

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE

THÁSSIA NAYARA DA SILVA BRANDÃO

REPRESENTAÇÃO E SIMBOLOGIA DOS ÍCONES JUNINOS DA CIDADE DE
CARUARU

CARUARU

2018

THÁSSIA NAYARA DA SILVA BRANDÃO

REPRESENTAÇÃO E SIMBOLOGIA DOS ÍCONES JUNINOS DA CIDADE DE
CARUARU

Relatório final apresentado a Universidade
Federal de Pernambuco como parte das
exigências para a obtenção do título de bacharel
em design

Orientadora: Fabiana Moraes da Silva

CARUARU

2018

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone

B817r Brandão, Thássia Nayara da Silva.
Representação e simbologia dos ícones juninos da cidade de Caruaru. / Thássia
Nayara da Silva Brandão. – 2018.
58 f. il. : 30 cm.

Orientadora: Fabiana Morais da Silva.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de
Pernambuco, CAA, Design, 2018.
Inclui Referências.

1. Cultura. 2. Identidade cultural. 3. Festas juninas. 5. Simbolismo. I. Silva, Fabiana
Morais da (Orientadora). II. Título.

CDD 740 (23. ed.)

UFPE (CAA 2018-331)

THÁSSIA NAYARA DA SILVA BRANDÃO

REPRESENTAÇÃO E SIMBOLOGIA DOS ÍCONES JUNINOS DA CIDADE DE
CARUARU

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Design.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Profª. Fabiana Morais da Silva (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Profª. Maria de Fátima Waechter Finizola (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Profª. Amílcar Almeida Bezerra (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus e depois aos meus pais, irmã e amigos que me apoiaram nesta minha trajetória para concluir este trabalho, principalmente aos meus amigos da faculdade, o apoio destes foram de grande importância e fizeram com que tudo fluísse de forma mais leve.

Também agradeço imensamente a professora orientadora Fabiana Moraes, por sua paciência e por se mostrar sempre empenhada em ajudar na construção deste trabalho, suas palavras me deram bastante força para que eu não desistisse, meu muito obrigada, de coração.

RESUMO

O processo de significação e representação, se utilizando de aspectos culturais, é um trabalho que deve ser realizado com cuidado pelos designers, pois qualquer informação mal interpretada ou que não transmita uma mensagem de forma clara e objetiva pode acarretar em problemas de ordens diversas. Portanto, é preciso que seja feita, sempre, uma pesquisa sobre o público a ser estudado, a coleta de dados de suas memórias afetivas, culturais. Que se compreenda bem aquilo o que será representado para um público massivo e que reage a estas representações.

Como Caruaru é a cidade em foco deste trabalho da qual foram feitos os levantamentos de pesquisa, este estudo mostrou através de diversas entrevistas um pouco do processo representação e significação de elementos relacionados às festas juninas e como estes pontos são importantes na construção de identidade cultural. Mais: como os designers podem usufruir disto para agregar valor em suas criações, trazendo a oportunidade de manter forte, lembrada e valorizada a cultura desta região.

Palavras - chave: Cultura. Identidade cultural. Representação. Significação. São João.

ABSTRACT

The process of meaning and representation, if using cultural aspects, is a work that must be carried out with care by the designers, because any information misinterpreted or that does not transmit a message in a clear and objective way can lead to problems of diverse orders. Therefore, research must always be done on the audience to be studied, the collection of data from their affective and cultural memories. Let it be well understood what will be represented to a mass audience and that reacts to these representations.

As Caruaru is the focus city of this work from which the research surveys were done, this study showed through several interviews a little of the process representation and significance of elements related to the June festivities and how these points are important in the construction of cultural identity. More: how designers can enjoy this to add value in their creations, bringing the opportunity to keep strong, remembered and valued the culture of this region.

Keywords: Culture. Cultural identity. Representation. Meaning.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Entrada da feira de artesanato de Caruaru	15
Figura 2	Produtos artesanais de barro	15
Figura 3	Produtos artesanais de couro	16
Figura 4	Lata personalizada da marca de refrigerante Pepsi	17
Figura 5	Aparelho celular Iphone da Marca Apple	22
Figura 6	Emojis utilizados em redes sociais.....	23
Figura 7	Propaganda da marca de cerveja SCHIN.....	24
Figura 8	Divulgação da festa Cavalheira na Fogueira.....	25
Figura 9	Propaganda da clínica Sr. Pé.....	25
Figura 10	Foto da Rua São Roque.....	26
Figura 11	Rua 3 de Maio.....	27
Figura 12	Lata de bebida aguardente da marca Ypioca.....	28
Figura 13	Lata de bebida aguardente da marca Ypioca.....	28
Figura 14	Troféu Gonzagão 2014.....	29
Figura 15	Lata de bebida alcoólica personalizada da Marca Brahma.....	40
Figura 16	Lata personalizada da marca de refrigerante Guaraná Antarctica ..	40
Figura 17	Garrafa personalizada da marca de refrigerante Coca Cola.....	40

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Objetivo Geral	10
1.2	Objetivos Específicos	10
1.3	Justificativa	10
2	CULTURA: REGIONAL, IDENTIDADE CULTURAL, SIGNIFICAÇÃO E MERCADO	11
2.1	Cultura Regional, Identidade Cultural, conceito e transformação	12
2.2	O mercado, design e cultura regional	15
3	AS FUNÇÕES DOS ARTEFATOS	18
4	REPRESENTAÇÃO E SIGNIFICAÇÃO	23
5	O SÃO JOÃO DE CARUARU	26
6	CARUARU DO IMAGINÁRIO	28
7	METODOLOGIA	30
8	CONCLUSÃO	42
	REFERÊNCIAS	43
	ANEXO A - MAPA MENTAL	45
	ANEXO B - GRÁFICOS DO QUESTIONÁRIO 1	46
	ANEXO C – IMAGENS PARA REALIZAR PESQUISA ANALÍTICA ..	48

1 INTRODUÇÃO

Os símbolos fazem parte de toda cultura, e sua construção é uma das demandas da seara do design gráfico. Porém, nem sempre as representações estão postas de uma maneira compreensível, e a não identificação de sua leitura acarreta problemas para as empresas que pretendem comunicar sua mensagem ou divulgar alguma promoção. A informação que pretendia difundir um conteúdo não chega de forma eficiente e significativa ao seu destinatário.

É comum num projeto gráfico um designer se utilizar de elementos visuais que agreguem valores culturais como uma estratégia para aproximar e criar vínculos com usuários, na qual se pretende comunicar alguma informação ou promover alguma publicidade. Quando o designer gráfico se apropria de símbolos da cultura regional e faz uso destes em seus projetos, as chances de ter êxito se tornam maiores. Isso acontece porque, utilizando os ícones da cultura regional, o público-alvo terá uma ligação mais específica com determinada peça gráfica através da aproximação com suas próprias tradições (em que se pese o significado múltiplo desta palavra), que representam a própria identidade do usuário a ser sensibilizado.

A cultura regional busca enaltecer os valores socialmente construídos de localidades específicos, geralmente é demonstrada em manifestações culturais como festas, comidas, celebrações religiosas, entre outros. Dos ícones juninos mais representativos de Caruaru, objeto de estudo inicial deste trabalho, após análises realizadas através de questionários, verificou-se que aqueles ligados ao São João são os mais significativos, foram os mais recorrentes nas respostas apresentadas. Estas análises foram realizadas através de questionários para que o principal símbolo representativo da cidade fosse escolhido pelos participantes (caruaruenses ou pessoas que moram na cidade há muito tempo).

O design gráfico, assim como o design num todo, está buscando cada vez mais, dia após dia, satisfazer as necessidades dos usuários de uma sociedade para que os mesmos consigam obter satisfação com as mercadorias adquiridas, e assim se ganha a confiança e a credibilidade numa marca promovida. Estar em contato com a empresa cliente do designer, assim como com o público-alvo desse, buscando criar soluções o mais satisfatórias possíveis e interações que dialogam culturalmente, é estabelecer um grande processo de interação. E isso é importante durante todo o processo do design a ser realizado, conforme esclarece Maristela Ono:

(...) a interação entre design e cultura é essencial para que os objetos produzidos estejam em sintonia com as necessidades das pessoas que os utilizarão. Desta forma, tecnologia, design e cultura se entrecruzam na prática e na realidade social e não se pode deixar de considerá-los fenômenos

interdependentes que estão imbricados desde o início de sua existência (ONO, 2006, prefácio).

1.1 Objetivo Geral

Compreender e analisar a significação e representação dos ícones juninos representativos de Caruaru

1.2 Objetivos Específicos

Entender que ícones representam a Cultura regional de Caruaru.

Definir os ícones mais lembrados

Levantar os suportes onde se manifestam

Fazer análise de autores que falam sobre função simbólica

1.3 Justificativa

O investimento da cultura regional aplicado em peças gráficas é uma forma de valorizar a cultura da região. A cultura regional, entendida em um sentido amplo, abrange todos os níveis de manifestações de uma determinada região que caracterizem sua realidade sociocultural, características estas que são criadas a partir de experiências sociais, neste caso experiência do cotidiano, onde dia após dia se aprende algo com a sociedade, seus costumes, sua cultura, estabelecendo uma relação mais próxima aos cidadãos e potenciais consumidores desse contexto. A ligação do usuário para com uma marca, por exemplo, pode se tornar cada vez mais forte com o uso de ícones de uma cultura regional porque estabelece um vínculo de identidade e localidade direta com o público que fala.

Entender a importância da função simbólica do design gráfico para a valorização da cultura regional, ajuda-nos a compreender a importância da mediação do design gráfico com a cultura de uma sociedade, também contribui para o dinamismo das tradições de uma região, reinterpretando-a.

Acredita-se, nesse trabalho, na união fundamental entre design e cultura. Uma “sintonia essencial”, conforme sustenta Ono (2006). E, crenças nesse valor, mergulhamos no cenário do São João do Agreste de Pernambuco, da cidade de Caruaru, “princesinha do Agreste” e “capital do forró”, para melhor entendermos como se relacionam símbolos, cultura, regionalidade e design para a valorização, entendimento e uso do poder das nossas tradições.

2 CULTURA: REGIONAL, IDENTIDADE CULTURAL, SIGNIFICAÇÃO E MERCADO

Este trabalho se relaciona a questões culturais importantes, aborda uma manifestação popular massiva, o São João, festa muito representativa no Nordeste, uma expressão coletiva e acessível a todas as camadas sociais. Aqui, vamos focar em uma cidade pernambucana, Caruaru, na qual a festa é certamente uma das maiores do Brasil. Por fim, a pesquisa relaciona-se com cultura porque investiga sistemas simbólicos, representações visuais, que estão apresentadas no design gráfico de embalagens, panfletos, outdoors, e todo tipo de campanha ligada à promoção das festividades juninas. Estes signos estão relacionados com valores, conformações, comportamentos, gostos e padrões que foram compartilhadas por um povo de um determinado lugar (VALADARES, 2016, P. 23) e retratam o seu tempo.

Todas essas abordagens são absolutamente culturais e também dizem respeito ao universo do design, pois, entre as pessoas e suas culturas, estão os artefatos que refletem esta relação de significação. Por esses vínculos com as teorias da cultura, começaremos essa fundamentação teórica sobre o entendimento por esses conceitos, a fim de esclarecer ao leitor a importância destas representações culturais e suas significações como meio de enriquecimento cultural através de produtos ou mídias digitais, mantendo esta relação de cultura com o observador/ consumidor cada vez mais forte.

