



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

MARIA GABRIELY ESPINDOLA DA SILVA

DESIGN COMO FERRAMENTA CULTURAL: proposta de identidade visual
para o Festival do Artesão de Cachoeirinha

Caruaru
2025

MARIA GABRIELY ESPINDOLA DA SILVA

DESIGN COMO FERRAMENTA CULTURAL: proposta de identidade visual
para o Festival do Artesão de Cachoeirinha

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.

Orientador (a): Profa. Dra. Camila Brito de Vasconcelos

Caruaru
2025

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

SILVA, Maria Gabriely Espindola da.

DESIGN COMO FERRAMENTA CULTURAL: proposta de identidade visual para o Festival do Artesão de Cachoeirinha / Maria Gabriely Espindola da SILVA. - Caruaru, 2025.

44 : il., tab.

Orientador(a): Camila Brito de VASCONCELOS

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

Inclui referências.

1. Design Gráfico. 2. Identidade Visual. 3. Cultura. 4. Artesanato. I. VASCONCELOS, Camila Brito de. (Orientação). II. Título.

760 CDD (22.ed.)

MARIA GABRIELY ESPINDOLA DA SILVA

DESIGN COMO FERRAMENTA CULTURAL: proposta de identidade visual
para o Festival do Artesão de Cachoeirinha

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: 05/12/2025

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Camila Brito de Vasconcelos (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Lucas José Garcia (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Ma. Sophia de Oliveira Costa e Silva (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos docentes do curso de Design da UFPE, por compartilharem seus conhecimentos e contribuírem para minha formação acadêmica e pessoal. Aos amigos que fiz durante a graduação, pela parceria, pelas trocas e por tornarem essa caminhada mais leve e inspiradora.

Aos amigos de fora da universidade, pelo incentivo constante e pelas palavras de apoio nos momentos em que mais precisei, em especial à Paloma Santos, por estar presente nessa jornada acadêmica antes mesmo dela se iniciar, sendo a primeira a ver minha aprovação e me dando a notícia tão esperada.

Um agradecimento especial à minha namorada, Magna Macêdo, por todo o carinho, paciência e motivação ao longo desse processo de reta final do curso, que não foi nada fácil.

E por fim, à minha orientadora Camila Brito, pela orientação atenciosa, paciência, confiança e pelas valiosas contribuições que tornaram este trabalho possível. Gratidão!

RESUMO

Este trabalho apresenta o desenvolvimento da identidade visual do Festival do Artesão de Cachoeirinha, evento cultural voltado à valorização do artesanato e das tradições locais do município de Cachoeirinha – PE, reconhecido pelo trabalho com o couro e o aço. A pesquisa e o processo projetual foram conduzidos com base na metodologia de Maria Luísa Peón (2009), que orienta a criação de sistemas de identidade visual de forma estruturada, fundamentada e sensível ao contexto cultural. O projeto percorreu as etapas de problematização, concepção e especificação, contemplando desde a análise de referências e geração de alternativas até a aplicação real da marca no festival. A solução final resultou em uma identidade visual que traduz a força simbólica do artesanato, unindo tradição e contemporaneidade por meio de elementos visuais. A marca desenvolvida busca não apenas identificar o evento, mas também atuar como expressão cultural e instrumento de reconhecimento coletivo, reforçando o papel do design como mediador entre comunicação e patrimônio imaterial.

Palavras-chave: Design gráfico; Identidade visual; Cultura; Artesanato.

ABSTRACT

This paper presents the development of the visual identity for the Cachoeirinha Craftsman Festival, a cultural event dedicated to promoting crafts and local traditions in the municipality of Cachoeirinha, Pernambuco, renowned for its work with leather and steel. The research and design process were conducted based on the methodology of Maria Luísa Peón (2009), which guides the creation of visual identity systems in a structured, well-founded, and culturally sensitive manner. The project encompassed the stages of problematization, conception, and specification, encompassing everything from reference analysis and the generation of alternatives to the actual implementation of the brand at the festival. The final solution resulted in a visual identity that conveys the symbolic power of crafts, uniting tradition and contemporaneity through visual elements. The developed brand seeks not only to identify the event but also to act as a cultural expression and instrument of collective recognition, reinforcing the role of design as a mediator between communication and intangible heritage.

Keywords: Graphic design; Visual identity; Culture; Crafts.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Artesãos de Cachoeirinha	13
Figura 2 –	Fluxograma de Maria Luísa Peón	16
Figura 3 –	Fluxograma adaptado	17
Figura 4	Moodboard de elementos da cidade de Cachoeirinha-PE	20
Figura 5	Geração de Alternativas	25
Figura 6	Partido 1	25
Figura 7	Partido 2	26
Figura 8	Solução preliminar	27
Figura 9	Construção da palavra Artesão	29
Figura 10	Solução refinada	29
Figura 11	Testes de redução para meios impressos	30
Figura 12	Testes de redução para meios digitais	30
Figura 13	Marca positiva e negativa	31
Figura 14	Paleta de cores	31
Figura 15	Logotipo final	33
Figura 16	Logotipo e sua paleta de cores	33
Figura 17	Logotipo alternativo	34
Figura 18	Simulação em materiais promocionais	34
Figura 19	Mockup de crachá	36
Figura 20	Mockup de copo	37
Figura 21 -	Mockup de folder	37
Figura 22 -	Mockup de outdoor	38

