

## *Nevermind: uma passagem do mainstream para o underground<sup>1</sup>*

Daise Maria Silva SANTOS<sup>2</sup>

José Lucas Santana SANTOS<sup>3</sup>

Juliane Silva ALMEIDA<sup>4</sup>

Luana Silva ALMEIDA<sup>5</sup>

Ronivaldo da Silva de ALMEIDA<sup>6</sup>

Universidade do Estado da Bahia, Conceição do Coité, BA

### RESUMO

Aborda o álbum *Nevermind* da banda Nirvana, localizando-o dentro dos conceitos referentes à música popular massiva, apontando as rupturas promovidas pelo álbum, os aspectos performáticos de produção de sentido, bem como a inserção do *grunge*, movimento surgido no Estado de Washington nos anos 90, até então desconhecido, no *mainstream*. Para tanto, faz-se necessário entender como o processo de midiaticização da cultura popular, que teve início com o surgimento de aparatos tecnológicos de produção, distribuição, armazenamento e consumo de música no século XX, foi importante para esse que foi um dos melhores álbuns já lançados.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Nevermind*; Nirvana; *Mainstream e Underground*; Música Popular Massiva.

### 1. Introdução

Este artigo pretende discutir o álbum *Nevermind*, buscando compreender os processos técnicos presentes na sua confecção. Naquele momento a cultura popular passa por mediações dos mais variados suportes tecnológicos, sendo os dispositivos de produção e armazenamento essenciais para a distribuição e consumo da música. A fim de chegarmos à discussão principal, abordaremos conceitos de Música Popular Massiva,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 6 – Interfaces Comunicacionais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Estudante do 4º semestre do curso de bacharelado em Comunicação Social – Rádio e TV (UNEB), email: [daise\\_santos123@hotmail.com](mailto:daise_santos123@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do curso de bacharelado em Comunicação Social – Rádio e TV (UNEB), e-mail: [j.lucas.ss2011@hotmail.com](mailto:j.lucas.ss2011@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 4º semestre do curso de bacharelado em Comunicação Social – Rádio e TV (UNEB), e-mail: [daejuliana@hotmail.com](mailto:daejuliana@hotmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 4º semestre do curso de bacharelado em Comunicação Social – Rádio e TV (UNEB), e-mail: [heroinaindelicada@hotmail.com](mailto:heroinaindelicada@hotmail.com)

<sup>6</sup> Líder o trabalho. Estudante do 4º semestre do curso de bacharelado em Comunicação Social – Rádio e TV (UNEB), e-mail: [roni.almeida1996@gmail.com](mailto:roni.almeida1996@gmail.com)

Cultura Pop, Rock, *underground e mainstream*<sup>7</sup>, entre outros temas relevantes para entender os aspectos que constituem o álbum.

O Nirvana foi uma banda norte-americana de rock em atividade de 1987 a 1994, formada pelo vocalista e guitarrista Kurt Cobain, pelo baixista Krist Novoselic e pelo baterista Dave Grohl. *Nevermind* foi seu segundo álbum, consagrado como um dos melhores de todos os tempos, responsável, inclusive, por promover o *grunge* ao *mainstream*.

## 2. Música Popular Massiva

Para uma análise detalhada e elucidativa do conceito de música popular massiva, é interessante atentarmos para a relação das palavras Música, Popular e Massivo. Primeiramente, popular é tudo aquilo que pertence ou é relativo ao povo; música em uma definição superficial, é uma expressão artística produzida para um público definido; massivo, por sua vez, nos remete à ideia de multidão, aglomerado e grande alcance.

Entendemos como música popular massiva, portanto, as expressões musicais que se apropriaram dos aparatos mediáticos contemporâneos e que, nas suas configurações, refletem as lógicas mercadológicas da indústria fonográfica. Música Popular Massiva é ainda a junção entre cultura popular, conjunto de elementos culturais comuns de uma sociedade, nação ou região, com os dispositivos tecnológicos envolvidos nos processos de produção, circulação, armazenamento, reconhecimento e consumo. Na definição de Sónia Pereira:

A música popular constitui, inegavelmente, uma forma cultural produzida e distribuída no interior de uma lógica comercial e, nessa condição, encontra-se também ela sujeita às regras e pressões do mercado, destinando-se ao consumo por um público vasto cada vez mais geograficamente disperso. (2011, p. 117-118).

