fonte: Letras (2024)

Com o sucesso, Ney passou a gravar diversos clipes para suas canções, sempre com cenários elaborados e edições de vídeo criativas, o que enriquecia ainda mais suas produções. Uma das formas de divulgação desses trabalhos era a exibição em programas de TV, o principal meio de circulação de produções visuais na época.

Entre os anos 1970 e 1980, ele teve várias de suas obras audiovisuais exibidas na televisão, como *América do Sul* (1975), *Com a Boca no Mundo* (1978) e *Folia no Matagal* (1980). Esses videoclipes foram transmitidos em programas como o *Fantástico*, que era

conhecido por abrir espaço para apresentações visuais de artistas, permitindo com que o público conhecesse o trabalho de Ney antes mesmo de comprar os seus discos.

Já no mundo internacional, um dos maiores marcos da indústria musical foi o clipe *Bohemian Rhapsody* (cf. Figura 12), da banda britânica Queen, em 1975. Ao contrário das apresentações musicais mais simples que vinham sendo feitas naquela época, esse clipe foi pensado especialmente para a divulgação da música nos meios de comunicação, com uma produção visual elaborada, efeitos visuais inovadores e uma edição que combinava as imagens com o ritmo da canção.

Figura 12: Cena do clipe da música *Bohemian Rhapsody* (1975), da banda Queen.



Fonte: Midiorama (2016)

O seu impacto foi imediato, principalmente após ser exibido em programas como o *Top of the Pops*, da BBC. A recepção positiva do público e da crítica incentivou outras bandas a seguirem pelo mesmo caminho, fazendo do videoclipe uma ferramenta que consolidou o mercado musical, afirmam Nercolini e Holzbach (2009):

O videoclipe de *Bohemian Rhapsody* foi o pontapé para que outras bandas investissem em produções do tipo – o que foi crucial para o surgimento da MTV norte-americana, cinco anos depois. Dessa maneira, o videoclipe se consolidava como um produto significativo da indústria cultural (Nercolini; Holzbach, 2009, p. 51).

Desse modo, ainda na análise das autoras, a repercussão dos videoclipes foi tão grande, que em 1981, na cidade de Nova Iorque, a empresa norte-americana MTV foi criada, consolidando o videoclipe como uma das principais ferramentas de divulgação musical.

Desde então, o vídeo passou a ser visto não só como um complemento à música, mas como uma expressão artística própria, capaz de criar experiências visuais e sensoriais únicas para o público:

A experiência de se assistir ao videoclipe era limitada a uma escolha em boa medida unilateral: a emissora, em negociação com gravadoras, selecionava videoclipes de acordo com referências temáticas dos programas, levando em conta índices de audiência (Nercolini; Holzbach, 2009, p. 51).

Logo após, a MTV passou a exibir diversos videoclipes de artistas que estavam no auge de suas carreiras, como o icônico *Thriller* (1983), do “rei do pop” Michael Jackson, que revolucionou o formato dos vídeos musicais pela sua narrativa cinematográfica. Outros exemplos são *Take On Me* (1985), da banda norueguesa a-ha, famosa pela combinação criativa de animação com imagens reais, e *Like a Prayer* (1989), da “rainha do pop” Madonna, que conquistou grande visibilidade por sua imagem como uma artista ousada e inovadora.

Em suma, esses trabalhos foram fundamentais para estabelecer a MTV como uma plataforma essencial para a divulgação musical e para transformar o videoclipe em uma forma de arte audiovisual reconhecida mundialmente.

Em virtude de todo o seu sucesso, a empresa MTV chegou ao Brasil e foi ao ar em outubro de 1990, já sendo um canal televisivo transnacional que, de início, era disponível apenas em São Paulo e Rio de Janeiro, porém por efeito de seu grande sucesso, rapidamente ampliou seu alcance para outras regiões do país. A MTV Brasil tornou-se uma referência cultural para a juventude urbana de classe média, influenciando gostos musicais e fomentando o surgimento de novos estilos, que mesclavam o rock brasileiro dos anos 1980 com outras sonoridades.

Em vista do avanço da tecnologia e popularização desse cenário musical, fazendo com que esse meio estivesse inserido a cada vez mais no cotidiano da população, a redução dos custos para produção de CDs e LPs – e a consequente acessibilidade – possibilitou com que as gravadoras investissem em divulgação com uma maior intensidade, sobretudo por meio dos videoclipes, que passaram a ser ferramentas essenciais para promover artistas e bandas.

Em 1995, a MTV Brasil lançou o *Video Music Brasil (VMB)*, uma premiação dedicada exclusivamente aos videoclipes nacionais, inspirada no modelo do *MTV Video Music Awards*, dos Estados Unidos, criado em 1984. O *VMB* destacou-se pela importância em reconhecer e valorizar a produção audiovisual brasileira, evidenciando o crescimento e a relevância do videoclipe no país.

De acordo com a matéria do site da *TMDA!* (2020), a partir do final dos anos 1990, a MTV começou a diversificar sua grade, incorporando programas de humor, reality shows e talk shows, como o *Teleguiado MTV*, que tinha como diferencial a interação ao vivo com o público, que participava por telefone para pedir clipes e mandar recados; e o *MTV na Estrada*, que exibia documentários acompanhando bandas em turnês, mostrando bastidores, entrevistas e momentos descontraídos, aproximando então o público dos artistas:

[...] a audiência do jovem vem migrando da televisão para a internet e, atualmente, não é mais necessário um canal de televisão para “guiar” o gosto do jovem. Assim, no lugar de preencher com videoclipes os principais horários, a opção a partir de então seria priorizar *talk shows*, programas de auditório e seriados juvenis. (Nercolini; Holzbach, 2009, p. 52)

Com a chegada do século XXI, o canal ampliou a variedade de seus programas, não só falando sobre música, mas também se conectando com o público mais jovem em programas que abordavam assuntos atuais, como a sexualidade e a diversidade, de forma aberta e descontraída. Apesar do sucesso dessas iniciativas, muitos espectadores sentiram falta da programação musical tradicional, em especial da exibição frequente de videoclipes.

A partir disso, a MTV Brasil tentou retomar o foco na música em 2006, mas no final daquele ano anunciou que, a partir de 2007, os videoclipes seriam relegados a horários de menor audiência, principalmente durante a madrugada. Essa decisão refletia a migração do público jovem para a *internet*, onde o consumo de vídeos musicais se tornou mais imediato por meio de plataformas como YouTube. Segundo Nercolini e Holzbach (2009), “A internet, assim, está transformando o videoclipe. Através dela a audiência pode atuar, manusear, modificar e criar linguagens, ampliando os significados criados pela televisão e pela indústria fonográfica” (p. 9).

Portanto, com o avanço da tecnologia e a crescente diversidade de gostos do público, os videoclipes passaram a conquistar um reconhecimento artístico maior e a serem difundidos em uma variedade cada vez maior de plataformas e dispositivos. Primeiro vinculados à televisão, os clipes musicais hoje são consumidos principalmente em telas de computadores, por meio de plataformas de vídeo online, que permitem assistir e compartilhar vídeos em *streaming* de forma rápida e acessível, sendo o Youtube o maior de seus representantes.

Ademais, a popularização de aparelhos portáteis móveis como celulares, *smartphones*, tocadores de MP4, *tablets* e outros aparelhos eletrônicos diversificou ainda mais as possibilidades de acesso aos videoclipes, visto que asseguram que o público assista aos vídeos

musicais a qualquer hora e lugar, rompendo com a rigidez dos horários fixos da TV tradicional.

2.4 Surgimento das Plataformas Digitais

Devido à difusão da tecnologia, a circulação dos aparelhos eletrônicos e o declínio da mídia física, os CDs, um meio de música e filme já compacto, passaram a ser deixados para trás pelo desenvolvimento das plataformas digitais, já que não era mais necessário comprar um mídia para se escutar música: o seu alcance era de fácil acesso, através da ferramenta de download dessas faixas.

Esses avanços foram muito bem demarcados: primeiramente, surgiu-se a oportunidade de, ao invés de as pessoas comprarem os CDs, como antigamente eram acostumadas, desta vez, as próprias músicas eram vendidas. No entanto, com a propagação e a distribuição de acesso à população, tornou-se possível gravar arquivos de músicas em mídias móveis, como o *pendrive*, e obteve-se o fácil compartilhamento das faixas musicais em dispositivos digitais.

Com isso, o primeiro serviço on-line do compartilhamento de músicas em formato de MP3³ foi o Napster, criado em 1999 por Shawn Fanning, tendo como sua principal função o compartilhamento de arquivos direto entre pessoas, recebendo esse processo o nome de *peer-to-peer* (P2P)^F. Logo, o Napster ficou muito conhecido em toda a internet e atraiu um grande número de distribuições de arquivos, e sem nenhum tipo de pagamento por seus *downloads* sem direitos autorais.

Nesse cenário, as faixas de músicas compartilhadas não tinham autorização dos direitos autorais das gravadoras ou dos artistas legais pelas composições, o que levou a indústria fonográfica a reagir com a implementação de mecanismos digitais para bloquear o acesso a esses conteúdos e a mover ações judiciais contra serviços como o Napster. Dessa forma, após muitos processos legais, o aplicativo foi forçado a encerrar em 2001 (Oliveira, 2020, p. 19).

Mesmo com o fim do Napster, o modelo P2P continuou a prosperar por meio de outras plataformas como Kazaa, Gnutella, eMule e Limewire, que mantiveram viva a cultura do compartilhamento digital em escala global. Essas redes não só desafiaram o modelo tradicional da indústria musical, mas também estimularam debates importantes sobre direitos autorais, acesso à cultura e os novos meios da economia digital.

³ Sigla do nome *MPEG Audio Layer III*, áudio com o formato de compressão de áudio para ½ do seu tamanho de origem em .wav, sem perder qualidade aparente e muito utilizado na digitalização dos CDs.

A respeito disso, reitera Oliveira (2020): “A gratuidade da música, ainda que de forma ilegal, se tornou realidade no mundo todo e o novo desafio da indústria fonográfica era reverter essa lógica”, posto que a propagação e a disseminação de informações, acompanhadas dessa nova era tecnológica, propuseram um novo meio de consumo – as plataformas digitais, que, com seus modelos de planos gratuitos, aproximavam os consumidores ao seu produto.

Por consequência, discussões na internet foram se popularizando em grande escala nas comunidades virtuais formadas em fóruns, websites especializados e redes sociais, onde fãs e entusiastas da música se reuniam para trocar informações, recomendar artistas e, principalmente, disseminar tanto o conteúdo musical quanto as próprias tecnologias de compartilhamento. Essas comunidades foram essenciais para fortalecer o movimento de distribuição digital, criando um ambiente colaborativo e engajado em prol do acesso livre à música.

Inesperadamente, a banda americana The Offspring, com o *single Pretty Fly (For a White Guy)*, foi um das poucas bandas a adotar a estratégia de disponibilizar sua música gratuitamente para a população, aproveitando a nova era digital, assim sendo, o *single* foi baixado mais de 22 milhões de vezes antes mesmo de seu lançamento oficial.

Com resultado desta repercussão, a banda decidiu disponibilizar seu disco completo, chamado *Conspiracy Of One*, para download gratuito em seu site, simultaneamente ao lançamento em formato físico. No entanto, a gravadora Columbia Records, ligada à Sony Music, contestou legalmente essa iniciativa e conseguiu barrar a distribuição online.

Enquanto as grandes associações fonográficas entravam com representações judiciais contra plataformas de P2P, sites que reproduziam música e até usuários por reprodução de conteúdo protegido por direitos autorais, a alternativa encontrada pelas gravadoras em um primeiro momento foi a criação de lojas próprias para revenda de música digital. Porém, os percalços burocráticos para consolidar um novo empreendimento, a necessidade de alto retorno financeiro imediato e a falta de habilidade com o ambiente digital fez com que esse modelo de negócio não prosperasse e fosse esquecido (De Marchi, 2011).

Por conseguinte, no âmbito comercial, a verdadeira inovação veio com o lançamento da *iTunes Music Store*, em abril de 2003, pela Apple Inc. Apesar do *iTunes* já ter funcionalidade como um reproduzidor de músicas desde 2001, a novidade foi a incorporação de uma loja online que disponibilizava, no princípio, cerca de 200 mil faixas para compra individual, assim, essa função permitia que usuários adquirissem as músicas que desejavam. Bem como, era possível ouvir prévias antes de finalizar a compra, revolucionando o modo

como a música era consumida. Além da Apple, diversas outras empresas passaram a investir no desenvolvimento de plataformas digitais para vender músicas (Nascimento, 2005, p. 127).

Posteriormente, no Brasil, o avanço da banda larga foi fundamental para o avanço digital no cenário nacional, já que, a internet de alta velocidade tornou mais fácil e rápido o download e o streaming de músicas, ampliando o consumo e a circulação de conteúdos digitais, como plataformas e dispositivos que disponibilizam conteúdos ilegais. Logo, com conexões mais estáveis e ágeis, a Banda Larga auxiliou no aumento da pirataria digital no país. Antes, a pirataria estava mais concentrada na música, mas pelo fácil compartilhamento de arquivos cada vez maiores, passou-se a incluir também séries, filmes e programas de televisão.

Essa evolução tecnológica também facilitou o reconhecimento de plataformas como o YouTube⁴ que se tornou uma das maiores vitrines para a descoberta e o consumo de música, combinando áudio e vídeo em uma experiência acessível e gratuita para grande parte do público. Com isso, os *streamings* de audiovisuais ganharam uma enorme evidência e se tornaram o principal meio de consumo de música na contemporaneidade. Consequentemente, com o sucesso dessa nova forma de experienciar musicalmente com mais facilidade, as plataformas digitais surgiram e ganharam bastante reconhecimento, como o Spotify, o Deezer e o Youtube Music, que nos dias atuais têm milhões de ouvintes e assinantes.

No meio cibercultural, especificamente, o Spotify, serviço de *streaming* de música, *podcast* e vídeo, lançado em 2008 por Daniel Ek e Martin Lorentzon, é o aplicativo mais famoso e baixado no âmbito das plataformas digitais musicais. Sendo este o principal meio de compartilhamento e inserção na indústria de muitos artistas independentes desse ramo, a plataforma promove várias ferramentas que ajudam artistas a serem descobertos e a se destacarem entre os demais, possuindo uma maior visibilidade.

Geovane Bento, embaixador do Spotify Brasil, em entrevista à revista *Rolling Stone Brasil* (2023), detalhou brevemente sobre a enorme dimensão que o Spotify tem no desenvolvimento da carreira de inúmeros músicos:

Com recursos como playlists editoriais e personalizadas, o Spotify pode ajudar a promover músicas únicas e diferentes, tornando mais fácil para os fãs descobrirem novos artistas e expandindo a diversidade musical no mercado. [...] Ferramentas como o Spotify for Artists, onde os artistas podem gerenciar seus perfis, verificar seus dados de streaming e se conectar com seus fãs (Bento, 2023, s.p.)

⁴ De acordo com o site nuvemshop (2024), o YouTube é uma plataforma digital que permite a criação, publicação e reprodução de conteúdos de vídeo e audiovisuais pela internet, sem necessidade de download. Disponível em: <https://www.youtube.com/>

Por outro lado, uma outra plataforma digital, a Bandcamp, tem sido bastante comentada no cenário musical por seu modelo distinto em relação às concorrentes. Surgida em 2008, essa plataforma digital se mantém por meio de comissões sobre as vendas musicais, ao contrário do Spotify ou do YouTube Music, que focam em assinaturas e anúncios. Segundo o site Meio Desligado, a Bandcamp é a junção de diferentes serviços em um só, pois permite o compartilhamento de faixas por meio de *players* que podem ser inseridos em diversos sites, conta com um portal chamado *Bandcamp Daily*, que engloba uma comunidade com várias matérias sobre artistas e música, além de disponibilizar a venda de *merchandisings*⁵.

Além disso, de acordo com a matéria escrita por Morel e publicada no site da MIDIA, o mercado musical brasileiro passou a se destacar no cenário global ao entrar para o ranking dos 10 maiores mercados musicais do mundo. Esse crescimento está diretamente relacionado ao fato de o Brasil possuir uma grande população cada vez mais conectada à internet, o que tem impulsionado a disseminação dos serviços de streaming.

Esse protagonismo brasileiro reflete uma tendência de multilateralismo cultural, em que o consumo de música ultrapassa fronteiras e mistura influências de diferentes países, fortalecendo a diversidade e a globalização da música. De acordo com o site *GRVE* (2022), “Rapidamente o Brasil passou a dominar espaços inéditos que antes eram apenas sonhos, dividir *slots* nos maiores festivais mundiais, de igual para igual, com lendas que sempre foram grandes inspirações”.

À vista disso, com o desenvolvimento tecnológico e a popularização das plataformas digitais, a pirataria na indústria fonográfica sofreu um declínio significativo, em razão de que o público passou a ter acesso facilitado a músicas em mídias sociais e serviços de *streaming*, muitos dos quais já adotam modelos de monetização que remuneram os artistas e produtores.

⁵ Para o site *Delta Facilities* (2023, s.p.), a palavra *merchandising* equivale a um artifício do mundo do *marketing* designado para apresentar e informar o público acerca de um determinado produto, a partir de técnicas que acelerem a sua rotatividade, ou seja, a sua venda.

3. ROCK ALTERNATIVO E BANDAS INDEPENDENTES

3.1 Rock Alternativo

Na década de 1990, durante o auge do *rock* progressivo, influenciado pelo pós-*punk*, surge o rock alternativo, gênero musical muito conhecido, célebre, popular até os dias de hoje, que reúne vários subgêneros de uma cena musical independente moldada por influências dos anos 1960, 1970 e 1980.

Esse gênero é caracterizado por sua sonoridade mais introspectiva, abordando assuntos mais emocionais, reflexões e poéticos. No seu surgimento, era muito comum grandes bandas como Nirvana, Oasis e Sonic Youth, no início de suas carreiras, se apresentarem em garagens e em pequenos shows, buscando reconhecimento e gravadoras independentes, já que o gênero não era associado por ser popular e reconhecido pelo mercado musical.

Essencialmente, o rock alternativo volta-se bastante para o *indie*, abreviação do termo em inglês *independent*, que significa independente, surgindo na Inglaterra nos anos 1980 para designar bandas que produziam suas composições e álbuns em uma circunstância mais autônomo e livre, ou seja, afastado de grandes gravadoras de empresas famosas e comerciais ou do *mainstream*⁶, que são as principais influências para o mercado musical nas TVs e nas rádios.

O gênero, então, se destaca por uma diversidade de estilos e sonoridades, abrangendo estilos de Grunge, Shoegaze, Britpop e Noise Rock, e misturando vários tipos de instrumentos, fazendo com que as bandas de rock alternativo, por contemplarem mais de um gênero, se tornem demasiadamente únicas e autênticas em seu estilo musical.