Figura 23 -	Mockup post do instagram	38
Figura 24	Aplicação da marca no festival	41
Figura 25	Aplicação da marca no festival	42
Figura 26	Aplicação da marca no festival	42
Figura 27	Aplicação da marca no festival	43
Figura 28	Aplicação da marca no festival	43

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Estudo de similares 21

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	Objetivos.....	14
1.1.1	Objetivo Geral	14
1.1.2	Objetivos específicos.....	14
2	METODOLOGIA	15
2.1	FASE A - PROBLEMATIZAÇÃO.....	17
2.2	FASE B – CONCEPÇÃO	17
2.3	FASE C – ESPECIFICAÇÃO	18
3	DESENVOLVIMENTO.....	19
3.1	Fase A: Problematização	19
3.1.1	Briefing	19
3.1.2	Público-alvo	20
3.1.3	Importância da contextualização simbólica	20
3.1.4	Estudo de similares	21
3.1.5	Requisitos e restrições	23
3.2	Fase B: Concepção	24
3.2.1	Gerações de alternativas de solução	24
3.2.2	Identificação dos partidos das alternativas geradas	25
3.2.3	Seleção da solução preliminar, a partir das alternativas geradas	27
3.2.4	Desenvolvimento de variações, com testes de redução	28
3.2.5	Solução	32
3.3	Fase C: Especificação	35

3.3.1	Manual de marca	35
3.3.2	Aplicações da marca	36
3.3.3	Encerramento do projeto	39
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
4.1	Aplicação real da identidade visual no festival	40
	REFERÊNCIAS.....	44

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho trata-se de um memorial descritivo desenvolvido como conclusão do curso de Design e tem como objetivo a criação de uma identidade visual para o Festival do Artesão de Cachoeirinha-PE. O trabalho visa registrar e fundamentar todas as etapas do processo de desenvolvimento do projeto, desde a pesquisa inicial até a concepção e especificação das soluções gráficas adotadas. A identidade visual criada busca representar de forma simbólica e funcional a cultura local, com foco na tradição artesanal do couro e do aço, que marca profundamente a história e o cotidiano da cidade. Através do design, pretende-se contribuir para a valorização cultural do evento e para o reconhecimento social do artesão, posicionando o festival como um elemento estratégico de preservação e promoção da identidade da cidade.

Cachoeirinha é um município do agreste de Pernambuco, situado a cerca de 170 km do Recife, que se destaca pelo forte desenvolvimento em torno da produção artesanal. Conhecida como "a terra do couro e do aço" (CACHOEIRINHA, 2025). A cidade é referência nacional na fabricação de produtos manuais como selas, arreios e ferragens em geral. Essa vocação produtiva movimenta não só a economia local, mas também define a identidade cultural da população, que tem na prática do ofício artesanal uma herança transmitida de geração em geração.

Ao observar as ruas da cidade, é possível perceber como o artesanato está presente no cotidiano, com pequenas fábricas familiares, conhecidas como tendas, onde é possível observar os artesãos produzindo suas peças com dedicação e técnica. Os moradores se envolvem desde cedo com esses saberes, aprendendo com familiares ou vizinhos, e contribuindo para manter viva uma tradição do trabalho manual que tornou Cachoeirinha um importante polo artesanal no cenário pernambucano e nordestino. O ofício do artesão, nesse contexto, é mais do que uma profissão: é um modo de vida enraizado na cultura local (Figura 1).

Figura 1 : Artesãos de Cachoeirinha, retirada do projeto "O Agreste encourado"



Fonte: TORRES (2024).

Entre as produções mais expressivas estão os artigos de couro — como selas, gibões, arreios e peças de montaria — e os produtos em aço, como esporas, brídias, breques e ferros de marcação de animais, que unem utilidade, estética e precisão. A qualidade desses materiais já ultrapassou os limites da cidade, sendo reconhecida em várias feiras e exposições pelo estado e pelo país. No entanto, apesar dessa força produtiva, ainda há uma carência de valorização simbólica e cultural do artesão local, o que reforça a importância de iniciativas voltadas à sua visibilidade.

Nesse sentido, o festival do artesão de Cachoeirinha surge como uma iniciativa necessária para reconhecer e valorizar a relevância cultural e econômica desses profissionais, promovendo não apenas seus produtos, mas também suas histórias, técnicas e trajetórias. O evento se propõe como uma oportunidade essencial para dar visibilidade a esses artesãos além das fronteiras locais, celebrando sua importância para a cidade, como também de fomentar o turismo e preservar a identidade cultural local através de ações que integram arte, tradição e desenvolvimento.