Nesse momento, cabe fazer uma distinção entre música popular e música popular massiva. Inicialmente música popular foi associada ao folclore, à música do campo (BURNETT, 2008), sendo, em linhas gerais, posteriormente considerada toda

<sup>7</sup> *Mainstream* em tradução literal significa “corrente principal” ou “tendência principal” e *underground* “subterrâneo”. No mundo das artes indica algo que foge dos padrões comerciais.

música produzida de maneira independente e que não passa pela mediação dos suportes tecnológicos de produção e consumo. O termo também foi utilizado para se opor à ideia de música clássica / erudita, usualmente classificada como “arte”. Para o sociólogo Simon Frith, o *estágio folk*, no qual a música é armazenada através do corpo e executada mediante performances, constitui o estágio fundamental da música popular (FRITH, 1996 apud JANOTTI JR e CARDOSO FILHO, 2006, p. 13). Já música popular massiva, ou música pop, são aquelas que estão ligadas ao desenvolvimento de aparelhos de reprodução e gravação musical (JANOTTI JR, 2005b, p. 2) e que são produzidas como mercadorias para o consumo de uma grande quantidade de pessoas. É chamada por Frith de *estágio pop* no qual a música é produzida mediante um diálogo com a indústria fonográfica (FRITH, 1996 apud JANOTTI JR e CARDOSO FILHO, 2006, p. 13).

## 2.1 Mediação tecnológica

A música popular massiva abarca diversos gêneros, inclusive aqueles considerados “autênticos” e “independentes”, a exemplo do rock. Depende essencialmente da mediação a que é submetida para ser definida como tal e em suas próprias configurações reflete padrões impostos e consolidados pela indústria fonográfica. Para Janotti Junior:

[...] em termos mediáticos, pode-se relacionar a configuração da música popular massiva ao desenvolvimento dos aparelhos de reprodução e gravação musical, o que envolve as lógicas mercadológicas da indústria fonográfica, os suportes de circulação das canções e os diferentes modos de execução, audição e circulações audiovisuais relacionados a essa estrutura. (JANOTTI JR, 2005b, p. 2).

Fato é que até mesmo seus formatos de produção e reprodução estão inteiramente ligados à mediação dos aparatos tecnológicos. Antes, com as limitações que a tecnologia ainda não conseguia reparar, o LP (*Long Play*) de 48 RPM (rotação por minuto) possuía capacidade de armazenamento tão pequena, que permitia a inserção de músicas de no máximo três minutos, formato consolidado e utilizado até os dias de hoje. Mesmo com o CD (*Compact Disc*), que possui capacidade maior que seu antecessor, e com a febre do *pen drive* e outros dispositivos de armazenamento de dados modernos, encontrar arquivos de músicas com mais de três minutos é um tanto incomum.

## 2.2 *Mainstream e Underground: Conceitos*

Para melhor entendimento da música popular massiva e posteriormente compreender o momento de ruptura causado pela banda Nirvana com o álbum *Nerve Mind*, que discutiremos a seguir, é importante conceituar dois termos bastante utilizados para identificar estratégias de produção, circulação e consumo da música. As duas vertentes possuem características extremamente distintas, entretanto, são de grande valia quando aplicadas ao contexto de Música Popular Massiva.

*Mainstream* é um conceito que expressa uma tendência ou moda principal e dominante. A tradução literal de *mainstream* é “corrente principal” ou “fluxo principal”. O *mainstream* designa um grupo, estilo ou movimento com características dominantes. Esse conceito está relacionado com o mundo das artes, principalmente com a música e com a literatura. Essa tendência agrada a maioria da população e apresenta um conteúdo que é usual, familiar e disponível à maioria e que é comercializado e mediado por aparatos tecnológicos, com algum ou muito sucesso.

Em contrapartida, o *underground* implica em algo que não é disponibilizado para um grande número de pessoas e não tem grande reconhecimento geral. O produto *underground* é considerado como aquele que agrega valor, uma obra autêntica longe do senso comum.