Um dos precursores desse estilo musical foi a banda The Velvet Underground. Surgida em Nova Iorque, em 1964, a banda apresentava letras mais sérias e realistas sobre o contexto americano e com um timbre do pós-punk, que não era muito famoso na época. Seu estilo influenciou muito bandas das décadas seguintes a continuar repercutindo com sua sonoridade, sendo o rock alternativo.

Como resultado, na atualidade esse gênero continua com seu destaque ao se ressignificar frequentemente, incorporando novas influências e sonoridades que refletem a diversidade cultural e musical do século XXI. Por outro lado, o *rock* alternativo na modernidade repercute nas plataformas digitais e redes sociais, onde bandas e artistas

⁶ Refere-se a um conceito amplamente aceito pela população, considerado popular, convencional e dentro comum de um determinado contexto (Dicio, sd).

independentes conseguem promover seu trabalho diretamente para a população, como em *hits* virais⁷ e em *trends*⁸ de músicas, que acontecem inúmeras vezes em aplicativos de grande uso nos dias atuais, como o Tik Tok e o Instagram.

Em síntese, muitas bandas que estão se destacando nos últimos tempos seguem o estilo do *indie* rock, tais quais Radiohead, Florence + The Machine e Arctic Monkeys. No cenário nacional também tem se popularizado muito essa sonoridade: grupos como Terno Rei, Paira e Supercombo vêm ganhando espaço com propostas inovadoras, que tanto seguem o estilo já proposto nas décadas anteriores como também se reinventam ao fazer combinações com outros estilos.

3.1.1 Rock Alternativo Nacional

Com a inovação cada vez mais presente no rock mundial, o Brasil também participa ativamente desse movimento essencial para a música contemporânea do país. Nos anos 1970, uma das primeiras bandas de rock brasileiras foi o Secos & Molhados (*cf.* Figura 13), formado oficialmente por Ney Matogrosso, João Ricardo e Gérson Conrad.

Figura 13: A banda Secos & Molhados.



Fonte: *Rascunho* (2023)

⁷ Conteúdo virtual, como músicas e vídeos, que se tornam extremamente populares na internet, alcançando muitas visualizações em pouco tempo (MUB Brasil, 2025).

⁸ Tendências, conhecidas como tendências, são conteúdos que ganham popularidade durante determinado período (Techtudo, 2022).

A banda se destacou por sua originalidade, tanto na sonoridade quanto na performance, visual e maquiagem, marcando sua geração com um estilo único. O álbum de estreia, lançado em 1973, vendeu mais de um milhão de cópias e trouxe clássicos como *O Vira e Rosa de Hiroshima*, consolidando o Secos & Molhados como uma referência essencial do *rock* progressista no Brasil, e ainda garantindo à banda muito espaço no cenário musical e, sobretudo, fãs, em uma época tão difícil, que foi a da ditadura e da repressão militar, como diz a matéria do site *Voe Pass* (2023):

Os Secos & Molhados ganharam o Brasil. Na TV, rádios e lojas de discos, eles eram absolutos. O ápice aconteceu com a apresentação no Maracanãzinho, em 23 de fevereiro de 1974. Não há números exatos, mas tudo indica que o lendário show colocou um público de 30 mil pessoas no ginásio, restando o triplo de fãs do lado de fora. (Voe Pass, 2023, s.p).

Sobre esse viés, na década de 1980, o rock nacional ganhou uma nova repercussão com bandas que se tornaram ícones após influências da década passada, como o Barão Vermelho (*cf.* Figura 14). A banda popularizou o gênero no Brasil, ao lado de nomes como Legião Urbana, Titãs e Os Paralamas do Sucesso. Composta por Cazuzza, Roberto Frejat, Dé Palmeira, Maurício Barros e Guto Goffi no Rio de Janeiro, em 1981, destacou-se por suas músicas e shows intensos e marcantes.

Figura 14: Capa de Disco do Barão Vermelho.



Fonte: Vinil Records, [s.d.]

Goffi, baterista da banda até os dias atuais, em entrevista ao canal *Corredor 5* (2023), revela qual o diferencial do som do grupo em meio aos demais artistas, explicando, resumidamente, desde as suas origens até as suas maiores referências, e que fizeram,

inclusive, com que o conjunto alcançasse altos patamares dentro da história da música brasileira:

Entendi a urgência do *punk* e como ele se encaixou no comportamento da sociedade mundial. Nirvana, posteriormente, retomou essa energia na mesma linha dos Sex Pistols, o que acho interessante. O Barão Vermelho, por sua vez, tem uma abordagem musical um pouco diferente em relação ao restante do rock brasileiro. Enquanto a cena de rock brasileira se inspirou muito em Sex Pistols, The Clash e The Damned, o Barão tinha uma conexão com a música negra, o blues e o rock and roll. Isso, acredito, trouxe uma diferenciação em nossa maneira de tocar em comparação com outras bandas brasileiras (Corredor 5, 2023).

Portanto, essas bandas mencionadas anteriormente desempenharam um papel crucial no progresso do *rock* nacional, pois grande parte do que foi produzido por elas no passado, serviu de base e inspiração para os artistas contemporâneos. O seu legado musical e cultural influenciou gerações, moldando o cenário atual e contribuindo para a diversidade de músicas nacionais na atualidade.

3.2 Terno Rei

Terno Rei é uma banda brasileira formada em 2010, na cidade de São Paulo, por Ale Sater (vocal e baixo), Greg Maya (guitarra e teclado), Bruno Paschoal (guitarra) e Luís Cardoso (bateria) (cf. Figura 15). Desde o início da carreira, o grupo seguiu uma sonoridade introspectiva dentro do *rock* nacional, inicialmente com influências do *hardcore*, mas, ao longo do tempo, vem se aproximando mais do *indie* rock e do pop.

Figura 15: A banda Terno Rei.



Fonte: *GI* (2023)

Antes de tudo, o primeiro destaque em sua carreira veio em 2012, com o EP *Metrópole* (cf. Figura 16), um projeto de sete faixas que combinava *rock* alternativo e *indie*. As letras apontam o cenário urbano, reflexões pessoais e relacionamentos, fortalecendo a conexão com o título do EP. Esse lançamento ajudou a intensificar a identidade da banda e foi o início do caminho para os projetos seguintes. Nos primeiros anos, Terno Rei se manteve como um projeto independente, experimentando diferentes influências e timbres, e realizando pequenos shows no cenário *underground*⁹ paulista.

Figura 16: Capa do EP *Metrópole*.



Fonte: Balaclava Records (2017)

Desse modo, a fim de buscar espaço no cenário musical, a banda continuou lançando novos trabalhos. Em 2015, o EP *Trem Leva Minhas Pernas* (cf. Figura 17) garantiu aos integrantes um contrato com a Balaclava Records, tirando-os da total independência, mas mantendo-os dentro de um selo alternativo. No ano seguinte, lançaram *Essa Noite Bateu Como Um Sonho*, mostrada na Figura 18, o seu primeiro álbum sob a gravadora, com uma sonoridade já bem mais próxima do indie pop e do dream pop.

⁹ No contexto musical, o termo em inglês *underground* refere-se a um estilo cultural que rejeita o comercialismo e a influência da mídia dominante. Normalmente, engloba artistas, bandas ou movimentos independentes que atuam fora do circuito comercial, muitas vezes em cenas locais ou alternativas.

Figura 17: Capa do EP *Trem Leva Minhas Pernas*.



Fonte: Balacava Records (2015)

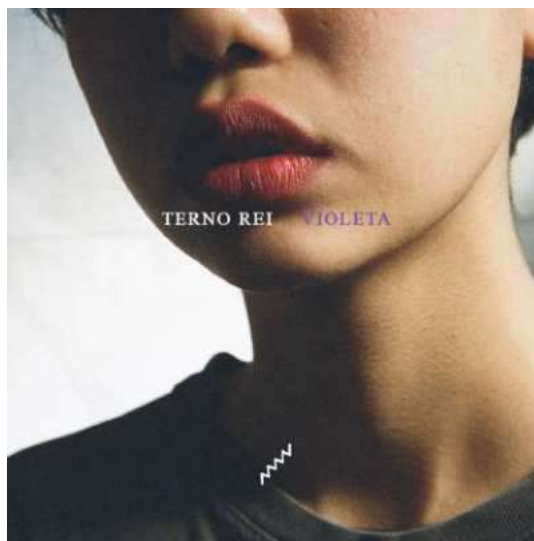
Figura 18: Capa do álbum *Essa Noite Bateu Como Um Sonho*.



Fonte: Balacava Records (2016)

Como resultado, o reconhecimento veio com mais força em 2019, com *Violeta* (cf. Figura 19), álbum que levou a banda a outro patamar. Faixas como *Yoko*, *Dia Lindo* e *Solidão de Volta* fizeram sucesso e garantiram ao disco espaço entre os melhores do ano em diversas listas. Esse álbum fortaleceu ainda mais a identidade sonora do grupo e ampliou completamente seu público, sendo bem mais reconhecidos no cenário musical nacional.

Figura 19: Capa do álbum *Violeta*.



Fonte: Balaclava Records (2019)

Logo depois, com a pandemia da Covid-19, em 2020, o Terno Rei fez apenas um lançamento: o *EP Acústico*, que trouxe outras versões sonoras das músicas de *Violeta*, além de um cover de *Eu Amo Você*, de Tim Maia e de *Lilás*, de Djavan. Durante essa época, os integrantes aproveitaram para estruturar e construir seu próximo álbum, que deveria manter o nível do anterior e, ao mesmo tempo, trazer uma nova proposta.

Foi assim que, em 2022, nasceu *Gêmeos*, um projeto que reafirmou a identidade musical e visual da banda. A estética do álbum, apresentada na Figura 20, foi fortemente influenciada pelos anos 1990 e 2000, explorando temas como juventude, nostalgia, relacionamentos e reflexões profundas. O disco teve ótima recepção e fortaleceu ainda mais a presença do grupo no cenário musical. O primeiro *single*, *Aviões*, recebeu uma capa própria e ajudou a impulsionar o álbum.

Figura 20: Capa do álbum *Gêmeos*.

Fonte: Balaclava Records (2022)

Posteriormente, em 2023, enquanto seguiam em turnê e participavam de festivais como *Lollapalooza* e *Rock in Rio*, o grupo decidiu lançar um material complementar. Assim surgiu o *B-Sides Gêmeos*, um *EP* (cf. Figura 21) com quatro músicas *Mercado*, *Chuva*, *Mantra* e *Cores Vivas* que não entraram na versão final do álbum, mas que ainda assim faziam parte de sua construção. Esse projeto trouxe uma nova perspectiva sobre *Gêmeos* e ampliou a discografia da banda, reforçando sua identidade e consolidando sua trajetória no cenário *indie* nacional.

Figura 21: Capa do *EP B-Sides Gêmeos*.

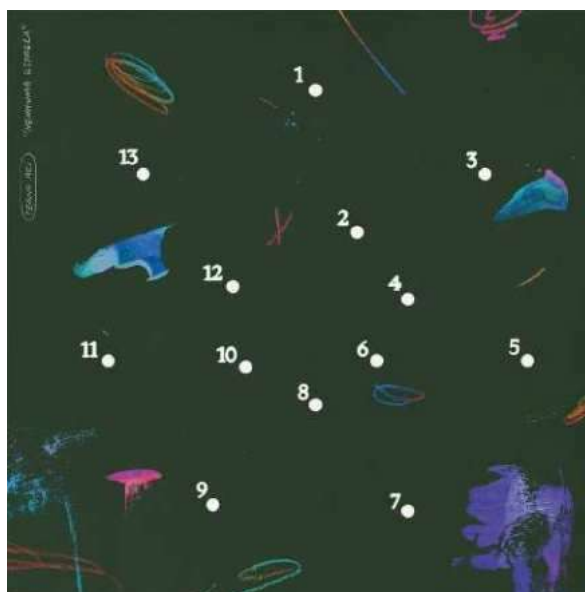
Fonte: Balaclava Records (2023)

Dessa forma, a banda Terno Rei segue conquistando cada vez mais reconhecimento no mercado brasileiro, com participações em grandes festivais, como o Lollapalooza, e em turnês por todo o Brasil, além de algumas cidades em Portugal. O último lançamento foi o álbum *Nenhuma Estrela* (cf. Figura 22), lançado em abril de 2025, composto por 13 faixas, com participações especiais de Lô Borges e Clara Borges (da banda Pára), artistas que compartilham a mesma sonoridade e estilo do grupo.

O álbum transita entre o *indie* melancólico, característico da banda, o pop, e elementos do pós-*punk* e eletrônico, com atmosferas que remetem aos anos 1980 e 1990. Os próprios integrantes classificam *Nenhuma Estrela* como um trabalho mais sério e profundo, cuja estética visual é marcada por cores mais escuras e cliques noturnos, frequentemente em preto e branco.

Segundo a banda, *Nenhuma Estrela* sintetiza a evolução e o amadurecimento do Terno Rei, representando uma fase sólida e reflexiva da carreira do grupo.

Figura 22: Capa do álbum *Nenhuma Estrela*.



Fonte: Letras (2025)

No momento, o Terno Rei continua fazendo shows, entrevistas e lançamentos com todo o vigor. Com isso, a banda embarcou em sua mais nova turnê pelo Brasil, incluindo também apresentações em algumas cidades de Portugal, promovendo seu álbum mais recente, que teve uma repercussão bastante significativa.

Em suma, com uma identidade própria e independente, o grupo vem consolidando seu espaço no cenário musical, ganhando cada vez mais visibilidade e reconhecimento tanto do público quanto da crítica.

3.2.1 Álbum *Gêmeos* e *B-Sides Gêmeos*

A priori, o álbum *Gêmeos* do Terno Rei exalta a década de 1990, refletindo uma sonoridade marcada por influências desse período. Segundo Ale Sater, vocalista, compositor e baixista da banda, o nome do disco remete ao signo de *Gêmeos*, astrologicamente do mês de Junho, “o signo que ninguém gosta”, escolhido de forma provocativa para representar mudança e dualidade (Alpha FM, 2022).

“O próprio nome do álbum, *Gêmeos*, remete, segundo a banda, àquele amigo que se tem quando é mais novo e que se torna quase um gêmeo ou um irmão de outra mãe. Eles próprios seriam gêmeos uns dos outros, já que estão juntos há 12 anos.” (Marqueti, 2022).

A obra traz uma estética *pop* introspectiva e melancólica, que a banda define como “pop triste”, com letras e melodias carregadas de nostalgia, reflexão e sentimento. Analogicamente, *Gêmeos* comunica com referências significativas do *rock* e *pop* dos anos 90 e início dos 2000, como The Cure, The Smiths, Joy Division e Duran Duran, além do *grunge* representado por bandas como Mudhoney e Smashing Pumpkins, sendo uma grande inspiração, de acordo com Bruno e Ale, integrantes do grupo. Da mesma forma, há influências de artistas *pop* como Shakira, Britney Spears e Alanis Morissette, e até elementos do *hip-hop* e *soul*, com nomes como Mos Def e de artistas brasileiros, como o Djavan e Erykah Badu, sendo citados pela banda.

Por conseguinte, o Terno Rei buscou, nesse álbum, composições mais no estilo do *pop* e eclético, diferente dos trabalhos anteriores, que eram mais introspectivos e contidos. Ale destaca que os discos da banda sempre tiveram uma unidade conceitual, como “um filme só”, mas que neste álbum eles queriam explorar várias sonoridades e emoções, refletindo a complexidade da juventude e da memória afetiva, especialmente em um contexto marcado pela pandemia do Covid-19, que trouxe à tona sentimentos de nostalgia e momentos passados, porém trazendo composições mais solares (Cultura Livre, 2022).

É um disco que a gente experimenta muito e que tem a produção bem cheia. Ele é experimental, embora ele seja muito pop. Você vai ouvir a mão leve do Loobas na bateria, a melancolia na letra e na voz, você vai ouvir guitarra limpa, e nesse álbum você vai ouvir as camadas de synths em várias músicas. A gente tenta trazer mais distorção na guitarra e refrões mais chiclete. ‘Dias da juventude’ é

uma música um pouco mais upbeat, com um lado um pouco mais solar. A gente carrega nosso DNA, mas traz experimentação tanto de vibe, quanto de instrumento”, diz Ale sobre o conjunto da obra (Marvão, 2022).

Dessa maneira, a capa do álbum *Gêmeos* é um elemento fundamental para transmitir a atmosfera do disco. Diferente dos álbuns passados, a banda optou por uma fotografia da própria banda, mas com a imagem propositalmente desfocada, em referência ao estilo *shoegaze*, criando um efeito visual de *blur* que reforça a introspecção e a nostalgia presentes nas músicas.

Com isso, as cores predominantes são o azul-piscina e o verde, escolhidas acidentalmente, mas que formam uma progressão natural em relação ao projeto anterior, *Violeta*. Essa escolha conecta visualmente os dois trabalhos e remete às influências musicais dos anos 90 e 2000 que permeiam o álbum *Gêmeos* (Vinícius, 2022).

Portanto, o *EP B-Sides Gêmeos* é uma extensão natural do álbum principal, composto por músicas que ficaram de fora do lançamento original por ainda não estarem prontas na época. A banda decidiu lançar esse material posteriormente, acreditando que o público apreciaria essas faixas e sem querer descartá-las. Além disso, o lançamento dos *EP* serviu para que o Terno Rei não ficasse muito tempo sem apresentar novidades aos fãs (Alpha FM, 2022).

Nesse sentido, assim como *Gêmeos* (2022), o *B-Sides Gêmeos* (2023) mantém a atmosfera nostálgica e melancólica, reforçando o sentimento de memória afetiva que a banda busca transmitir.

4. METODOLOGIA

A metodologia aplicada neste trabalho baseia-se na proposta de Sistemas de Identidade Visual desenvolvida por Maria Luísa Peón (2009), estruturada em três fases principais: problematização, concepção e especificações. A escolha por essa abordagem justifica-se por sua ênfase na construção de sistemas visuais funcionais e coerentes com o conceito do projeto, especialmente em contextos digitais.

Segundo Peón, o desenvolvimento de um sistema de identidade visual deve considerar tanto aspectos pragmáticos e funcionais quanto expressivos e poéticos, garantindo que os elementos visuais se articulem com o imaginário cultural do público e com os objetivos simbólicos da marca ou projeto. Para isso, cada fase do processo tem objetivos específicos (cf. Figura 23).

Figura 23: Diagrama de Metodologia de Peón (2009)



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

4.1. Fase A – Problematização

De acordo com Peón, essa fase inicial é dedicada ao levantamento e à análise de dados conceituais, contextuais e sensoriais. Nela, são considerados elementos como o universo simbólico do cliente/marca, o perfil do público, os meios de circulação da identidade visual e referências estéticas ligadas ao tema.

Dessa maneira, a problematização envolve-se com levantamento de referências visuais, pesquisas sobre a estética da banda Terno Rei e a análise das capas anteriores já desenvolvidas para o álbum *Gêmeos* (2022). Também foi realizado o estudo da narrativa sonora de cada música do *EP B-Sides Gêmeos* (2023), bem como o perfil do público-alvo e as plataformas digitais onde as capas seriam veiculadas. Além disso, Moodboards¹⁰ foram utilizados como ferramenta de organização estética, permitindo visualizar as intenções sensoriais e orientar decisões visuais ao longo do processo.

