



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

EDGLEYSON DOS SANTOS MARTINS

SERTÂNIA: UMA PROPOSTA DE PLACE BRAND PARA A CIDADE

CARUARU

2025

EDGLEYSO DOS SANTOS MARTINS

SERTÂNIA: UMA PROPOSTA DE PLACE BRAND PARA A CIDADE

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Orientadora: CAMILA BRITO DE VASCONCELOS

CARUARU

2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Martins, Edgleyson dos Santos.

Sertânia: uma proposta de place brand para a cidade / Edgleyson dos Santos
Martins. - Caruaru, 2025.

57 p. : il., tab.

Orientador(a): Camila Brito de Vasconcelos

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2025.

9.325.

Inclui referências, apêndices, anexos.

1. Identidade Visual . 2. Sertânia . 3. Iconografia . 4. Manual de Identidade
Visual . 5. Place Brand. 6. Marca . I. Vasconcelos, Camila Brito de .
(Orientação). II. Título.

760 CDD (22.ed.)

EDGLEYSO DOS SANTOS MARTINS

SERTÂNIA: UMA PROPOSTA DE PLACE BRAND PARA A CIDADE

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Aprovada em: 25/07/2025

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. CAMILA BRITO DE VASCONCELOS (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^ª. Dr^ª. MARIA DE FÁTIMA WAECHTER FINIZOLA (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^ª. Dr^ª. ROSANGELA VIEIRA DE SOUZA (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

“Dedico este trabalho à minha família, que sempre lutou por mim, e a todos os amigos que caminharam ao meu lado. Obrigado pela companhia, apoio e força nesta jornada.”

AGRADECIMENTOS

Agradeço, antes de tudo, a toda minha família, Tânia, Edvaldo, Ellyson, Telma, Clara e tantos outros que não caberiam aqui, agradeço por cada gesto de amor, luta e apoio incondicional nessa jornada, amo muito vocês.

À minha incrível orientadora Camila Brito, por guiar este trabalho com paciência e incentivo durante os quase 2 anos.

Aos amigos que caminharam comigo durante o curso, Gustavo, Iury, Nayra, Camilla, Igor, Izadora e Ruann, por dividirem risos, desafios e conquistas.

Aos amigos que a vida me deu em Caruaru, Carol, Will, Taíssa por tornarem os dias mais leves e as conversas inesquecíveis.

Aos parceiros de estrada de longa data, Kenny, Rai, Yuri, Thiago, Mayron, Daniel e tantos outros, pela amizade que resiste ao tempo e à distância.

E um agradecimento especial aos professores que marcaram minha jornada: Fábio Caparica, Fátima Finizola, Rosângela Vieira, Marcos Buccini e tantos outros mestres que deixaram sua marca no meu caminho.

Muito obrigado por compartilharem do seu vasto conhecimento.

RESUMO

Esse projeto parte da necessidade de se desenvolver uma proposta de place brand para a cidade de Sertânia, voltada para a valorizar a memória da cidade de Sertânia e estimular a atração de turistas, através da visão do design. Partindo de uma análise da história, da cultura e dos símbolos representativos do povo sertaniense, o projeto se propõe a desenvolver uma identidade visual, uma família iconográfica e um manual de identidade visual com especificações técnicas e sugestões de aplicação. O projeto foi desenvolvido com uma versão adaptada da metodologia de Bruno Munari, em prol de maior agilidade na produção. E o resultado foi uma proposta de marca completa que remete a cultura de Sertânia e enaltece seus valores e suas figuras de maior representatividade.

Palavras-chave: identidade visual; sertânia; iconografia; manual de identidade visual; place brand.

ABSTRACT

This project stems from the need to develop a place brand for the city of Sertânia, focused on enhancing its history and stimulating tourist attraction through a design lens. Based on an analysis of the history, culture, and symbols representing the people of Sertânia, the project aims to develop a visual identity, an iconographic family, and a visual identity manual with technical specifications and application suggestions. The project was developed using an adapted version of Bruno Munari's methodology, promoting greater production agility. The result is a comprehensive brand proposal that reflects Sertânia's culture and celebrates its values and most representative figures.

Keywords: visual identity; Sertânia; iconography; visual identity manual; place brand.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Metodologia de Munari	16
Figura 2 –	Metodologia adaptada	18
Figura 3 –	Localização do Município de Sertânia	20
Figura 4 –	EXPOCOSE	21
Figura 5 –	Artesanato no Armazém das Artes	22
Figura 6 –	Símbolos municipais	22
Figura 7 –	Igreja Nossa Senhora da Conceição	23
Figura 8 –	Igreja Sagrado Coração de Jesus	24
Figura 9 –	Estação ferroviária/Armazém das Artes	24
Figura 10 –	Casa da Cultura	25
Figura 11 –	Serrote do Pau D’Arco	25
Figura 12 –	Cine Eموir	26
Figura 13 –	Artesanato de Madeira	26
Figura 14 –	Bode	27
Figura 15 –	Painel semântico de similares	28
Figura 16 –	Painel semântico para identidade visual	29
Figura 17 –	Painel semântico para iconografia	29
Figura 18 –	Brainstorm de palavras chave	30
Figura 19	Compilação de alternativas iniciais	32
Figura 20 –	Compilação das melhores alternativas	33
Figura 21 –	Tipografia Open Cut Neue	34
Figura 22 –	Tipografia Open Sans	34
Figura 23 –	Paleta de cores institucionais	35
Figura 24 –	Logotipo final	36
Figura 25 –	Símbolo da marca	36
Figura 26 –	Construção da marca	37
Figura 27 –	Assinatura verticais e horizontais	37
Figura 28 –	Assinatura monocromáticas (PB)	37
Figura 29 –	Malha de construção da assinatura horizontal	38
Figura 30 –	Malha de construção da assinatura vertical	38
Figura 31 –	Malha de construção do símbolo	38

Figura 32 – Área de proteção	39
Figura 33 – Testes de redução	39
Figura 34 – Usos incorretos	40
Figura 35 – Grafismos de apoio	41
Figura 36 – Ícone do Bode	43
Figura 37 – Ícone do Armazém das Artes	43
Figura 38 – Ícone do Casa da Cultura	43
Figura 39 – Ícone da Igreja Nossa Senhora da Conceição	44
Figura 40 – Ícone da Igreja Sagrado Coração de Jesus	44
Figura 41 – Ícone do Cine Emoir	44
Figura 42 – Ícone do Serrote do Pau D'Arco	45
Figura 43 – Ícone do Artesanato de Madeira	45
Figura 44 – Família Iconográfica	45
Figura 45 – Mockup de Camisetas	46
Figura 46 – Mockup de Ecobag	46
Figura 47 – Mockup de Display de parada de ônibus	47
Figura 48 – Mockup de Anúncio em Totem	47
Figura 49 – Mockup de Sinalização	48
Figura 50 – Mockup de Outdoor	48
Figura 51 – Trecho 1 do manual de identidade visual	49
Figura 52 – Trecho 2 do manual de identidade visual	49

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Trecho da tabela para iconografia

42

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
1.1	OBJETIVO GERAL.....	14
1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
2	METODOLOGIA.....	15
2.1	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	15
2.2	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	15
2.3	METODOLOGIA DE PROJETO DE BRUNO MUNARI.....	15
2.4	ADAPTAÇÃO DA METODOLOGIA DE BRUNO MUNARI.....	18
3	DESENVOLVIMENTO PROJETUAL.....	19
3.1	OBSERVAÇÃO.....	19
3.1.1	Breve história do município de Sertânia.....	19
3.1.2	Aspectos econômicos.....	20
3.1.3	Aspectos culturais.....	20
3.1.4	Símbolos Municipais.....	22
3.1.5	Elementos da cidade para tabela iconográfica.....	22
3.1.6	Público alvo.....	27
3.1.7	Pesquisa de Similares.....	27
3.2	POSICIONAMENTO.....	30
3.3	CRIAÇÃO.....	31
3.4	SOLUÇÃO.....	35
3.4.1	Logotipo.....	35
3.4.2	Assinaturas da marca.....	37
3.4.3	Malha de construção.....	38
3.4.4	Área de proteção.....	39
3.4.5	Redução/dimensões mínimas.....	39