O rótulo de música *underground*, tida como “autêntica”, em muitos casos não passa de estratégias de produção e circulação para um público segmentado, enquanto o *mainstream* tem uma configuração voltada para a massa. Assim, os dispositivos tecnológicos são decisivos para a estrutura da música chamada de popular massiva (JANOTTI JR; CARDOSO FILHO, 2006).

O fator que permite uma diferenciação mais clara de ambos é o grau de distanciamento entre condições de produção e reconhecimento identificados no produto, pois uma boa parcela do que é chamado independente ou *underground* no terreno musical está diretamente relacionado a uma aproximação entre suas condições de produção e reconhecimento, ao passo que o *mainstream* se caracteriza por possuir uma exacerbada distância entre essas condições. Não obstante, tanto o *underground* quanto o *mainstream* são estratégias de posicionamento frente ao mercado fonográfico e ao público (JANOTTI JR; CARDOSO FILHO, 2006).

### **2.3 Gênero Musical**

Apesar de uma tentativa da cultura pop de homogeneização da cultura de massa, a música enquanto gênero mediático e, portanto massivo, possui em suas configurações rotulações que evidenciam aspectos materiais e estéticos que apontam para a segmentação do consumo de música. A essa indexação da música popular massiva denominamos gênero musical e o seu papel é tanto de produzir significação como o de demarcar o alcance comercial do produto e os seus potenciais consumidores: “[...] grande parte da apropriação da música popular massiva é efetuada a partir de sua ‘classificação genérica’.” (JANOTTI JR, 2004, p. 31). A noção de gênero musical é relevante não apenas no campo da produção, processo de materialização da música, mas também no processo de circulação da música, já que permite ao consumidor organizar e valorar essas produções culturais. Isso é facilmente percebido nas lojas comerciais, na Internet, no rádio, na TV, entre outros. Cada gênero musical possui a sua ideologia, a sua forma textual e sonoridade próprias, no entanto, vale ressaltar que gênero não é algo estático, está sempre se apropriando de modificações feitas pelos seus atores e incorporando-as. É importante ressaltar também que o gênero musical influencia a canção desde a escolha dos timbres, uso de equipamentos e voz. Dentro da construção de canção mediática, a projeção da voz torna-se uma importante porta de entrada. Diferindo-se em cada gênero musical, essa característica concerne à canção peculiaridades estéticas facilmente identificadas pelos ouvintes.

Trazer a definição de gênero musical e a sua relação na construção de sentido e partilha da canção mediática é um ponto importante para entender como o rock está localizado na música popular massiva e a forma como essa rotulação é importante, do ponto de vista mercadológico, para a hegemonia da indústria fonográfica e suas estratégias de consumo.

### **3. Rock e Música Popular Massiva**

Cada tribo, cada sociedade, possui sua identidade cultural particular, em parte semelhante à identidade cultural de outras tribos, mas, de um modo amplo, bastante singular, identidade essa que é construída gradativamente ao decorrer do tempo.

Nesse sentido, cada integrante da tribo possui a necessidade de convencer-se e convencer ao outro que possui uma identidade particular e, nesse processo, a música como fenômeno social é um dos meios buscados e alcançados pelo sujeito para a construção de sua individualidade.

O rock, que surgiu nos Estados Unidos na década de 1950, mostrou-se ousado, trazendo o acompanhamento da guitarra elétrica, bateria, baixo e ritmo acelerado. Dado isso, rapidamente ganha força e massificação, devido, principalmente, à premência dos jovens de assumirem uma identidade rebelde e revolucionária. Os ídolos e bandas surgem, a partir de então, como modelos de uma identidade buscada por esse público.

Elvis Presley, surgido na década de 1950, The Beatles, Bob Dylan, The Rolling Stones na década de 1960; Led Zeppelin, Black Sabbath e Deep Purple na década de 1970; Talking Heads, The Clash, The Smith, The Police, Nirvana na década de 1980, entre outros, conquistam mais que meros ouvintes, fãs ou consumidores, mas adeptos de um novo estilo e identidade, objetivados a seguirem os padrões culturais dos integrantes das bandas. Criam-se assim também imitadores desses padrões, público que deseja vestir-se, vivenciar as mesmas experiências e consumir os mesmos produtos que seus ídolos.