4.2. Fase B – Concepção

Peón define essa fase como o momento de experimentação gráfica e exploração criativa a partir dos dados reunidos na problematização. É quando se inicia o desenvolvimento efetivo das peças visuais, como logotipos, composições, paleta de cores, tipografia e aplicação de imagens, buscando construir uma linguagem coerente e expressiva.

Neste projeto, essa etapa foi marcada pela produção das capas dos singles, utilizando como base as referências estéticas definidas anteriormente. Foram criadas alternativas para imagem e tipografia, buscando manter uma unidade visual com o álbum principal, sem perder a singularidade de cada faixa.

Durante essa fase, foram também desenvolvidos os *visualizers* animados, respeitando a estética específica de cada música e criando pequenas narrativas visuais para acompanhar a sonoridade. Além disso, foi produzido um videoclipe para a faixa *Cores Vivas*, expandindo a identidade visual da banda para o campo audiovisual.

4.3. Fase C – Especificações

Essa fase, segundo Peón, consiste na organização técnica e formal do sistema de identidade visual, com a definição de padrões, aplicações e regras de uso — geralmente sistematizados em um manual de identidade. Essa etapa garante a coerência da aplicação do projeto em diferentes contextos.

No presente trabalho, essa fase não foi aplicada em sua totalidade, visto que o projeto não teve como objetivo final a criação de uma marca institucional completa. No entanto, os

¹⁰Na linguagem do *Design*, usamos este termo para referirmo-nos a uma ferramenta visual responsável por agrupar imagens, texturas, fontes, cores, textos e demais elementos, em uma espécie de colagem, para direcionar a criação de um projeto — o famoso *Painel Semântico*.

resultados foram apresentados em mockups digitais (cf. Anexo 1 e 2), simulando a aplicação das capas e demais peças em plataformas como Spotify e redes sociais, o que reforça a funcionalidade e adaptabilidade do sistema visual criado.

Sendo assim, a metodologia de Peón (2009) foi adaptada de forma flexível e sensível às demandas do projeto, permitindo não apenas a criação das capas, mas também a integração entre identidade visual e linguagem audiovisual, reforçando o universo estético da banda Terno Rei e sua presença nas plataformas digitais contemporâneas.

5. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

Com o objetivo de seguir a estrutura de uma monografia teórica-prática, este trabalho se propõe a desenvolver 4 capas digitais e *visualizers* para cada single do EP *B-Sides Gêmeos* da banda Terno Rei, seguindo a metodologia de Peón (2009), mencionada no capítulo anterior, que estrutura o processo criativo a partir das fases de problematização, pesquisa, criação e produção.

Além disso, também tem como objetivo desenvolver, produzir e editar um videoclipe para a música *Cores Vivas*, do mesmo EP. Consequentemente, a proposta visa explorar as diferentes formas de representação visual dentro do universo musical digital, valorizando a coerência estética entre imagem e som, bem como a sensibilidade narrativa das canções.

Em suma, a escolha por desenvolver esses três formatos se dá a partir da observação da atual lógica de consumo musical nas plataformas digitais, em que a presença visual tem se tornado um elemento fundamental para a construção da identidade de uma música. Ao mesmo tempo em que a capa representa o primeiro contato visual com a faixa, o videoclipe permite aprofundar a narrativa e o universo sensível do eu-lírico. Já o visualizer surge como um formato intermediário, voltado para experiências rápidas e estéticas, reforçando a identidade da faixa em plataformas como YouTube e Spotify.

Com isso, cada um desses produtos será guiado por uma pesquisa visual baseada nas referências estéticas da banda Terno Rei, bem como por um estudo semiótico de suas letras, sonoridade e atmosferas. O objetivo é construir uma linguagem visual que respeite a proposta artística da banda, ao mesmo tempo em que projeta uma interpretação sensível e autoral das faixas *Mercado*, *Chuva*, *Mantra* e *Cores Vivas*. Para isso, será desenvolvido um roteiro, seleção de locais, figurinos, composição de paleta de cores e edição final, respeitando as etapas do processo criativo conforme preconizado por Peón (2009).

Portanto, a união entre esses três formatos, capa, videoclipe e *visualizers*, pretende criar um ecossistema visual coeso, em que cada peça dialoga com as demais e contribui para a construção da identidade visual do EP *B-Sides Gêmeos* (2023), e de seu álbum anterior, o *Gêmeos* (2022), compreendendo que a experiência estética da música no ambiente digital ultrapassa a escuta e passa a envolver também o olhar, a memória e o afeto.

5.1. Produção das Capas do EP *B-Sides Gêmeos*

Seguindo a metodologia de Peón (2009), que estrutura o desenvolvimento em fases de problematização, pesquisa e produção, iniciou-se a parte prática com um estudo aprofundado

da estética dos trabalhos da banda Terno Rei. Para isso, tendo como objetivo analisar e inferir padrões estéticos empregues em sua marca, foi reunido imagens oficiais disponibilizadas pela banda e pela gravadora, como pôsteres, capas de CDs e vinis, divulgações de shows, postagens em redes sociais, videocliques e *visualizers* em plataformas de *streaming*, além de produtos como camisetas. Logo depois, esse material foi organizado em um *MoodBoard*, apresentado na Figura 24, para facilitar a visualização das referências, orientando a atmosfera conceitual de toda a composição planejada.

Figura 24: *MoodBoard* das referências de materiais oficiais divulgados pelo Terno Rei.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Em seguida, foram pesquisadas entrevistas da banda sobre os discos *Gêmeos* (2022) e o *B-sides Gêmeos* (2023) para compreender o que eles queriam transmitir com as obras, os seus processos de criação e as interpretações de suas canções, assim como a motivação de seus conceitos visuais. A partir disso, foram obtidas informações a respeito da inspiração dos álbuns, as suas mensagens vitais e as suas principais referências musicais, que guiaram-me a um estudo analítico-semiótico de seus projetos.

Também foi buscado matérias em *sites* que abordavam o álbum sob a perspectiva de observadores e ouvintes terceiros, na intenção de entender a visão dos críticos e dos fãs no tocante às obras, atentando-me às conexões formadas entre artista-público, mobilizando reflexões fundamentais para perceber como, por meio das composições visuais, é possível

impactar os consumidores das mais diversas maneiras. Apesar de cada indivíduo ter uma compreensão diferente quanto a um objeto específico, nesse caso, ao projeto musical, para o *designer* é essencial transmitir os mais variados sentimentos e olhares comuns ao tema central do álbum, através da produção gráfica.

Em seguida, foram combinadas várias das direções criativas das bandas citadas como referências pela Terno Rei, uma vez que a sua influência reflete-se tanto musicalmente como visualmente, para posteriormente, criar, novamente, um segundo *MoodBoard* (cf. Figura 25) com base nos modelos e construções artísticas mais interessantes e que se estabeleciam ligação com o álbum, indiretamente, o que me permitiu definir o caminho estético a seguir.

Figura 25: Referências visuais seguidas pela banda nos álbuns.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Levando em conta o caminho distinto traçado para o *Gêmeos* (2022), que contém músicas mais voltadas para o gênero *pop*, mas sem perder a sonoridade do *rock* alternativo, conforme mencionado pelo integrante Bruno Paschoal em uma entrevista para a *Cultura Livre*, a banda afirma ter optado por composições mais solares e ainda carregadas de sentimentos e reflexões – o chamado “pop triste”, define o guitarrista.

O membro Greg Maya, por sua vez, destacou que a banda também queria uma estética diferenciada, próxima ao *Shoegaze*, subgênero do *rock* alternativo e *indie* caracterizado por uma sonoridade obscura, distorcida, densa ou até mesmo etérea, porém sem que o álbum fosse classificado nesse gênero. Por isso, optaram por fotografias da banda com efeito de *blur*,

próximo a um borrão ou um desfoque, a fim de transmitir um sentimento alternativo e de profundidade.

Inspirada por essa proposta, foi decidido seguir esse mesmo direcionamento, produzindo fotografias profundas, com efeitos de desfoque, ruídos, movimentos, psicodélicos e cores que representam cada música. Com esse propósito, foi elaborado um roteiro, visto na Figura 26, e decidido fotografar imagens autorais, captadas por uma câmera DSLR semi-profissional da Canon, de modelo Rebel T6, para garantir maior qualidade gráfica.

Figura 26: Roteiro elaborado para os capas das músicas, do *EP B-Sides Gêmeos*.

Música	Local e Composição	Proposta Fotográfica
Mercado	Foto de um espaço de FERIA AgroEcológica da UFPB (sem modelo), com destaque para a seção de frutas;	Fotografia com várias pessoas para passar a ideia de não pertencimento e confusão do eu-lírico;
Chuva	Vitor e Izadora de costas caminhando juntos sob um guarda-chuva, em uma rua do Centro de João Pessoa;	Expressão corporal neutra, como se andassem sem rumo definido;
Mantra	Alana sozinha em ambiente neutro no Centro Histórico;	Fotografia com foco no rosto e com o fundo desfocado para manter o tom contemplativo e pessoal da música;
Cores Vivas	Vitor de costas olhando para o pôr do sol no Centro Histórico;	Destaque luz natural e cenários urbanos coloridos ou envelhecidos para repretensar a estética e o título da música;

Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Dessa maneira, foi escolhido o Centro de João Pessoa, na Paraíba, como cenário, pois sua estética retrô dialoga com as referências dos anos 1990 e 2000 presentes no álbum. Além disso, contou-se com o auxílio de Clara Rocha, que tem experiência na área e optou-se por capturar fotografias de pessoas em primeiro plano, com o fundo desfocado, para transmitir mistério, intensidade emocional, transformação e introversão.

Para as capas das músicas *Chuva*, *Mantra* e *Cores Vivas*, foram convidados três amigos, Alana Monteiro, Izadora Cristina e Vitor França para fazerem parte da capa e da produção do videoclipe, planejando em conjunto a estética das roupas e dos locais, para representar fielmente o que cada música queria expressar.

Começando pela capa da música *Mercado*, a primeira canção do *B-Sides Gêmeos* (2023), buscou-se alcançar a essência introspectiva e emocional descrita na letra da faixa. A música é uma reflexão sobre memórias e sentimentos profundos, iniciando com uma cena

simples em um mercado. Por essa razão, para fazer referência ao título da música, a fotografia foi realizada na Feira Agroecológica da UFPB, no campus João Pessoa, que ocorre todas as sextas pela manhã.

Em contrapartida, diferentemente das outras produções, optou-se pela ausência de um modelo, preferindo fotografar um ambiente, ao invés de uma pessoa, dado que tinha o intuito de emitir a ideia fulcral da música (*cf.* Figura 27). Nela, o eu-lírico expressa, em seus versos, o sentimento da falta de pertencimento, comunicando o vazio sentido por ele, como se nenhum lugar fosse suficiente e capaz de preencher o espaço oco e livre, o coração desabitado pela pessoa amada, representado pelo trecho “ventos que me levem para qualquer lugar”. Já “Ventos que me levem para lá”, que continua o lamento, implica e leva às constantes revisitas de memórias passadas e vividas com seu ex-amor.

Figura 27: Fotografia crua tirada para a música *Mercado*, do EP *B-Sides Gêmeos*.

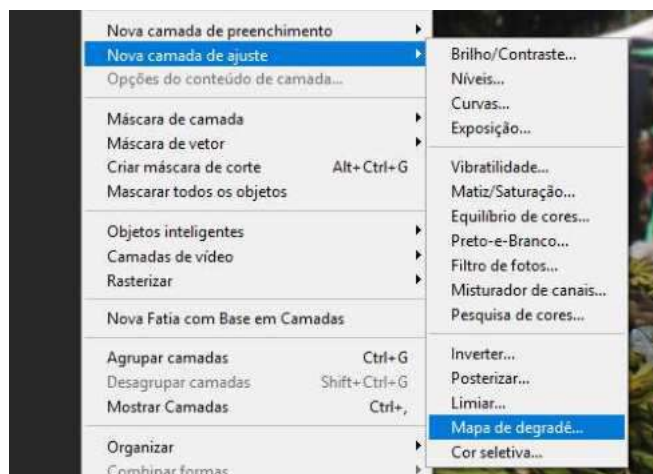


Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Dessa forma, na parte da edição, iniciou-se abrindo a imagem em *.png* no Photoshop com o tamanho de 3000 x 3000 pixels ou 1:1, para que ficasse do tamanho da capa para *streamings*, como o Spotify e Deezer (*cf.* Figura 28). Com isso, foi duplicada a camada inicial e transformei a imagem em objeto inteligente, para que ficasse mais fácil de mesclar com os efeitos segundos. Prontamente, na aba de Camadas, foi adicionada uma Camada de Ajuste e dentro dela acrescentou-se um Mapa de Degradê (*cf.* Figura 25). Em seguida, foram

escolhidas as cores para criar um estilo semelhante ao mapa de calor e utilizar um efeito psicodélico retrô e auto-reativo com cores “brilhantes”.

Figura 28: Captura de tela da aba de Camadas, seguido do Mapa de Degradê, no Photoshop.



Fonte: elaborado pelo autor (2025)

A primeira cor que foi utilizada foi o Preto (#000000), com o fim de passar uma profundidade nas partes mais escuras. Imediatamente, foi seguido com um Verde Escuro (#083809), para fazer essa ponte entre um tom mais escuro e um tom mais claro após, tal como a cor seguinte, que foi um Verde-azulado (#25847a). A decisão por esses tons de verde foi tomada para exalar a essência da canção, que é mais introspectiva.

Por conseguinte, foram escolhidas o Laranja (#c85827), em contraste ao verde, tendo em vista que é a cor principal do *B-Sides Gêmeos*, e mais duas cores para os detalhes do fundo, o Verde Oliva Claro (#c7cd65), e uma outra tonalidade mais escura, chamada de Amarelo Dourado (#b6982e), simbolizando a complexidade dessa música, em face da contínua variação de tons (cf. Figura 29 e 30). Esta é explicada com a finalidade de harmonizar e igualar-se ao ponto de vista do eu-lírico, que expressa sentimentos ruins e melancólicos, ao mesmo tempo em que tem lembranças de momentos bons, como no fragmento “Da última vez que eu chorei, não sei se foi de felicidade”, trazendo essa dualidade para a música.

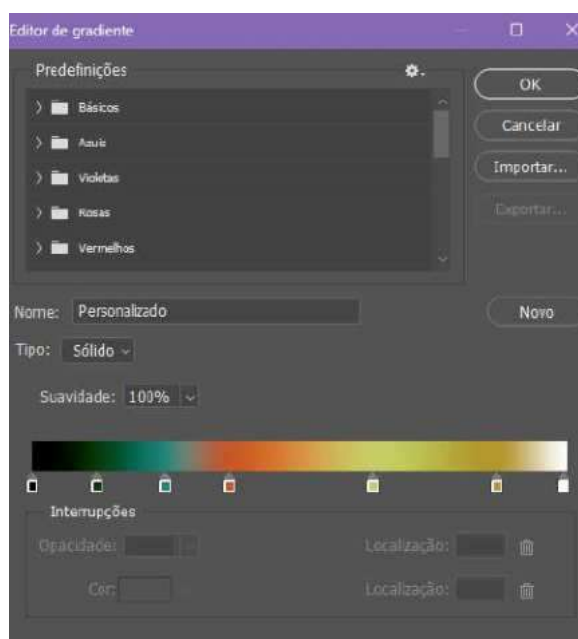
Além disso, esse conjunto de cores também representa a união entre o álbum *Gêmeos*, lançado primeiro, e o *B-Sides Gêmeos*, lançado posteriormente.

Figura 29: Paleta de cores utilizada no Mapa de Degradê na capa de *Mercado*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Figura 30: Captura de tela da aba de Mapa de Degradê, no Photoshop.

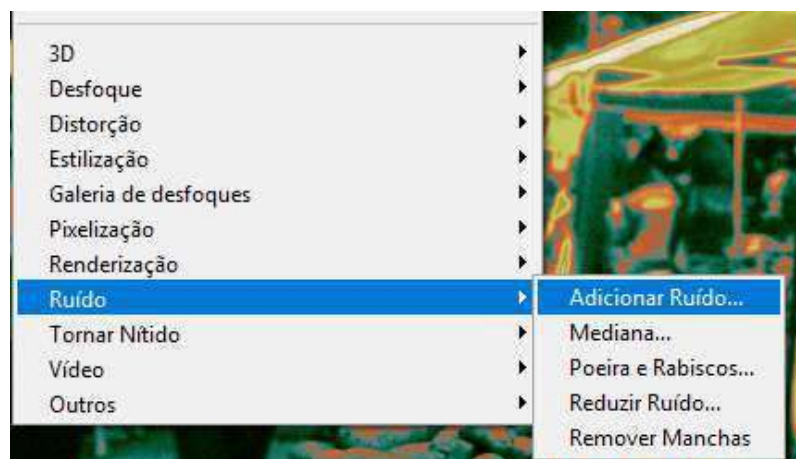


Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Seguidamente, na mesma foto, na aba de Filtro foi aplicado ruído (*cf.* Figura 31) para ficar com o efeito de foto digital retrô e assim dentro da aba da mesma aba, foi adicionado, em Galeria de Desfoques, o Desfoque de Íris (*cf.* Figura 32), para que apenas as frutas ficassem focadas, criando esse efeito de desimportância no lugar, e focando a atenção apenas

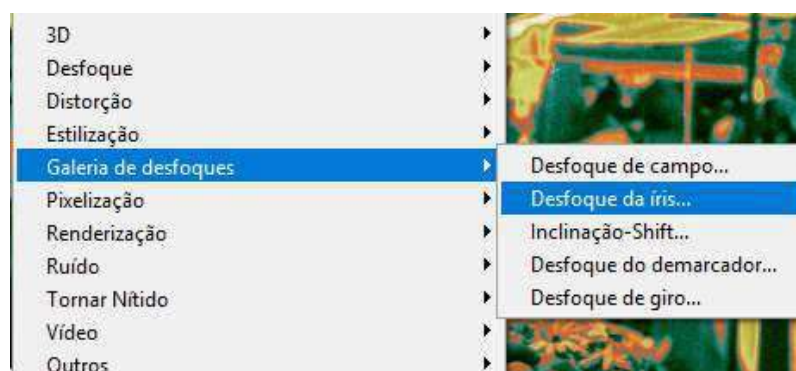
para a memória do eu-lírico, como dito no início da música: “Da última vez que eu te vi, na seção de frutas do mercado”.