3.4.6	Usos incorretos.....	40
3.4.7	Grafismos de apoio.....	40
3.4.8	Família iconográfica.....	41
3.4.9	Aplicações.....	46
3.4.10	Manual de identidade visual.....	49
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	50
	REFERÊNCIAS.....	51
	APÊNDICE A – TABELA PARA ICONOGRAFIA COMPLETA.....	52
	APÊNDICE B – MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL COMPLETO.....	56
	ANEXO A – HINO DE SERTÂNIA.....	57

1 INTRODUÇÃO

Cada pessoa possui repertórios únicos de experiências e vivências, logo respondem as coisas de forma distintas, gerando o que conhecemos como “IDENTIDADE”, que se define como um “conjunto de características que distinguem uma pessoa ou uma coisa e por meio das quais é possível individualizá-la” (Identidade, 2025).

Esse aspecto da busca por uma individualização, também se aplica às corporações, que buscam se destacar da concorrência e agregar valor de mercado, através de estratégias de construção de marca. No âmbito do Design, isso é desenvolvido por meio de projetos de identidade visual.

As identidades visuais são um instrumento fundamental nas políticas de marketing das empresas. São a expressão de sua individualidade e a garantia de responsabilidade perante a sociedade. Cuidadosamente criadas e implantadas, traduzem exatamente a forma pela qual as empresas gostariam de ser vistas por seus públicos externo, seus clientes e fornecedores, e interno, os que nela trabalham (Strunck, 1989, p. 44)

Assim como as empresas, lugares também são dotados de singularidades, pois segundo (SEBRAE, 2023) são “detentor de uma história, uma cultura, um ecossistema, que é então incorporado numa rede de associações, ligando produtos, espaços, organizações, pessoas e estilos de vida.”, que podem ser explorados com a finalidade de atrair visitantes, fomentar a cultura local e agregar valor econômico aos lugares, especialmente pequenas cidade do interior como Sertânia, através do place brand. Ainda segundo o (SEBRAE, 2023) o “place brand é uma estratégia para projetar imagens e gerenciar percepções sobre lugares, ou seja, ele pode induzir respostas afetivas dos consumidores, formando, assim, uma relação significativa entre pessoa e lugar”.

Dito isso, tendo como norte a problemática da ausência de uma estratégia de place brand para a cidade de Sertânia-PE, essa pesquisa busca responder a hipótese de como desenvolver uma identidade visual para a Cidade de Sertânia para promovê-la como destino turístico e cultural.

Assim sendo, a pesquisa se justifica inicialmente por parte do interesse do autor por ter uma conexão afetiva, por ser cidadão de Sertânia, além de buscar contribuir com o desenvolvimento da cidade, da sua população e a da criação de uma identidade recorrente que não exija renovação a cada mudança de governo.

Além disso, a pesquisa se justifica devido ao seu potencial de agregar valor à economia da cidade de Sertânia, através da atração de turistas para a cidade e o estímulo à criação de negócios, produtos e serviços que explorem o potencial turístico da região. No âmbito cultural, se torna relevante por divulgar elementos culturais e da sociedade sertaniense, estimular a cultura local e permitir a criação de um bem imaterial coletivo.

Este projeto também tem relevância considerando o aspecto acadêmico, uma vez que disponibilizará os resultados à comunidade acadêmica, valorizando uma cidade do sertão pernambucano, que torna essa pesquisa relevante por seu potencial de estimular a criação de outras pesquisas acadêmicas com foco na cidade de Sertânia.

Ademais, esse projeto está alinhado com a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável proposto pela ONU, se alinhando ao objetivo 8 visto que o projeto propõe estimular a geração de empregos e desenvolvimento econômico sustentável para a população de Sertânia.

1.1 OBJETIVO GERAL

Dessa forma, esta pesquisa tem como objetivo geral elaborar uma identidade visual para a Cidade de Sertânia para promovê-la como destino turístico e cultural.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Além disso, busca também:

- a) Contextualizar o design de marcas aplicado a lugares
- b) Identificar elementos da cultura, da arquitetura, da história, da economia e da natureza de Sertânia como inspiração para a construção da marca
- c) Produzir iconografia inspirada nos elementos da cidade
- d) Criar uma proposta de identidade visual com base nos elementos da cidade
- e) Elaborar um manual de identidade visual para auxiliar na aplicação da marca

2 METODOLOGIA

2.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa é classificada como de natureza aplicada, pois tem finalidade prática ao ser usada em problemas reais. Além disso, a pesquisa tem objetivos exploratórios, por buscar ter uma visão geral acerca do tema, para a construção da identidade visual e possui uma abordagem qualitativa, pois busca compreender as necessidades do público e suas características.

2.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto aos procedimentos metodológicos, foi adotado o método de abordagem dedutivo, se valendo de pesquisas específicas para a tomada de conclusões e o método de procedimento de estudo de caso, por se delimitar a construção de uma identidade visual.

Acerca das delimitação da pesquisa, o estudo irá se restringir ao tema central da pesquisa: o projeto de identidade visual para a cidade de Sertânia-PE; se delimitando espacialmente à cidade de Sertânia-PE, sem nenhuma delimitação de período de tempo específica; e não se delimitando a nenhum grupo populacional específico.

Por fim, foram usados os procedimentos técnicos de levantamento bibliográfico para embasamento teórico e pesquisa participante, com o objetivo de coletar elementos que ajudem na construção da identidade visual do projeto.

2.3 METODOLOGIA DE PROJETO DE BRUNO MUNARI

A pesquisa foi construída com base na metodologia de projeto proposta por Bruno Munari (2008) que é composta por 12 etapas: problema, definição do problema, componentes do problema, coleta de dados, análise dos dados, criatividade, materiais e tecnologias, experimentação, modelo, verificação, desenho de construção e solução. Assim como no esquema abaixo (figura 1):

Figura 1 – Metodologia de Munari



Fonte:O autor (2025)

De forma detalhada é possível descrever as etapas da metodologia da seguintes forma:

- a) **Problema:** Essa etapa inicial parte de uma necessidade, de uma dor que precisa ser resolvida, que segundo Munari (2008, p.41) "[...] não se resolve por si só, no entanto, contém já todos os elementos para a sua solução, é necessário conhecê-los e utilizá-los no projeto de solução".
- b) **Definição do problema:** Na etapa seguinte é necessário ir a fundo no problema, entendendo suas necessidades e limitações, pois segundo Munari (2008, p.34): "A definição do problema consiste em posicionar o projeto em qual tipo de solução se pretende alcançar, pois ela pode ser de cunho provisório, comercial, fantasioso, aproximado ou definitivo".
- c) **Componentes do problema:** Essa etapa é responsável por dividir o problema em partes, para seu melhor entendimento, pois:

O princípio de decompor um problema em seus componentes para poder analisá-lo remonta ao método cartesiano. Visto que, especialmente hoje em dia, os problemas tornaram-se muito complexos e por vezes complicados, é necessário que o projetista tenha uma série de informações acerca de cada problema, isoladamente, para maior segurança no projeto [...] (MUNARI, 2008, p.38)

- d) **Coleta de dados:** Nessa etapa do método de Munari (2008) é necessário recolher soluções similares para atestar se o problema a ser resolvido, já possui uma solução parcial ou completa.

