



Spotify Wrapped 2021: A percepção intuitiva no design gráfico e tipográfico

Leonardo Castilho Silva¹; [0000-0001-6333-2596](tel:0000-0001-6333-2596)

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
leocastilho.design@gmail.com

Resumo: Este trabalho consiste em um pequeno resultado de uma pesquisa maior acerca das relações transdisciplinares do design industrial, que ainda está sendo realizada. Desta forma, buscou-se no presente artigo demonstrar como a percepção intuitiva na relação entre produto e usuário final pode influenciar de maneira considerável a aceitação do produto como um todo. Para isto, buscou-se analisar a opinião de alguns usuários no que diz respeito a identidade visual do Spotify Wrapped 2021 onde houve, de maneira online, via redes sociais, um debate considerável a respeito do que seria ou não um bom design. Sendo assim, foram realizadas pesquisas em áreas como Psicologia Analítica, Gestalt do Objeto e Design Tipográfico, aliando os conceitos presentes nessas áreas a metodologias de projeto e análise de design. Por fim, foi discutido como essa relação acontece, concluindo com algumas observações acerca do fenômeno em questão.

Palavras-chave: Design Gráfico. Psicologia Analítica. Tipografia. Design Industrial.

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

INTRODUÇÃO

Desde que Lobach (2001, p.54) introduziu as chamadas Funções dos Produtos Industriais, foi possível entender, inteiramente, que a filosofia utópica do design funcionalista, encabeçada por "grupos restritos de intelectuais e pensadores de vanguarda da época" (ANDRADE, 2020, p.19), estava ficando para trás. Seus conceitos presos a "ideia de que os processos de design devem ser presididos por um sistema objetivo e despidos de qualquer subjetividade" (PORTINARI E NOGUEIRA, 2016, p. 35), caracterizados pela defesa de uma suposta "neutralidade do objeto, ideia esta, que está gravada epistemologicamente na prática do design desde sua gênese" (PORTINARI E NOGUEIRA, 2016, p. 35), contribuíram em grande parte não só para a ascensão de "uma forte oposição ao desenvolvimento social e econômico em meados de 1960" (SCHNEIDER, 2010, p.138) como também para o crescimento de uma forte oposição no campo epistemológico do design. Origens desta crítica podem ser encontradas por volta da década de 1960, quando por exemplo "Wolfgang Weingart com seus experimentos conduzidos na Schule für Gestaltung Basel (Escola de design de Basileia, na Suíça) em 1963" (FARIAS, 2000, p.26) dariam origem à um novo tipo de estética, esta que estaria fundada na revolta para com os modelos tradicionais da técnica funcionalista, como o próprio Weingart demonstra em uma entrevista:

Minha ideia inicial na década de 60, era fazer algo completamente diferente do que as pessoas estavam fazendo naquele momento. Naquele período, o estilo internacional reinava na Suíça e em todo o mundo. Eu sentia uma necessidade de mudar, mas não tinha regras específicas para isso [...] (FARIAS, 2000, p.92).

No entanto, seria somente em "1965 que a crítica ao funcionalismo atingiria um ponto alto, nesta época T.W.Adorno em uma palestra proferida na Deutscher Werkbund, criticaria os ideias centrais da pura forma funcionalista" (SCHNEIDER, 2010, p.140). Adorno apontava para um erro fundamental no pensamento funcionalista, afirmando que "aquilo que renega o estilo seria ele mesmo inconscientemente um, sustentando que a renúncia ao ornamento implicava por sua vez em uma renúncia à humanidade" (SCHNEIDER, 2010, p.140). Foi sob esta ótica, que no "final da década de 1960, movimentos radicais como o anti-design conseguiram grande repercussão nos meios



Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

de comunicação” (SCHNEIDER, 2010, p.143). No entanto, muitos acabaram por “dissolver-se e desapareceram sem deixar vestígios, com isso suas abordagens de crítica social permaneceram na teoria e pouco alteraram o mainstream design individual” (SCHNEIDER, 2010, p.143).

Assim, o presente trabalho pretende ilustrar, através da repercussão causada pela identidade visual do Spotify Wrapped, “um tipo de campanha de marketing viral, que releva a seus usuários diversos tipos de dados interessantes, como o top 5 artistas mais escutados, gêneros mais escutados, músicas mais escutadas, etc.” (WIKIPEDIA, 2022), como as diversas causalidades da história política do design, acarretaram em uma espécie de apatia a relação do design com a expressão artística, sobretudo no que diz respeito à relação do tipógrafo com a linguagem, pois por mais que os ideais funcionalistas tivessem uma boa intenção, seu desenvolvimento histórico acabou contribuindo para que

o luxo e o status, anteriormente, relacionados à presença de detalhes complexos e ornamentos, fosse substituído por conceitos que passaram a transmitir o abandono do uso de qualquer excesso formal. A beleza, com isto, fora substituída pela elegância como meio de exclusão social (ANDRADE, 2020, p.20).