Figura 31: Captura de tela da aba de Filtros, seguido do Ruído, no Photoshop



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

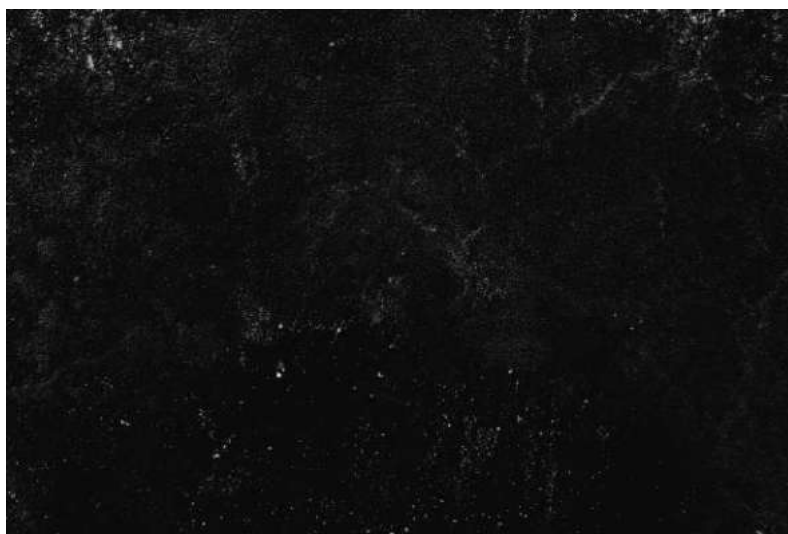
Figura 32: Captura de tela da aba de Filtros, seguido da Galeria de Desfoques, no Photoshop



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Seguidamente, foram acrescentadas texturas com estilo retrô no baixei no *site* de imagens chamado *Spoon Graphics*. Assim, foi buscado dois tipos de texturas, uma de partículas sólidas, como uma espécie de poeira, e a outra uma que simboliza a aplicação de um plástico filme (*cf.* Figura 33 e 34).

Figura 33: Textura de poeira.



Fonte: *Spoon Graphics*, [s.d.]

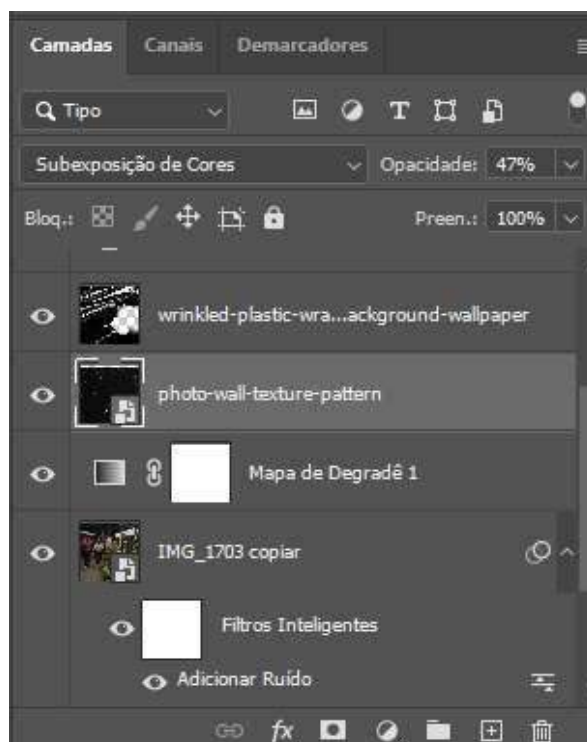
Figura 34: Textura de plástico filme.



Fonte: *Spoon Graphics*, [s.d.]

Primeiramente, inseriu-se a “poeira” em uma nova camada e ajustou-se em cima da fotografia para preencher a imagem toda. Imediatamente foi mesclado a imagem no Modo de Mesclagem, uma aba dentro do painel de Camadas, e foi selecionado o modo de Subexposição de Cores (*cf.* Imagem 35). Sendo assim, foi repetido todo o mesmo processo para a textura de plástico filme.

Figura 35: Captura de tela da aba de Camadas, no Photoshop.

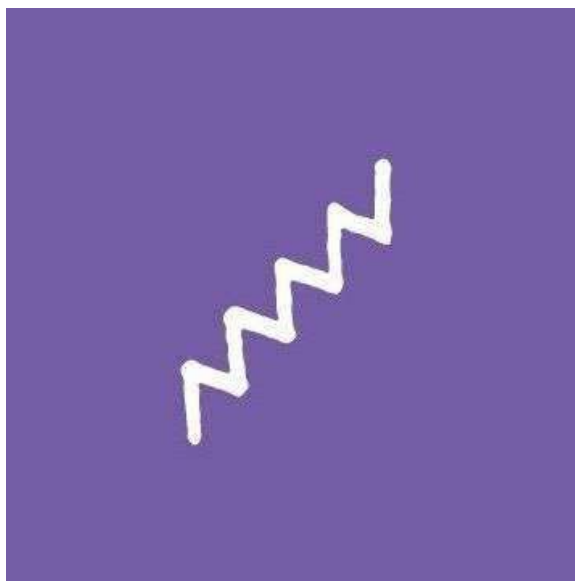


Fonte: elaborado pelo autor (2025)

Logo após, selecionei uma tipografia parecida com a já utilizada no álbum, que seria a *Cyrvetica*, para escrever o nome da música. A tipografia, um pouco mais fina e escolhida na versão regular, foi usada para não pesar visualmente na capa, que já possui diversos efeitos. Além disso, foi aplicada toda em caixa baixa, conectando-se com o público mais jovem. O título da música também acompanha um sublinhado “mercado_”, escolhido para remeter à estética retrô dos antigos terminais digitais de computadores, sugerindo uma ideia de continuidade, como se algo ainda estivesse por vir.

Por fim, criei uma nova camada e posicionei a logo da banda (*cf.* Figura 36) em *.png* no canto da imagem, que representa a identidade visual do Terno Rei. Com isso, a produção da capa foi finalizada com coesão com o conceito proposto para o single. (*cf.* Figura 37).

Figura 36: Logo da banda Terno Rei



Fonte: Pinterest [s.d]

Figura 37: Resultado final da capa final da música *Mercado*, do EP *B-Sides Gêmeos*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Partindo para a segunda capa, *Chuva*, analisando a essência da música, percebe-se que, igual a faixa anterior, também se enquadra nesse aspecto mais melódico e introspectivo. A letra expressa sentimentos de incerteza e desafios na jornada pessoal do eu-lírico, como na estrofe da música: “Pela longa estrada, horas em silêncio; Caminho do nada; Será, será?.”

Dessa maneira, a palavra escolhida para o título da composição, comunica-se como uma metáfora para os impasses e obstáculos da vida, demonstrando que trazem uma certa melancolia e em um ciclo sem saída de dificuldade, como profere na letra: “Essa chuva, que não quer passar; É só a chuva em mais um lugar; Essa chuva que vem, e não quer terminar.”

À vista disso, para a fotografia, tirada no Centro de João Pessoa, foi pensado em transmitir esse aspecto com os dois amigos que fizeram parte da capa, Izadora e Vitor (cf. Figura 38). A ideia foi que os dois segurassem um guarda chuva para remeter ao nome da faixa e a fim de que trouxesse o significado metafórico da chuva, que seria representado pela tristeza e a ausência de luz. Além disso, foi decidido que eles seriam retratados de costas, sugerindo que estão caminhando para algum lugar, porém, sem um propósito definido.

Figura 38: Fotografia crua tirada para a música *Mercado*, do EP *B-Sides Gêmeos*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

A posteriori, para a edição, foram utilizadas as mesmas técnicas iniciais para a composição do efeito. No mapa de degradê, optou-se por cores mais frias que remetem à estética de chuva, com falta de luminosidade. Primeiramente, foi selecionado o Preto (#000000) e secundamente o Azul Marinho Escuro (#011640) para dar profundidade às partes originalmente escuras da foto crua.

Em seguida, foi adicionado o Verde Escuro (#01402E), reforçando a atmosfera densa. Para equilibrar, utilizei o Cinza Médio (#888484), trazendo um aspecto nublado. Por fim, o Azul Claro (#2E9AA6) foi aplicado para criar pontos de contraste e sugerir reflexos frios típicos de dias chuvosos (*cf.* Figura 39). Essa combinação intensifica a sensação de melancolia e introspecção, alinhando a imagem à proposta estética da chuva. A paleta de cores também está muito associada ao primeiro álbum lançado, o *Gêmeos*, pelos tons de verde-azulado, verde escuro e cinza, sendo quase os mesmos tons utilizados.

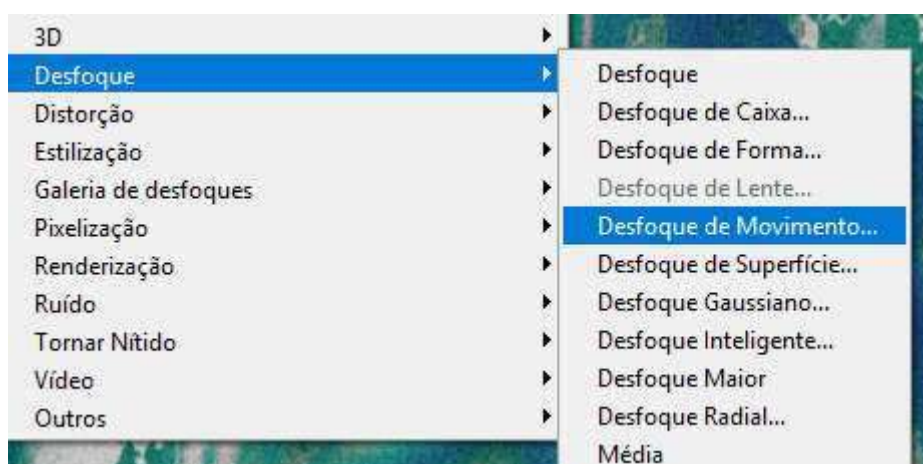
Figura 39: Paleta de cores utilizada no Mapa de Degradê na capa de *Chuva*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Logo após, também foi adicionado ruído, na aba de Filtros, contudo, para passar essa ideia de movimento, foi duplicada a camada que estava os outros efeitos aplicados e recortado apenas os modelos com o guarda-chuva. Assim, na aba de Filtros, dentro de Desfoque, foi selecionado o Desfoque de Movimento, apresentado na Figura 40). Dessa forma, com a camada recortada por cima da imagem com os efeitos, os modelos ficam parecendo que apenas eles estão em movimento, dando um efeito de glitch por causa das cores em movimento.

Figura 40: Captura de tela da aba de Filtros, seguido do Desfoque, e Desfoque de Movimento, no Photoshop.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Assim, aplicou-se as mesmas texturas de “poeira” e de plástico filme, para manter a mesma estética em todas as capas. Para finalizar, foi adicionado o título “chuva_”, com a mesma tipografia *Cyrvetica* e adicionei a logo no mesmo lugar da capa anterior, na ponta do quadrado do lado direito, para seguir o padrão em todas unidades do *EP*.

Portanto, todos os elementos visuais da capa, desde a escolha das cores frias e do ruído até o efeito de movimento e as texturas aplicadas, dialogam diretamente com o clima introspectivo e melancólico da música. A estética visual traduz a ideia de que, mesmo diante das dificuldades e da sensação de estagnação que a chuva representa, existe um espaço para o acolhimento e a companhia, ainda que envoltos em dúvidas e silêncios – o guarda-chuva (*cf.* Figura 41) .

Figura 41: Resultado da capa final da música *Chuva*, do EP *B-Sides Gêmeos*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Partindo para a capa de *Mantra*, novamente, a introspecção conduz a narrativa. Após estudar sua sonoridade e letra, a música se diferencia por tratar de um processo interno, mais profundo e espiritual, também retrata algo interpessoal, já que mantra, simboliza algo espiritual, entre corpo e mente.

No entanto, na fotografia da capa, priorizou-se conceituar uma figura humana, mas de forma difusa e introspectiva, justamente para acompanhar a natureza reflexiva da música, com a amiga, Alana Monteiro, vista na Figura 42.

A repetição de “Eu vou mudar; Eu posso; Eu quero mudar; Ah, eu posso” funciona como um mantra, uma tentativa de reprogramar o próprio ser em meio ao caos interior. Por isso, a fotografia se distancia de qualquer cenário ou narrativa externa, pois é sobre o que se passa no interior.

Figura 42: Fotografia crua tirada para a música *Mantra*, do EP *B-Sides Gêmeos*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Para a composição da paleta de cores desta capa, elegeu-se por tons mais frios e introspectivos, alinhando-se à essência da música. O degradê parte de uma base escura, com o Azul Escuro (#010326) e o Azul Índigo Escuro (#0D0259) definindo as sombras e transmitindo uma sensação de profundidade, como nas capas anteriores. Em seguida, o Roxo Médio (#6C3699) surge como tom principal, evocando uma atmosfera calma, reforçando o caráter espiritual e pessoal da faixa.

Por fim, o Laranja Coral Avermelhado (#BF454F) aparece pontualmente no fundo, trazendo um brilho sutil que contrasta com os demais tons, adicionando vivacidade à composição, como se representasse o impulso da mudança em meio à serenidade da introspecção (cf. Figura 43). Essa transição entre tons escuros, frios e um ponto de calor

cromático reflete justamente o movimento interno do eu-lírico: da confusão à tentativa de transformação.

Figura 43: Paleta de cores utilizada no Mapa de Degradê na capa de *Mantra*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Com isso, foram utilizados os mesmos efeitos aplicados na capa *Chuva*, garantindo uma unidade visual entre as composições do *EP*. Foi acrescentado o granulado para reforçar a estética retrô, além do efeito de Desfoque de Movimento aplicado apenas à camada da modelo recortada, criando uma leve sensação de deslocamento e *glitch* mais sutil, porém, para manter a harmonia com a aura introspectiva da música.

Por fim, o nome da faixa foi incorporado em caixa baixa, com sublinhado, na forma “mantra_”, utilizando a mesma tipografia regular adotada nas demais capas. A finalização se deu com o posicionamento da logo no canto da arte, concluindo a identidade visual da composição de forma coesa e sensível (*cf.* Figura 44).

Figura 44: Resultado da capa final da música *Mantra*, do EP *B-Sides Gêmeos*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Agora, na última capa, *Cores Vivas*, a fotografia foi pensada para explorar a profundidade emocional da letra. Registrada no Centro de João Pessoa, a imagem busca propagar a estética retrô e colorida retratada na canção, como no verso “Ah, eu me lembro dessas cores vivas”(cf. Figura 45). A composição carrega um tom nostálgico, em que o eu-lírico revisita memórias antigas carregadas de saudade e emoção.

A escolha por posicionar o modelo, Vitor França, voltado para o pôr do sol reforça tanto a ideia de contemplação quanto o simbolismo das cores quentes e vivas presentes na paisagem urbana. Ele observa o horizonte como quem enxerga além — como se estivesse diante das próprias lembranças, mergulhado em recordações. Esse gesto de olhar carrega o sentimento do trecho “Bate forte na memória; Dá um nó no coração”, traduzindo visualmente o impacto das lembranças e a melancolia afetuosa que permeia a música.

Figura 45: Fotografia crua tirada para a música *Cores Vivas*, do EP *B-Sides Gêmeos*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Na construção visual da capa *Cores Vivas*, foram utilizados os mesmos efeitos aplicados da capa anterior, *Mantra*, como o granulado que reforça a estética retrô e o Desfoque de Movimento sutil na camada recortada do modelo. Esses elementos trazem leveza e uma sensação de deslocamento temporal, alinhando-se à proposta nostálgica da faixa.

Logo, para a paleta de cores, optei por contrastes fortes entre tons quentes e frios para evocar a dualidade presente na música, a vivacidade das memórias e a melancolia da distância no tempo. As sombras foram preenchidas com tons escuros como o Preto (#000000) e o Azul Petróleo Profundo (#110d28), criando uma base densa e introspectiva. Em contraponto, os tons médios e de realce utilizam o Roxo (#44339f), o Magenta Escuro (#7f1583) e o o Rosa Intenso (#a12588), que acrescentam uma camada emocional à imagem.

Em seguida, nas áreas de luz, como as fachadas, céu e reflexos, são marcadas por cores intensas e quentes, como o Laranja Queimado (#db8940) e o Amarelo Suave (#f2e87d),

remetendo às “cores vivas” do verso “Ah eu me lembro dessas cores vivas” (cf. Figura 46). Essas tonalidades quentes rompem a frieza da base, criando pontos de brilho que se assemelham a lembranças iluminadas pela saudade. O uso pontual do Branco (#ffffff) acrescenta equilíbrio e direciona o olhar para elementos-chave da composição, como o nome da faixa.

Figura 46: Paleta de cores utilizada no Mapa de Degradê na capa de *Cores Vivas*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

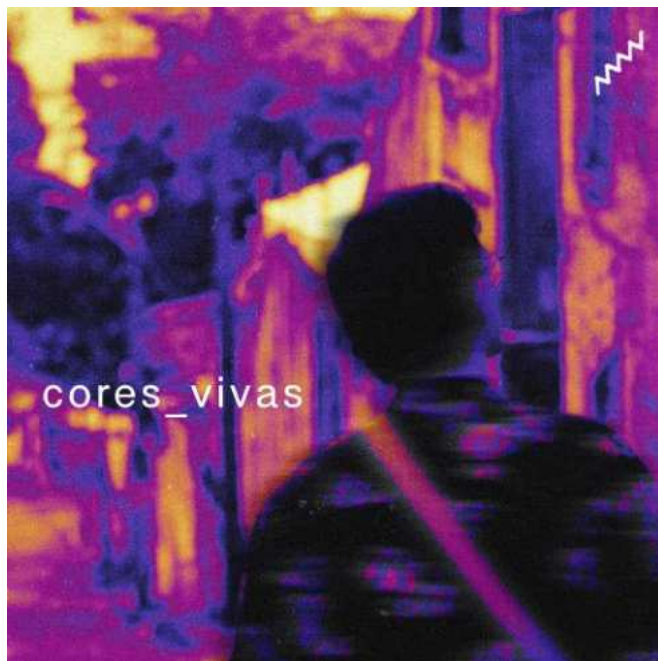
Certamente, o resultado é uma estética vibrante e afetiva, que visualmente traduz o impacto emocional de revisitar memórias intensas — ao mesmo tempo quentes, coloridas e distantes, como uma lembrança que permanece colorida mesmo com o passar do tempo. A estética reforça visualmente o tom da música, conectando imagem e som em uma narrativa sensível e contemplativa.

Logo após, foram utilizados os mesmos efeitos aplicados na capa *Chuva e Mantra*, garantindo uma unidade visual entre as composições do *EP*. Foi acrescentado o granulado para reforçar a estética retrô, além do efeito de Desfoque de Movimento aplicado apenas à camada do modelo recortado, criando uma leve sensação de deslocamento e glitch mais sutil, preservando a harmonia com a atmosfera introspectiva da faixa.

O nome da música foi inserido em caixa baixa, com sublinhado, na forma “cores_vivas”, mantendo a mesma tipografia regular empregada nas demais capas do projeto.

Para finalizar, a logo da banda foi posicionada no canto da imagem, encerrando a composição de maneira coesa com o restante da identidade visual das capas desenvolvidas para o *B-Sides Gêmeos*, apresentada na Figura 47.