A programação do festival contempla atividades no pavilhão cultural e no pátio de eventos, incluindo apresentações musicais, teatro de mamulengos, grupos de xaxado, oficinas gastronômicas e homenagens a artesãos reconhecidos pela comunidade (PREFEITURA DE CACHOEIRINHA, 2025). A iniciativa busca integrar arte, cultura e turismo, reafirmando a importância do trabalho manual como expressão de identidade e pertencimento, além de

incentivar o desenvolvimento econômico e simbólico da cidade por meio de suas práticas tradicionais.

O desenvolvimento da identidade visual para o festival do artesão de Cachoeirinha representa um desafio que vai além da elaboração estética: exige soluções gráficas acessíveis e funcionais, capazes de comunicar, de forma clara e simbólica, a cultura e a tradição artesanal da cidade. Como aponta Gui Bonsiepe, “o design é uma atividade de mediação entre cultura e produção” (Bonsiepe, 1997, p.36), sendo, portanto, um instrumento fundamental para valorizar o trabalho artesanal e promover a imagem do festival.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Criar uma identidade visual para o festival do artesão de Cachoeirinha, remetendo à sua cultura, com soluções gráficas acessíveis e funcionais.

1.1.2 Objetivos Específicos

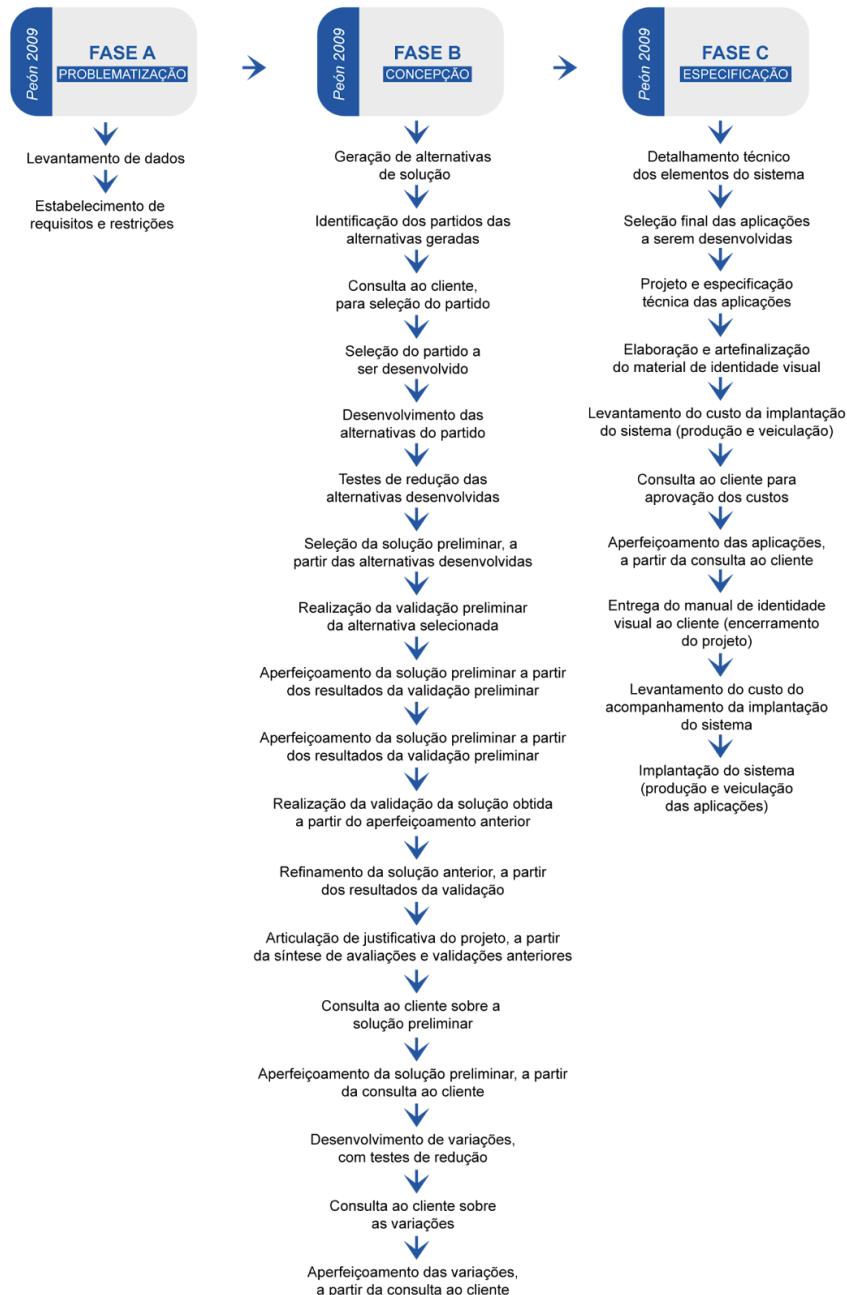
- Elaborar uma identidade visual com logotipo e elementos visuais, que comuniquem através dos princípios básicos do design a cultura exposta no festival do artesão de Cachoeirinha.
- Fazer levantamento dos aspectos culturais da cidade de Cachoeirinha que devem ser representados na identidade visual.
- Realizar simulações em mockups das peças gráficas desenvolvidas, a fim de visualizar e validar a aplicação prática das soluções gráficas propostas.