Um dos primeiros sentidos relacionados à palavra cultura está referente ao antigo vocábulo latino *colere*, e diz respeito à “ação, processo ou efeito de cultivar a terra; a lavoura, cultivo” (HOUAISS, 2002). Cultura significava o cuidado do homem com a natureza, com os deuses (culto), com a alma. Segundo Chauí, “cultura era o cultivo ou a educação do espírito das crianças para tornarem-se membros excelentes ou virtuosos da sociedade” (CHAUÍ, 1995, P. 372). Fazendo uma breve retrospectiva da evolução do conceito de cultura, temos, ainda no século XVIII, o termo germânico *kultur*, que significa “os aspectos espirituais de uma comunidade” e a palavra francesa *civilization* indicando as “realizações materiais de um povo”. Segundo Laraia (2007), só no século XIX, em 1871, diz que o antropólogo Tylor (1832-1917) sintetizou esses termos num único vocábulo, o inglês *culture*, dando pela primeira vez seu significado contemporâneo, tomado em seu amplo sentido etnográfico, que incluía “conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade (LARAIA, 2007, P. 25)”. Definiu então cultura como sendo todo o comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de uma transmissão genética (LARAIA, 2007, P. 28).

Ono (2006) argumenta que:

Desde que o ser humano começou a interferir no espaço natural, por meio da criação de seus primeiros artefatos, estes passaram a interagir e a participar na construção de si mesmo, tornando-se um referencial para a sua própria existência. Assim, a natureza, desenvolvimento e a cultura do ser humano configuram-se como processos inseparáveis. E é desta relação fundamental que emergem a construção de símbolos, a linguagem, a comunicação, as relações e as práticas dos indivíduos e sociedades. (ONO, 2006, P. 3).

A cultura neste trabalho é compreendida como meio de significação, de representação dos costumes, tradições, atitudes de uma determinada região, que por sua vez acaba influenciando o modo como as pessoas se comportam, pensam e agem, influenciam ao mesmo tempo que também é influenciável.

Toda cultura e suas tradições estão sempre em processo de desenvolvimento, de evolução, é uma construção simbólica em transformação dos modos de significação. A cultura, além de conter seus próprios significados, em seu processo de evolução, vai adquirindo e trazendo para si outros tipos de costumes pertencentes a outras regiões, estados, ou países, mas sempre carrega algo do que era outrora, mixando a tensão dialética de tradição e revolução, permanência versus transformação. Esse processo de apropriação de outros costumes é muitas vezes entendido por um termo conhecido como aculturação. Porém, “cada cultura consiste em uma experiência única. Deste modo, mesmo ao se tratar de uma cultura originada de outra, ela se afirma, cedo ou tarde, em sua plena originalidade” (ONO, 2006, P.18).

O designer, por sua vez, tem sua importância quanto a projeção de símbolos que passam significados de acordo com a cultura pertencente a determinada região, colaborando então para o processo de construção simbólica.

2.1 Cultura regional e identidade cultural: conceito e transformação

A cultura regional, segundo Jacks (1998), está condicionada a questão da localidade, “por regional, portanto, é entendida a cultura que se relaciona com o domínio da diferença, do que é específico de uma região” (JACKS, 1998, P. 15). Segundo Jacks, a cultura regional “abrange todos os níveis de manifestações de uma determinada região que caracterizem sua realidade sociocultural”. Ela está em processo de transformação, como tudo na cultura: “as culturas regionais como um todo no âmbito da cultura, possuem elementos de inovação e elementos tradicionais, o que constitui a dinâmica cultural, que é tão móvel e ambígua quanto a sociedade em que está inserida” (JACKS, 1998, P. 18).

Existe uma grande diversidade de culturas regionais, cada uma com suas diferenças, que acabam se tornando atrativas, despertando a curiosidade de indivíduos de diferentes regiões exatamente por suas singularidades e essas características particulares e que faz, por exemplo, as pessoas se locomoverem por todo mundo, seja no turismo em busca de conhecer novas e diferentes culturas.

A identidade cultural se relaciona às particularidades de uma cultura. As condições singulares que as diferenciam de outras são exatamente as que criam sua identidade. A identidade só pode ser reconhecida por uma relação de comparação, por exemplo, só sabemos que uma determinada comida de uma regionalidade é “pesada” por ser demais condimentada e gordurosa, se a podemos comparar com outra, mais a base da salada e de legumes cozidos com pouca gordura.

A identidade está em fluxo constante e sujeita a transformação, equivalente a um somatório de experiências, multiplicadas pelas inclinações e divididas pelas memórias (CARDOSO, 1964, P. 92). Ou seja, a construção da identidade cultural sempre deriva de outras culturas, o que acontece é que as culturas se moldam umas às outras para criar sua identidade. Podemos dizer que isto seria a prática de agregar valores, adquirir mais conhecimentos, por isso, a identidade cultural não será algo completo, pois estamos sempre sujeitos as novidades que estão constantemente surgindo. “Identidade não é um ponto fixo, mas ambivalente” (HALL, 2010, P. 344).

Um modo bastante simples de introduzir o entendimento do que seja identidade é ressaltando que esta é um “conjunto de características e circunstâncias que distinguem uma pessoa ou uma coisa e graças às quais é possível individualizá-la” (HOUAISS, 2002). Entrando, na esfera cultural, pode-se afirmar que as culturas estão relacionadas ao processo de formação das sociedades e ao desenvolvimento humano que caracteriza os indivíduos e os grupos, se expressando em linguagem, tecnologias, artefatos, valores, comportamentos, enfim, na sua identidade (ONO, 2006).

O conceito de identidade cultural sofreu algumas transformações com o tempo. Hall (2006) esclarece que essas mudanças estariam relacionadas a três tipos de sujeito, que foram modificados durante a modernidade: o do Iluminismo, o do sujeito sociológico e, por fim, o do sujeito pós-moderno. O conceito de identidade aqui tratado está relacionado à noção do sujeito sociológico, onde é formada a interação entre o eu e a sociedade, e sujeito pós-moderno, “conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente”. (HALL, 2006,

P.12). Ono (2006) argumenta que:

A identidade pode ser compreendida como “um princípio de coesão interiorizado por uma pessoa ou um grupo”, que lhes permite reconhecer os outros e ser por outros reconhecidos. E a identidade de um grupo consiste em um conjunto de características partilhadas pelos seus membros, que permitem um processo de identificação das pessoas no interior do grupo e de diferenciação em relação à outros grupos (ONO, 2006, P. 11).

Então, a identidade consiste no compartilhamento de culturas distintas com a finalidade de passar a conhecer melhor o outro, enriquecendo uns aos outros com seu repertório de vida cultural. Conhecer as diferenças é fundamental para o nosso próprio reconhecimento.

“Somos sempre construídos em parte pelos discursos e práticas que nos constituem, de modo que não podemos encontrar dentro de nós mesmos como indivíduos ou sujeitos ou identidades, o ponto a partir do qual a fala ou história ou prática se origina.” (HALL, 2010, P. 340). Ou seja, não temos como buscar dentro de nós a origem da nossa identidade, pois a mesma é construída aos poucos a partir de vivências, experiências, estudos, entre outros fatores que se fazem necessários para construção de sua própria identidade.

Sobre a flexibilidade e transformação das identidades culturais (Simões, 2006) afirma que “a identidade cultural passa a significar o processo de identificação de construção continuada, caracterizado a partir de formas motivadas por fontes variadas” (SIMÕES, 2006, P. 121), através de experiências diversas que as pessoas vão adquirindo em seu cotidiano social. “...à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar, ao menos temporariamente” (HALL, 2006, P. 13).

A identidade cultural está sendo sempre renovada, absorvendo transformações com o passar dos anos. Simões (2006), argumenta, com base em Hall (2003), que “as identidades são, na modernidade tardia, cada vez mais fragmentadas e fraturadas” (SIMÕES, 2006, P. 122). Isto devido a “crise de identidade” das pessoas, em relação a suas identidades culturais, que estão se tornando cada vez mais ampla, e fazendo com que o sujeito varie de identidade. “Para Hall, a globalização é um dos processos da modernidade tardia que mais tem exercido impacto sobre a identidade cultural. Tal fenômeno tem provocado o deslocamento-descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos” (SIMÕES, 2006, P. 208).

Os meios de comunicação são um dos fatores que influenciam essa “crise de identidade”, onde os consumidores são diariamente “bombardeados” por diferentes costumes e hábitos de diferentes países e regiões. Toda essa “tempestade” de informações que os consumidores recebem

sobre culturas diversificadas agregam valor a sua própria identidade cultural, mesmo após toda “tempestade recebida” sem perder sua originalidade.

“Tanto a televisão como a identidade cultural passam a ser entendidas como instâncias sociais que se relacionam em um jogo dinâmico, no qual se operam trocas simbólicas permanentemente mediadas por outras instituições” (SIMÕES, 2006. P. 118). A televisão por sua vez se torna um dos principais meios de comunicação, responsável por esta troca simbólica e de significados entre regiões distintas.

2.2 Mercado, design e cultura regional

O mercado de trabalho comumente busca investir na venda massificada de produtos que representam sua cultura regional, o que se torna bastante atrativo a consumidores que estão visitando alguma região de cultura diferente da sua. Em vários lugares existem, por exemplo, polos de vendas de artesanato, onde se localizam estes produtos representativos da cultura regional de determinado Estado.

Em Caruaru vemos esse investimento maciço na cultura popular e regional. Existem bairros, como o Alto do Moura, além de feiras de artesanato que vendem produtos geralmente feitos de barro e couro (figuras 1 e 2).



(Figura 1: Feira de artesanato de Caruaru)



(Figura 2: Produtos artesanais de barro.)



(Figura 3: Produtos artesanais de couro)

“O consumidor (turista) e o cidadão local, por olhares diferenciados, têm como elementos de interesse comum os bens simbólicos, que estão estreitamente relacionados a questões identitárias, de hibridismo e desterritorialização” (SIMÕES, 2006, P. 14). Por exemplo, o turista, em visita a uma cidade, compra algum produto artesanal, este produto fará com que se lembre do local onde ele esteve e de suas vivências neste lugar, a partir disto vemos que o valor simbólico já foi agregado neste produto.

O design tem como função básica tornar os produtos comunicáveis, em relação as funções simbólicas, de uso e técnicas do mesmo. Deste modo, a prática profissional dos designers é decisiva no desenvolvimento de suportes materiais, relações simbólicas e práticas dos indivíduos nas sociedades. (ONO, 2006, P. 46).

O designer deve reconhecer e se apropriar das singularidades e diferenças de uma cultura. Isso porque esses são valores que podem ser explorados em seus projetos gráficos, sejam de identidades visuais ou de qualquer peça gráfica produzida para publicidade. Assim, o mesmo estará dando ênfase e valorizando a cultura pertencente a determinada região.