Figura 47: Resultado da capa final da música *Cores Vivas*, do EP *B-Sides Gêmeos*.



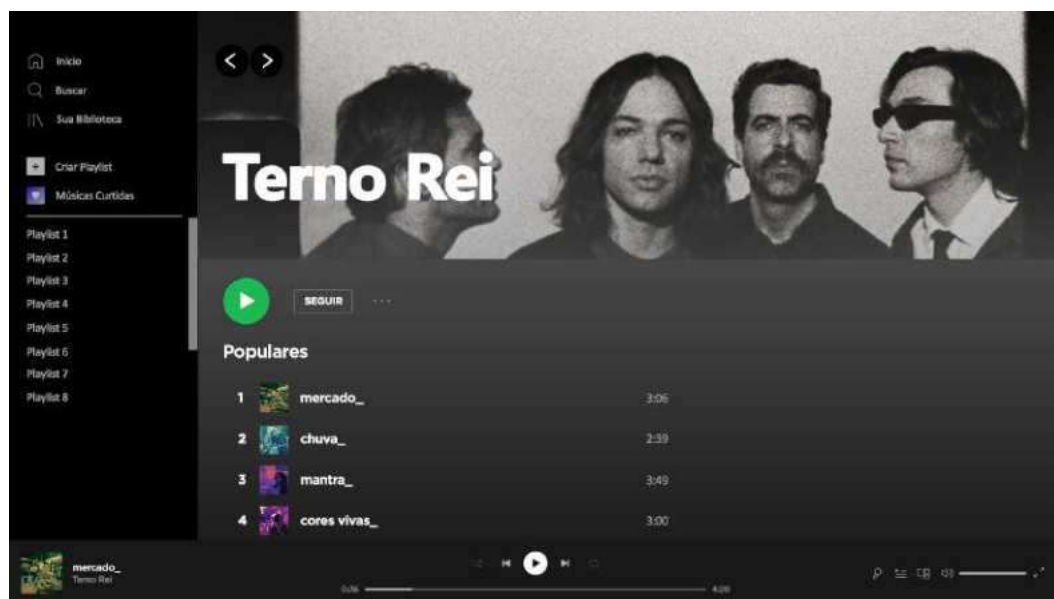
Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Dessa maneira, as quatro capas, *Mercado*, *Chuva*, *Mantra* e *Cores Vivas*, foram pensadas como composições visuais únicas, mas que dialogam entre si na construção da identidade visual do *B-Sides Gêmeos*. Cada capa busca traduzir, de forma sensível e simbólica, o universo emocional de sua respectiva faixa, respeitando a estética e a narrativa lírica de cada música.

Apesar das singularidades de cor, composição e conceito, todas compartilham elementos em comum, como o uso de granulado, efeitos de desfoque, paletas cuidadosamente escolhidas para refletir o tom de cada canção, tipografia e a logo da banda. Por isso, essa abordagem garante unidade visual ao *EP*, reforçando o sentimento de que, mesmo sendo um conjunto de faixas descartadas, elas formam um corpo coeso e carregado de intenção artística para a identidade visual do Terno Rei.

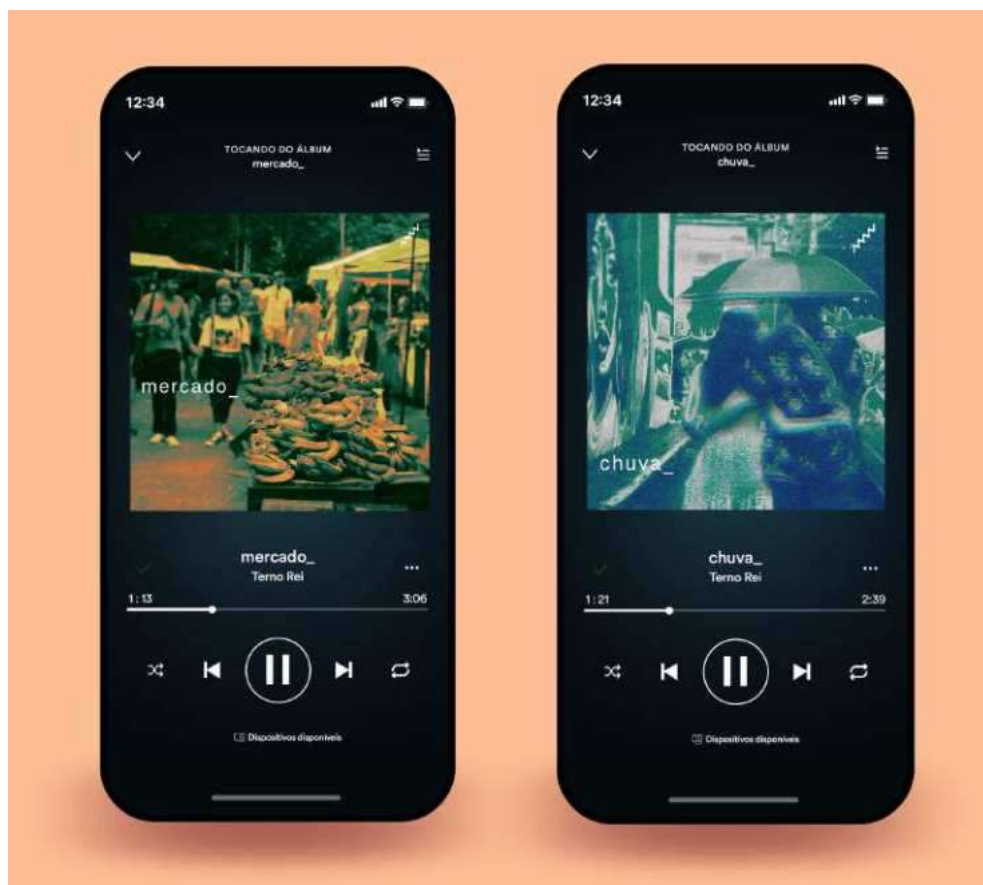
Para finalizar, o que se constrói é uma narrativa visual que acompanha a musical: melancólica, íntima e poética — onde cada capa funciona como um fragmento de memória, completando o todo com suas atmosferas próprias e, ainda assim, interligadas.

Figura 48: *Mockups* da interface do Spotify, versão para computador, com a capas dos *singles Mercado, Chuva, Mantra e Cores Vivas*

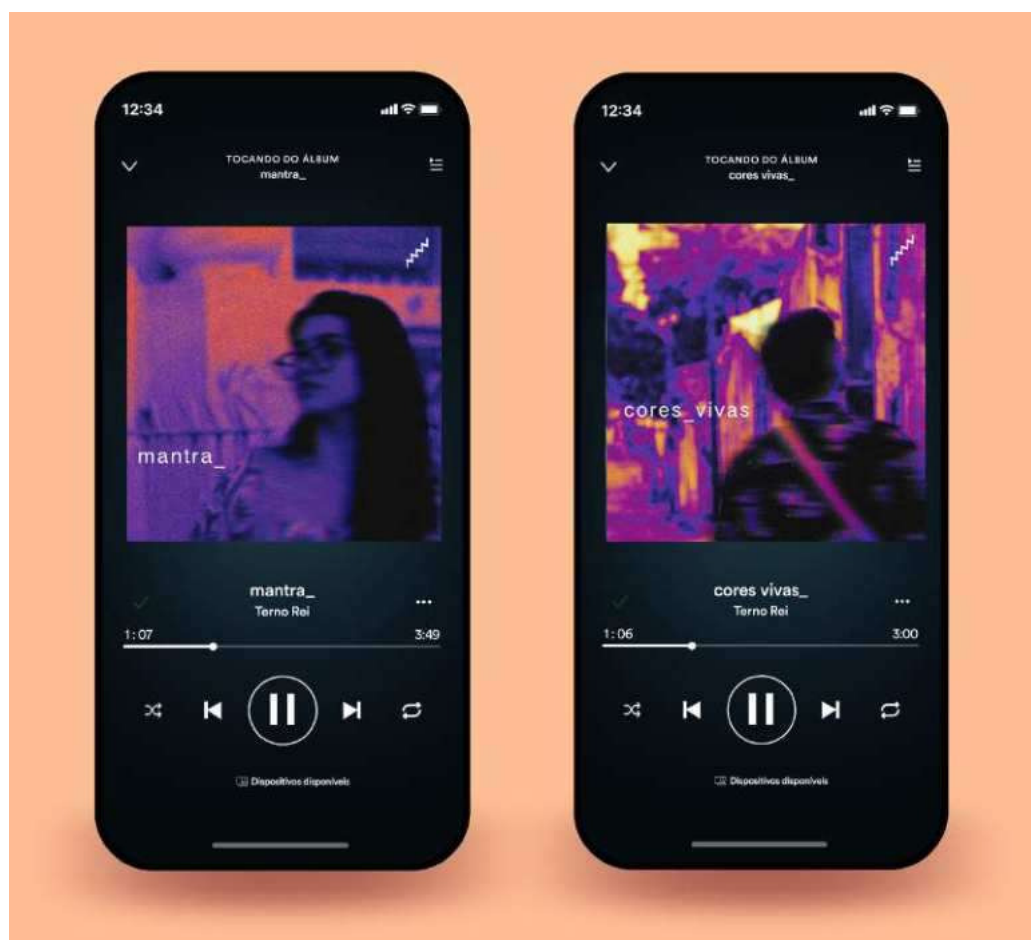


Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Figura 49: *Mockups* da interface do Spotify, versão para celular, com a capas dos *singles Mercado, Chuva, Mantra e Cores Vivas*

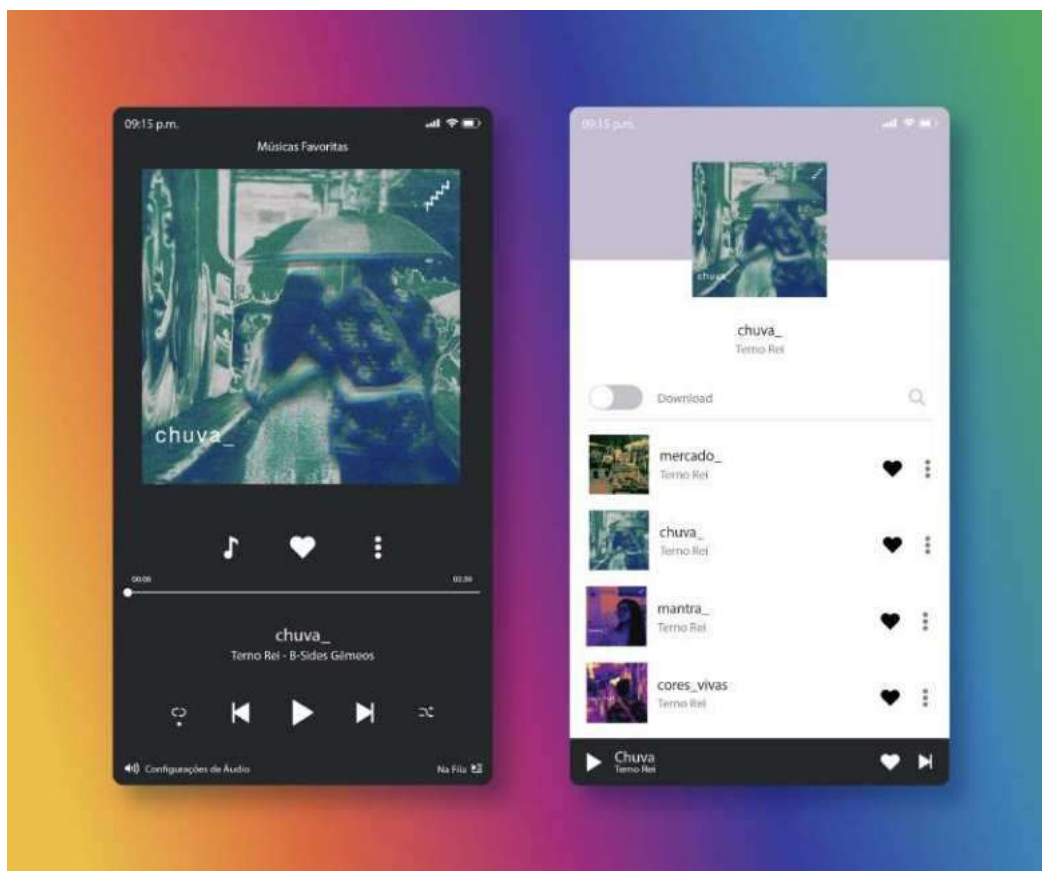


Fonte: elaborada pelo autor (2025)



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Figura 50: *Mockups* da interface do Deezer, versão para celular, com a capas dos *singles Mercado, Chuva, Mantra e Cores Vivas*



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

ANEXO 1: *Link* para o repositório digital com os arquivos do projeto.

As capas em alta resolução estão disponível no seguinte endereço:

[https://drive.google.com/drive/folders/1CRCz9ZjOe_Sx-iMV5CQfqhRbO3Yvz0Jn?usp=sharing]

5.2. Produção dos *Visualizers* do EP *B-Sides Gêmeos*

Seguindo a metodologia de Peón (2009), os *visualizers* também foram pensados a partir das fases de problematização, concepção e especificações. A problematização surgiu com a intenção de dar movimento às capas, ampliando a identidade visual do EP para o audiovisual. Além disso, a proposta foi criar *visualizers* animados a partir das capas desenvolvidas no Photoshop, associando cada uma à sua respectiva música, utilizando um roteiro elaborado pelo autor para orientar o processo (*cf.* Figura 51).

Figura 51: Roteiro elaborado para os *visualizers* para o EP *B-Sides Gêmeos*.

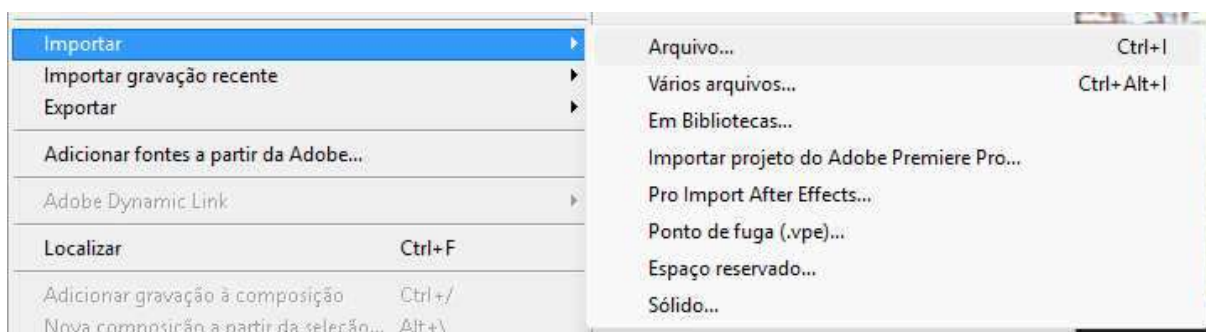
Música	Descrição visual	Efeitos aplicados
Mercado	Frutas isoladas em camadas na composição;	Efeito Omino Diffusion, movimento da direita para a esquerda.
Chuva	Modelos sob guarda-chuva, em recorte. Movimento vertical simulando chuva;	Efeito Omino Diffusion, movimento de cima para baixo
Mantra	Modelo central isoladas em camadas na composição;	Efeito Omino Diffusion, movimento da direita para a esquerda.
Cores Vivas	Modelo isolada em camadas na composição;	Efeito Omino Diffusion, movimento da direita para a esquerda.

Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Na fase de Concepção, como as capas já estavam prontas, iniciou-se recortando Photoshop os elementos que seriam animados, como os modelos nas capas de *Chuva*, *Mantra* e *Cores Vivas*, e as frutas da capa de *Mercado*. Esses recortes foram copiados para novas camadas.

Em seguida, foi salvo em *.psd* e o importado para o After Effects, com o tamanho original da capa, 3000 x 3000 pixels ou 1:1, por meio do menu Arquivo > Importar (cf. Figura 52). Como o programa reconhece o arquivo do Photoshop em camadas, foi possível manter a estrutura e manipular os elementos separadamente.

Figura 52: Captura de tela da aba de Arquivos, seguido de Importar no After Effects.



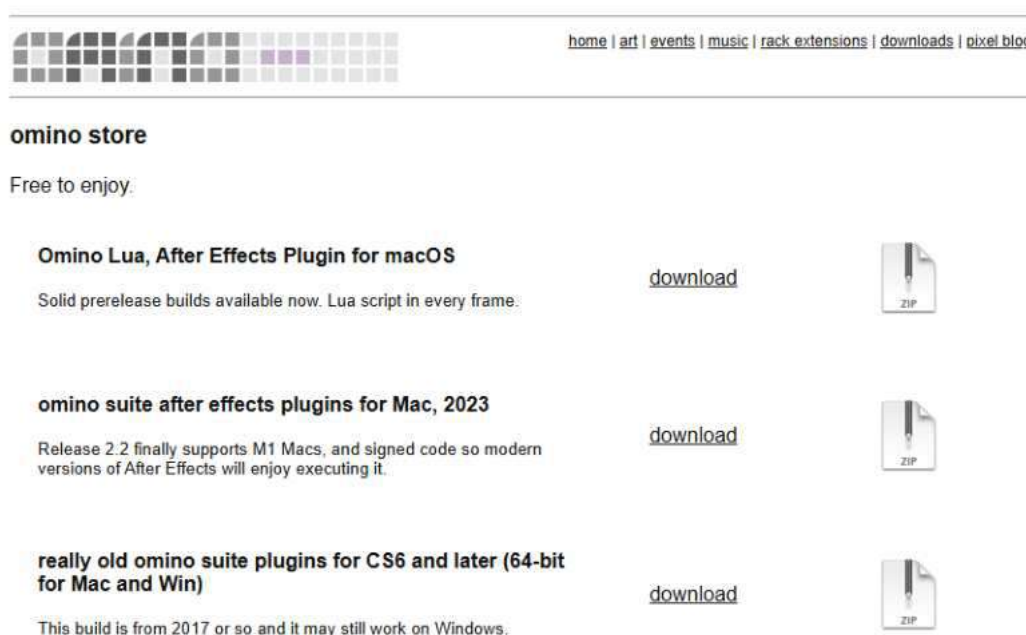
Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Para animar essas camadas, optou-se por um efeito com estética psicodélica, porém mais neutra, sem o uso de cor, para não competir visualmente com as capas, que já são

bastante coloridas. O objetivo era gerar contraste e destacar o movimento com uma aparência difusa.

Dessa forma, durante as pesquisas por um efeito com essa estética, foi encontrado no canal do YouTube *Jakob / TINY TAPES* um tutorial ensinando a instalar o plugin *Omino*, disponível gratuitamente no site oficial *omino.com* (cf. Figura 53). Realizou-se o *download* da versão mais recente compatível com o Windows e a instalação realizada para o programa After Effects.