2 METODOLOGIA

A metodologia adotada para este projeto baseia-se no método apresentado por Maria Luísa Peón (2009), no livro Sistema de Identidade Visual, por se tratar de uma abordagem voltada à construção sistemática e fundamentada de sistemas visuais coerentes com o contexto cultural em que se inserem. A escolha dessa metodologia busca garantir que o desenvolvimento da identidade visual ocorra de maneira estruturada, com foco na funcionalidade, clareza e relevância simbólica dos elementos gráficos. Segundo Peón (2009), o uso de uma metodologia no design gráfico contribui diretamente para a assertividade do projeto, minimizando erros e facilitando a tomada de decisões em cada etapa do processo.

Em sua obra, Peón organiza a projetação da identidade visual em três fases principais: Problematização, onde ocorre a coleta e análise de informações para compreensão do contexto; Concepção, que envolve o desenvolvimento criativo com base nos dados levantados; e Especificação, em que os elementos gráficos são detalhados e adaptados aos seus diversos suportes e aplicações (Figura 2).

Figura 2: Fluxograma de Maria Luísa Peón

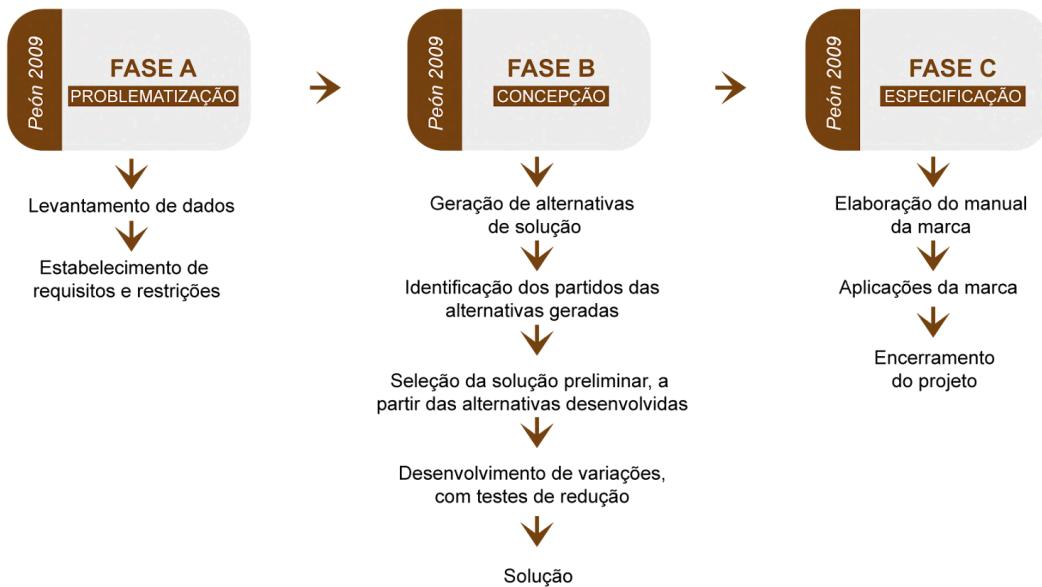


Fonte: (Peón, 2009. p 57-59)

A metodologia de Maria Luísa Peón (2009), embora estruturada para atender a projetos de identidade visual em geral, foi utilizada neste trabalho como uma base metodológica flexível, passando por adaptações que a tornaram mais compatível com o contexto e a natureza de um evento cultural de curta duração, como é o caso do Festival do Artesão de Cachoeirinha. As três fases principais — Problematização, Concepção e Especificação — foram mantidas como estrutura organizadora do projeto, no entanto, algumas de suas

etapas internas foram resumidas, de modo a garantir mais agilidade e objetividade no processo de desenvolvimento como mostrado na (Figura 3).

Figura 3: Fluxograma adaptado



Fonte: Próprio autor, 2025

2.1 FASE A – Problematização

Esta fase corresponde ao ponto de partida do projeto, em que se realiza uma coleta aprofundada de dados sobre o objeto de estudo. O objetivo é compreender a situação atual, identificar o problema comunicacional e levantar informações estratégicas sobre o contexto, o público-alvo, o histórico da marca ou evento e seus valores simbólicos. Essa investigação fornece uma base sólida para as fases seguintes, orientando o processo criativo de maneira consciente e fundamentada. A problematização também permite que o designer antecipe possíveis dificuldades e trace estratégias mais adequadas para a solução visual do projeto.