É através da criação dos artefatos produzidos que vão nascendo as experiências de trocas com os objetos e suas culturas, e estas experiências vão sendo transmitidas de forma simbólica. Nesse caso, a identidade cultural está sendo aplicada e representada em produtos comercializáveis que exploram tradições culturais ligadas a peculiaridades. A partir desta representação simbólica de identidade cultural, dá-se início ao processo de significação e identificação que, por exemplo, no São João de Caruaru verificamos grandes marcas que se utilizam dos ícones representativos do imaginário coletivo que estão ligados a época festiva junina para aplicá-las em seus produtos.

A questão da diversidade cultural traz em sua essência outra questão a ela intimamente vinculada: a da

identidade cultural, cuja discussão é fundamental para a compreensão do papel do design, que atua na concepção de artefatos, participando da composição dos espaços e influenciando o modo de agir e pensar dos indivíduos na sociedade. (ONO, 2006, P. 10).



(Figura 4: Lata personalizada da marca de refrigerante pepsi)

Utilizar-se desse artifício (marcas culturais) faz com que as pessoas estabeleçam um vínculo de identificação com suas tradições, pois aquela representação faz parte da sua identidade cultural. O sistema simbólico relacionado com a questão da identidade, estabelece uma aproximação entre o produto e o usuário, criando um laço afetivo que possibilita a realização do consumo dessa mercadoria, isto requer que o designer tome bastante cuidado para realizar um projeto de modo coerente, conforme a cultura do local do qual será estudado e analisado pelo mesmo.

3 AS FUNÇÕES DOS ARTEFATOS

Em design os produtos, suportes gráficos, entre outros meios de comunicação visual e material, possuem em si funções que atendem a necessidades dos usuários, elas se dividem em função prática, estética e simbólica. Um produto, por exemplo, pode carregar consigo mais de uma função, essas três divisões “...se tornam perceptíveis no processo de uso” (LOBACH, 2001, P. 54) que o consumidor/observador faz com o produto adquirido ou peça gráfica que o mesmo esteja observando, analisando sem necessariamente ser algo palpável. Todo projeto é pensado, formulado com o objetivo de satisfazer os usuários, de início há uma função estabelecida para cada produto criado que será identificado de imediato, mas de acordo com Cardoso 1964, não precisamente tal produto deverá exercer determinada função da qual foi designada.

No livro do autor Cardoso, *Design para um mundo complexo*, traz como exemplo o relógio da marca Rolex, “Ter um Rolex é sinal de prestígio, de status, de luxo, de poder: enfim, de pertencimento a uma elite. Sua função não se limita a cronometrar a passagem do tempo com conforto a durabilidade. Sua verdadeira função é psicológica, de afirmação da prosperidade e do gosto de quem usa” (CARDOSO, 1964, P. 103).

Ou seja, vemos presente nesta citação a existência das funções prática e simbólica, prática no sentido de cronometrar o tempo e simbólica em relação ao status, prestígio e luxo que o relógio pode oferecer ao seu consumidor, então, os produtos podem comportar em si mais de um tipo de função.

Para entender um pouco mais sobre essas funções, Lobach (2001) traz de forma sintetizada o que cada uma significa.

“A **função prática** é entendida como aquelas ligadas aos aspectos fisiológicos do uso”. (LOBACH, 2001, P. 58). O mesmo dá o exemplo então da função prática de uma cadeira:

- A superfície do assento suporta o peso do corpo do usuário. O efeito de pés frios, ocasionado pela pressão sob as coxas, com conseqüente deficiência de circulação nas pernas, é evitado por meio de um pronunciado arredondado na borda frontal do assento.
- O encosto serve de apoio à coluna vertebral e relaxa os músculos das costas.
- O assento e o encosto em conjunto permitem, por meio do relaxamento dos músculos das pernas e das costas, uma queda de pressão arterial, economizando energia.
- A largura e profundidade do assento permitem liberdade de movimentos e mudanças de posição, dois fatores que evitam o cansaço do traseiro.
- Os apoios para braços suportam os braços dos usuários e possibilitam uma posição de sentar ereta.

- O estofamento do assento e encosto possibilita ventilação das superfícies apoiadas do corpo evitando-se o acúmulo do suor”. (LOBACH, 2001, P. 58).

A função prática busca, como o próprio nome diz, praticidade, juntamente a este adjetivo vem o conforto ao usar o produto, o que resulta na satisfação do consumidor. O objeto não é percebido apenas por meio desta função, é também percebido sensorialmente, através da visão, tato e audição, que atingem o psicológico do observador/consumidor.

Na **função estética** é dado ao objeto uma atenção maior a aparência, “A função estética dos produtos é um aspecto psicológico da percepção sensorial durante o seu uso” (LOBACH, 2001, P. 59-60) o primeiro contato que o consumidor terá com o produto, o contato visual, que é quando acontece a identificação a atração do mesmo para com o objeto.

Lobach diz que os usos sensoriais de produtos industriais dependem de dois fatores essenciais:

- “Das experiências anteriores com as características estéticas (forma, cor, superfície, som etc.) e por isto,
- Da percepção consistente dessas características” (LOBACH, 2001, P. 62).

A função estética é percebida de imediato pelo consumidor, por muitas vezes os produtos são adquiridos por conta de sua estética, deixando de lado a função prática do objeto, se tornando então na maioria dos casos “o fator que deflagra a compra” Lobach 2001.

Em relação a **função simbólica**, Lobach afirma que é “Estabelecer ligações com suas experiências e sensações anteriores” e que “a função simbólica dos produtos é determinada por todos os aspectos espirituais, psíquicos e sociais do uso” (LOBACH, 2001, P.64), tem como objetivo atingir o emocional do consumidor, e fazer ligações com suas experiências vividas.

Ao analisarmos estas afirmações sobre a função simbólica, vemos então que a mesma trabalha em conjunto com a função estética, onde o autor diz que “A função simbólica deriva dos aspectos estéticos do produto” e que a função simbólica “só será efetivada se for baseada na aparência percebida sensorialmente e na capacidade mental da associação de ideias” (LOBACH 2001).

A estética relacionada com o simbólico é algo que pode variar quando aplicada a um produto, por exemplo, o que é atrativo e “bonito” aos olhos de uma pessoa pode não ser para outra, irá depender, como diz Ono, das “experiências estéticas distintas entre os diversos indivíduos e grupos sociais”. (ONO, 2006, P. 38). A aparência do objeto é importante, pois o primeiro contato que o consumidor tem para com o mesmo é o visual, logo após vem o contato tátil e a partir destas ações dar-se início as lembranças de experiências e vivências que o produto

pode passar para o consumidor, é uma transição da função estética para a função simbólica.

As aparências características dos objetos nos remetem a vivências, hábitos e até pessoas que associamos ao contexto em que estamos acostumados a deparar com eles. Mais uma vez, o mecanismo prioritário de identificação do sentido é a memória. Se determinado objeto me remete à minha vó vou atribuir a ele as qualidades que associo à minha infância. Trata-se de uma transferência psíquica de valor baseado no princípio da associação. (CARDOSO, 1946. P. 110).

As interpretações dos objetos são diferenciadas pois cada indivíduo possui um repertório de vida diferenciado, de acordo com sua cultura com o meio social onde vive, então o simbolismo para com cada indivíduo será diferente de acordo com esses pontos. Burdek (2006) afirma que

O termo símbolo teve ao longo de sua história muitas interpretações. De uma forma geral, significa um sinal que por meio de uma combinação (convenção) possui significado intercultural. Sua função como sinal ou figura simbólica o símbolo adquire na medida em que represente algo que não seja perceptível. Estes símbolos são encontrados na religião, na arte e na literatura, mas também nas ciências naturais, na lógica e na filosofia da língua e na variedade da vida diária: o significado dos símbolos se dá muitas vezes de forma associativa e eles não são determinados de forma clara: sua interpretação é dependente de cada contexto (BURDEK, 2006. Pag.323).

Ou seja, o significado e interpretação do objeto para com o consumidor irá depender do repertório de vida do mesmo. Cada pessoa participa de uma cultura diferente a depender de sua região, “As funções simbólicas variam, portanto, entre as culturas, quanto ao significado e associações atribuídas”. (ONO, 2006, P. 34) É um dos fatores que ocasiona as diferentes interpretações dos usuários com determinado objeto por exemplo.

Em *Design - história, teoria e prática do design de produtos* Burdek (2006) diz que "os significados simbólicos só podem ser interpretados a partir de seus contextos socioculturais" (BURDEK, 2006, P. 323) o mesmo diz também que "uma teoria do design fundamentada nas ciências humanas deve permitir uma variedade de interpretações de um mesmo objeto" (BURDEK, 2006, P. 325), produtos, símbolos, terão seus diferentes significados de acordo com as experiências socioculturais dos consumidores. A cultura é então um dos principais fatores que dão início ao processo de simbolização e significação para as pessoas, é quando as mesmas também iniciam sua formação de identidade cultural.

Maggi (2010), em *Função simbólica, subjetividade e linguagem*, relata a atividade psíquica do usuário.

A função simbólica é condição desta atividade psíquica e está associada à possibilidade do sujeito pensar,

criar, inventar, encontrar saídas para os conflitos e desafios que as situações de aprendizagem exigem. A arte, o gesto, a doença, o pranto ou o riso são expressões da função simbólica e representam a tentativa de a pessoa abarcar o mundo, dominá-lo, contatá-lo, representá-lo (MAGGI, 2010, P. 178).

Esta atividade psíquica abre um leque de possíveis significações em relação a produto-consumidor, irá depender do tipo de relação que o mesmo tenha para com determinado objeto, sempre terá um significado para o usuário, e lhe trará sensações já vividas, como por exemplo, uma colônia lavanda, pode trazer lembranças de sua infância, que te lembra momentos bons ou ruins, a função simbólica sempre se faz presente no quesito significação, representação, de algo ou alguém, é uma função reflexiva.

O livro *Design Emocional*, NORMAN (2008) fala sobre três níveis de design. São esses: design visceral (aparência), design comportamental (prazer e efetividade do uso), design reflexivo (autoimagem, satisfação pessoal, lembranças), a união desses níveis e seus significados entram em concordância ao significado de função simbólica, que, como dito anteriormente, busca atingir o emocional do consumidor, cada nível tem seus distintos significados. Mas, segundo Norman, é necessário que o produto atinja esses três níveis para que tenha êxito na ação de compra do consumidor. É preciso que esses três níveis sejam percebidos para que a representação e principalmente para que a significação aconteça.

O status social é também muito presente na função simbólica, pois está diretamente relacionado a posição do usuário (em termos de hierarquia) perante todos. O que acontece com muita frequência é, por exemplo, a compra de um determinado produto apenas porque ele sugere uma posição social maior - um exemplo seria o celular iphone7 (figura 5), aparelho que pertence a uma empresa renomada, midiática, que cobra preços mais caros e mantém uma enorme quantidade de fãs e consumidores (muitos de classe social alta).

Os objetos dizem muito sobre as pessoas. Estamos acostumados a, hoje em dia, sermos julgados pelo que vestimos, por um tipo de corte de cabelo, por algum aparelho eletrônico que estamos usando. Os objetos exercem esse “poder” sobre as pessoas, o que acontece muitas vezes é que, as pessoas obtém produtos de grande prestígio social, indivíduos de renda social média ou baixa, para sugerir que pertencem a outra classe social, mesmo que isto lhe prejudique um pouco na questão financeira.