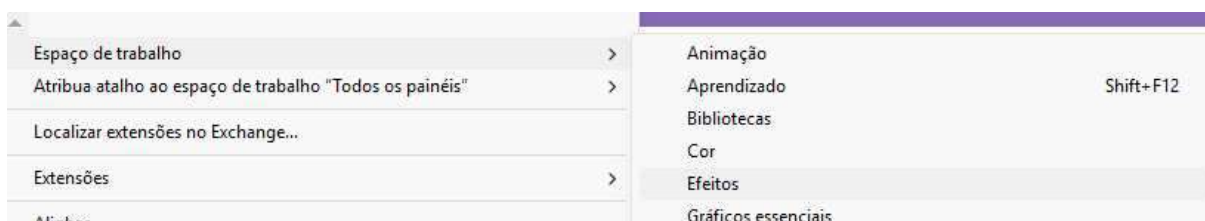
Figura 53: Captura de tela do site do *plugin Omino*.



Fonte: *Omino*, [s.d.]

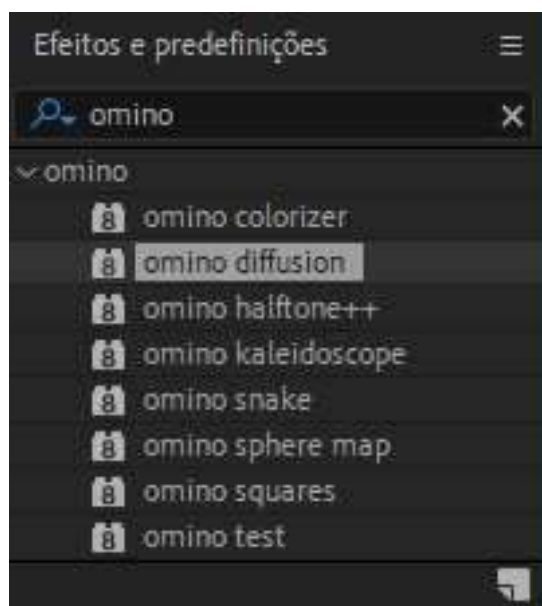
Com o projeto aberto, a camada do elemento recortado no Photoshop (que receberia o efeito) foi selecionada e, na aba Janela > Espaço de Trabalho > Efeitos (Figura 54), foi aberto o painel de efeitos. No painel, pesquisou-se por *Omino* e o efeito *Omino Diffusion* foi aplicado diretamente na camada (cf. Figura 55).

Figura 54: Captura de tela da aba de Efeitos, seguido de Espaço de trabalho e depois Efeitos, no After Effects.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

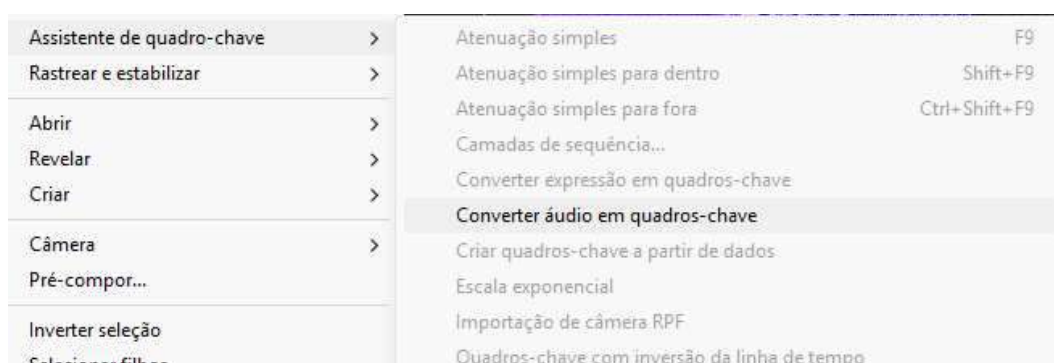
Figura 55: Captura de tela da aba de Efeitos e predefinições, seguido pelo do *Omino Diffusion* no After Effects.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Por conseguinte, para controlar as animações de forma responsiva ao som, foi gerada uma Camada de Amplitude de Áudio clicando com o botão direito sobre a faixa de áudio e acessando Assistente de Quadro > Converter Áudio em Quadros-chave (cf. Figura 56). Essa camada foi usada como base para controlar propriedades de efeito por meio de *keyframes*.

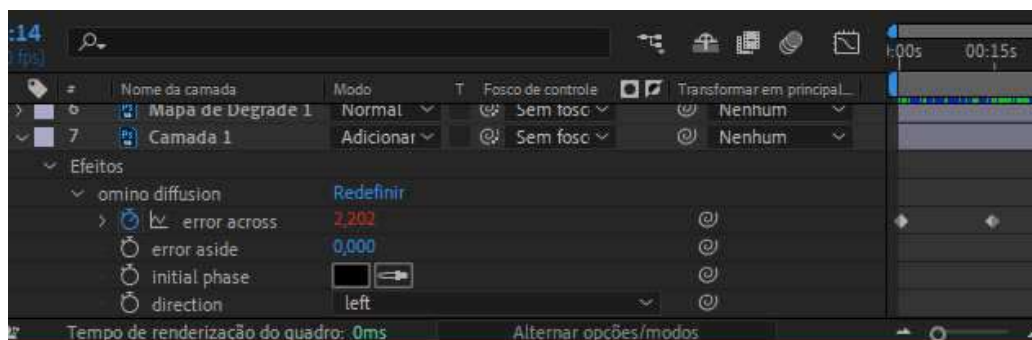
Figura 56: Captura de tela da aba de Assistente de quadro-chave, e depois em Converter áudio em quadros-chave.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

A partir disso, foram aplicadas animações à camada recortada, adicionando *keyframes* de início até cerca de 15 segundos, definindo a transição do efeito (cf. Figura 57).

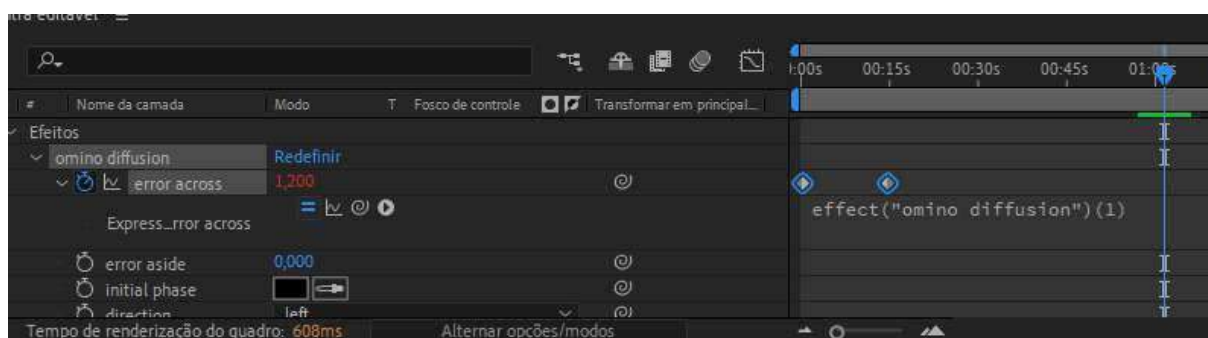
Figura 57: Captura de tela da aba das camadas, dentro de Efeitos e com os *keyframes*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Em seguida, clicou-se com *Alt* no ícone do relógio ao lado das propriedades animadas e inseri expressões manuais no campo de código. Entre elas, foi utilizado o `loopOut("cycle")`, que permite que o movimento se repita continuamente até o final do vídeo, evitando a duplicação manual dos *keyframes* (cf. Figura 58).

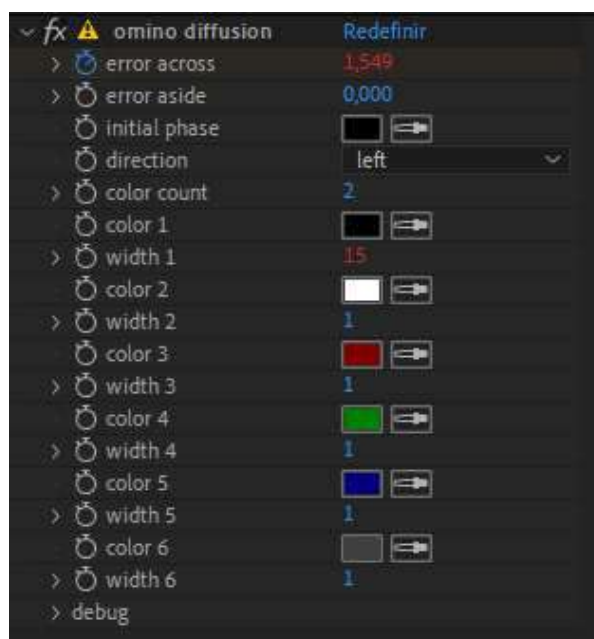
Figura 58: Captura de tela da aba das camadas, dentro do efeito *Omino Diffusion*



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

À vista disso, foram definidas as predefinições visuais dentro do efeito *Omino Diffusion* com o intuito de alcançar um resultado visual que chame atenção do público e que destaque. Os parâmetros foram ajustados para gerar uma movimentação suave e contínua, com distorções que acompanham o ritmo da música (cf. Figura 59).

Figura 59: Captura de tela da aba de Efeitos, com as predefinições do efeito *Omino Diffusion*.

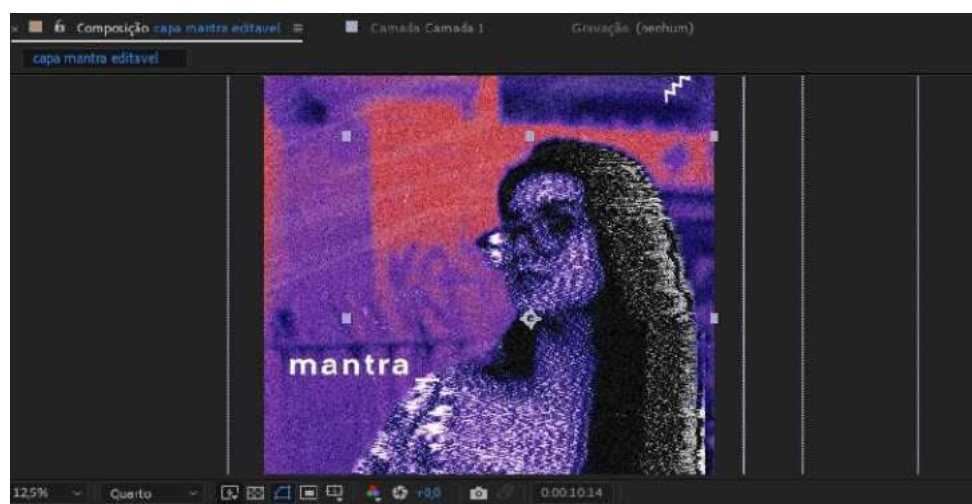


Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Em suma, a aplicação dos efeitos e da sincronia com o áudio possibilitou que as capas ganhassem movimento sem perder sua identidade visual original. A estética final buscada, psicodélica, difusa e com leve textura retrô, foi transmitida de maneira equilibrada, valorizando as cores já presentes nas composições gráficas, sem sobrecarregar a imagem, alinhando com o conceito do projeto como um todo (*cf.* Figura 60 e 61).

Portanto, esse processo foi repetido para as demais capas, apenas o código do efeito para que ficassem apenas os movimentos de difusão diferente uns dos outros.

Figura 60: Captura de tela da edição do *visualizer* de *Mantra*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Figura 61: Captura de tela da edição do *visualizer* de *Cores Vivas*.

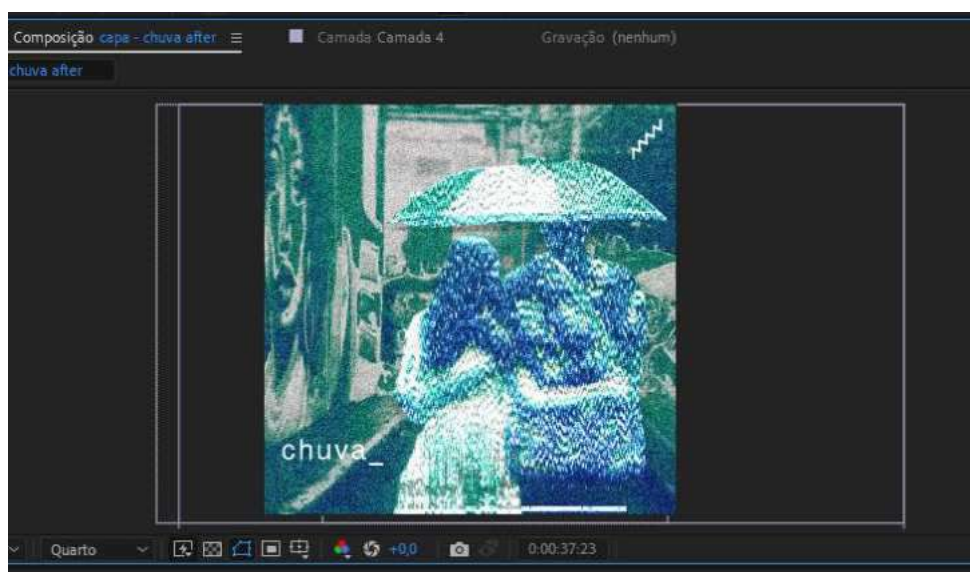


Fonte: elaborada pelo autor (2025)

No caso da capa Chuva, por exemplo, foi isolada a camada com os modelos segurando um guarda-chuva, e o mesmo efeito foi aplicado com a posição invertida, como se estivesse vindo de cima para baixo, com a intenção de simular uma chuva caindo sobre eles (*cf.* Figura 62).

Desse modo, essa direção específica trouxe também uma metáfora visual: ainda que os personagens estejam protegidos fisicamente pela chuva, isso não significa que não esteja “chovendo por dentro”, reforçando a sensibilidade da música e o tom melancólico da narrativa.

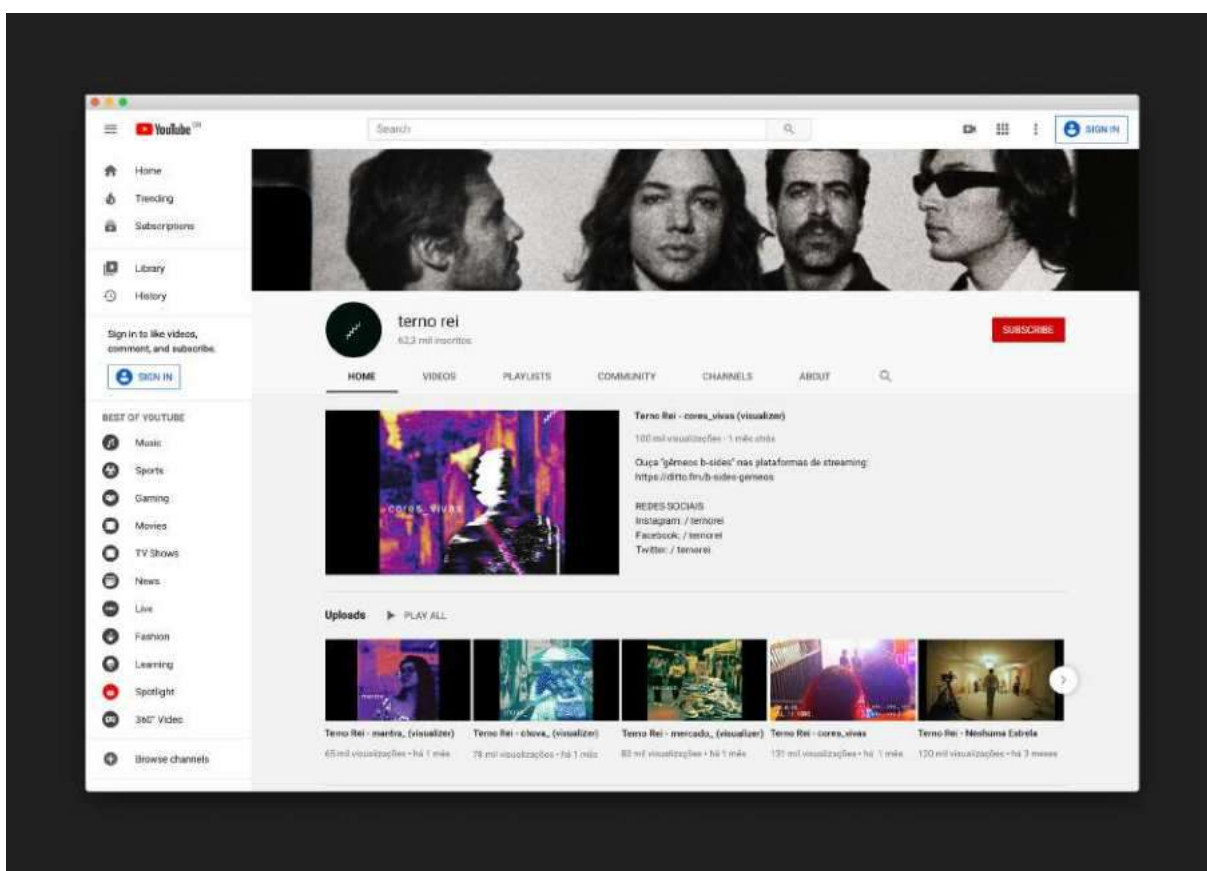
Figura 62: Captura de tela da edição do *visualizer* de *Chuva*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Com a finalização de cada *visualizer*, foi possível consolidar uma linguagem visual coesa entre as músicas e suas respectivas capas, utilizando o movimento como um recurso expressivo para reforçar a narrativa sonora de cada faixa. Portanto, a escolha por uma estética difusa e ritmada, em harmonia com as batidas e atmosferas das músicas, resultou em vídeos que não apenas acompanham o som, mas o expandem visualmente e consolidam a estética visual do *EP*.

Figura 63: *Mockups* da interface do YouTube, versão para computador, com a capas dos *singles Mercado, Chuva, Mantra e Cores Vivas*



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

ANEXO 2: Link para o repositório digital com os arquivos do projeto.

Todos os *visualizers* completos estão disponíveis no seguinte endereço:

[https://drive.google.com/drive/folders/1jn0DA7E_jHFcW93Qtabl-UKZPuz7NY4a?usp=sharing]

5.3. Produção do Videoclipe do *EP B-Sides Gêmeos*

Partindo adiante para a próxima composição audiovisual, também prosseguindo a metodologia de Peón (2009), que propõe uma estrutura processual composta por problematização, concepção e especificações, que também orientaram o desenvolvimento do videoclipe da faixa *Cores Vivas* para o *EP B-Sides Gêmeos*. A decisão de produzir o videoclipe surgiu a partir da problematização sobre como expandir a identidade visual do *EP* para além das capas estáticas e animadas. Foi nesse momento que se reconheceu a potência narrativa dessa produção audiovisual como uma extensão da experiência sonora das músicas, capaz de fortalecer o vínculo entre som e imagem.

Além disso, assim como nas capas, foram retomadas as análises visuais e conceituais sobre a estética do Terno Rei, incluindo clipes anteriores da banda, referências visuais compartilhadas por eles nas redes sociais. A escolha pelas locações, figurinos e direção de arte do videoclipe foi construída a partir desses estudos, mantendo coerência com o clima urbano, melancólico e nostálgico presente nas músicas.