- e) Análise dos dados:** Em seguida, é proposto uma análise dos dados coletados de forma detalhada para direcionar os caminhos do projeto, pois Munari (2008, p. 38) diz que “cada subproblema tem uma solução ótima que pode, porém, contrastar com outras. A parte mais árdua do trabalho do designer será a de conciliar as várias soluções com o projeto global.”
- f) Criatividade:** Definir caminhos criativos para o direcionamento do projeto, a partir da análise dos dados é a função dessa etapa que para Munari (2008) precisa se desprender da idealização do artista, que gera as ideias de forma intuitiva e passar a adotar a ideação a partir do método.
- g) Materiais e tecnologias:** Nessa fase do método, Munari (2008) recomenda novas coletas de dados, com foco em materiais e tecnologias, que possam estar alinhados com as necessidades do projeto.
- h) Experimentação:** Aqui são testadas as possibilidades e inovações que podem ser alcançadas com a exploração dos materiais e tecnologias coletados, como dito por Munari (2008, p.58) é nessa fase que “o projetista irá realizar uma experimentação dos materiais e das técnicas disponíveis para efetuar o seu projeto”.
- i) Modelo:** Nessa fase, propõe-se que serão geradas:
- [...] amostras, conclusões, informações que podem levar à construção de modelos demonstrativos de novas utilizações com fins particulares. Estas novas utilizações podem destinar-se à resolução de subproblemas parciais que por sua vez, em ligação com os outros, concorrerão para a solução global. (Munari, 2008, p. 60)
- j) Verificação:** Serão verificadas quais soluções são mais adequadas às necessidades do projeto, que a partir desses dados, Munari (2008, p.62) propõe que é possível “começar a preparar os desenhos de construção, em escala ou em tamanho natural”

k) Desenho de construção: Nessa etapa, Munari (2008, p.64) propõe que sejam feitos desenhos que devem “servir para comunicar [...] todas as informações úteis para preparar um protótipo”.

l) Solução: Onde se concentram os resultados finais, que servirão de base para a construção de um protótipo mais efetivo que resolva o problema proposto.

2.4 ADAPTAÇÃO NA METODOLOGIA DE BRUNO MUNARI

Para atender a necessidade da pesquisa, foram feitas simplificações na metodologia, visto que o próprio Munari (2008, p.64) diz que o método “não é um esquema fixo, não é completo e não é único nem definitivo”, de tal forma que o autor dessa pesquisa optou por unificar as etapas em 4 etapas, por julgar necessárias para obter agilidade no desenvolvimento do projeto. Assim sendo, o método ficou da seguinte forma (figura 2):

Figura 2 – Metodologia Adaptada



Fonte: O autor (2025)

Cada etapa da metodologia adaptado, inclui às seguintes etapas da metodologia de Bruno Munari:

- 1. Observação:** Inclui as etapas de problema, definição do problema, componentes do problema e coleta de dados, presentes na metodologia.
- 2. Posicionamento:** Inclui a etapa de análise dos dados
- 3. Criação:** Inclui as etapas de Criatividade, Materiais e tecnologias, Experimentação, Modelos, Verificação e Desenho de Construção
- 4. Solução:** Mantém a etapa de Solução.

3 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

3.1 OBSERVAÇÃO

3.1.1 Breve história do município de Sertânia

Antes mesmo de ser conhecida por Sertânia, a região era habitada por povos nativos Cariris, que no início da construção de um povoado, já se encontravam em processo de semi domesticação (Tome Conta, 2020).

Naturalmente como boa parte do território brasileiro, viria a ser ocupado por portugueses e seus descendentes, assim “os primeiros povoadores da região, contam-se os irmãos portugueses Manoel Ferreira dos Santos, Amaro Ferreira dos Santos e Raimundo Ferreira de Brito, este casado com Leandra Nunes de Vasconcelos” (Sertânia, [2025?]) se instalando no entorno do Rio Moxotó por sua abundância.

Raimundo e Leandra, eram pais de Catarina Ferreira dos Santos que viria a conhecer e se casar com Antão Alves de Souza, vendedor de gado, naturalizado de Vitória de Santo Antão que se instalou na região (Almeida, 2022, posição 86).

Após o casamento, receberam adiantado de herança uma porção de terra que passaria a ser conhecida como a Alagoa de Baixo e foi do romance entre os fundadores que a cidade teve seu início (Cavalcanti, 2016).

Segundo (Cavalcanti, 2016) a fazenda de Antão e Catarina prosperava, e em 1810 doaram uma faixa de terra a igreja, para a construção de uma capela destinada a nossa senhora da conceição, padroeira de Sertânia, que seguindo a tradição sertaneja, atrai moradores que construíram suas residências em torno da capela, formando um povoado.

Com o seu contínuo crescimento logo o povoado em 1873 foi alçada a Vila, que seguindo as legislação do brasil império, resultaria na sua emancipação, construindo no processo sua primeira câmara dos representantes, que ficaria sediada na antiga residência dos fundadores da cidade, tendo também sua primeira eleição em 29 de abril de 1878 (Sertânia, [2025?]).

Em 1943 (Sertânia, [2025?]) através de um longa discussão que já vinha desde de o brasil império, a cidade passa por uma revisão toponímica e por aprovação de conselho recebe o nome de Sertânia, que significa “Cidade Sertaneja”

Figura 3 – Localização do Município de Sertânia



Fonte: Portal cidades do IBGE (2025)

3.1.2 Aspectos económicos

Segundo (Tome Conta, 2020) o comércio local e a produção rural são as principais atividade econômica da cidade, especialmente a ovinocaprinocultura, que é sempre festejada anualmente através da Expocose, que atrai e premia vários produtores da região, além de, movimentar o comércio local, através de shows, exposições de artesanato local e opções de entretenimento diversas.

3.1.3 Aspectos culturais

A cidade é conhecida na região por algumas tradições e festejos, que mobilizam Sertânia em alguns períodos do ano, dentre os quais o mais relevante é a EXPOCOSE (Exposição de Caprinos e Ovinos de Sertânia), um evento sobre a caprinocultura, que é um dos pontos fortes da cidade.

A EXPOCOSE é sediada anualmente, com incentivos da prefeitura e do governo do estado, aos produtores locais e da região de caprinos e ovinos, que obtiveram os melhores resultados na criação dos animais. Mas também tem grande apelo às atrações culturais, shows, exposições de artesanato da região.

Figura 4 – EXPOCOSE



Fonte: Moxotó da gente (2024)

Os festejos religiosos também são tradicionais, e comemorados em vários períodos do ano, como na semana santa, que conta com mobilizações nas igrejas e uma caminhada até o Serrote do Pau D'Arco, uma importante paisagem natural que é ponto turístico da cidade, por suas longas escadarias e por conter a imagem da padroeira no topo do percurso.

Sertânia também possui uma rica tradição na poesia e na música, que são destacados nas festividades, nos espaços como a casa da cultura que reuniu poetas, músicos, cineastas e outros artistas locais.

Outro ponto, é o artesanato, especialmente o feito em madeira, tem grande evidência nacional, devido a artistas como Marcus de Sertânia, artesão local conhecido por suas esculturas em madeira, mas também por exposições locais no Armazém das Artes que reuniu várias peças do artesanato local.