Percebe-se, portanto, que o contexto social, cultural e econômico exerce uma grande influência sobre os valores, pensamentos e ações dos indivíduos, e extensivamente, sobre o julgamento e o uso dos objetos pelos mesmos, moldando os hábitos de consumo. É o que se verifica, por exemplo, na introdução de modismos, como no caso de design de roupas, em cuja difusão os meios de comunicação exercem uma

grande influência. (ONO, 2006, P. 38).



(Figura 5: Celular Iphone da marca Apple)

Todos os autores citados mostram a importância da função simbólica do design e dizem como se emprega ou está empregada em produtos, suportes gráficos e como fazer com que esta função seja aplicada. Lobach fala de três tipos de funções, Burdek enfatiza sobre função simbólica e Norman fala sobre três tipos de níveis, cada qual com sua forma de pensar e organizar seus entendimentos sobre esta função. Apesar da trajetória ser um pouco diferenciada com relação a linhagem de pensamento, o resultado é um só, fazer com que o emocional seja atingido, fazendo com que os valores culturais das pessoas sejam recordados e vivenciados.

Observando a importância destas funções e principalmente da função simbólica, é papel do designer no processo de criação de produtos, identidades visuais, entre outros suportes de comunicações visuais, pesquisar, investigar, analisar o comportamento dos consumidores, costumes, hábitos, obter resultados no geral dos usuários para que possa ser agregado valor ao objeto a ser realizado, valores estes que faça com que os consumidores se identifiquem, fazendo com que o objetivo seja alcançado, de satisfazer as necessidades e aspirações dos consumidores.

Neste trabalho, a função simbólica, que é objeto de estudo maior, está sendo entendida como uma das funções de grande importância, pois ela busca uma relação maior com o consumidor através do produto, não apenas física e estética, mas principalmente psíquica, que atinge o emocional, que signifique algo para as pessoas, de acordo com suas experiências vividas e sua identidade cultural.

entre ambos tem, como por exemplo, resultado a partir do reconhecimento de uma pessoa a algo que esteja sendo retratado no momento, sendo assim, este reconhecimento acontece a partir do momento em que o indivíduo já possui conhecimentos sobre sua cultura. Em cada região, um objeto terá uma nomenclatura diferente, podendo ser interpretado de diversas formas, isso irá depender dos costumes, hábitos, tradições, entre outros, de cada região.

As representações podem ser “modificadas” no sentido de agregar valor ao significado das mesmas, apropriações de uma acepção existente, exemplo, Caruaru é conhecida como a cidade que tem o maior e melhor São João do mundo, é representada desta forma para pessoas que desconhecem um pouco da cultura desta cidade do agreste, as músicas tocadas, o estilo musical em tempos anteriores, eram de início as chamadas “pé de serra”, hoje em dia fez-se a junção desse estilo musical com o chamado “forró estilizado”, sertanejo. Este seria então o valor agregado, as novidades que surgem no cotidiano.

O diferente é essencial e o que permite a existência do significado, construímos o mesmo do diálogo com o outro, este diálogo faz com que conhecimentos sejam adquiridos, e armazenados em seu repertório cultural. Há aqui as representações gráficas do São João de Caruaru através de suportes gráficos, são representações que utilizam, símbolos que fazem parte da cultura nordestina e da cultura junina que se faz tão forte na Cidade, principalmente nesta época festiva. Percebemos então o uso de elementos representativos, que mais adiante serão discutidos e analisados.



(Figura 7. Propaganda da marca de cerveja SCHIN. Data: 22/06/18, imagem registrada na cidade Caruaru)



(Figura 8 Divulgação da festa Cavalheira na Fogueira. Data: 26/05/2017)



(Figura 9. Propaganda da clínica Sr. Pé. Data: 16/06/18)

5 O SÃO JOÃO

Sendo o São João o foco principal deste trabalho, será descrita brevemente a história desta festa. Em tempos atrás, quando Caruaru ainda era considerada fazenda, esta festa anual junina era chamada de “Festa do comércio” antes também chamada de “Festa da Conceição”. O festejo então foi se tornando grandioso, aumentando o índice de visitantes, turistas, conseqüentemente o consumo também foi crescendo, se tornando alvo para grande consumo de artesanato e produtos que se utilizem de símbolos representativos deste festejo (fonte: Museu de Caruaru).

Foi dado início ao São João de Caruaru conhecido como “O maior e melhor São João do mundo” em 1972 na Rua São Roque, localizada no centro da cidade. A ideia veio do odontologista Agripino Pereira, que juntamente a sua família morava nesta mesma rua. Ele sua esposa Tereza organizavam a festa com a ajuda de muitas famílias, as mulheres eram responsáveis pela parte dos alimentos e os homens por montar as palhoças, os locais de atrações musicais, os mais jovens ficavam responsáveis por decorar todo o local, além disso o casal também organizavam as apresentações onde nomes importantes da música se fizeram presentes como, Luiz Gonzaga, Azulão, Trio Nordestino e Jackson do Pandeiro.



Figura 10: Fotografia da Rua São Roque déc. de 1970

Não apenas nesta rua, a Rua São Roque, mas o São João também foi comemorado em outras ruas, como a rua 3 de maio, Avenida Rui Barbosa. O casal então passou a responsabilidade de organizar o festejo para as irmãs Lira, que tiveram esta liderança até o ano de 1993, entre estas ruas havia sempre competições de qual delas faria a melhor festa de São João. Logo, o festejo ficou por responsabilidade da Prefeitura de Caruaru,. O São João passou pela Estação Ferroviária e o Pátio de eventos Luiz Gonzaga, o local de maior concentração de turistas e dos próprios moradores de cidade. Percebe-se, assim, que a festa torna-se mais midiática, mais espetacular, em

conformidade com demandas do capital.



Figura 11: Rua 3 de Maio sendo campeã pela 3° vez

Em alguns bairros da cidade, foram criadas as comidas típicas juninas gigantes fornecidas a mais de 25 anos, como o maior cuscuz, pé-de-moleque, bolo de milho, pamonha, bolo de macaxeira, entre outras. Há também as quadrilhas e palhoças, local onde famílias festejavam e ainda festejam de forma isolada apenas com os familiares. Há palhoças também que são organizadas pela própria prefeitura (com parcerias de empresas) para todo o público, com danças e músicas que fazem parte da cultura nordestina, como o forró. Variam, no ultimo, arranjos musicais entre baião, xaxado.

É perceptível que nesta época de festas juninas, a cidade se transforma em São João, casas e ruas são tomadas por decorações, é uma festa que começa a ser divulgada desde o mês anterior (neste caso o mês de Maio), para que as pessoas possam se preparar para as festas. As divulgações desta festividade vem por meio da mídia e também em produtos, como por exemplo em latas de cervejas e de refrigerantes para algumas marcas. Através dos questionários realizados para construção deste trabalho foi claro que muitos dos itens decorativos do São João tornaram-se símbolos representativos desta festa e são de fácil associação para os caruaruenses e pessoas que moram a muito tempo na cidade. Também foram mencionados lugares da mesma que não estão representados nestes produtos citados anteriormente, ou seja, ainda está preso ao imaginário.

6 CARUARU DO IMAGINÁRIO

No livro *Caruaru ontem e hoje: de fazenda a capital* (Marques 2012) mostra um pouco da evolução desta cidade e nesta há o registro em fotos de lugares, prédios que permanecem até hoje na cidade, porém acaba sendo um pouco esquecida pelos cidadãos da região, principalmente os mais jovens, pessoas de mais idade demonstram uma certa saudade da região como era a cidade tempos atrás. Estes lugares poderiam estar representados de forma gráfica em divulgações de produtos principalmente na época de festas juninas da cidade, assim como por exemplo, a cidade de Parintins faz no Festival Folclórico de Parintins no Amazonas desde 1965, onde em sua festividade a uma competição entre Boi-Bumbá na cor vermelha (o Garantido) e Boi-Bumbá na cor azul (o Caprichoso), como esta festa se tornou grande atingindo a mídia, muitas empresas passaram a patrocinar esta festividade dando uma visibilidade maior, algumas empresas que já patrocinaram esta festa foram a Coca Cola, Guaraná, Brahma, e usaram seus produtos, latas e garrafas, como suporte de divulgação tanto de suas marcas como principalmente da festa folclórica neste caso, representaram graficamente usando a imagem e cores de cada Boi-Bumbá, Garantido e Caprichoso, e tornaram isto único e bastante atrativo para sua região.



Figura 12: Lata de bebida alcoólica personalizada da Marca Brahma



Figura 13: Lata personalizada da marca de refrigerante Guaraná Antarctica



Figura 14: Garrafa personalizada da marca de refrigerante Coca cola

Tomando como exemplo esta festividade, uma forma de trazer um pouco dessa Caruaru de antigamente seria transformar fotos da cidade para uma imagem iconográfica, assim como foi feita a representação da feira de Caruaru no Troféu Gonzagão 2014, não despertaria apenas as lembranças da Caruaru de ontem com relação aos moradores mais velhos desta cidade, como também despertaria o interesse e curiosidade que os mais jovens têm em conhecer algo que nunca tinha percebido ou prestado atenção maior antes. Mas especificamente os jovens do fim dos anos 90 e começo dos anos 2000, com relação a análise feita de acordo com as respostas das pessoas que participaram dos questionários, referentes a idade dos mesmos.

É neste momento onde se faz muito importante o designer: é seu dever solucionar estes desafios de representar algo de forma imagética, iconográfica e que traga consigo lembranças que a certo tempo deixaram de ser recordadas.

A construção e transformação da memória é um processo contínuo, culminando com sua consagração como a história. Cabe aos designers valorizarem o passado do campo em que atuam, até como forma de garantir que gerações futuras possam fruir dos valores culturais que mais prezamos no presente. (CONSOLO, 2009, P. 87).

7 METODOLOGIA: SÍMBOLOS MAIS RECORRENTES (QUESTIONÁRIO 1 E 2)

Para fazer as análises das imagens registradas, foram realizados dois questionários nos anos de 2017 e 2018 no período de festividades juninas (mês de junho dos respectivos anos), buscando informações sobre símbolos que mais representam a cidade de Caruaru e do São João da mesma, também com o intuito de conhecer melhor os participantes e sua vivência com a festa de São João da cidade de Caruaru. O primeiro questionário foi realizado no ano de 2017 e neste tiveram perguntas referentes ao participante como idade, ocupação, sexo, até chegar as questões mais importantes como, “quais símbolos mais representam este festejo e como a pessoa costuma festejar o São João”. Também foram coletadas imagens de suportes gráficos, onde nestas estão inseridas representações gráficas de ícones representativos do São João da cidade em questão. Foram coletadas estas imagens para que pudéssemos realizar a análise de representatividade da cultura regional.

Como símbolo representativo do São João, a fogueira foi a opção mais escolhida pelos participantes. Como símbolo mais representativo da cidade, a “feira de Caruaru” foi a opção mais comentada. A maior parte dos participantes são da cidade de Caruaru ou residem na mesma, como comentado anteriormente. Com relação a faixa etária, a maioria é de jovens entre 20 e 27 anos, com maior participação do público feminino (em questionário 2017): 62,2% dos participantes são mulheres e 37,8% são homens, em questionário 2018, 64,3% mulheres e 35,7% homens. Abaixo estão as questões com as respectivas respostas.

Questionário realizado em 2017:

Pergunta 1

Você gosta de São João?