Para Cardoso Filho (2010), o mercado fonográfico capitalista tem discernimento do elo entre o mercado consumidor e o produto a ser consumido. Nesse sentido, há uma exploração a fim de transformar também os integrantes das bandas de rock em mercadorias. “A exposição da imagem das bandas, bem como da vida pessoal dos seus integrantes, também está consolidada como uma mercadoria capaz de gerar lucros, entrando na lógica da espetacularização.” (2010, p. 135).

Dentro dessa perspectiva foi criada a MTV (*Music Television*), um espaço para divulgação ininterrupta do rock como mercado:

Não se tratava apenas de ouvir Rock, mas de consumi-lo (álbuns e a variedade de produtos que circulavam em torno de uma banda, como camisetas e adesivos), falar sobre ele (crítica especializada, fanzines, revistas), ver o Rock (videoclipes, shows ao vivo e shows transmitidos pela televisão). (CARDOSO FILHO, 2010, p. 136).

O rock é um gênero musical que surge num momento em que as tecnologias de comunicação estavam ganhando força e consegue se apropriar – como nenhum outro gênero –, desses aparatos para constituição de sua musicalidade. Nesse sentido, o rock tem se mostrado um gênero musical dinâmico, ao passo que não é apenas um produto da

indústria do consumo, mas que consegue remodelar a sua estética, incorporando os dispositivos técnicos disponíveis. Essas transformações a que o rock está submetido estão intimamente ligadas ao contexto social da época, sensibilidade e o seu espaço.

### 3.1 *Nevermind*

Diante disso, com base nos conceitos levantados no presente artigo, faz-se necessária a análise do álbum no contexto da música popular massiva e, mais do que isso, entender como a banda se apropriou de todo aporte tecnológico envolvido no processo de produção, distribuição e consumo.

O cenário musical em que o Nirvana emergiu com o álbum *Nevermind*, na década de 1990, não era dos melhores para o rock, alguns até consideram que a chegada da banda foi uma espécie de “salvação” para esse gênero musical. O Nirvana pertencia a uma corrente do rock chamada de *grunge*, movimento originário do estado de Washington, mais precisamente dos arredores de Seattle.

Combinação de *punk* e *heavy metal*, essa versão alternativa do rock é marcada pela simplicidade nas composições e também pela agressividade. Uma ruptura expressiva causada pelo Nirvana foi a inserção do *grunge* no *mainstream*. Antes de *Nevermind*, o primeiro álbum do Nirvana foi gravado na lógica de consumo voltada para o público *underground*, tido como “autêntico” por conter padrões que fugiam totalmente daqueles defendidos pela grande indústria fonográfica. *Bleach* sequer foi gravado em CD, provavelmente por falta de recursos. O álbum teve exatos 606,17 dólares de custo final e vendeu cerca de 35 mil exemplares.

O visual despojado, a indiferença dos integrantes da banda frente aos grandes veículos de comunicação e a ideia de “ídolo pop” amplamente encorajada pela cultura pop, fez com que o Nirvana ganhasse notoriedade e respeito entre os fãs do *underground*. No entanto, apesar do destaque que a banda ganhou nessa vertente alternativa estava claro que não apenas Kurt Cobain, como também os outros integrantes, queriam expandir suas músicas para além de Seattle e quando a oportunidade de assinar com uma grande gravadora surgiu, o Nirvana não desperdiçou, assinando com a *David Geffen Company* (DGA) em 1991. Esse fato marcou sua entrada no *mainstream* e com isso o *grunge* sofreu algumas modificações estéticas a fim de se enquadrar nos padrões mercadológicos da indústria fonográfica. Essa passagem de uma



“corrente alternativa” para a “corrente principal” da banda Nirvana constitui inegavelmente um exemplo caro para entender como o mercado musical se vale dos mecanismos tecnológicos para obter êxito na produção e comercialização da música.

É possível que a capa do álbum, que apresenta um bebê submerso, nadando em direção a uma nota de um dólar, dialogue com o processo de mercado consumidor em que não apenas o produto tende a ser consumido, mas também o que a ele está atrelado, relacionando-o a um potencial de mercadoria. Conota um senso de humor crítico de uma banda, que ao lançar o *Nevermind* se tornaria uma das principais bandas *underground* de todos os tempos.