2.2 FASE B – Concepção

Fase voltada ao desenvolvimento das ideias e soluções gráficas, com base nas informações coletadas na etapa anterior. Essa fase é subdividida em cinco etapas principais:

- **Geração de Alternativas:** Nesta etapa, diversas possibilidades visuais são criadas, buscando explorar ao máximo os caminhos criativos definidos pelas diretrizes do projeto. As alternativas geradas podem variar em forma, estilo e abordagem conceitual, mas devem manter coerência com o diagnóstico realizado.
- **Definição do Partido:** Após a geração de alternativas, escolhe-se a direção visual que melhor representa os objetivos do projeto. Essa escolha estabelece o conceito central e orienta todas as decisões posteriores, garantindo um direcionamento claro e estratégico.
- **Solução Preliminar:** Uma das propostas dentro do partido escolhido é selecionada para testes. A marca é aplicada em diferentes contextos e suportes para avaliar sua performance, legibilidade, flexibilidade e impacto.
- **Validação:** Essa etapa permite ajustes finos e assegura que o resultado esteja de acordo com as expectativas e necessidades reais do projeto.
- **Solução:** Após os ajustes, a solução validada é finalizada e consolidada como a identidade oficial. Essa versão definitiva inclui todos os componentes visuais do sistema e é apresentada de forma estruturada.

2.3 FASE C – Especificação

Nesta fase, toda a identidade visual criada é sistematizada em um documento técnico: o manual de identidade visual. Esse manual descreve detalhadamente os elementos que compõem a identidade — como logotipo, paleta de cores, tipografia, padrões gráficos, formas de aplicação e restrições. Sua função é garantir a consistência e a integridade da marca ao longo do tempo, independentemente de quem venha a aplicá-la. A especificação é essencial para assegurar que o sistema visual seja compreendido, respeitado e corretamente reproduzido por designers, gráficas, parceiros e demais profissionais envolvidos com a comunicação do projeto.

3 DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento deste trabalho será apresentado com uma sequência de tópicos que correspondem às etapas da metodologia, apresentada no tópico anterior. Em cada etapa será apresentado o resultado do desenvolvimento de cada uma delas, como pode ser observado a seguir.

3.1 Fase A: Problematização

A primeira fase deste projeto, conforme a metodologia proposta por Peón (2009), consiste no levantamento e análise de dados que fundamentam todas as decisões de design ao longo do desenvolvimento da identidade visual. Esta fase tem como objetivo compreender profundamente o universo simbólico, cultural e comunicacional, como destaca a autora:

Nesta primeira fase nada é necessariamente produzido. É, porém, uma fase essencial. Se não for bem realizada, o sistema a ser desenvolvido poderá até ser bem planejado, amplo e visualmente agradável, mas poderá ser completamente ineficiente - justamente porque não atenderá às necessidades (objetivas e simbólicas) do cliente e do seu público-alvo. (PEÓN, 2009, p.52)

Para melhor organização e facilidade de pesquisa e coleta de dados, esta fase foi dividida em cinco partes, como sugere Péon (2009), que são elas: briefing, público-alvo, importância da contextualização simbólica, estudo de similares e por fim os requisitos e restrições.

3.1.1 Briefing

Segundo Peón (2009), o briefing é o ponto de partida que define claramente os objetivos e as expectativas do projeto, proporcionando uma visão estratégica sobre o que a marca ou logotipo deve comunicar. Para o contexto do festival do artesão de Cachoeirinha-PE, que irá apresentar sua primeira edição em 2025 e acredita-se que permanecerá como um evento anual de celebração da tradição local. A prefeitura local junto com a cooperativa dos artesãos, busca uma identidade visual que:

- Valorize o patrimônio material e imaterial da cidade;
- Evite clichês regionais;
- Reforce o reconhecimento do evento;
- Seja aplicável em peças gráficas digitais e impressas.