37 respostas

Sim (21)

Sim (2)

Não (2)

Adoro (2)

sim

SIM

Gosto

Sim, em parte. A festa de São João é uma das minhas épocas favoritas do ano. Mas também, não gosto do jeito como é comemorado hoje em dia, que mais parece um simples "show" comum, como no caso do São João de Caruaru.

Muito

Mais ou menos

gosto

AMO

Sim.

Nao

Pergunta 2

Como você festeja?

37 respostas

- Comendo (2)
- Indo ao pátio poucas vezes e fazendo fogueira em casa
- Pátio do Forró e confraternizações com amigos
- no sítio da minha família ou na serra negra (bezerros)
- INDO AO PÁTIO E NAS FESTAS EM CASA
- não festejo, fico em casa.
- Comendo comidas típicas kkkkk
- Em casa ou nas festas
- Na casa dos meus pais, comendo comidas de milho, reunindo os familiares.
- Com festas juninas "familiares" ou "eclesiais" (tipo quermesse).
- Dançando forró e indo para as festas de rua, como a que acontece durante o mês de Junho em Caruaru.
- Pátio de Evento

Como você festeja?

37 respostas

- Não festejo
- Casa, entre amigos
- Participando das Festas
- Festas, bebida, amigos etc
- Indo ao pátio do Forró e as festas da família
- Festas na rua, geralmente em caruaru ou em festas de família
- Saindo com os meus amigos para shows
- Dependendo dos festejos vou para algum show ou apenas fico em casa
- não festejo
- Na palhoça da minha família.
- Vou para Caruaru
- Quando não estou tocando, vou a algumas festas

Como você festeja?

37 respostas

- Não
- Com a família ao som de um bom trio pé-de-serra
- Indo à eventos juninos e reunindo a família nos dias de fogueira.
- Saindo com amigos e família.
- Como não gosto muito, fico em casa com a família
- Na casa de família e amigos
- Com a família, no interior.
- Comidas
- Em casa
- Indo a festas típicas
- Vou para o pátio em caruaru
- Não costumo ir às festividades. Prefiro o São João mais "Intimo", com fogueiras, comidas de milho etc.

Com a família	Com amigos	Em eventos juninos (pátio do forró festas)
(15)	(5)	(8)

Entre parêntese está a quantidade de vezes que foram repetidas as respostas dos participantes.

Pergunta 3

Qual o símbolo mais representativo desse festejo para você?

37 respostas

- Fogueira (7)
- Comida de milho (2)
- A fogueira. (2)
- Bandeirinhas
- Forró!!
- as comidas!
- AS COMIDAS TÍPICAS, O XADREZ E A FOGUEIRA
- comidas de milho
- Fogueira
- Comidas e músicas típicas
- A imagem de São João Batista.
- Sanfona

Qual o símbolo mais representativo desse festejo para você?

37 respostas

Baloes
 Música
 Quadrilha
 Quadrilha e Canjica
 Alegria
 Fogueiras
 Fogueira e balão
 sol e sanfona
 Sanfona, zabumba e triângulo
 O balão colorido.
 As comidas típicas da época.
 A fogueira

Todo o folclore que existe no São João. Os costumes preservados.

Bandeira

Balão junino

Forró

Forró

Morro Bom Jesus	Barro (Artesanato)	São João	Feira	Cacto	Sol
Xxxx	Xxxxxxxxx	Xxxxxxx	Xxxxxxx	Xxxxx	Xxxx
(4)	Xxxxxxxxx	Xxxxxxx	Xxxxxxxxx	(5)	(4)
	Xxxxxxxxx	Xxxxxxx	(16)		
	Xxxxxxxxx	Xxxxxxx			
	(32)	Xxxxxxxxx			
		(36)			

X: Quantidade de vezes que foi repetida.

Treze (13) pessoas responderam que a fogueira é o símbolo que mais representa o São João.

Neste questionário vemos que boa parte dos participantes tem grande afinidade com esta festa, já que faz parte de sua identidade cultural, seguindo também uma tradição de anos que é comemorar este festejo com suas famílias, até os dias de hoje este costume vem sendo preservado, mesmo participando da festa aberta ao público, ainda a pessoas que aproveitam das duas formas dividindo um pouco de seu tempo, parte festeja com a família e depois vai prestigiar os músicos no evento aberto.

Questionário realizado em 2018 (Realizado no dia 23/05/2018):

Pergunta1

Que símbolos mais representam Caruaru para você?

28 respostas

Capital do forró
Feira de Caruaru e os bonecos de barro.
A feira e o são João.
Artesanato, forró, são joao
Feira de Caruaru e São João
Artesanato, capital do forro, feira da sulanca....
Morro Bom Jesus e Feira de Caruaru.
Sanfona, barro, bandeirinhas de SJ
Morro Bom Jesus, Forró (sanfona), boneco de barro
A feira de artesanato de Caruaru
igreja da conceição, monte bom Jesus, Feira do parque 18 de maio
Sanfona, bonecos de Virgulino,

Balão junino, sanfona e bonecos de barro

Bonecos de barro, forró, feira da sulanca.

Forró, alto do Moura, feira de Caruaru

Barracas da feira, bonecos de barro, sanfona, fogueira.

Couro, sanfona, zabumba

O Artesanato de Barro

Sol

Barro/Feira da Sulanca/São João

A arte do barro, o forró pé de serra e a feira de artesanato

Elementos culturais relacionados ao forró, ao artesanato

Forró, barro

Boneco de barro, artesanatos

Boneco de barro, artesanatos

São João

Morro Bom Jesus, Alto do Moura e Feira de Artesanato

Festa de São João

A feira, o morro bom jesus e o são João

Pergunta 2

Dentre estes símbolos, qual melhor simboliza Caruaru e por quê?

28 respostas

São João , pq a cidade recebe turistas.

A feira. Porque nela estão contidos todos os elementos que caracterizam a cultura de Caruaru. De tudo tem.

A feira, pois Caruaru é lembrada por todo ano através dela.

Artesanato

Feira de Caruaru, símbolo cultural e econômico

Artesanato, pois acho lindo oq eles fazem !

A Feira de Caruaru... conhecida mundialmente.

Sanfona, porque é a capital do forró

O Monte Bom Jesus. Pois é um cartão postal da cidade, que é visível de todo o município e possui a igreja simbólica em seu topo. Vejo como um ponto central que une toda a cidade

A feira de artesanato de Caruaru porque é um evento que só Caruaru tem naquela magnitude.

igreja da conceição, pois é em torno dela que a cidade nasce, juntamente com a feira do parque 18 de maio, que em sua origem era ao redor da igreja. São elementos que configuram a origem da cidade, é de onde surgiu sua história.

Bonecos de Virgulino

Balão Junino, porque é o maior e melhor são João do mundo. Caruaru, a capital do forró.

Bonecos de barro, pela cultura agregada às cidade.

Forró (são joao), pois quando se fala em caruaru é a primeira coisa que se vem a mente.

Os bonecos de barro, pelo 'pioneirismo' de Vitalino. Embora ele não tenha sido o primeiro a produzi-los, foi o primeiro a ver nos bonecos uma forma de sustento e a construir narrativas para suas obras.

Trio do forro por ser a capital do forró

Pela a cultura envolvida desde dos tempos antigos que até hoje perdura

Sol

Barro, pois faz parte de sua história

A arte do barro. Pois é um patrimônio municipal e ainda foi reconhecido internacionalmente graças as obras primeiramente de Vitalino.

O do forró pelo reconhecimento nacional, uma figura seria um arcordeão

Forró

Boneco de barro

Forró,pois é conhecida como a Capital

Feira de Artesanato, pela representatividade nacional

Pateo de Eventos

A feira porque é reconhecida nacionalmente

Pergunta3

Como você se relaciona com estes símbolos? Sua vivência, o que estes símbolos remetem a você?

28 respostas

Alegria

Cultura, socialização, conhecimento.

Na feira encontro tudo que preciso e com um preço acessível.

Me relaciono normal. Vivência cultural

Compro brusinhas sempre que da kkkkk

Bom, o artesanato tem muitas variedades e servem para todos os tipos de ocasioes, capital do forro bom... ja nao vou muito para as festas, e a sulanca pode melhorar ne? Para podermos usufruir coisas de qualidade e preço justo!

Desde pequeno gostava de passear no Morro... e na Feira eu tiro meu sustento.

Amo forró e na festa anual sempre vou, porque lembro que meu pai ouvia canções de Luiz Gonzaga quando eu era criança e eu amava o som da sanfona

Me remete a uma bela paisagem e paz, pois essa é a sensação que sinto quando vejo a cidade de lá de cima. Também lembra religião, por conta da Igrejinha no topo.

Me sinto bem, inclusive gosto muito de ir a feira de artesanato de Caruaru.

leva a lembranças de criança, quando ia a feira com minha mãe(observação a feira ja era no parque 18 de maio), o marco zero da cidade, seu coração e junto a igreja, leva a reflexão que a cidade surgiu diante de um cenário rural, de fazenda, ligada a fé, o que me leva a uma grande identificação com essa origem.

Remete o agreste

A melhor época do ano

Me relaciono de forma cultural, gosto de sua representatividade.

Remetem a cultura da nossa cidade. Caruaru respira forró, o são João é a festa mais esperada por nós.

As barracas da feira são uma lembrança mais cotidiana, quando aos sábados eu costumava acompanhar minha mãe na feira. Os bonecos de barro também estão ligados à essa vivência na feira. Sanfona e fogueira são mais ligados ao período junino.

São João

Muito pouco

Calor, chão batido, terra vermelha, casa de taipa, gente trabalhadora

Tem total envolvimento com minha rotina e minhas vivências sociais

Sim, o barro sempre esteve presente no cotidiano, das panelinhas de barro quando criança aos artigos de decoração.

Eu me relaciono com admiração da cultura, não tenho contato com a produção

São João, principalmente

Me lembram diretamente da feira de artesanato e alto do moura

Infância

Não me relaciono, mas me traz a ideia de identidade do Agreste, do natural.

Minha Infância e Adolescencia

Minha família em sua maioria é feirante, a feira em geral remete variedade

Pergunta 4

Como caruaruense, você se sente representado por estes símbolos?

28 respostas

Sim (11)
Sim. (3)
Sim! (2)
Nao
Não muito!
Com Certeza.
Sim
sim, são símbolos muito fortes, imponentes da cidade.
Com toda a certeza
Sim!! É a expressão artística e cultural de nosso povo.
Sim, me sinto no São João o ano inteiro
Não sou Caruaruense...
Importante pois tem valor cultural e material para mostrar pro mundo todo.
Um pouco, pois apesar de admirar não integra uma parte ampla da minha identidade
Sentiria

Com base nos questionários realizados (principalmente o segundo questionário realizado no ano de 2018), e imagens coletadas, foi percebido que muitas das respostas relacionadas aos símbolos representativos estão interligadas a uma imagem que está na memória do observador (pois não está representada fisicamente e/ou visualmente), como o foco principal retrata sobre a simbologia dos ícones juninos, é notório que as empresas sempre utilizam os símbolos que mais representam o São João, como por exemplo, propagandas que utilizam bandeirinhas, fogueira, casal dançando, comidas típicas, entre outros, que são costumeiros neste tipo de divulgação nesta época do ano, seja em mídias digitais, embalagem, meios impressos.