Figura 5 – Artesanato no Armazém das Artes



Fonte: Compilação do autor (2025)¹

3.1.4 Símbolos Municipais

Os símbolos municipais da cidade de Sertânia são esse (figura 6):

Figura 6 – Símbolos municipais



Fonte: Compilação do autor (2025)²

3.1.5 Elementos da Cidade para tabela para iconográfica

Esse projeto definiu como um dos seus objetivos, desenvolver uma família iconográfica inspirada em elementos da cidade de Sertânia, que passou por um levantamento de dados, que resultou na escolha de 8 elementos a serem representados na família iconográfica, listados na seguinte sequência:

¹ Compilação com fotos retiradas do perfil do instagram: [armazem.centraldasartes](https://www.instagram.com/armazem.centraldasartes)

² Compilação de imagens e texto retirados do site da prefeitura de sertânia: sertania.pe.gov.br

a) Igreja Nossa Senhora da Conceição: Originalmente o espaço era ocupado por uma capela voltada para N. Sra. das Graças (padroeira da cidade), que foi construída a pedido de Antão Alves de Souza, como promessa se conseguisse se casar com Catarina Ferreira dos Santos, tendo sua obra iniciada em 1810 e finalizada em 1830. Posteriormente o terreno foi doado à Igreja Católica Apostólica Romana, e em 1918, viria a ser demolida para dar lugar à atual Igreja, tendo sua construção finalizada em 1922. Além de sua importante religiosa, a igreja é considerada um importante marco histórico de Sertânia, pois foi o marco zero da cidade, que cresceu em torno dela.

Figura 7 – Igreja Nossa Senhora da Conceição



Fonte: Portal panorama (2025)

b) Igreja do Coração de Jesus: É a segunda igreja católica mais antiga da cidade e foi construída no estilo eclético, em 1983 pelo Monsenhor Urbano Carvalho, um importante membro respeitado do clero. A construção é marcada pelo seu estilo artístico, arquitetônico, pelos vitrais e por seu apelo à comunidade.

Figura 8 – Igreja Sagrado Coração de Jesus



Fonte: Facebook: mafep61 (2018)³

c) Estação Ferroviária/ Armazém das Artes: é uma herança da antiga linha ferroviária da cidade, que foi essencial para o desenvolvimento da cidade, no transporte de carvão, milho e algodão, que eram importantes fontes de renda para a cidade. Hoje ela foi transformada em prédio público e abriga um espaço voltado para a promoção do artesanato local, conhecido como armazém das artes.

Figura 9 – Estação ferroviária/Armazém das Artes



Fonte: Prefeitura de Sertânia (2021)

d) Casa da Cultura: Antiga residência dos fundadores da cidade, que em seguida abrigou a primeira câmara dos representantes, abrigando discussões políticas que definiriam os destinos da cidade. Hoje é um ponto de concentração de poetas,

³ Foto disponível no link:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1896908300357419&id=1007106126004312&set=a.1007987719249486>

músicos, cineastas da cidade e outros artistas da cidade, que sedia mostras de cinema e literatura, shows musicais e apresentações de dança e teatro.

Figura 10 – Casa da Cultura



Fonte: Google Earth (2024)

e) Serrote do Pau D'arco: também conhecido localmente como “Gogó da Gata”, é a principal serra da cidade, pois abriga a imagem da N. Sra. das Graças, padroeira da cidade e anualmente atrai turistas pela vista da cidade mas também por suas comemorações religiosas de subir as escadarias durante a semana santa.

Figura 11 – Serrote do Pau D'Arco



Fonte: Prefeitura de Sertânia (2021)

f) Cine Emoir: Antigo Cinema da Cidade, o é um importante prédio da cidade, por sua contribuição ao cinema e ao teatro, por exibir filmes e peças de teatro durante anos. Hoje passa por um processo de reforma.

Figura 12 – Cine Eموir



Fonte: Google Earth (2024)

g) Artesanato em Madeira: do Alto do Rio Branco, se tornou um importante celeiro cultural, para a expressar a cultura do imaginário sertanejo através da madeira. Isso se deve especialmente à figura de Marcos de Sertânia, que popularizou o artesanato local e nível nacional.

Figura 13 – Artesanato de Madeira



Fonte: Instagram: marcosdesertania74 (2025)

h) Bode: é um importante símbolo cultural e econômico de Sertânia, que é exaltado economicamente através da Expocose (exposição de caprinos e ovinos de Sertânia), mas também por sua simbologia e resiliência na caatinga.

Figura 14 – Bode



Fonte: Freepik, 2025

Todo o processo de escolha desses elementos será explorado mais profundamente mais a frente.

3.1.6 Público alvo

O público alvo deste projeto será a população sertaniense, artistas e os turistas que venham visitar a cidade.

A população é um dos focos do projeto, pois o projeto contribui para a valorização da cultura e da história local, tendo uma conexão afetiva com esse público por resgatar as memórias locais, e por mapear monumentos, construções históricas, paisagens naturais e expressões artístico-cultural que marcaram Sertânia.

Os artistas e artesãos da cidade que divulgam o nome de Sertânia e da cultura do sertão, não poderiam ficar de fora, devido a sua importância social, cultural e econômica. Marcada pelo artesanato em madeira, que vem elevando o nome da cidade a nível nacional e que carece de reconhecimento.

Além disso, o projeto busca atrair turistas para a cidade, para conhecerem a cidade, vivenciarem a cultura local, e movimentarem a economia local, atraindo desenvolvimento e qualidade de vida para a população de Sertânia.

3.1.7 Pesquisa de similares

Assim como em qualquer projeto de design, é necessário sintetizar de forma clara o direcionamento visual que projetos precisam conter, para estar alinhado às diretrizes definidas no seu escopo.

Nesse projeto em particular foram construídos três painéis semânticos, com a finalidade de estudar propostas similares a este projeto, para obter possíveis caminhos criativos para o desenvolvimento desse projeto.

a) Painel semântico de similares

Esse painel foi elaborado exclusivamente com projetos similares de place brand, para compreender sua aplicação no contexto das cidades e retirar conclusões às serem incorporadas na proposta a ser desenvolvida para Sertânia.

Figura 15 – Painel semântico de similares



Fonte: Compilação do autor (2025)⁴

b) Painel semântico nova identidade visual

Esse segundo painel, foi construído para alinhar os caminhos que a identidade visual poderia seguir, através de uma análise de formas, tipografias, paletas de cor, texturas, ilustrações e fotografias que poderiam inspirar a concepção desse projeto.

⁴ Compilação feita com projetos coletados nos sites: [Behance.net](https://www.behance.net), [pinterest.com](https://www.pinterest.com) e [hardcuore.com](https://www.hardcuore.com)

Figura 16 – Painel semântico para identidade visual



Fonte: Compilação do autor (2025).⁵

c) Painel semântico para iconografia

Por fim, esse é um terceiro painel semântico, totalmente direcionado a construção da iconografia, trazendo construções históricas, e símbolos culturais escolhidos pelo autor, para análise e construção da família iconográfica.

Figura 17 – Painel semântico para iconografia



Fonte: Compilação do autor (2025)⁶

⁵ Compilação feita com projetos coletados nos sites: [Behance.net](https://www.behance.net), [pinterest.com](https://www.pinterest.com) e sertania.pe.gov.br

⁶ Compilação feita com fotos obtidas nos sites: sertania.pe.gov.br, [maps.google.com](https://www.google.com/maps), [freepik.com](https://www.freepik.com) e diocesedepesqueira.com.br

3.2 POSICIONAMENTO

Durante essa etapa, foram feitas análises sobre as informações coletadas, rodas de brainstorm e definição do caminho a seguir ou evitar determinando os caminhos criativos do projeto.