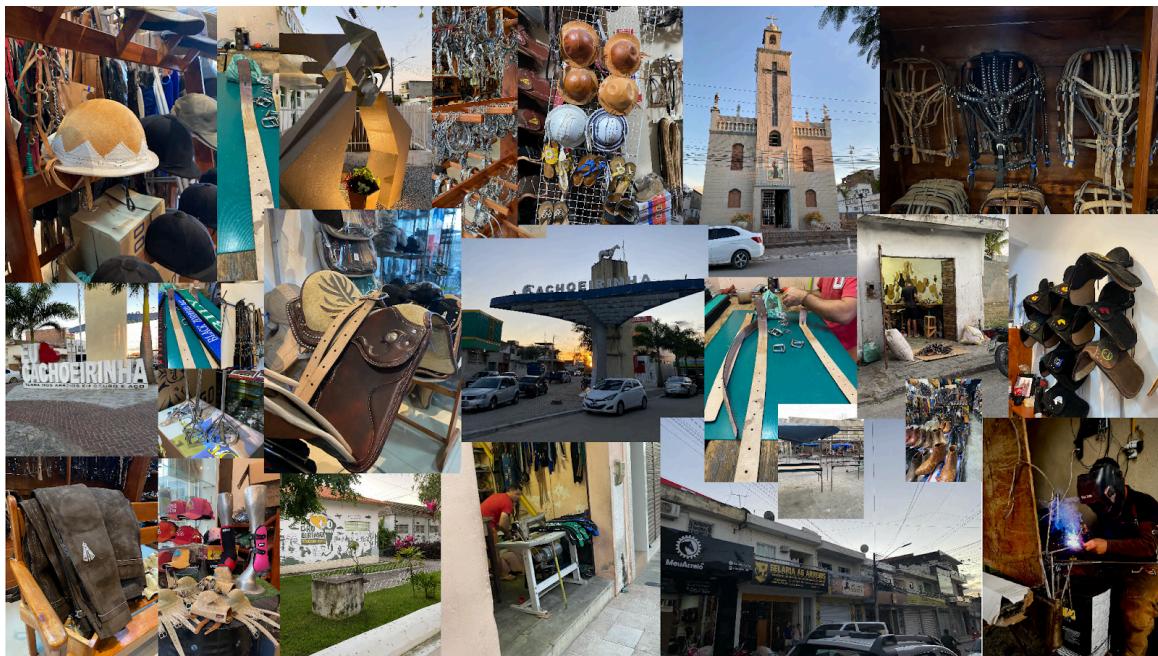
3.1.2 Público-alvo

O público alvo para este evento está inserido no contexto local e não local, assim como sugere Maria Luísa Peón (2009), o público-alvo deve ser mapeado em níveis de prioridade, considerando suas necessidades simbólicas. Desse modo, temos os artesãos locais e os organizadores do evento como base prioritária, em seguida os turistas que virão conhecer o festival e por fim os comerciantes que irão atuar durante as festividades.

3.1.3 Importância da contextualização simbólica

A identidade visual deve estabelecer conexões simbólicas profundas com o universo cultural de Cachoeirinha. O artesanato em couro e aço não é apenas uma atividade econômica, mas um traço essencial da memória e da vida cotidiana da cidade. Nesse sentido, a autora destaca que estes conceitos, são construções do imaginário dos sujeitos daquele universo. São conceitos subjetivos, simbólicos, que muitas vezes só fazem sentido naquele universo próprio. A fim de melhor representar todo o simbolismo local, foi elaborado um moodboard fotográfico (Figura 4).

Figura 4: Moodboard de elementos da cidade de Cachoeirinha-PE



Fonte: Próprio autor, 2025

3.1.4 Estudo de similares

O estudo de similares é uma etapa estratégica no processo de desenvolvimento de identidade visual, pois permite observar soluções visuais já aplicadas em contextos semelhantes e compreender como o design pode dialogar com valores simbólicos, funcionais e regionais. Para este projeto, foram escolhidos três eventos de referência no cenário cultural de Pernambuco: o Festival de Inverno de Garanhuns (FIG) na sua 32^a edição em 2024, a Fenearte na sua 25^a edição em 2025 e o Festival Café Cultural de Taquaritinga do Norte na 6^a edição em 2025. Todos eles compartilham características relevantes — como o foco na valorização da cultura local, o incentivo ao turismo e a promoção de produções artesanais — e oferecem abordagens gráficas distintas que ajudam a fundamentar as decisões do presente projeto. A seguir, é apresentada uma análise desses festivais (Tabela 1).

Tabela 1: Estudo de similares

Logotipo	Cores	Tipografia	Elementos gráficos	Símbolos
	● ● Tons terrosos e quentes: marrom e bege (remetendo ao café).	Fonte manuscrita/curva, minúscula, amigável e artesanal.	Símbolo gráfico estilizado das iniciais "FCC" formando arabescos.	Café simbolizado por curvas suaves; estética que remete ao grão.
	● ● ● ● ● Cores suaves e pastéis: azul, rosa, verde, salmão, amarelo.	Caligráfica e orgânica; letras de diferentes tamanhos e pesos.	Composição livre e orgânica, elementos florais e ilustrações artísticas.	Pássaro e flores; elementos decorativos do Agreste.
	● ● ● Paleta vibrante e contrastante: rosa, ciano e amarelo vibrante.	Moderna, arredondada, sem serifa. Estilo lúdico e acessível.	Forma circular; textura desgastada; estrela estilizada.	Estrela (remetendo ao fazer manual e brilho da arte).

Fonte: Próprio autor, 2025

Dentre as identidades analisadas, foi possível observar que cada evento adota soluções visuais coerentes com sua proposta cultural, revelando diferenças marcantes quanto à cor, tipografia, elementos gráficos e simbologia.

No que se refere à **tipografia**, nota-se a presença de estilos que comunicam diretamente o caráter e o propósito de cada festival. O Festival

Café Cultural, por exemplo, utiliza uma fonte manuscrita e curva, de aspecto artesanal e acolhedor, reforçando a atmosfera intimista e o vínculo com o ofício manual. Já o Festival de Inverno de Garanhuns apresenta uma tipografia caligráfica e orgânica, com variações de espessura e tamanho que remetem à diversidade artística e ao caráter plural do evento. Em contrapartida, a Fenearte adota uma tipografia moderna e sem serifa, de formas arredondadas, que transmite contemporaneidade, acessibilidade e apelo visual mais institucional, condizente com a escala comercial e abrangente da feira.