Com isso, o local escolhido para o videoclipe foi o Centro Histórico de João Pessoa, e foi pensada a partir das análises estéticas e conceituais realizadas previamente para a capa da música, com o intuito de garantir coerência visual e narrativa entre as peças.

Tanto o figurino quanto os locais foram escolhidos com base em um *Briefing* visual guiado pelas referências da banda Terno Rei e pela atmosfera melancólica, urbana e nostálgica da música. Os modelos, Vitor França e Izadora Cristina, foram convidados a participar tanto da capa quanto do videoclipe, reforçando a ideia de continuidade, como se a imagem da capa fosse um frame extraído do vídeo. Também foi elaborado um roteiro para a gravação, que guiou as filmagens, apresentado a seguir, na Figura 64.

Figura 64: Roteiro das filmagens para o videoclipe de *Cores Vivas*.

Cena	Descrição
1. Ruas do Centro Histórico	Filmagens das ruas do Centro Histórico de João Pessoa, com foco nos prédios antigos, casinhas coloridas, pontos turísticos e pessoas caminhando. Foco: Introduzir a ambientação urbana e nostálgica do clipe.
2. Sabadinho Bom (externa, início da tarde)	Planos médios e detalhes de Vitor andando, observando o entorno. Figurino: urbano e despojado remete às estéticas das bandas dos anos 1990/2000.
3. Loja Música Urbana (interna)	Vitor entra na loja de discos e interage espontaneamente com vinis e CDs. A loja remete a um espaço simbólico de memória e nostalgia. Foco: reforçar o clima afetivo da narrativa do protagonista.
4. Encontro com Izadora (interna)	Izadora surge sutilmente no mesmo ambiente, sem interação direta de início. Foco: Representar uma lembrança afetiva, sugerindo que a personagem faz parte do passado de Vitor.
5. Interação nas ruas (externa, fim de tarde)	Vitor e Izadora caminham juntos. Os planos destacam as mãos, olhares e aproximação emocional.
6. General Store (interna e externa)	Cena final com estética nostálgica e retrô. Os protagonistas são filmados observando o pôr do sol ou em contraluz, de costas. Foco: Fazer o encerramento do clipe com os dois protagonistas e em uma cena que remeta o título da música "Cores Vivas".

Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Dessa maneira, o figurino de Vitor foi pensado cuidadosamente para traduzir tanto a estética da banda quanto o clima local. Referências de camisetas despojadas, casacos coloridos e tênis remetem à estética urbana e introspectiva de bandas paulistas dos anos 1990 e 2000, mas com adaptações ao contexto nordestino e ao clima quente do mês de junho (cf. Figura 65).

Figura 65: *Moodboard* do figurino masculino para o videoclipe de *Cores Vivas*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Partindo para a fase de Concepção, a gravação aconteceu no dia 14 de junho de 2025 e as filmagens foram feitas com a câmera Canon Rebel T6, a mesma usada nas fotografias, buscando preservar a qualidade gráfica. Outrossim, seguindo o roteiro, de autoria do autor, teve início com cenas nas proximidades do Sabadinho Bom, espaço tradicional de cultura popular na cidade e seguiu pelas ruas centrais, incluindo dentro do espaço da Música Urbana, a loja de discos, e da General Store, localizados no Centro Histórico de João Pessoa. Esses espaços foram escolhidos por sua carga simbólica e visual retrô, aproximando a proposta estética do videoclipe das lembranças intensas que a música evoca. Além disso, a escolha por esses locais também foi motivada pelo desejo de representar o Centro de João Pessoa como um território vivo de afetos, cores e lembranças.

A princípio, ao longo do videoclipe, Vitor caminha sozinho pelas ruas, refletindo o caráter intimista da faixa ((*cf.* Figura 66). O cenário urbano e os movimentos lentos dão o tom dramático da narrativa, por mais que a sonoridade seja mais agitada.

Figura 66: *Take* do videoclipe de *Cores Vivas*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

A loja de discos, Música Urbana, entra como elemento central de memória: apesar de o projeto ser voltado para singles digitais, a estética do vinil foi utilizada como símbolo da nostalgia e da permanência das memórias físicas. Muitos dos planos dentro da loja foram espontâneos, com Vitor interagindo livremente com os discos que realmente chamavam sua atenção — o que reforça o aspecto afetivo e pessoal da produção (*cf.* Figura 67 e 68).

Figura 67: *Take* do videoclipe de *Cores Vivas* na loja de discos, Música Urbana.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Figura 68: *Take* do videoclipe de *Cores Vivas* na loja de discos, Música Urbana.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Em contraponto, a participação de Izadora surge já na segunda metade do clipe e funciona como uma metáfora visual para o surgimento de uma recordação. Se antes Vitor caminhava só, sentimentalmente, a aparição de Izadora representa uma presença que pertence ao passado, como alguém com quem ele compartilhou momentos importantes e que, agora, é lembrada pelo eu-lírico (cf. Figura 69). Assim, a dualidade entre solidão e companhia percorre o EP como um todo, e aqui, em *Cores Vivas*, ganha uma forma mais suave e sensível, reforçada pelas interações silenciosas entre os dois personagens.

Figura 69: *Take* do videoclipe de *Cores Vivas*.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Em seguida, a General Store aparece no final, onde foi registrado o final da tarde, tanto na capa quanto em *takes* do clipe, apresentada na Figura 70. Afinal, essa cena, filmada em contraluz e sem foco no rosto dos personagens, intensifica o sentimento de contemplação e encerramento. A estética das luzes coloridas, que aparecem em segundo plano, são elementos que reforçam ainda mais o tema da música.

Figura 70: *Take* do videoclipe de *Cores Vivas* na General Store.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

O videoclipe se encerra com luzes fortes e com a união dos protagonistas, representando à memória do eu-lírico. Com isso, a narrativa visual acompanha essa dualidade

entre saudade e aceitação, como uma consciência de que certos momentos não voltam mais, mas que podem ser recordados com ternura, como uma última cor viva que ainda brilha na lembrança (*cf.* Figura 71).

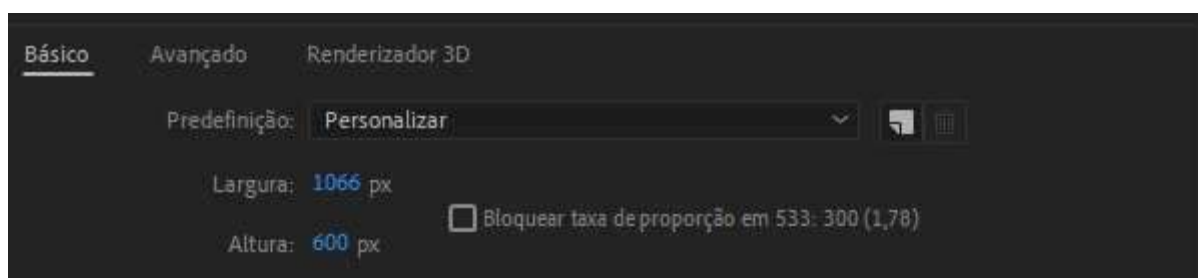
Figura 71: *Take* do videoclipe de *Cores Vivas* na General Store.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Agora, encaminhando-se para a edição do vídeo, todos os *takes* foram transferidos para o computador e iniciou-se a análise e seleção daqueles que seriam utilizados na edição no After Effects. Em seguida, os melhores foram selecionados e adicionados a um arquivo novo com o tamanho de 1066 x 600 px (*cf.* Figura 72).

Figura 72: Captura de tela de Nova composição > Personalizar tamanho.



Fonte: elaborado pelo autor (2025)

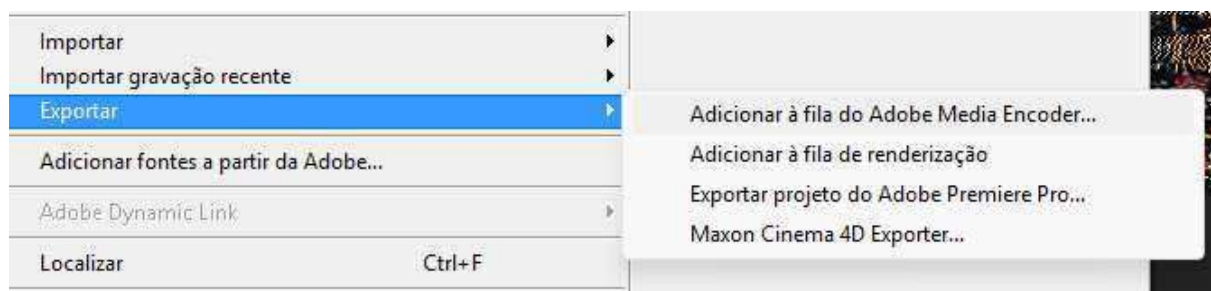
Após a adição de todos os clipes em uma nova composição e adicionar a música *Cores Vivas*, foi iniciada a organização da ordem, posição e tempo dos takes, para que cada *take* refletisse determinada parte da composição e que combinasse com as batidas da música.

Desse modo, iniciou-se a montagem dos efeitos. Com a decisão de produzir o videoclipe com um visual de VHS, remetendo às fitas antigas para transmitir o lado nostálgico e retrô da música, foram realizadas pesquisas, especialmente no YouTube, para

definir qual efeito e estilo adotar. Após essa busca, optou-se pela utilização de um efeito gratuito encontrado em um tutorial em inglês.

Assim, na aba de Arquivos do After Effects, o vídeo foi exportado pelo Media Encoder (*cf.* Figura 73), já que esse efeito não é feito no programa.

Figura 73: Captura de tela da aba de Arquivo > Exportar > Adicionar ao Media Encoder.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Dessa maneira, através do *link* fornecido no canal do Youtube que fez o tutorial, chamado REMIDI, acessou-se o site *GitHub* e indo ao final da página, fez o *download* do do pacote gratuito de predefinições de efeito estilo fitas de VHS (*cf.* Figura 74).

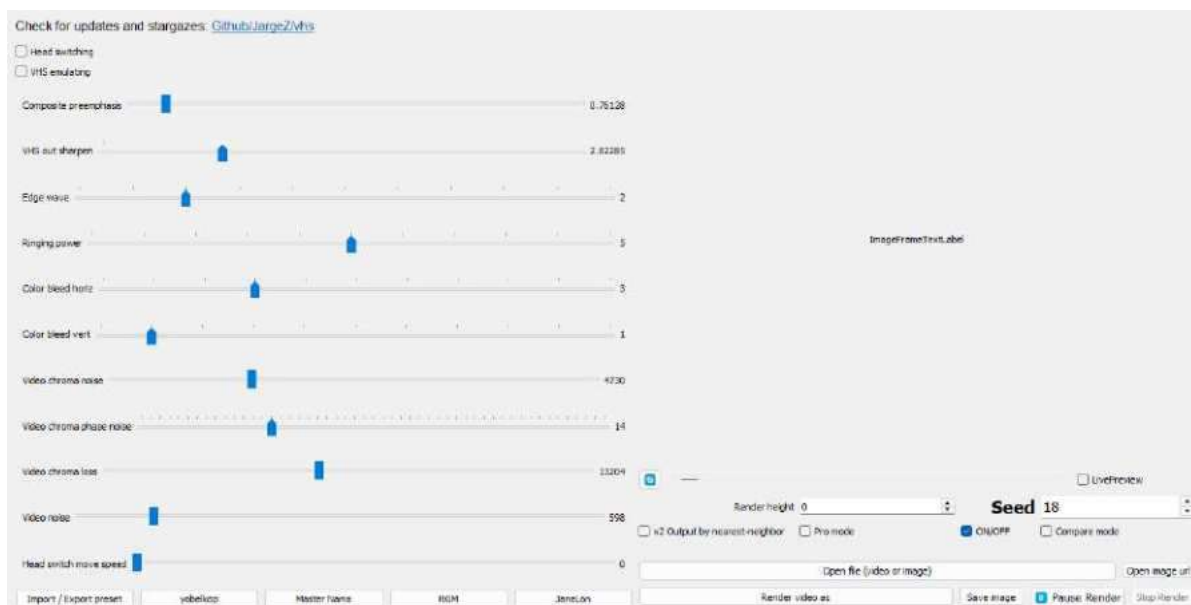
Figura 74: Captura de tela do site, com a opção do *download* do pacote de efeitos.



Fonte: GitHub

Seguidamente, após o download, o arquivo foi aberto e exibiu o pacote com as predefinições já organizadas (*cf.* Figura 74).

Figura 75: Captura da aba do pacote de efeitos.



Fonte: elaborado pelo autor (2025)

Na parte inferior do aplicativo, adiciona-se o vídeo de *Cores Vivas*, na opção de *Open File (video or image)*. Após o carregamento completo, foi selecionada a predefinição *JaneLon*, por ser a que melhor se adequa ao estilo buscado, de fitas de vídeo antigas.

Imediatamente foram aplicados os efeitos esperados do pacote no vídeo com a estética de VHS, com a granulação e as distorções de cores, para remeter as fitas originais e ao analógico.

Bem como, as predefinições foram ajustadas para se ajustarem com as filmagens realizadas, como por exemplo, o ajuste do parâmetro *Composite Preemphasis*, traduzido como, Pré-ênfase composta. Dessa maneira, o vídeo remete ao efeito corresponde com a estética proposta para ao vídeo.

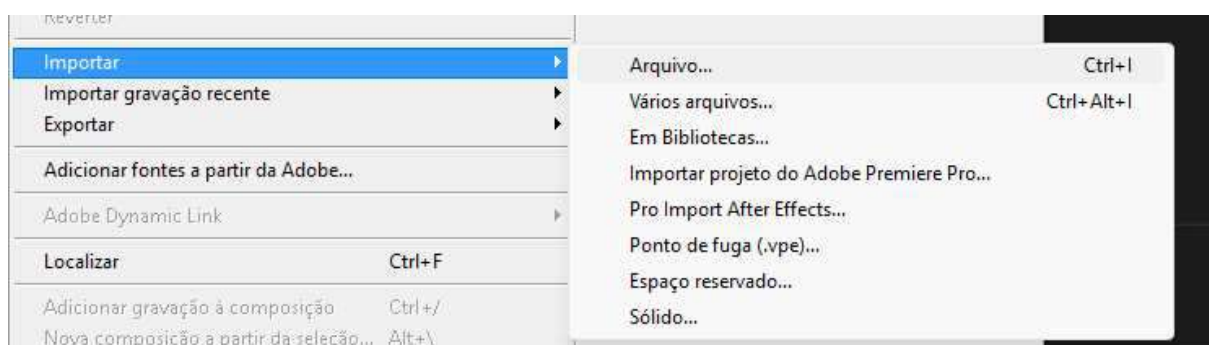
Retornando ao After Effects, com um novo projeto e o vídeo com efeitos importado, foi adicionado o elemento característico das fitas VHS: os *glitches*, ou as falhas, em português, são uma representação do sinal ruim que eram muito presentes nas fitas, devido a problemas comuns nos aparelhos ou no rastreamento da fita.

Do mesmo modo de pesquisa, buscou-se em inglês para o alcance ser maior de resultados por *Glitches VHS* no YouTube, para adicionar ao vídeo e remeter que são realmente falhas no videoclipe. No mesmo canal da *REMIDI*, no vídeo *The BEST VHS Effect (After Effects Tutorial) *Free VHS pack**, foi encontrado um link na descrição do vídeo para o site que disponibiliza um pacote de *glitches* gratuitos para utilizar em produções audiovisuais,

incluindo efeitos mais longos para ficar por mais tempo no vídeo e também efeitos de transição entre *take* e outro. Além disso, outros glitches também foram baixados por meio de vídeos no YouTube, utilizando o site Y2meta – Baixador de vídeo do YouTube, que permite baixar vídeos do *streaming* de forma gratuita.

Portanto, com todos os efeitos baixados, os vídeos foram adicionados na aba de Arquivo, e em Importar (cf. Figura 76), foram importados todos os *glitches* selecionados para o projeto de edição.

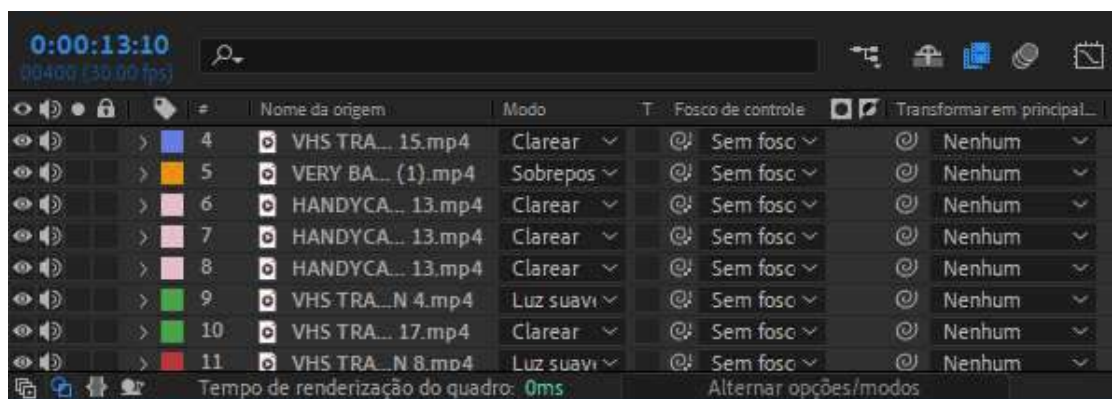
Figura 76: Captura de tela da aba de Arquivo > Importar > Arquivo.



Fonte: elaborada pelo autor (2025)

Com os *glitches* todos importados, foram todos a linha do tempo do projeto em camadas, por cima do vídeo e assim, foi ajustando-se cada um em modo de sobreposição, dentro da camada do vídeo, para a composição visual, para que remetesse a *glitches* reais. À vista disso, o Modo de Mesclagem foi selecionado conforme a intensidade do *glitch*, já que, alguns são mais fortes que os outros. Assim, os modos que mais foram utilizados foram o Clarear, Sobreposição, Luz suave e Adicionar. (cf. Figura 77)

Figura 77: Captura de tela da aba de Camadas e Modo de Mesclagem, no After Effects.



Fonte: elaborado pelo autor (2025)

Dessa maneira, esses efeitos foram distribuídos conforme a intensidade da música. Por exemplo, as partes em que tinham um instrumental mais forte, foi colocado falhas mas fortes e combinadas de várias para que transmitisse que com a sonoridade mais forte, fazia com que falhasse o vídeo, de tão intensa que está, e nas partes com o instrumental mais sutil, foi combinado de *glitch* mais suaves e menos aparentes. Um *glitch* que se destacou bastante foi o colorido, usado no início e em outras partes da composição, pois justamente remete ao colorido e ao título da música, *Cores Vivas*.

Além disso, vários *glitches* foram duplicados, com o comando *CTRL* + D ou *Command* + D, permitindo repetições ao longo do videoclipe. Logo após, com todos os efeitos e takes organizados, foi adicionado o visor que remete também a aparência das fitas de VHS antigamente.