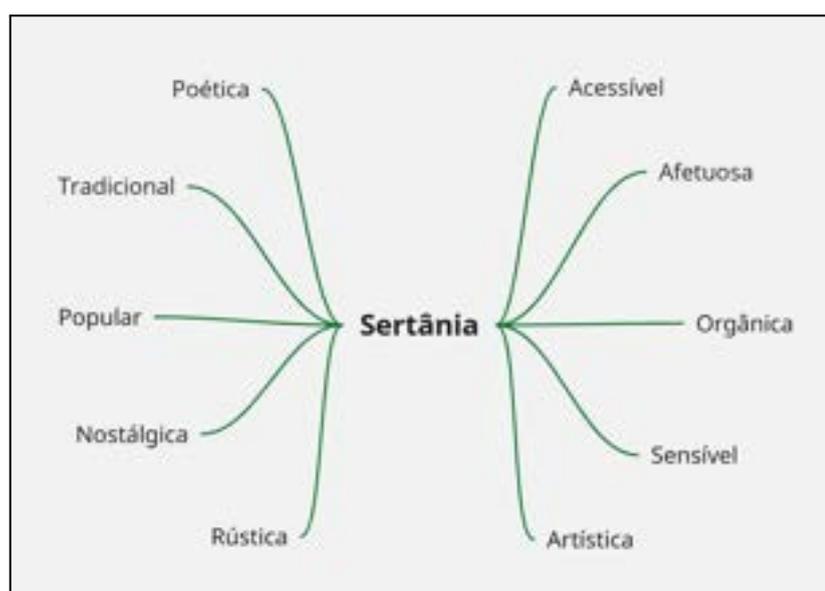
Na análise dos dados inicialmente foram reunidas quais dores identificadas para a elaboração desse projeto por meio da observação do autor.

Foi identificada a ausência de uma coesão da identidade visual proposta para a cidade, como uma das dores, visto que com as mudanças do executivo, toda a proposta de comunicação era modificada. Outra dor identificada, foi a perda de símbolos da memória local representados na bandeira e do brasão da cidade. E por fim, a dificuldade de representar visualmente os elementos culturais de Sertânia.

Em seguida, nessa análise foram definidos que alguns desafios precisavam ser superados, pois a marca precisava traduzir a cultura e a história da cidade, mantendo um equilíbrio entre o tradicional e o moderno.

Na sequência, foi feito um brainstorming para listar as palavras chaves que representam a cidade, como listado abaixo:

Figura 18 – Brainstorm⁷ de palavras chave



Fonte: o autor (2025)

⁷ A técnica criativa voltada a estimular ideias e caminhos sobre um determinado assunto.

Por meio de uma análise de sinônimos e proximidades entre as palavras, foram escolhidas 3 palavras, que serviram de base para determinar o DNA da marca. As palavras escolhidas foram Tradicional, devido a suas representações culturais e artísticas, Artesanal, representando no artesanato e a pela pecuária artesanal, e Rústica, para remeter a simplicidade do sertanejo e por sua relação com a natureza rívida do sertão pernambucano.

Ao final desse processo de posicionamento, foi determinado quais caminhos poderiam ser seguidos no desenvolvimento da marca. Optando por trazer a madeira, o uso de tipografias que remetesse a estética do artesanato e da arte local, cores presentes nos símbolos da cidade e a adoção de uma estética rústica e tradicional.

E listando que a marca precisa evitar, abordagens corporativas e frias, modernas demais, uso de paletas artificiais sem conexão local e estereótipos culturais, como o uso do cordel de forma intensa, buscando trazer novas representações sem descaracterizar os símbolos da cultura sertaniense.

3.3 CRIAÇÃO

a) Geração de Alternativas

Determinados os caminhos a se seguir, foram feitos vários experimentos para se chegar a uma alternativa alinhada às diretrizes do projeto.

Inicialmente buscou-se chegar a alternativas que não precisassem de um símbolo, tendo apenas uma tipografia marcante, com modificações resultando em um logotipo.

Mas não satisfeito, foram explorando outros caminhos que pudessem trazer símbolos presentes na bandeira e no escudo da cidade, como o sol e o cacto, mas que também pudessem trazer outros elementos culturais e históricos, como a igreja de Nossa senhora da Graça e do artesanato, dando origem algumas soluções promissoras.

Em outro momento, foi adicionado o aspecto irregular em algumas formas, simulando a estética do artesanato em madeira, para estar alinhado ao posicionamento definido com o DNA da marca, que precisava remeter a algo rústico,

tradicional e artesanal. Contudo, muitas soluções demonstram ter problemas com reduções, com elementos muito delicados, que se fundiam e prejudicavam a leitura dos elementos da marca.

De tal forma que optou-se por aproveitar o brasão da cidade, na construção da marca, pois solucionou alguns problemas de redução, simplificava a marca e gerava uma conexão com os símbolos do município. Além disso, pela heráldica o escudo presente em brasões, é usado para representar a história, cultura e as riquezas de uma cidade, sendo empregado na marca, como forma para unificar os elementos representativos escolhidos.

Ao fim disto, foram selecionadas algumas alternativas promissoras (figura 19), para testes de vetorização.

Figura 19 – Compilação de alternativas iniciais



Fonte: O autor (2025)

Figura 20 – Compilação das melhores alternativas



Fonte: O autor (2025)

b) Tipografia institucional

Inicialmente para a criação do logotipo, foi cogitado a criação de uma tipografia exclusiva, alinhados com os demais elementos da marca, porém devido ao prazo corrido optou-se por utilizar uma tipografia já pronta.

Para a escolha foi definido que a tipografia precisava estar alinhada ao DNA da marca, e precisa trazer uma estética que remetesse a estética do artesanato de madeira, com traços minimamente irregulares, mas que ainda mantivesse uma boa legibilidade dos caracteres.

Foram feitas várias pesquisas e testes de aplicação tipográfica em combinação com as soluções de logotipo, que vinham sendo desenvolvidas nos testes da etapa anterior. Ao fim do processo, foi selecionada a fonte *Poster Cut Neue*, uma tipografia que lembra algo feito ou cortado a mão, adotando uma estética mais artesanal, que atende os requisitos estéticos e de legibilidade e que pode ser empregada principalmente nos títulos.

Figura 21 – Tipografia Open Cut Neue

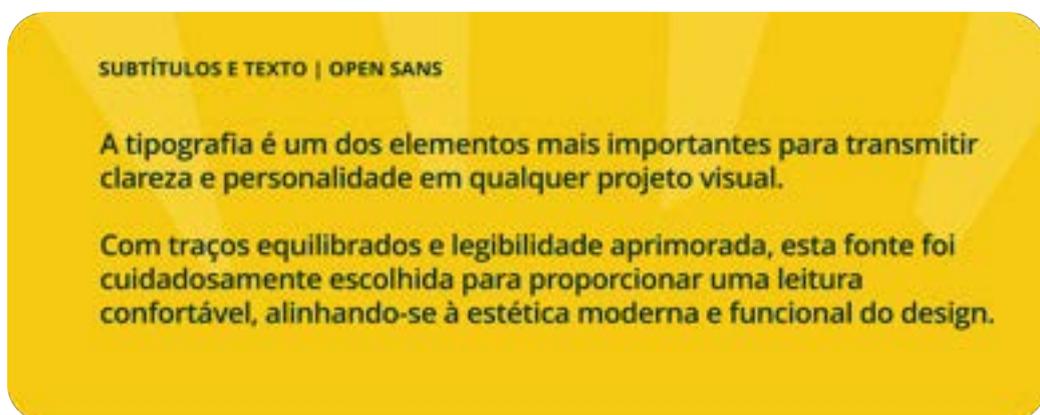


Fonte: O autor (2025)

Contudo, em testes de legibilidade a tipografia apresentou problemas, especialmente em textos longos, devido a caracteres que se fundiam.