Quanto às **cores**, é possível perceber uma clara diferença de abordagem cromática entre os festivais. O Café Cultural trabalha com tons terrosos e quentes, como marrom e bege, remetendo à rusticidade e à matéria-prima do café, evocando sensações de aconchego e tradição. O Festival de Inverno de Garanhuns, por sua vez, explora uma paleta de cores suaves e pastéis — azul, rosa, verde, salmão e amarelo — que traduzem leveza e harmonia, dialogando com a atmosfera artística e cultural do evento. Já a Fenearte apostava em uma paleta vibrante e contrastante, composta por rosa, ciano e amarelo, reforçando a energia criativa e a diversidade do artesanato pernambucano. Essa variedade cromática demonstra como a cor atua como um recurso essencial para reforçar a identidade simbólica de cada festival e aproximá-lo de seu público.

Em relação aos **elementos gráficos e simbologia**, percebe-se a presença de signos que traduzem o espírito de cada evento e sua ligação com a cultura local. O logotipo do Café Cultural utiliza formas curvas e orgânicas derivadas das iniciais “FCC”, formando arabescos que remetem ao movimento do vapor do café e à fluidez artesanal. O FIG faz uso de composições livres e orgânicas, com ilustrações florais e pássaros que representam a natureza e a diversidade do Agreste. Já a Fenearte se destaca pelo uso de formas geométricas simples, como o círculo e a estrela estilizada, associadas à ideia de brilho, criação e valorização do fazer manual.

De modo geral, a análise dos similares evidencia que, apesar das diferenças visuais, todos os eventos buscam traduzir em suas identidades aspectos simbólicos de pertencimento cultural, destacando a valorização do artesanato, da arte e da tradição popular. Esse estudo serve como base estratégica para o desenvolvimento da identidade do festival, orientando decisões de projeto que equilibrem tradição e apelo visual. A partir dessa análise, será possível construir uma linguagem gráfica que represente a força do ofício artesanal local, valorizando os materiais como couro e aço, com uma estética que traduza o orgulho cultural da cidade de forma clara, autêntica e funcional.

3.1.5 Requisitos e restrições

Assim como aponta Peón, a síntese da situação de projeto se dá a partir do estabelecimento dos requisitos e das restrições da situação de projeto. Por requisitos entendemos aquelas demandas, definidas ou não pelo cliente, que justificam a elaboração do problema. As restrições se referem àqueles aspectos limitadores ou proibitivos da situação de projeto.

No caso da identidade visual do Festival do Artesão de Cachoeirinha, os requisitos foram definidos com base na necessidade de traduzir visualmente a essência cultural da cidade e o valor simbólico do ofício artesanal.

Requisitos:

- Representar de maneira clara e simbólica a união entre couro e aço, materiais que constituem o principal traço identitário da cidade;
- Transmitir um caráter artesanal e regional, alinhado à atmosfera cultural e popular do festival;
- Adotar tipografia com personalidade e legibilidade, evocando o aspecto manual sem comprometer a leitura;
- Utilizar cores terrosas e metálicas que remetem aos materiais e ofícios tradicionais, reforçando a autenticidade da proposta;
- Manter coerência visual entre os elementos — tipografia, textura e símbolo — garantindo harmonia e unidade na composição;
- Garantir versatilidade de aplicação, permitindo o uso da marca em diferentes escalas e contextos visuais (digitais e impressos);
- Expressar pertencimento cultural, comunicando a valorização do artesão e o orgulho da identidade cachoeirinhense.

As restrições do projeto estão relacionadas à preservação da clareza comunicacional e à manutenção da integridade estética da marca. São elas:

- Evitar o uso de elementos gráficos excessivos que possam poluir a composição ou desviar o foco do símbolo principal;
- Não utilizar paletas de cores destoantes da proposta cromática original, a fim de preservar o vínculo com os materiais e o contexto local;

- Evitar modificações na tipografia escolhida, como alongamentos, distorções ou substituições, que comprometam o estilo artesanal da marca;
- Evitar aplicações em fundos de baixa legibilidade ou com pouco contraste, que prejudiquem a leitura da marca.

3.2 Fase B: Concepção

Esta fase é o momento em que se dá o desenvolvimento criativo da identidade visual, a partir dos dados e diretrizes estabelecidos na fase de problematização e considerando os processos prévios que alimentam essa etapa, como briefing, público-alvo, importância da contextualização simbólica e estudo de similares. Conforme descreve Peón:

A concepção é, em geral, a fase mais criativa do projeto. Por isso, muitas vezes ela é confundida com o projeto como um todo. A concepção consiste na definição da solução a partir de diversas alternativas geradas, e de suas testagens junto a amostras do público-alvo e junto ao próprio cliente (PEÓN, 2009, p.68).