(Figura 15 e 16: Lata de bebida aguardente da marca Ypioca).

Muito dos participantes responderam alguns locais de Caruaru como símbolo representativo, como o morro bom Jesus e a Feira de Caruaru. Ambos foram bastante citados, e após analisar as imagens coletadas, notamos que não há o uso iconográfico destes locais tão icônicos para os caruaruenses (apenas há uma representação da Feira de Caruaru de forma iconográfica no Troféu Gonzagão dado ao compositor Onildo Almeida pela música *A feira de Caruaru*. Na imagem a seguir, abaixo do símbolo da igreja está a representação da feira de caruaru, está sendo representada com o símbolo de três mesas.



Figura 17: Troféu Gonzagão

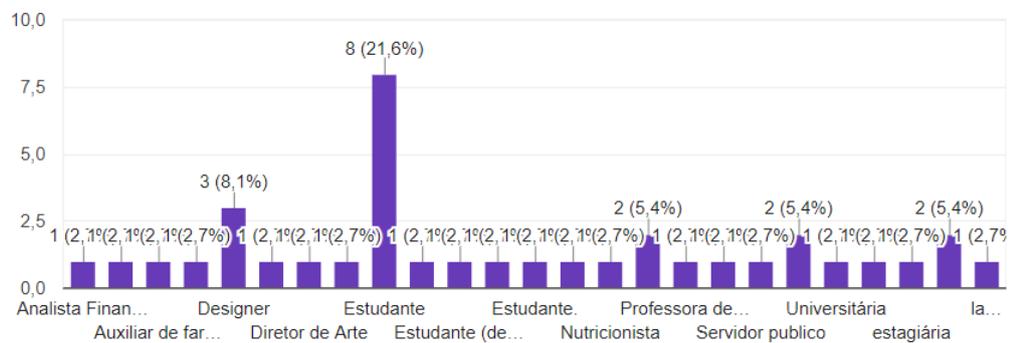
Este trabalho segue o **método quantitativo**, pois foram necessários a obtenção de respostas dos questionários aplicados para que a análise deste feedback fossem realizadas. Também foi utilizado o **método descritivo**. Fez-se necessários seguir métodos assim como em todo projeto acadêmico, fora utilizado o livro *Metodologia Científica* (LAKATOS 1991).

A pesquisa descritiva pode assumir diversas formas, entre as quais se destacam: a) Estudos descritivos: trata-se do estudo e da descrição das características. Comumente se incluem nesta modalidade os estudos que visam identificar as representações sociais e o perfil de indivíduos e grupos, como também os estudos que visam identificar estruturas, formas, funções e conteúdo. b) Pesquisa de opinião: procura saber atitudes, pontos de vista e preferências que as pessoas têm a respeito de algum assunto, com o objetivo de tomar decisões. (MANZATO, 2012. P. 4)

A maioria dos respondentes, jovens, são estudantes, como demonstra o gráfico abaixo.

Ocupação

37 respostas



A plataforma utilizada para a coleta de dados dos participantes foi uma ferramenta do Google (formulários google) que permite que você faça questionários que tenham como finalidade levantar dados a serem analisados, como fora realizado neste trabalho.

8 CONCLUSÃO

Com isto, a proposta deste trabalho tem como finalidade trazer um pouco da Caruaru de antigamente. Ao analisar as pesquisas, foi percebido que alguns símbolos representativos caíram em esquecimento com relação a questões de representação gráfica a serem divulgadas no período de festividade junina da cidade.

No decorrer deste trabalho a questão em principal foco fora relacionado a cultura e o São João, onde foi discutida sua importância para a formação de identidade cultural dos indivíduos de uma região, embora cada pessoa passe por todo o processo de construção de sua identidade cultural, irá prevalecer a qual o mesmo fora nascido e criado. Com relação ao São João conclui-se que a tradição ainda permanece, mas de forma ajustada aos dias de hoje, devido justamente a amplitude cultural, que foi agregada a este festejo da cidade, se tornando um pouco pluricultural.

Após toda pesquisa realizada, imagéticas e em questionários, se tornou perceptível que, o uso dos símbolos representativos das festividades juninas de Caruaru, se utilizam, de símbolos que são repetidamente utilizados, e são símbolos que a população se identificam, mas também foram analisados símbolos que os participantes responderam nos respectivos questionários que não estão presentes (A Feira de Caruaru e Morro do Bom Jesus), nos suportes, registrados em fotografia (em anexo) para realização de análise para construção deste trabalho.

Fazer com que sua cultura se mantenha sempre intacta sem sofrer grandes mudanças não é tarefa fácil, e perceber que lugares bastantes representativos da cidade de Caruaru não está presente em divulgação especificamente na época junina, faz com que percebamos o quanto nós designers gráficos somos importantes para desempenhar nossa função de representar algo do qual está sendo esquecido, então é nosso papel fazer com que as pessoas se lembrem do que foi deixado para trás e se surpreendam com as representações e fortificando a função simbólica através dos projetos realizados por estes profissionais, valorizando o profissional e mantendo firme a própria cultura regional.

REFERÊNCIAS

- BURDEK, Bernhard E. **História e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.
- CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.
- CHAUI, Marilena. **Convite à filosofia**. Ática, 1995.
- DE BARROS LARAIA, Roque. **Cultura: um conceito antropológico**. Zahar, 2007.
- HALL, Stuart **A identidade cultural na pós-modernidade** Stuart Hall; tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro-11. ed. -Rio de Janeiro: DP&A, 2006
- HALL, Stuart. A questão multicultural. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**, p. 51-100, 2003.
- HALL, Stuart, et al. **Sin Garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales**. © Instituto de Estudios Peruanos. Instituto de Estudios Sociales y Culturales, Pensar. Universidad Javeriana. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, 2010.
- HOUAISS, A. **Dicionário eletrônico da língua portuguesa**. 2007. 2002.
- JACKS, Nilda. **Mídia nativa: indústria cultural e cultura regional**. Editora da Universidade. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1998.
- LOBACH, Bernard. **Bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Editora Blucher, 2001.
- MAGGI, Noeli Reck. **Função simbólica, subjetividade e linguagem**. Nonada Letras em Revista, v. 2, n. 15, p. 173-182, 2011.
- MAKOWIECHY, Sandra. Representação: a palavra, a idéia, a coisa. **Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas**, v. 4, n. 57, p. 2-25, 2003.
- MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa. **Departamento de Ciência de Computação e Estatística–Universidade de Santa Catarina**, 2012.
- NORMAN, Donald A. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008
- SIMÕES, Maria de Lourdes Netto. **Identidade cultural e expressões regionais: estudo sobre**

literatura, cultura e turismos. Ilhéus: Editus, 2006.

ONO, Maristela Mitsuko. **Design e Cultura: Sintonia essencial.** Curitiba: Edição da Autora, 2006.

PINO, Angel LB. Processos de significação e constituição do sujeito. **Temas em psicologia**, v. 1, n. 1, p. 17-24, 1993.

VALADARES, Paula. Projeto de pesquisa **Tipografia do Agreste: the arid typeface from Pernambuco's contryside.** Centro Acadêmico do Agreste UFPE. Caruaru 2016.

<http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com_content&view=article&id=813&Itemid=1> Acesso em: 14/11/2018

<<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2010/05/axe-invade-sao-joao-de-caruaru28052010.html>> **(Gastronomia gigante)** Acesso em: 16/11/2018

<<http://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/sao-joao/2016/noticia/2016/05/das-ruas-ao-patio-do-forro-conheca-historia-do-sao-joao-de-caruaru-pe.html>> Acesso em: 14/11/2018

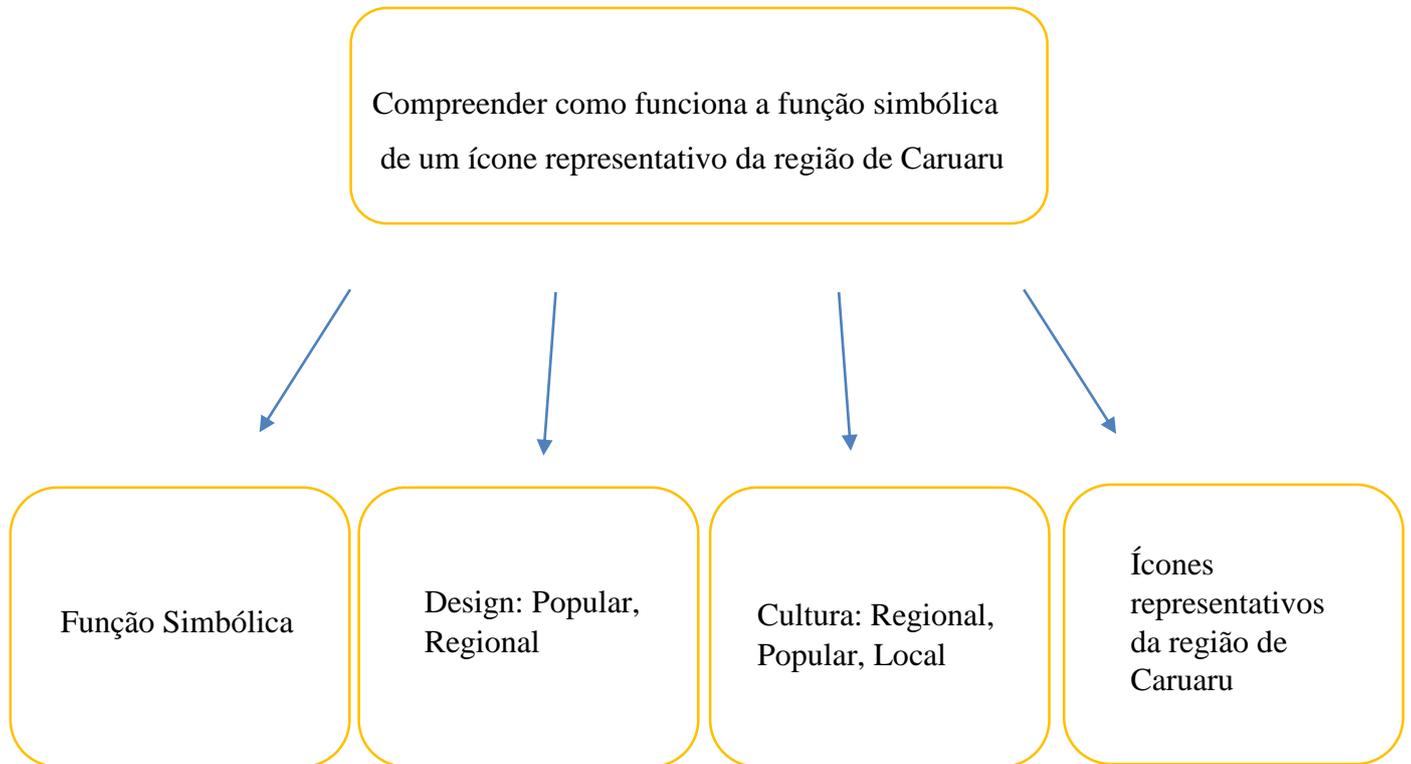
<<https://caruaru.pe.gov.br/sao-joao-na-roca-e-estacao-ferroviaria-dao-pontape-inicial-no-sao-joao-de-caruaru/>> Acesso em: 14/11/2018