Durante a finalização do videoclipe, optou-se por adicionar textos simulando um visor de VHS, com o objetivo de reforçar a estética retrô da produção. Com a inclusão desses elementos gráficos na tela, foi necessário ativar a opção de margens seguras para título/ação, garantindo que permanecessem visíveis em diferentes dispositivos e plataformas.

No canto superior esquerdo, foi inserida a palavra “Play”, elemento comum em gravações antigas para indicar que o vídeo está em reprodução, e na parte inferior da tela, foram adicionados o horário (16h15), por ter sido gravado no final da tarde, e a data, escolhida não com base no dia da filmagem, mas sim no dia de lançamento do *EP*, reforçando a conexão entre o videoclipe e o projeto musical como um todo (*cf.* 78). O ano exibido, 1995, foi selecionado para remeter à estética dos anos 1990, em sintonia com a sonoridade da banda, que faz referências diretas às décadas de 1990 e 2000, como mencionado anteriormente pelos próprios integrantes.

Figura 78: Captura de tela da aba de Camadas e Modo de Mesclagem, no After Effects.



Fonte: elaborado pelo autor (2025)

Direcionando-se para as últimas edições, foram adicionadas legendas para que o videoclipe também se enquadrasse como um *lyric video*, ou seja, um clipe com a letra da música apresentada de forma sincronizada com o áudio. Para tornar o processo mais ágil, foi utilizado o aplicativo CapCut, na versão para computador, escrevendo manualmente a letra e sincronizando-a com a faixa. Dentro da aba de texto, foi inserido uma caixa com a fonte *Typewriter Condensed Bold*, escolhida por se aproximar da tipografia utilizada nas legendas dos *visualizers* do álbum *Gêmeos* (cf. Figura 79), servindo como referência e reforçando a unidade visual.

Figura 79: Captura de tela do *visualizer* *Isabella*, do Terno Rei.



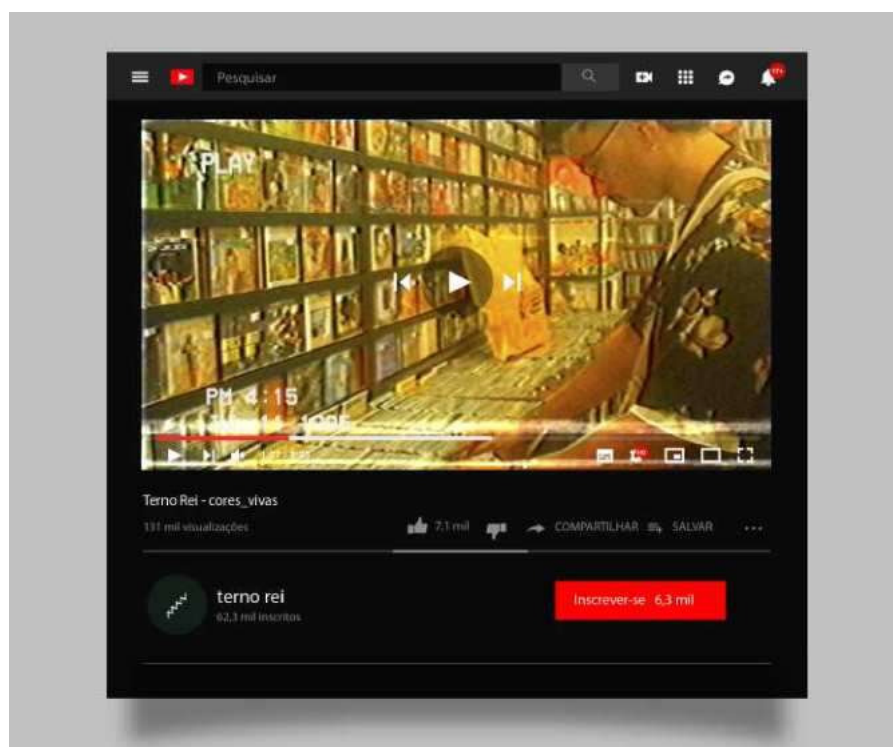
Fonte: YouTube (2022)

Dessa maneira, as legendas foram posicionadas no canto superior direito do vídeo, mantendo a sutileza e a coerência estética com o restante do projeto, visto que o videoclipe já apresenta diversos elementos visuais em movimento. Para reforçar essa ideia, utilizou-se uma animação disponível no CapCut Pro que simula o efeito de escrita em máquina de escrever, alinhando-se à estética das capas desenvolvidas previamente.

Nos segundos finais do vídeo, foi adicionado apenas o nome da música, utilizando a mesma tipografia em caixa baixa e com a mesma animação, seguido do nome da banda, Terno Rei, posicionado logo abaixo, com tamanho reduzido.

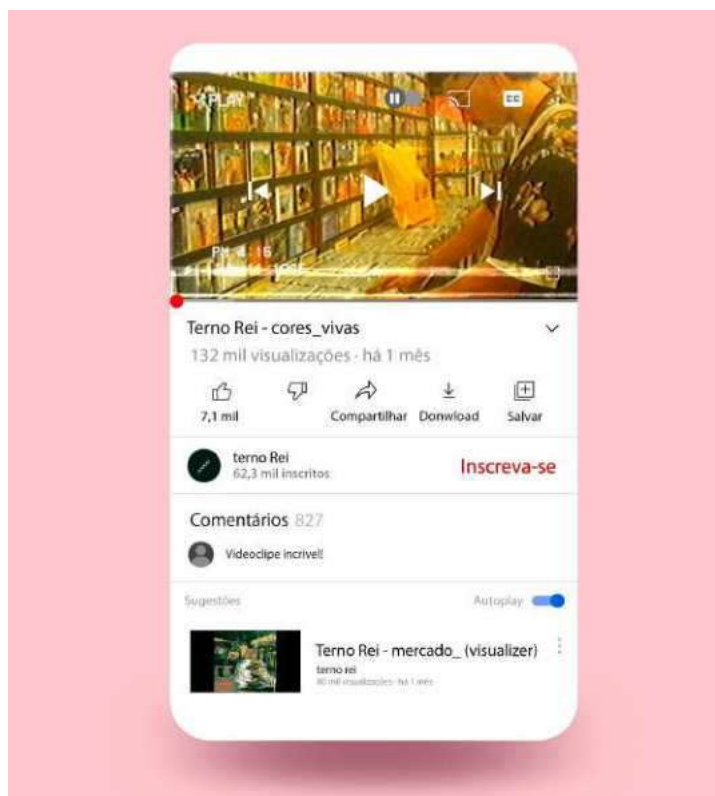
Nesse sentido, todo o processo de finalização do videoclipe reforça a proposta estética e conceitual do projeto, unificando som, imagem e texto de forma sensível e coesa. As decisões visuais e técnicas adotadas, tanto no After Effects quanto no CapCut, colaboram para consolidar a identidade visual do EP *B-Sides Gêmeos*, aproximando o vídeo da linguagem já construída pela banda e, ao mesmo tempo, trazendo uma nova interpretação visual que respeita e expande o universo artístico do Terno Rei.

Figura 80: *Mockup* da interface do YouTube, versão para computador, com o videoclipe de *Cores Vivas*.



Fonte: elaborado pelo autor (2025)

Figura 81: *Mockup* da interface do YouTube, versão para celular, com o videoclipe de *Cores Vivas*.



Fonte: elaborado pelo autor (2025)

ANEXO 3: *Link* para o repositório digital com os arquivos do projeto.

O videoclipe completo está disponível no seguinte endereço:

[<https://drive.google.com/drive/folders/14v46XavEmXcpdcnkAiMILMfkf0Zawv9n?usp=sharing>]

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, a realização deste trabalho, voltado à criação de identidade visual para a músicas do *EP B-Sides Gêmeos*, representou não apenas um exercício técnico, mas também uma experiência de conexão entre imagem, som, vídeo e memória. Ao longo do processo, foi essencial seguir a metodologia de Maria Luísa Peón (2009), que orienta o desenvolvimento em fases de pesquisa, problematização, criação e produção, o que me permitiu organizar as ideias e refletir criticamente sobre cada decisão visual tomada.

A produção das capas, do videoclipe e dos visualizers foi marcada por uma busca constante em traduzir, visualmente, o que as músicas expressam emocionalmente. As fotografias e filmagens aconteceram de forma tranquila e fluida, e sinto que consegui representar exatamente aquilo que imaginei desde o início.

Com isso, todo o processo foi fundamentado em uma análise cuidadosa da estética da banda Terno Rei, que, apesar de ainda não apresentar uma identidade visual rígida e consolidada em todos os álbuns, vem demonstrando a partir de *Gêmeos* (2022) uma intenção mais coesa, com forte presença de elementos retrô, glitches, efeitos VHS e psicodelia — marcas que busquei preservar em minhas criações.

Desse modo, as capas, mesmo mais coloridas que as originais da banda, mantêm o espírito de melancolia e contemplação que permeia o *EP*. Acredito que consegui construir um elo visual entre o *B-Sides Gêmeos* e o trabalho mais recente da banda, *Nova Estrela*, que apresenta justamente uma evolução estética mais psicodélica e vibrante — sendo assim, minhas criações também funcionam como uma ponte entre essas fases.

Certamente, a parte mais desafiadora foi a criação dos *visualizers*. Por ser a primeira vez que trabalhei com o After Effects, enfrentei algumas limitações técnicas, especialmente relacionadas ao desempenho do meu computador. Isso dificultou a visualização e renderização dos efeitos desejados, especialmente na animação das imagens recortadas. Ainda assim, dentro das possibilidades, acredito que o resultado tenha sido positivo.

Entretanto, no videoclipe, a experiência foi mais fluida. Os efeitos VHS, a tipografia e a edição conseguiram refletir com precisão a atmosfera nostálgica e retrô que eu queria transmitir. Contar com a ajuda da minha irmã, Clara Rocha, foi fundamental para capturar as imagens e construir um produto final coeso, sensível e alinhado à proposta estética da música.

Apesar das limitações de tempo e dos desafios de conciliar a escrita teórica com a produção prática, sinto que consegui realizar um trabalho completo e representativo da minha intenção artística dentro do design. Por isso, acredito que este projeto traduziu não apenas

uma análise sobre identidade visual no universo musical, mas também um olhar pessoal e afetivo sobre como o design pode ser a ponte entre o que se ouve e o que se sente. Espero, de verdade, que um dia a banda Terno Rei conheça esse trabalho e que, de alguma forma, ele dialogue com aquilo que eles também acreditam e criam.

7. REFERÊNCIAS

1844 - A LANTERNA MÁGICA. *Estúdio NANQUIM*. [s.d.]. Disponível em: <https://nanquim.com.br/a-lanterna-magica/>. Acesso em: 2 de abr. 2025.

ALENCASTRO, Lucilia de Sá. *Revista “para todos...”: um estudo da imagem da mulher nas ilustrações de J.Carlos*. 2013. 157 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens) – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2013. Disponível em: <http://tede.utp.br:8080/jspui/handle/tede/1411>. Acesso em: 3 de abr. 2025.

AUGUSTO, José Carlos. A Vida Fluminense, “folha joco-séria-illustrada” (1868-1875). In: *XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Curitiba, 2009. p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/r4-1235-1.pdf>. Acesso em: 5 de abr. 2025.

CARVALHO, Thaisi. O que é trend no Instagram? Veja o significado e exemplos. *Techtudo*, [s.l.], 10 out. 2022. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/10/o-que-e-trend-no-instagram-veja-significado-e-exemplos.ghhtml>. Acesso em: 3 de jul. 2025.

CORREDOR 5. Guto Goffi | Barão Vermelho | Papo com Clê. [Vídeo]. YouTube, 12 de setembro de 2023. Disponível em: https://youtu.be/AjiZ4I2tFNI?si=7QWKKw70_rHrbX5p. Acesso em: 25 de jun. 2025.

COSTA, Yasmine Ávila Catarinozzi da; BRAGA, Marcos da Costa. O design gráfico das capas da Revista Bello Horizonte nos anos 1930. In: *Anais do 9º CIDI e do 9º CONGIC*. p. 2334-2346. São Paulo: Blucher, 2019. Disponível em: <https://pdf.blucher.com.br/designproceedings/9cidi/5.0223.pdf>. Acesso em: 7 de mai. 2025.

DE MARCHI, Leonardo. *Transformações Estruturais da Indústria Fonográfica no Brasil 1999-2009: desestruturação do mercado de discos, novas mediações do comércio de fonogramas digitais e consequências para a diversidade cultural no mercado de música*. 2011. 289 f. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2011.

DEMO, Augusto Zanatta. *Contra: construindo a identidade visual de um álbum musical*. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/192140/pcc%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 29 de mar. 2025.

DICIO, Dicionário Online de Português. Mainstream. [s.l.], s.d. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/mainstream/>. Acesso em: 5 de jul. de 2025.

EVANS, Mike. *Vinil: a arte de fazer discos*. Tradução de Luis Reyes Gil. São Paulo: Publifolha, 2016. 256 p.

FERREIRA, Livia. O que é o YouTube? Guia Completo. *NuvemShop*, [s.l.], 31 out. 2024. Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/o-que-e-youtube/#:~:text=>. Acesso em: 3 de jul. de 2025.

HOLZBACH, Ariane Diniz. *Smells Like Teen Spirit: a consolidação do videoclipe como gênero áudio-visual*. 2013. 326 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/20626>. Acesso em: 5 de abr. 2025.

JÚNIOR, Henrique Almeida Silva. *A história das capas: a construção visual dos livros no país*. 2015. 74 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação – Habilitação em Produção Editorial) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11422/579>. Acesso em: 20 de abr. 2025.

MARQUETI, Gabriela. Terno Rei traz brilho e cor para suas saudades em ‘Gêmeos’. *Revista Mad Sound*, [s.l.], 15 mar. 2022. Disponível em: <https://www.madsound.com.br/terno-rei-album-da-semana-gemeos/>. Acesso em: 11 de mai. 2025.

MARVAO, Mariana. Com saudades do que foi vivido, mas sem nenhuma intenção de mudar o passado, Terno Rei apresenta “Gêmeos”. *Revista Hits Perdidos*, [s.l.], 22 mar. 2022. Disponível em: <https://hitsperdidos.com/2022/03/22/terno-rei-gemeos/>. Acesso em: 11 de mai. de 2025.

MENDES, Yhago. O Que É Uma Música Viral? Descubra Como Hits Estouraram na Cena Urbana. *Murb*. [s.l.], 11 fev. 2025. Disponível em: <https://murbbrasil.com/o-que-e-uma-musica-viral-descubra-como-hits-estouram-na-cena-urbana/>. Acesso em: 12 de jul. 2025.

MOREL, Leo. Brasil ingressa no top 10 global: uma nova era para o mercado brasileiro de música. *MiDiA Research*, [s.l.], 3 out. 2024. Disponível em: <https://www.midiaresearch.com/blog/brasil-ingressa-no-top-10-global-uma-nova-era-para-o-mercado-brasileiro-de-musica>. Acesso em: 15 de mai. 2025.

MOZDZENSKI, Leonardo. Conhecendo o videoclipe: a formação histórica e sociorretórica de um gênero multissemiótico. In: XVII Congresso Internacional Associação de Linguística e Filologia da América Latina. p. 1941-1951. João Pessoa: Ideia, 2014. Disponível em: <https://www.mundoalfal.org/CDAnaisXVII/trabalhos/R0063-2.pdf>. Acesso em: 10 de mai. 2025.

NASCIMENTO, Harrison Floriano. *Concorrência e pirataria na indústria fonográfica a partir dos anos 90*. 2005. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufes.br/server/api/core/bitstreams/da2a75fb-0545-4098-af43-8e1e5ef2ad6c/content>. Acesso em: 3 de mai. 2025.

NERCOLINI, Marildo José; HOLZBACH, Ariane Diniz. Videoclipe em tempos de reconfigurações. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, n. 39, agosto, 2009, p.

50-56. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4955/495550195008.pdf>. Acesso em: 7 de mai. 2025.

OLIVEIRA, Cauhana Tafarelo de. *O design gráfico tropicalista e sua repercussão nas capas de disco da década de 1970*. 2014. 145 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2014. Disponível em: <https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/807>. Acesso em: 3 de abr. 2025.

O QUE é merchandising. *Delta Facilities*. Belo Horizonte, 31 de mar. 2023. Disponível em: <https://deltafacilities.com.br/blog/o-que-e-merchandising/>. Acesso em: 10 de jun. 2025.

PEÓN, Maria Luísa. *Sistemas de Identidade Visual*. Brasil: 2AB, 2009.

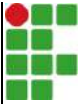
PRADO, Ágatha. O Brasil como protagonista global na produção musical. *GRVE*, [s.l.], 17 set. 2024. Disponível em: <https://grve.com.br/2024/09/brasil-na-producao-musical/> Acesso em: 7 de jun. 2025.

SEYDEL, Rory. Why Album Cover Art Will Always Be Crucial For Success. *In: LANDR*. 18 mai. 2016. Disponível em: <https://blog.landr.com/album-art-absolutely-crucial-success-2016/>. Acesso em: 22 de abr. 2024.

SILVA, Emerson Ferreira da. *O espírito do som: encontros entre design, música e artes visuais no projeto gráfico de capas de discos*. 2018. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Centro de Artes, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2018. Disponível em: <http://guaiaca.ufpel.edu.br/handle/prefix/4418>. Acesso em: 30 de mar. 2025.

TEIXEIRA, Cláudio de Sousa. *A cor como signo de contracultura nas capas de discos da tropicália*. 2018. 167 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, Brasil, 2018. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/jspui/handle/riufcg/12212>. Acesso em: 2 de abr. 2025.

VINÍCIUS, Fernando. Saudosista e ainda mais *pop*, Terno Rei apresenta *Gêmeos*, seu quarto álbum de estúdio, [s.l.], 14 mar. 2022. Disponível em: <https://lindie.com.br/posts/musica/saudosista-e-ainda-mais-pop-terno-rei-apresenta-gemeos>. Acesso em: 18 de mai. 2025.

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Elaboração de Ficha Catalográfica

Assunto:	Elaboração de Ficha Catalográfica
Assinado por:	Katia Silva
Tipo do Documento:	Ficha
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Katia Felix da Silva, BIBLIOTECARIO-DOCUMENTALISTA, em 13/08/2025 11:56:20.

Este documento foi armazenado no SUAP em 13/08/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1573569
Código de Autenticação: f916849a42



	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Restrito

Entrega de trabalho de conclusão de curso - Camila L. da Rocha

Assunto:	Entrega de trabalho de conclusão de curso - Camila L. da Rocha
Assinado por:	Camila Rocha
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Restrito
Hipótese Legal:	Direito Autoral (Art. 24, III, da Lei no 9.610/1998)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Camila Laurentino da Rocha, DISCENTE (202317010041) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO, em 18/08/2025 00:51:45.

Este documento foi armazenado no SUAP em 18/08/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1576828
Código de Autenticação: 2277c920df