Assim, em prol de uma boa legibilidade e organização visual, a família tipográfica Open Sans, foi escolhida para ser empregada em subtítulos e no corpo de texto, presente em aplicações desta marca.

Figura 22 – Tipografia Open Sans



Fonte: O autor (2025)

c) Paleta de Cores

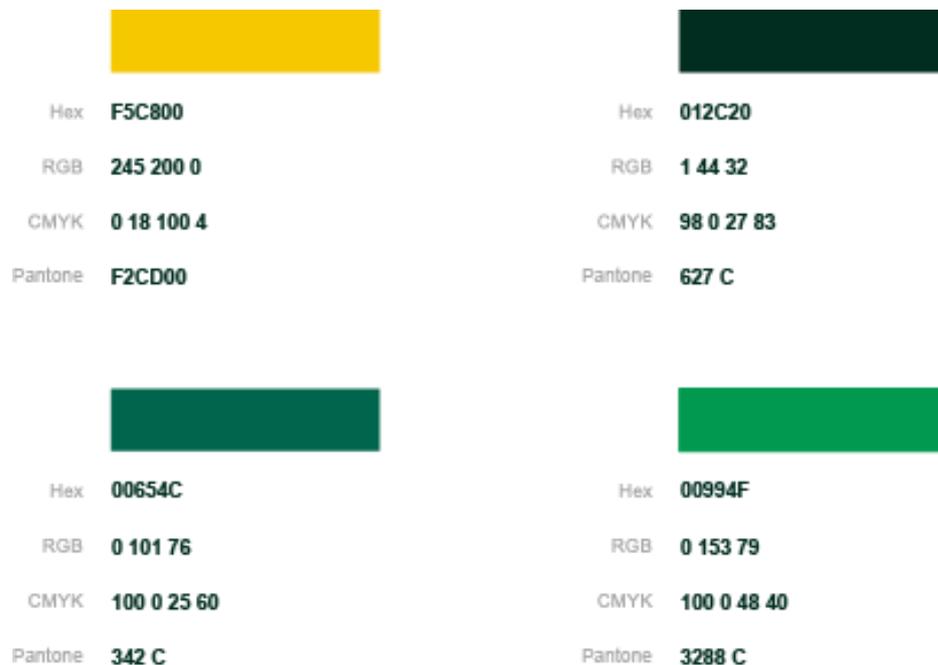
A definição das cores da marca partiram inicialmente de uma análise das cores presentes da bandeira e no brasão de Sertânia, que eram predominantemente amarelo, verde o branco.

Cores que carregam simbolismos sobre a construção histórica e cultural da cidade de Sertânia, com o amarelo representando o sol do sertão, o branco remetendo ao céu e as águas do rio Moxotó, o verde do cacto e da caatinga, que resiste em meio às adversidades.

Assim, com o objetivo de preservar os valores do município, foi decidido adotar as cores oficiais da cidade, como cores institucionais da marca.

Contudo, para expandir as possibilidades de aplicações, foram exploradas outras alternativas de verde, com variações na saturação e na luminosidade, que em conjunto com as demais cores, resultaria na paleta final.

Figura 23 – Paleta de cores institucional



Fonte: O autor (2025)

3.4 SOLUÇÃO

3.4.1 Logotipo

Com todos os elementos da marca já apresentados, o resultado final combinou um símbolo e o texto com o nome da cidade, resultando no logotipo:

Figura 24 – Logotipo final



Fonte: o autor (2025)

Figura 25 – Símbolo da marca



Fonte: O autor (2025)

A construção da marca é dotada de alguns simbolismos, apresentados previamente na etapa de geração de alternativas. Trazendo em sua construção o escudo, utilizado para remeter a força e a defesa da tradição, e que também está presente no Brasão do município.

Internamente o símbolo possui formas que remetem a símbolos municipais, como o sol e o cacto, presentes nas partes superior esquerda e direita do símbolo respectivamente.

Mas também possui a figura da Igreja de N. Sra. das Graças, que foi incorporada ao símbolo por sua importância histórica, religiosa e cultural para a cidade.

Por fim, o artesanato e as artes, também são representadas no símbolo, através de uma construção de formas abstratas no canto inferior direito, com linhas irregulares para remeter a madeira, que também está presente nas divisórias que separam os símbolos escolhidos:

Figura 26 – Construção da marca



Fonte: O autor (2025)

3.4.2 Assinaturas da marca

Nessa etapa foram feitas versões de assinatura nas versões vertical e horizontal, com variações em positivo e negativo, para obter flexibilidade nas aplicações:

Figura 27 – Assinaturas verticais e horizontais



Fonte: O autor (2025)

Figura 28 – Assinaturas monocromáticas (PB)



Fonte: O autor (2025)

3.4.3 Malha de construção

Grid desenvolvido para facilitar a construção de marca e garantir a sua proporção em mídia física e digital:

Figura 29 – Malha de construção da assinatura horizontal



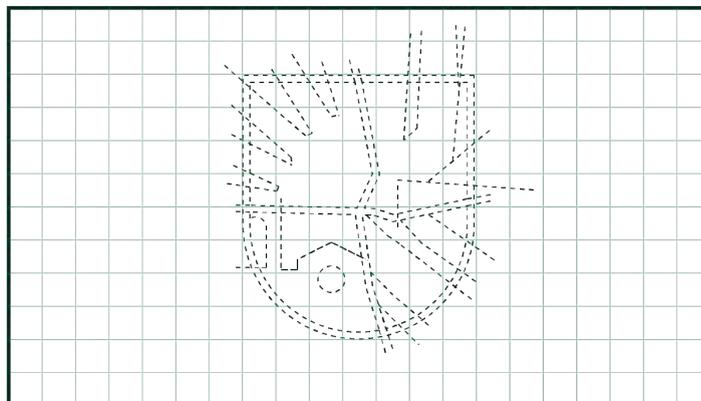
Fonte: O autor (2025)

Figura 30 – Malha de construção da assinatura vertical



Fonte: O autor (2025)

Figura 31 – Malha de construção do símbolo



Fonte: O autor (2025)

3.4.4 Área de proteção

Foi estabelecido uma margem de segurança entre a marca e demais elementos que venham a compor em conjunto com ela, sendo utilizada a tamanho da letra “A” como largura entre o logotipo e os demais elementos

Figura 32 – Área de proteção



Fonte: O autor (2025)

3.4.5 Redução/dimensões mínimas

Figura 33 – Testes de redução



Fonte: O autor (2025)

3.4.6 Usos incorretos

Figura 34 – Usos incorretos



Fonte: O autor (2025)

3.4.7 Grafismos de apoio

Ter uma diversidade de elementos e padronagens permite uma marca ter flexibilidade na hora de desenvolver peças de comunicação. Sendo assim a marca conta com grafismos e padronagens, que foram desenvolvidos a partir dos elementos incorporados na marca, servindo de recursos de composição.

Figura 35 – Grafismos de apoio



Fonte: O autor (2025)

3.4.8 Família iconográfica

Assim como elencado anteriormente, um dos outros objetivos desse projeto era desenvolver uma família de ícones, inspirados em elementos sobre a cidade, que foram listados anteriormente.

Inicialmente antes da iconografia ser desenvolvida, foram feitos levantamentos sobre construções, paisagens naturais, pontos turísticos, expressões culturais e Lendas locais, que eram relevantes para a cultura, para a história, para a economia local, dispostos em uma tabela, que para uma melhor visualização, será apresentada de forma resumida (Quadro 1), mas poderá ser consultada na íntegra no apêndice A deste documento.