<http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/vida-urbana/2018/05/10/interna_vidaurbana,751568/comidas-gigantes-dao-inicio-ao-sao-joao-de-caruaru.shtml> Acesso em: 16/11/2018

<<https://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/vem-cantar-forro/noticia/forro-e-caruaru-a-importancia-do-estilo-musical-para-identificar-a-terra-do-maior-e-melhor-sao-joao-do-mundo.ghtml>> Acesso em: 16/11/2018

<<http://www.adelmariocoelho.com.br/blog/curiosidades/conheca-5-estilos-musicais-nordeste-433.html>> Acesso em: 18/11/2018

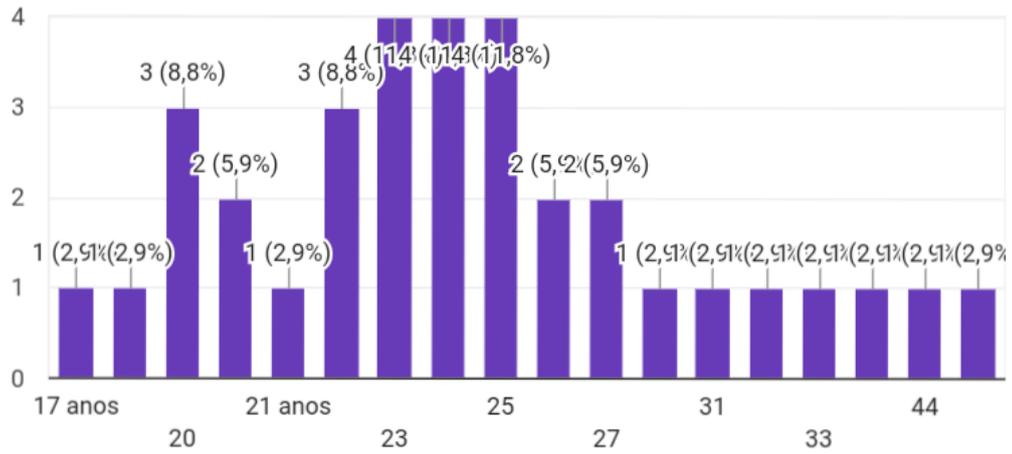
<<http://icalendario.br.com/festa-popular/festa-de-parintins>> Acesso em: 18/11/2018

ANEXO A - MAPA MENTAL

ANEXO B - GRÁFICOS DO QUESTIONÁRIO 1 (Realizado no dia 12/06/2017)

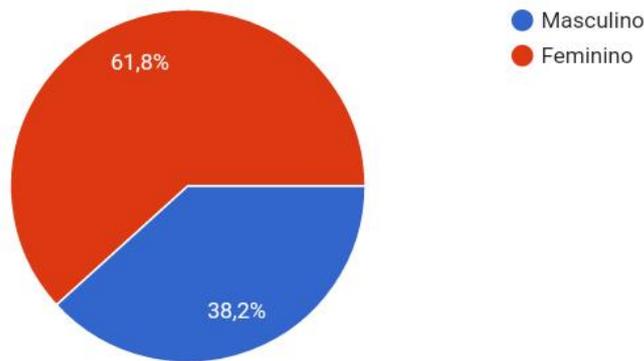
Idade

34 respostas



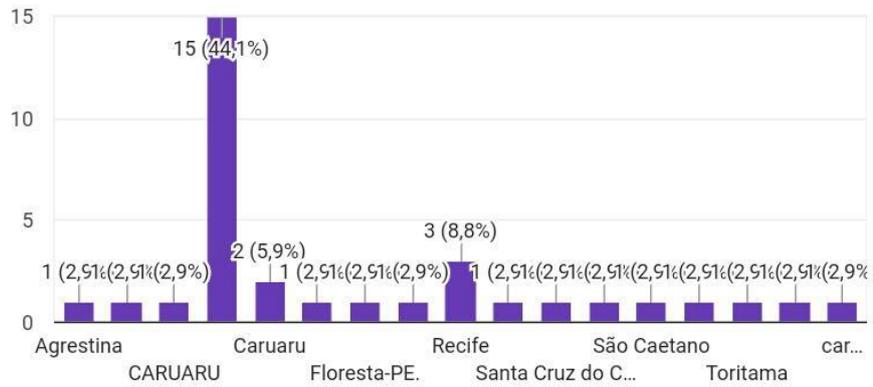
Sexo

34 respostas



Cidade onde mora

34 respostas



Observação: Os participantes em sua maioria moram na cidade de Caruaru- PE.

Imagens dos ícones representativos do São João de Caruaru aplicados em suportes gráficos, propagandas, e programações deste festejo junino.

ANEXO C – IMAGENS PARA REALIZAR PESQUISA ANALÍTICA



(Data: 01.06.2017)



(Data: 01.06.2017)



(Data: 01.06.2017)



(Data: 01.06.2017. Logo do São João de Caruaru 2017).

IMAGENS COLETADAS NO ANO DE 2018



(Data: 26/04/18)



(Data:26/04/18)



(Data:26/04/18)



(Data:26/04/18)



(Data:26/04/18)



(Data:26/04/18)



(Data:26/04/18)

IMAGENS REGISTRADAS NO MUSEU DE CARUARU (Antigo mercado de farinha) em 13/09/2017.

O ANTIGO SÃO JOÃO DE CARUARU

OS FESTEJOS JUNINOS EM CARUARU INICIAVAM ÀS CINCO HORAS DA MANHÃ, NO MORRO BOM JESUS, SOB A DIREÇÃO DO CAPITÃO ELIEL, CHEFE DO BATALHÃO DOS BACAMARTEIROS 333. APÓS DESCER O MORRO, ELES FAZIAM PERCURSOS PELAS RUAS DA CIDADE, VISITANDO CASAS E FESTEJANDO AS FOGUEIRAS. NAS SEDES DOS CLUBES, DANÇAVAM-SE QUADRILHAS, CIRANDAS, COCOS DE RODAS E FARRÓ.

ESTAS DIVERSÕES ERAM REALIZADAS NA SEDE DO CENTRAL; NA RUA DA MATRIZ; NO VERA CRUZ; NA RUA PRETA; NO CAROÁ; NA RUA DA AURORA; COLOMBO; NA RUA DO VASSOURAL; SANTA ROSA; NA RUA MANUEL CLAUDINO; NA RUA SÃO PAULO; CLUBE DOS 60; NA AV. JOÃO DE BARROS, NO PETRÓPOLIS, CUJOS PROPRIETÁRIOS ERAM ARISTIDES VERAS E DONA ANA, SUA ESPOSA; INTERMUNICIPAL, NO CENTRO, PALHOÇÃO DE ZÉ LÚCIA, ÀS MARGENS DO RIO IPOJUCA, E QUE FICAVA NAS IMEDIAÇÕES DA CASA DOS POBRES SÃO FRANCISCO DE ASSIS.

NAS RESIDÊNCIAS, AS FAMÍLIAS COSTUMAVAM FESTEJAR COM COMIDAS TÍPICAS COMO CANJICA, PAMONHA, MILHO COZIDO, MILHO ASSADO, PÉ-DE-MOLEQUE E BOLO DE MILHO. AS CRIANÇAS SE DIVERTIAM COM A QUEIMA DE FOGOS, DENTRE OS QUAIS ESTRELINHAS, DIABINHOS, PEIDO-DE-VÉIA, TRAQUE DE MASSA E CHUVINHA. OS ADULTOS FESTEJAVAM COM FOGUETÕES, BOMBAS, BUSCA PÉ, PISTOLAS E BALÃO.

NAS QUADRILHAS, OS HOMENS SE VESTIAM COM CALÇAS MESCLADAS, CAMISAS FLORIDAS OU DE XADREZ, CHAPÉU DE PALHA COM FITAS COLORIDAS E ALPERCATAS. AS MULHERES, COM VESTIDOS ESTAMPADOS, COLORIDOS LONGOS E RODADOS, CHAPÉUS COM FLORES E FITAS.

AS QUADRILHAS ERAM PUXADAS COM CARROS-DE-BOI E CARROÇAS DE BURROS ENFEITADAS COM PALHAS DE COCO, CONDUZINDO OS NOIVOS, O JUIZ, O PADRE E O POLICIAL, E, APÓS O CASAMENTO, ERA FARRÓ A NOITE INTEIRA.

NO DECORRER DO TEMPO PASSOU A SER COMEMORADO COM MUITA EUFORIA NAS RUAS DOS SEGUINTE BAIROS: AVENIDAS RIO DE JANEIRO E SÃO JOSÉ - BAIRRO SÃO FRANCISCO; RUA MESTRE TOTA - CENTRO; RUA MANUEL CLAUDINO - BAIRRO SANTA ROSA; PRAÇA DOM VITAL - BAIRRO DIVINÓPOLIS (ONDE EXISTE A MAIOR FOGUEIRA); RUA TRÊS DE MAIO - CENTRO; RUA CAPITÃO ZEZÉ - BAIRRO PETRÓPOLIS... CADA RUA POSSUÍA UM PALHOÇÃO E A DISPUTA ENTRE ELAS ERAM ATRAVÉS DE CONCURSOS COM PREMIAÇÕES DE TAÇAS PELAS RÁDIOS.

MIZAEL MARTINS

CARUARU: "A CIDADE DAS FESTAS BOAS"

FESTEJAR FAZ PARTE DA VIDA HUMANA. DE RELATOS DE FESTAS, A HISTÓRIA ESTÁ REPLETA, DESDE OS EGÍPCIOS, PASSANDO PELOS HEBREUS, GREGOS E ROMANOS ANTIGOS. A FESTA SE UNE AO COTIDIANO PARA CELEBRAR A VIDA, A MORTE, O NASCIMENTO, A COLHEITA, O CASAMENTO, A VITÓRIA, A MEMÓRIA, O FUTURO. O BRASIL, COMO UM PAÍS-CONTINENTE, TAMBÉM CONHECE VÁRIAS FESTIVIDADES. E CARUARU? AH, CARUARU "É A CIDADE DAS FESTAS BÔAS", COMO NOS DIZ O "VANGUARDA", JÁ EM 2 DE JULHO DE 1933.

CARUARU FAZ FESTA DESDE OS TEMPOS EM QUE ERA UMA SIMPLES FAZENDA, UM VILAREJO: ERA A FESTA DE NOSSA SENHORA DA CONCEIÇÃO OU FESTA DE ZÉ RODRIGUES. ACONTECIA NO FIM DO ANO, NA PASSAGEM DE DEZEMBRO PARA JANEIRO, EM FRENTE À IGREJA DA CONCEIÇÃO. MISSA, NOVENA, QUERMESSE.

ENCONTRO SOCIAL QUE NÃO DISTINGUIA "SAGRADO" DE "PROFANO", POIS, TUDO FAZIA PARTE DE UM MESMO ELEMENTO. MUITAS OUTRAS FESTAS SURGIRAM. MUITO SE MUDOU DEPOIS DISTO.

NOS ANOS 1930, DADA A FORÇA ECONÔMICA QUE A CIDADE JÁ POSSUÍA,

A FESTA DA CONCEIÇÃO TAMBÉM PASSOU A SER CHAMADA DE FESTA DO COMÉRCIO, EM HOMENAGEM A QUEM LHE FINANCIAVA. BARRACAS DE CLUBES SOCIAIS, PASSEIOS DE MOÇAS E SUAS ROUPAS NOVAS, FAMÍLIAS REUNIDAS, ALEGRIA QUE SE ESPERAVA UM ANO INTEIRO. PASTORIS ANIMAVAM O PÚBLICO QUE TORCIA PELO "VERMELHO" E PELO "AZUL".