Constituindo dessa forma uma espécie de soberania estética, onde os produtos de design não adequados a esta perspectiva fossem considerados de má qualidade pelo usuário ou público-alvo. Algo que infere uma consequência enorme sobre o campo tipográfico, já que sua relação com a linguagem é muito mais forte do que em outras áreas do design. Visto que, a mesma direciona o entendimento no sentido literal e não imagético, causando muita confusão no público geral, pois muito do que aparece hoje sobre esses conceitos estéticos parte de uma visão pós-moderna, onde “as noções aceitas de ‘bom gosto’ são desafiadas a todo momento por ornamentações e decorações provocativas” (FONSECA, 2008, p.72).

MÉTODOS

Para o desenvolvimento deste trabalho foi utilizado, junto de uma pesquisa feita acerca dos diversos temas considerados pertinentes a este trabalho, o método que recebe o nome de Mapa Mental “proposto por Tony Buzan no final da década de 1970”

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

(PAZMINO, 2015, p.72) e descrito pela designer Ana Veronica Pazmino (2015) em seu livro Como se Cria, 40 Métodos para Design de Produtos. Este método, por sua vez, consiste em “uma estratégia para organização de ideias por meio de palavras-chave, cores, imagens, símbolos, figuras, em uma estrutura, que se irradia a partir de uma ideia, um conceito, um conteúdo” (PAZMINO, 2015, p.188), permitindo assim um maior proveito “do fato de que a mente humana lida de forma muito eficiente com imagens, fazendo neste sentido um maior uso do lado direito do cérebro, que é mais intuitivo e criativo, aceitando estímulos por meio do uso de emoções, imagens, cores, etc.” (PAZMINO apud BRASIL, 2015, p.188).

Figura 1 - Panorama do Mapa Mental na plataforma online figma



Fonte: (O autor)

A partir das análises provenientes do Mapa Mental e tendo em mente os conceitos estabelecidos na pesquisa de textos e livros para este projeto, foi possível organizar três critérios principais que serviram como Critérios Norteadores (figura 02) do processo, conceito que como Vianna et al. (2012) explica “são diretrizes, balizadoras para um projeto, evidenciando aspectos que não devem ser perdidos de vista ao longo do mesmo”.

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares



Figura 2 - Critérios Norteadores do processo

Critério 01

Interface de usuário

Envolve os aspectos referentes à interface proposta para o celular. Envolve dois aspectos principais: a hierarquia dos elementos na tela de acordo com suas funções práticas e estéticas, assim como o número de informações expostas na tela e a necessidade real para com a interação do usuário com a interface.

Critério 02

Experiência de usuário

Envolve os aspectos referentes à experiência que o usuário tem ao utilizar a interface, em específico o Spotify Wrapped 2021. Envolve unicamente as experiências geradas no usuário antes, no meio e depois de utilizar a interface em específico as telas do Spotify Wrapped 2021.

Critério 03

Legibility e Readability

Envolve os aspectos referentes à como foram projetadas as formas tipográficas para as famílias de fontes presentes nas telas do Spotify Wrapped 2021. Envolve dois aspectos principais: a capacidade de percepção e leitura dos tipos e o conforto ao ler o texto geral nas telas do Spotify Wrapped 2021.

Fonte: (O autor)

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A controvérsia que infere sobre a tipografia do Spotify Wrapped 2021 pode começar a ser entendida quando observa-se os elementos tipográficos não só pela ótica da leitura, mas também como um objeto dotado de qualidades gráficas, agindo desta maneira num sentido de “manifestação de identidade, ou seja, um elemento que possa ser identificado visualmente que possui uma identidade visual” (PEÓN, 2009, p.10). Pois, como é possível observar em uma das críticas feitas (figura 03), a experimentação tipográfica realizada foi subentendida por “relaxo”, já que não atende

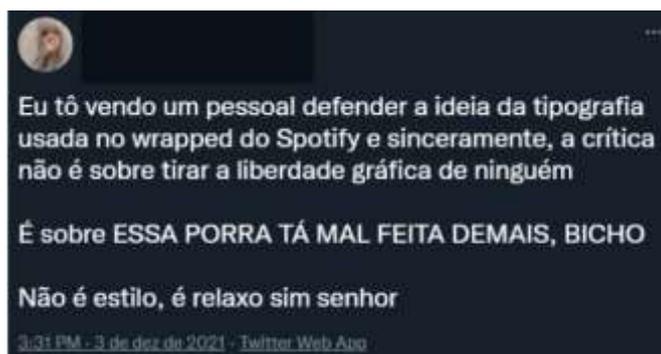


Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

aos supostos parâmetros de legibilidade impostos pela permanência estética do design funcionalista entendida pelo minimalismo necessário para a legibilidade.