O álbum *Nervermind* foi gravado rapidamente e lançado sem pretensão de fazer sucesso no *mainstream*. Ao todo são 13 canções que compõem o álbum, sendo que *Endless, Nameless*, por erro, não foi adicionada na primeira tiragem. *Nevermind* não tinha a pretensão de se tornar uma obra de arte vanguardista e restrita, mas os empresários mais otimistas sonhavam com cerca de 100 mil cópias vendidas. Essa característica é perceptível na estrutura do álbum, que claramente não segue uma linha conceitual, pelo contrário, abriga canções de diversas naturezas. O álbum demonstra ainda distorção e melodias fora do padrão radiofônico da época. O orçamento inicial do *Nevermind* foi de 65 mil dólares e alcançou a marca de 30 milhões de discos vendidos em todo o mundo. *Smells Like Teen Spirit* é a primeira faixa, seguida por *In Bloom, Come As You Are, Breed, Lithium, Polly, Territorial Pissings, Drain You, Lounge Act, Stay Away, On A Plain*, encerrando com *Something In The Way*. Um dos fatores decisivos para um bom acolhimento do *Nervermind* entre o público foi a simplicidade das canções e o apelo melódico. Outro aspecto positivo para a boa recepção do álbum foi a mistura do punk com o pop. (CARDOSO FILHO, 2010).

*Smells Like Teen Spirit*, que se tornou um dos *hits* do álbum, apresenta o formato de canção típico da música pop, com estrofe-ponte-refrão. Possui cerca de 5 minutos. A voz de Cobain expressa a capacidade física de produzir sons vigorosos (CARDOSO FILHO, 2010) e esses sons levam o ouvinte a querer movimentar o corpo de acordo com a sonoridade. A bateria e a guitarra soam agressivas em meio aos gritos do vocalista, característica que explicita rebeldia jovem e o modo como os ouvintes apreendem o espaço em que convivem.

*Nevermind* lançou o Nirvana ao mundo. O novo cenário emergido por meio do álbum não impactou tão somente a música, como afirma Rafael Alimandro Aquino, mas



até mesmo na moda o impacto se fez presente. “No início da década de 90, os sapatos pesados, as camisas xadrez de flanela e os gorros – vestuário apropriado para o clima frio e chuvoso do noroeste americanos – foram adotados como uniforme para milhares de jovens ao redor do mundo.” (AQUINO, 2008, p. 9).

É importante salientar que uma análise atenta às mediações tecnológicas que o Nirvana sofreu é um ponto importante para explicitar o estrondoso sucesso que *Nevermind* obteve, desde a produção numa gravadora consagrada na indústria fonográfica, os processos de distribuição, bastante evidenciados na divulgação feita pela MTV, revistas especializadas e programas de rádios, ao armazenamento, já que na época em que o álbum foi lançado, o CD (*Compact Disc*) se consagrava como novo suporte de gravação musical.

No geral, as músicas presentes em *Nevermind* falam sobre angústias, incertezas e rebeldia jovem. Uma característica significativa para compreender as canções é a relação de performance e gênero musical. Nesse sentido, o Nirvana manifesta-se como um detentor de grande influência para o público. As performances dos componentes nos shows não podem ser vistas meramente como mais um elemento atrativo, mas como uma expressão consubstanciada da música popular massiva presente na cultura contemporânea. A estrutura musical e a sonoridade são apreendidas pelo ouvinte que posteriormente é conduzido a tomar para si um determinado estilo ou comportamento, dançar euforicamente, contemplar a intensidade dos movimentos, utilizar o próprio corpo como instrumento de interação com a canção, tornando-o, assim, uma extensão e produtor de sentido, levando em consideração a faixa etária do público e a etnia, fatores que são incorporados como importantes expressões musicais, um reflexo e/ou herança proporcionada pelo *Nevermind* (CARDOSO FILHO, 2010).