Quadro 1 – Trecho de tabela para iconografia

Lugares	Aspecto	Imagem de Referência	Importância para a identidade da cidade
Igreja Nossa senhora da Conceição	Arquitetônico, Histórico, Cultural		Igreja construída pelos fundadores da cidade para a padroeira da cidade N. Sra. das Graças. Tendo a cidade crescido em torno dela.
EXPOCOSE	Cultural e econômico		Principal evento da cidade que enaltece a cultura através de eventos, shows, feiras, etc. e premia a pecuária de caprinos da cidade.
Artesanato em Madeira (Alto do Rio Branco)	Cultural		Celeiro cultural de grande relevância para o artesanato da cidade, com destaque nacional.

Fonte: O autor (2025).

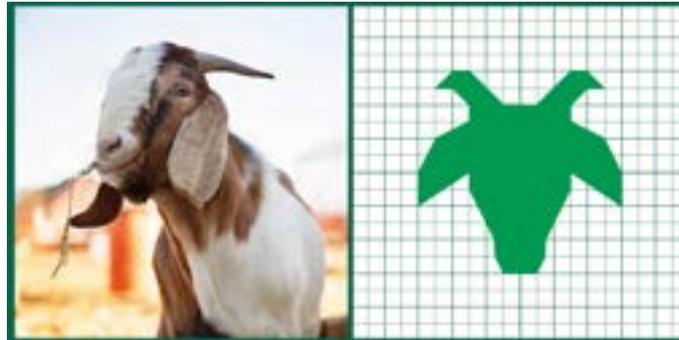
Essas informações foram catalogadas e filtradas de acordo com os aspectos, sua relevância para a cidade, além de conter fotos e um breve histórico sobre cada elemento, divididos entre construções históricas, expressões culturais, paisagens naturais e lendas locais, resultando em 27 itens.

Mas optou-se por reduzir inicialmente para 10 itens de maior relevância, que depois caíram para 8 na sua versão final, pois foi constatado que alguns ícones como a estação ferroviária que era prevista, foi incorporada ao ícone do armazém das artes, tendo sido considerado redundante, já que ambos fazem parte do mesmo prédio (figura 34).

O mesmo ocorreu com o ícone do bode e de outro que deveria representar o evento da Expocose, que é focado na cultura do bode, então optou-se por unificá-los (figura 33).

Toda a construção dos ícones foi feita de forma digital, através do uso de um grid, para simplificar os elementos presentes, sendo feitas adaptações em alguns casos, para melhorar a leitura de elementos muito delicados.

Figura 36 – Ícone do Bode



Fonte: o autor (2025)

Figura 37 – Ícone do Armazém das Artes



Fonte: o autor (2025)

Figura 38 – Ícone da Casa da Cultura



Fonte: o autor (2025)

Figura 39 – Ícone da Igreja Nossa Senhora da Conceição



Fonte: o autor (2025)

Figura 40 – Ícone da Igreja Sagrado Coração de Jesus



Fonte: o autor (2025)

Figura 41 – Ícone do Cine Emoir



Fonte: o autor (2025)

Figura 42 – Ícone do Serrote do Pau D'Arco



Fonte: o autor (2025)

Figura 43 – Ícone do Artesanato de Madeira



Fonte: o autor (2025)

Como resultado final, foram obtidos as seguinte família iconográfica:

Figura 44 – Família Iconográfica



Fonte: o autor (2025)

3.4.9 Aplicações

Figura 45 – Mockup de Camisetas



Fonte: o autor (2025)

Figura 46 – Mockup de Ecobag



Fonte: o autor (2025)

Figura 47 – Mockup de Display de parada de ônibus



Fonte: o autor (2025)

Figura 48 – Mockup de Anúncio em Totem



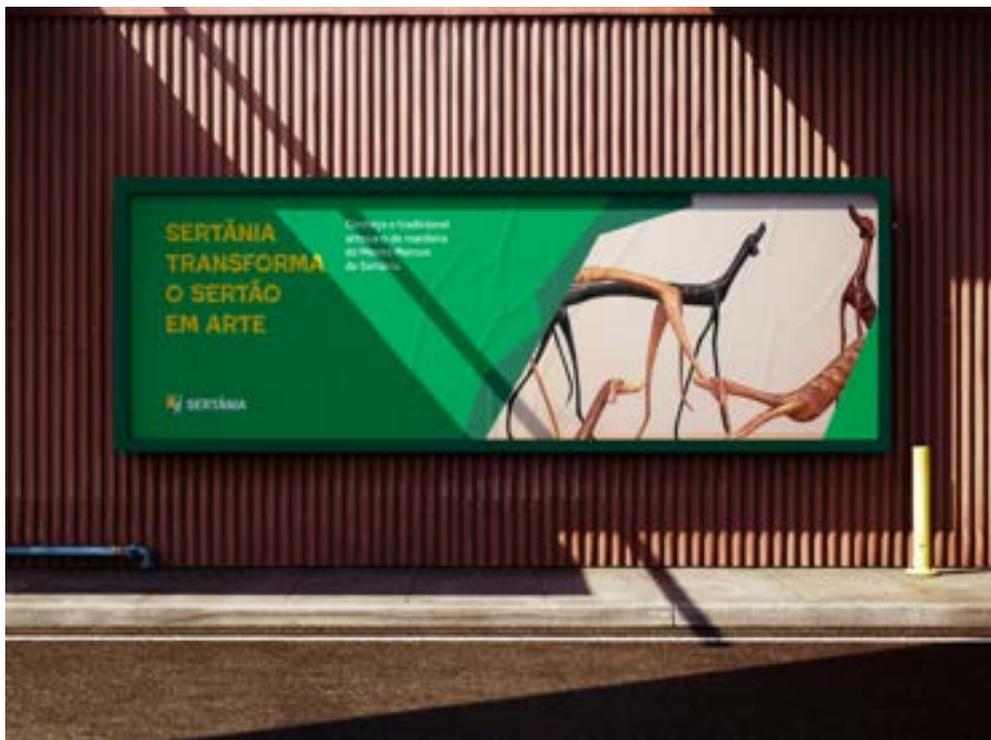
Fonte: o autor (2025)

Figura 49 – Mockup de Sinalização



Fonte: o autor (2025)

Figura 50 – Mockup de Outdoor



Fonte: o autor (2025)

3.4.10 Manual de identidade visual

Por fim, foi desenvolvido um manual de identidade visual para apresentar o conceito da marca, suas especificações técnicas e algumas sugestões de aplicações, para facilitar a reprodução da marca, mantendo a coerência e a integridade dos elementos da marca.

Para um melhor aproveitamento, foi inserido apenas alguns trechos do manual uma análise rápida. Podendo ser consultado na íntegra no apêndice B deste documento.

Figura 51 – Trecho 1 do manual de identidade visual



Fonte: o autor (2025)

Figura 52 – Trecho 2 do manual de identidade visual



Fonte: o autor (2025)

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Diante dos resultados obtidos, constata-se que o objetivo geral do projeto é elaborar uma identidade visual para a cidade de Sertânia, promovendo uma alternativa que possa divulgar a cidade como destino turístico e valorizar as tradições locais. Além disso, os objetivos específicos propostos também foram alcançados, resultando na família iconografia e no manual de identidade visual que será anexado dentro desse artigo, e disponibilizado para download.

Ao seguir a metodologia adaptada de Munari, partindo de um entendimento prévio do problema, posteriormente de uma análise dos dados e a definição de possíveis caminhos para uma solução, um processo longo de experimentos e verificação de resultados e por fim a escolha solução final, foi constatado sua efetividade no desenvolvimento de projetos de identidade visual, conduzindo de forma coerente todo o processo criativo.