Figura 3 - Liberdade Gráfica no design



Fonte: (<https://twitter.com/skandhalizaxion/status/1466837551512231946>)

O argumento apresentado pela usuária insatisfeita pode ser pertinente, mas desconsidera a presença de outros elementos na interface do Wrapped 2021, que foram apresentados em conjunto, como é o caso das duas famílias tipográficas (figura 04) presentes na tela, uma voltada a leitura do conteúdo e outra como elemento visual e estético.

Figura 4 - Liberdade Gráfica no design



Fonte: (<https://www.vulture.com/2021/12/spotify-wrapped-2021-audio-aura-genres.html>)

A confusão gerada pela usuária pode ser entendida quando observa-se o contraste hierárquico dos elementos na tela, onde a tipografia mais visual ocupa um maior espaço na tela do que a voltada para leitura. No entanto, isto acontece, pois na composição visual da interface foi dada maior ênfase a tipografia visual, já que o seu tamanho é consideravelmente maior que o da tipografia proposta para leitura do conteúdo. Neste

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares



sentido, pode-se argumentar que o choque causado pela falta de legibilidade da tipografia, algo não esperado pelo público em geral neste tipo de objeto, teria causado repulsa no usuário, sendo esta emoção caracterizada pelo entendimento intuitivo de que os designers estavam “relaxados” no decorrer do projeto.

CONCLUSÕES

O desentendimento gerado pela configuração visual da família tipográfica presente na interface do Spotify Wrapped 2021 demonstra muito bem como a estética funcionalista, até hoje, serve de parâmetro geral para o entendimento dos elementos gráficos. Pois muitas das afirmações voltadas a legibilidade dos elementos tipográficos ignoram o fato de que uma tipografia é construída com base em duas forças “uma incêntrica, que tende a atrair a forma que está sendo criada em direção ao centro da categoria de letra almejada e outra excêntrica, que tende a afastar a forma para longe do centro da categoria de letra” (FARIAS apud HOFSTADTER, 200, p.42), podendo estas forças agirem em uma balança, onde a função proposta para a família tipográfica definiria como a forma final dos elementos tipográficos contidos devem ser construídos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Thainan Noronha de Andrade. **A permanência do estilo funcionalista: entre apropriações e ressignificações.** Jul. 2020. Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/transverso/article/download/5198/2878/17024>

CURTO, Justin. **Spotify Wrapped 2021: Our Top Questions.** Dez. 2021. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/spotify-wrapped-alexander-jimenez/>

FARIAS, Priscila L. **Tipografia digital: O impacto das novas tecnologias.** 3. Ed. Rio de Janeiro: 2AB, 102 p., 2001.

FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico: design e produção gráfica de impressos e livros.** 1. Ed. Porto Alegre: Bookman, 280 p., 2008.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: Sistema de leitura visual.** 9. Ed São Paulo: Escrituras Editora, 133 p., 2009.



Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

JIMENEZ, Alexander. **Spotify Wrapped 2021 Design Review**. Set. 2021. Disponível em: <https://www.vulture.com/2021/12/spotify-wrapped-2021-audio-aura-genres.html>

JUNG, Carl Gustav. **Fundamentos de psicologia analítica**. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, 200 p., 1985.

LOBACH, Bernd. **Design Industrial: Bases para a configuração dos produtos Industriais**. 2. Ed. São Paulo: Editora Blucher, 206 p., 2001.

NOGUEIRA, Pedro Caetano Eboli; PORTINARI, Denise Berruezo. **Por um design político**. Rio de Janeiro, v. 24, n.4, p. 32-46, 2026. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/379>

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria: 40 métodos para design de produtos**. 1. Ed. São Paulo: Blucher, 278 p., 2015.

PÉON, Maria Luísa. **Sistemas de identidade visual**. 4. Ed. Rio de Janeiro: 2AB, 76 p., 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. 1. Ed. São Paulo: Thomson Learning, 186 p., 2007.

SCHNEIDER, Beat. **Design - uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico**. 1. Ed. São Paulo: Editora Blücher, 398 p., 2010.

VIANNA, Maurício et al. **Design Thinking - Inovação em Negócios**. 1.ed. Rio de Janeiro: MJV Press, 162 p., 2012.

WIKIPEDIA, The Free Encyclopedia. **Spotify Wrapped**. Jul. 2022. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Spotify_Wrapped



Organização



Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares



**Tudo é
Ciência:**
do Big Bang
ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência e Saberes Multidisciplinares
Volta Redonda – RJ | 27 a 29 de outubro de 2022

Organização