O Nirvana utilizava mudanças dinâmicas que passavam de calmas para barulhentas. Uma característica peculiar dos shows da banda era que, quase sempre ao término de suas apresentações, Kurt Cobain destruía os instrumentos utilizados durante a apresentação, perfurava os alto-falantes e se jogava em cima da bateria. Diante disso, o público reagia euforicamente, com gritos e ovações.

O líder e vocalista do grupo foi encontrado sem vida em sua casa em Seattle, Washington, Estados Unidos em 5 de abril de 1994. Ao lado do seu corpo havia uma nota de suicídio. Sua morte sempre esteve envolta de incógnitas e ainda hoje não se tem comprovação que Kurt tenha cometido suicídio. Em razão da sua morte, a banda chegou

ao fim, deixando um legado que inspira outras bandas do mesmo segmento e é admirada por fãs de todo o mundo.

#### 4. Considerações Finais

Tendo em vista os conceitos abordados, de extrema importância para o contexto da música contemporânea, é possível repensar a concepção que se tinha até então de Música Popular Massiva. Esse estudo, baseado em pesquisas bibliográficas, engloba os aspectos que constituem e dão sentido para a música popular massiva, bem como as trajetórias e caminhos da música na cultura midiática, guiando para uma nova perspectiva voltada para o consumo de massa, o *mainstream*, ao passo que também contempla o *underground*.

Em suma, faz-se necessário compreender como *Nevermind* se valeu dos aparatos midiáticos de produção e armazenamento de música para a sua consolidação no mercado pop, no momento em que o rock estava em crise. Além disso, compreender a contraposição entre o *mainstream* e o *underground*, já que uma das rupturas mais significativas promovida pelo *Nervermind* foi a inserção do *grunge*, versão alternativa, para a linha comercial principal.

#### Referências

AQUINO, Rafael Alimandro de. **Nevermind**: um momento de ruptura cultural. Brasília, 2008. Disponível em: [repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1369/2/20490312.pdf](http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1369/2/20490312.pdf) acesso em: 07/10/2015

BURNETT, Henry. Cultura popular, música popular, música de entretenimento: o que é isso, a MPB? **Artefilosofia**, Ouro Preto, n.4, p. 105-123, Janeiro 2008.

CARDOSO FILHO, Jorge Luiz Cunha. **Práticas de escuta do Rock**: experiência estética, mediações e materialidades da comunicação. Belo Horizonte: UFMG/FAFICH, 2010.

CARDOSO FILHO, Jorge Luiz Cunha. As mediações da música popular massiva. **Mediações e experiências**: perspectiva de investigação sobre as dinâmicas expressivas do rock. p. 3-7.

---

CARDOSO FILHO, Jorge; JANOTTI JÚNIOR, Jeder. A Música Popular Massiva. O *mainstream* e o *underground*, trajetórias e caminhos da música na cultura midiática. In JANOTTI JÚNIOR, Jeder; FREIRE, João. **Comunicação e Música Popular Massiva**. Salvador: EDUFBA, 2006.

CLASSIC Albums: Nirvana – Nevermind. Direção: Bob Smeaton. Isis Productions, 2004. (74 min), DVD, son., color.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder. **Gêneros musicais, performance, afeto e ritmo**: uma proposta de análise midiática da música popular massiva. Salvador: Ed. Contemporânea, 2004.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder. Música Popular ou Música Pop? Trajetórias e Caminhos da Música na Cultura Mediática. In: Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, 2005, Salvador. **Anais V Enlepice**, 2005a. v.1.

JANOTTI JUNIOR, Jeder Silveira. **Por uma abordagem Mediática da Canção Popular Massiva**. Salvador: Ed. EDUFBA, 2005b.

MARTÍN BARBERO, Jesús. Do folclore ao popular. In: MARTÍN BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997. 2ª parte: p. 142-166.

NIRVANA. **Nevermind**. Seattle: David Geffen Company, 1991. 1 CD.

PEREIRA, Sónia. **Estudos culturais de música popular**: uma breve genealogia. Lisboa. Ed. Exedra. (2011). p. 117-133. Disponível em: [http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/10343/1/10B-Pereira\\_Ensaio.pdf](http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/10343/1/10B-Pereira_Ensaio.pdf). Acesso em: 07/10/2015