Além disto, o desenvolvimento da identidade visual de Sertânia, possibilitou ao autor do projeto, colocar em prática os conhecimentos obtidos durante o curso de design, e entender suas limitações e pontos de melhoria.

Contudo na pesquisa, poderia ter sido adotado uma pesquisa bibliográfica mais ampla, adoção de procedimentos metodológicos como entrevistas e pesquisas por formulário com a população, para se obter mais informações, que pudessem complementar o briefing e expandir as possibilidades na resolução do problema proposto.

Durante a pesquisa, foram constatadas dificuldades para se obter informações diversas sobre a história, cultura e sobre construções importantes da cidade, de tal forma que optou-se por seguir um direcionamento baseado nas memórias deste autor para determinar quais elementos seriam representados neste projeto.

Podemos concluir por fim, que mesmo diante dos desafios projeto se demonstra relevante, pois dá visibilidade a cidade de Sertânia, sua cultura e expressões artísticas, permitindo a atração de turistas e uma identificação afetiva com seus moradores.

Além disso, espera-se que esse projeto sirva de inspiração e permita que outras pesquisas e projetos possam ser desenvolvidas sobre a cidade de Sertânia, e porque não sobre outras cidades que necessitam de visibilidade.

REFERÊNCIAS

- ONU BR – NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL – ONU BR. **A Agenda 2030**. 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Acessado em: 11 Nov. 2024.
- IDENTIDADE. *In*: **OED, Oxford English Dictionary**. Oxford University Press, 2025. Disponível em: <<https://www.oed.com/>>. Acesso em: 02/01/2025.
- MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- CAVALCANTI, Raimundo Sá Laet. **De uma história de amor nasceu Sertânia**. 2. Ed. Recife: Companhia Editora de Pernambuco - CEPE, 2016.
- ALMEIDA, José Ramos de. **Sertânia: História e Lenda Alagoa de Baixo**. [s.l.], 2022. E-book.
- STRUNCK. **Identidade Visual: A Direção Do Olhar**. Ed. Portugues. Edição Europa, 1989.
- TOME CONTA. **Tribunal de Contas do Estado de Pernambuco**. Disponível em: <<https://tomeconta.tcepe.tc.br/dados/Municipio!municipioSelecionado?municipio.nome=Sertania&municipio.codigo=P145>>. Acesso em: 31 mai. 2025.
- SERTÂNIA. **Prefeitura municipal de Sertânia**. Disponível em: <<https://www.sertania.pe.gov.br/historia-de-sertania/>>. Acesso em: 20 mai. 2025.
- SEBRAE. **Portal Sebrae**. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-o-place-branding-pode-impulsionar-os-negocios,aa88c1e3dc1f4810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Resumindo%2C%20place%20branding%20%C3%A9%20uma,significativa%20entre%20pessoa%20e%20lugar.>>. Acesso em: 08 jul. 2025.

APÊNDICE A – TABELA PARA ICONOGRAFIA COMPLETA

Lugares/coisas	Aspecto	Imagem referência	Importância para a identidade da cidade
Igreja do Coração de Jesus	Arquitetônico, Histórico, Cultural		Igreja no estilo eclético, foi construída em 1961, pelo Monsenhor Urbano Carvalho (Membro respeitado do clero)
Igreja Nossa senhora da Conceição	Arquitetônico, Histórico, Cultural		Igreja construída pelos fundadores da cidade para a padroeira da cidade N. Sra. das Graças. Tendo a cidade crescido em torno dela.
Estação Ferroviária	Histórico		Herança histórica da antiga linha ferroviária da cidade, essencial para as atividades econômicas da cidade.
Prefeitura Municipal	Histórico		Prédio do executivo da cidade
Serrote do Pau D'arco / Vulgo: "Gogó da Gata"	Natural, Cultural		Lugar que abriga a imagem da N. Sra. das Graças, padroeira da cidade e atrai turistas pela vista e por suas comemorações na semana santa.
Armazém das artes	Cultural		Sediada em uma parte da antiga estação ferroviária, concentra produções da Associação dos Artesãos e Artistas

			Populares da cidade.
America Esporte Clube	Histórico		Clube de festas tradicional da cidade.
Estádio Odilon	Histórico		Principal estádio de futebol da cidade
EXPOCOSE	Cultural, Econômico		Principal evento da cidade enaltecendo a cultura através de eventos, shows, feiras e premiações para produtores de caprinos da cidade.
Bode	Cultural, Econômico		Principal animal criado pela pecuária do município e símbolo do município
Usina de Agave	Histórico		Usina de desfibramento do agave, uma das antigas atividades econômicas da cidade.
Artesanato em Madeira (Alto do Rio Branco)	Cultural		Celeiro cultural de grande relevância para o artesanato da cidade, com destaque nacional.
Ponte da Linha Férrea	Arquitetônico, Histórico		Herança histórica da antiga linha ferroviária da cidade

Antigo Cinema da Cidade (Cine Emoir)	Arquitetônico, Histórico		Prédio com grande relevância histórica e cultural por exibir filmes e peças de teatro
Escola Olavo Bilac	Histórico		Escola histórica da cidade, da qual saíram várias figuras importantes da cidade
Transposição São francisco	Natural		Recente ponto de encontro para atividade de lazer
Cachoeira do Serecé	Natural		Ponto de lazer e turismo esportivo da cidade
Praça Amaro Lafayette (Rua Velha)	Histórico		Um das principais praças da cidade que sedia eventos religiosos, por sua proximidade a Igreja
Praça de Eventos Olavo Siqueira	Histórico		Principal praça da cidade, que sedia vários eventos culturais
Poesia	Cultural		Importante expressão artística da cidade
Casa da Cultura	Cultural		Importante local que concentra poetas, músicos, cineastas da cidade, etc.

Festa de Emancipação política (Aniversário da Cidade)	Cultural, Histórica		Um dos principais eventos da cidade, que concentra shows importantes em comemoração do aniversário da cidade
PAIXÃO DO SERTÃO	Cultural		Tradicional exibição teatral a céu aberto, com participação de grande parte da população
Algodão	Econômica, Histórica		Importante fonte econômica da cidade do século 20 (presente no brasão do município)
Milho	Econômica, Histórica		Importante fonte econômica da cidade do século 20 (presente no brasão do município)
Rio Moxotó	Natural		Importante rio temporário que corta a cidade, e está presente na bandeira e brasão da cidade
Cacto	Natural		Típico elemento sertanejo, presente na bandeira e brasão da cidade

APÊNDICE B – MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL COMPLETO

Para acessar o manual de identidade visual completo, acesse o link:
https://drive.google.com/file/d/1fLeTGW006MAm1_1D8HMmNHeYXYkE6VqM/view?usp=sharing

ANEXO A – HINO DE SERTÂNIA

Enamorada de Jabitacá
Sertânia vê o sol no seu terreiro
O cacto que a enfeita ser-lhe-á
Promessa de um porvir alvissareiro
Embora vá-se tudo ao Deus dará
Calamidade em solo brasileiro
Sertânia emerge desse mar de pó
Para a ressurreição do Moxotó

Quanto é bela Sertânia no deserto
Que o sol – punhal adamantino – criva
Desperta para a glória que vem perto
Miraculosamente rediviva

Como o vaqueiro na caatinga hirsuta
Sertânia vive lances de odisséia
Resiste a combustão, não foge à luta
Seus rasgos têm fulgores de epopéia

A terra – potencial em força bruta
Por singular aberração da idéia
Vê raramente o Moxotó passar
E além com o São Francisco se abraçar.

Letra por Waldemar de Sousa Cordeiro
Melodia por Maestro Nelson Ferreira