A ILUMINAÇÃO FEÉRICA ABRILHANTAVA O AMBIENTE DA FESTA, COMPLETADA PELAS "JAZZ-BAND" E PELAS ATRAÇÕES MUSICAIS ESTADUAIS E NACIONAIS. PASSEAR NO CARROSSEL ERA DESEJO DE IDOSO E CRIANÇA, HOMEM E MULHER. CASAIS DE NAMORADOS PASSEAVAM DE MÃOS DADAS, NAS SUAS JURAS DE AMOR PRESENTE E FUTURO. JÁ NAS SUAS ÚLTIMAS DÉCADAS, A FESTA DE COMÉRCIO VIU SURGIR OUTRAS FESTAS DE FIM DE ANO, NOS BAIRROS, INSPIRADAS NO SEU FORMATO, TAIS COMO A FESTA DO RIACHÃO E GUARARAPES E AS FESTAS DA RUA TUPY E RUA BARÃO DE CARUARU, NO SALGADO.

JOSÉ DANIEL DA SILVA (HISTORIADOR E PESQUISADOR)

CARUARU, 23 a 29 de junho de 1989 VANGUARDA PAGINA 5

Rua três de maio, sob o comando das Irmãs Lira, já está pronta para os festejos

Há 17 anos o arrastapé no asfalto da Rua Três de Maio figura como um dos melhores pontos turísticos nos festejos juninos de Caruaru. A animação e a autenticidade dos foliões atraem turistas de toda parte do mundo, sem falar do povo da "Capital do Fôrro", que antes de entrar em qualquer casa de festa, passa obrigatoriamente na Rua Três de Maio, para participar da demonstração vinda, depois de coque, quadrilhas e do fôrro nas batucadas.

Desde 1972, Odília Lira, Adélia Lira, Juracy Lira, Laurinda Lira, Ivonina Lira e Maricete Lira decidiram transformar o seu São João numa festa mais alegre e bonita, com espaço aberto para os amigos e vizinhos. Assim nasceu a Festa da Rua Três de Maio e com esse objetivo se solidificou o núcleo das Irmãs Lira, responsáveis pela organização e decoração da rua.

APOIO E INCENTIVO

A crise econômica passou não afetar o trabalho das irmãs Lira. Com dedicação e amor ao São João de Caruaru, as dificuldades econômicas não foram maiores com o apoio da Prefeitura Municipal e seus livras de apoio financeiro por empréstimos e lojas locais, além da comunidade da própria rua.

Foliana Lira, presidente da festa, não sabe dizer quantos visitantes já se passaram na rua, que este ano foram 100 mil. O empresário Odeirio Almeida, amigo do arrastapé, diz que a festa é um sucesso. Com papel sempre prático e acolhedor, as irmãs Lira mantêm a rua sempre aberta a uma verdadeira festa de aniversário.

PARCELOS

Os parceiros ganham um momento especial para se preparar e organizar suas festas.

os irmãos de "Horta no Mérito", dados espontaneamente por empreendedores de várias cidades do interior pernambucano; entre eles o proprietário do vinho Galvão, empresário Júlio Jacinto, da cidade de Garanhuns (PE), o gerência local da Caixa Econômica Federal e Aluizio Ferrer, um dos donos da fábrica de aguardente Pili em Vitória de Santo Antão (PE).

A programação da Rua Três de Maio será de nove dias consecutivos. A cada ano as Irmãs Lira fazem inovações, erram e adaptam o São João caruaruense. Segundo as irmãs Lira tudo pode mudar na decoração, mesas, o cenário, o cenário dos velhos casbicos, arbores com mais de 90 anos e o concorrido pau de acêo com 11 metros e saídas, prêmio em dinheiro colocado nas mãos de uma boneca lá em cima.

Foto: João Felipe

As irmãs Lira não são responsáveis na organização da rua.

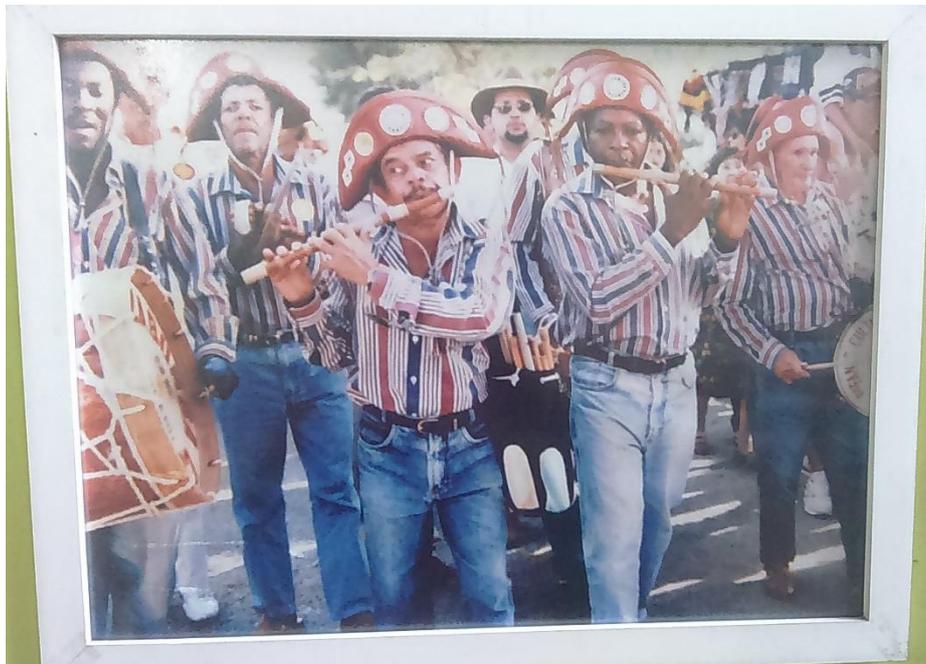
Turismo Caruaru, 5 a 11 de junho de 2004 Fotos arquivo pessoal

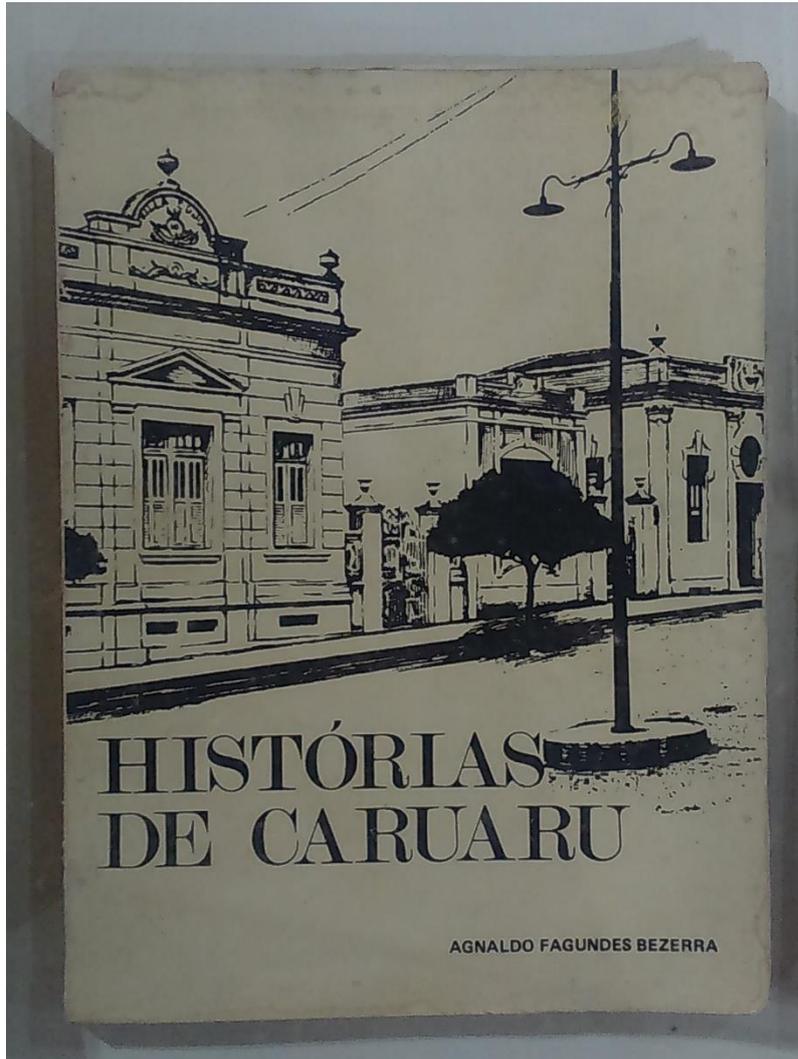
As Irmãs Lira comandaram durante 21 anos o São João da Rua 3 de Maio

grande concorrente: o Parque de Eventos. Com atrações de peso, o público começava a deixar de frequentar a rua e para que a nossa festa não terminasse no fracasso, preferíamos terminá-la ainda no auge", conta, emocionada, Maricete.

"A festa da Rua 3 de Maio acabou, mas a lembrança nos nossos corações e nos corações de quem viveu esta época já mais se acabará. Na nossa memória, a festa será eterna e inesquecível, um sentimento inexplicável."

Na rua era montada uma réplica de uma fazenda

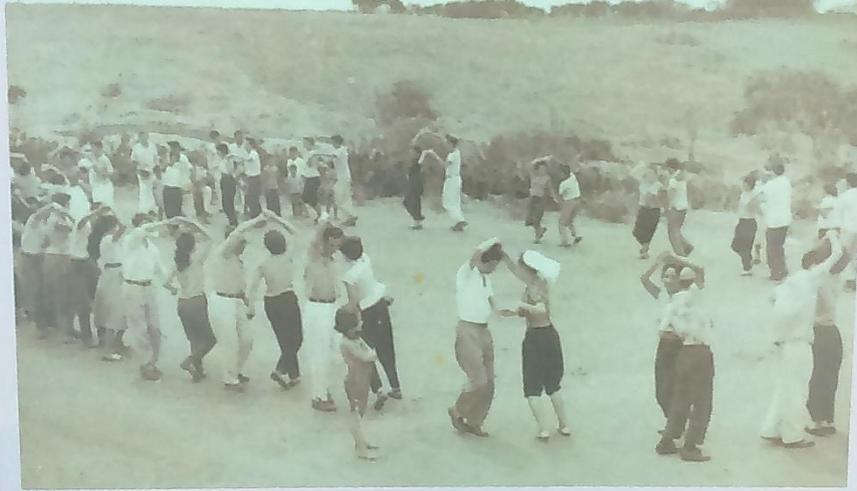




HISTÓRIAS DE CARUARU

AGNALDO FAGUNDES BEZERRA

IMAGENS REGISTRADAS NA EXPOSIÇÃO SOBRE A CIDADE DE CARUARU, ESPECIFICAMENTE IMAGENS RELACIONADAS AO SÃO JOÃO DA CIDADE.



Quadrilha junina na zona rural de Caruaru –
déc. de 1960



Banda de Pífanos de Caruaru
em 1971