3.2.1 Geração de alternativas de solução

De acordo com Peón (2009), a etapa de geração de alternativas constitui o momento de experimentação e exploração criativa dentro do processo projetual. A partir das informações coletadas na fase de Problemática — especialmente a valorização do couro e do aço como símbolos identitários de Cachoeirinha — foram desenvolvidas quatro propostas iniciais de logotipo para o Festival do Artesão de Cachoeirinha (Figura 5).

Os esboços foram elaborados manualmente, com o objetivo de explorar diferentes formas tipográficas, composições e elementos simbólicos, mantendo como eixo conceitual o ofício artesanal e o caráter cultural do evento. As alternativas apresentadas buscaram equilibrar tradição e contemporaneidade, transmitindo o espírito do festival de maneira simples, legível e afetiva.

Figura 5: Geração de Alternativas



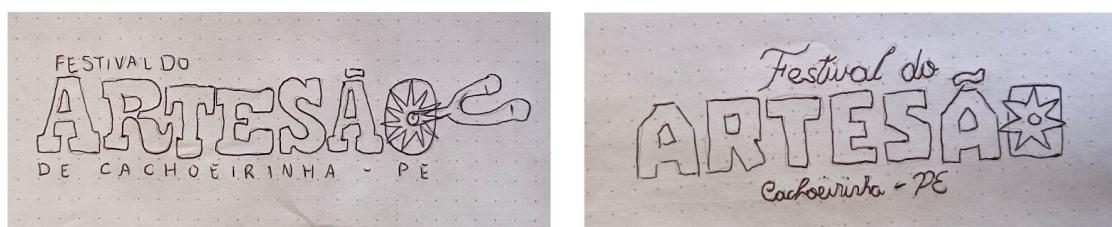
Fonte: Próprio autor, 2025

Essas explorações iniciais permitiram compreender os caminhos visuais mais adequados para representar o festival, servindo como base para a identificação dos partidos e para a escolha da proposta mais alinhada aos objetivos do projeto.

3.2.2 Identificação dos partidos das alternativas geradas

A partir das alternativas gráficas desenvolvidas, foi possível identificar dois partidos conceituais principais, conforme propõe Peón (2009), que orientam o desenvolvimento da identidade visual do Festival do Artesão de Cachoeirinha. A análise desses partidos permite compreender as diferentes abordagens adotadas na construção do signo visual e os caminhos possíveis para representar, de forma simbólica e funcional, a cultura local.

Figura 6: Partido 1



Fonte: Próprio autor, 2025

Partido 1 – Materialidade simbólica (couro e aço)

O primeiro partido (Figura 6) reúne as propostas que exploram diretamente a materialidade do ofício artesanal como elemento central da identidade visual. Nesse grupo, ambas opções buscam representar a união entre o couro e o aço, principais símbolos da produção artesanal de Cachoeirinha, por meio da integração entre tipografia e elemento gráfico.

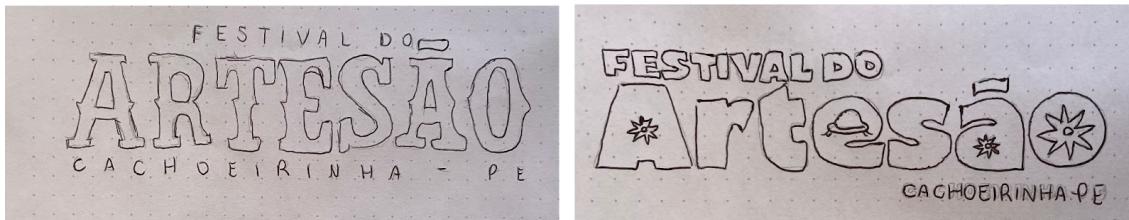
Na primeira proposta, o destaque vai para a espora metálica que se integra a letra “O”, estabelecendo uma relação visual clara com o universo do aço e das ferragens. A composição mantém boa legibilidade, e o símbolo adquire força e singularidade dentro do conjunto, agregando significado à marca.

Na segunda proposta, a ideia é complementada por uma composição mais fluida, que introduz traços manuais e uma tipografia de caráter artesanal para as palavras “Festival” e “Cachoeirinha-PE”. O uso da estrela da espora reforça também o aspecto regional e o artesanato local.

Pontos positivos: este partido traduz com fidelidade o conceito central do projeto, comunicando a dualidade entre força e tradição de maneira simbólica e direta. Há coerência conceitual e equilíbrio entre símbolo e texto, além de potencial para aplicações visuais consistentes.

Pontos negativos: a presença de alguns detalhes pode exigir simplificação nas reduções, além de exigir ajustes futuros.

Figura 7: Partido 2



Fonte: Próprio autor, 2025

Partido 2 – Tipográfico e popular

O segundo partido agrupa a terceira e quarta alternativas que priorizam uma abordagem mais tipográfica e expressiva, com foco no impacto visual e na comunicação direta com o público popular do evento.

Na terceira proposta, a construção do logotipo é centrada exclusivamente na tipografia, com letras robustas e traço irregular, evocando o aspecto manual do trabalho do artesão. Já a quarta proposta apresenta uma

composição mais lúdica, introduzindo ícones como o chapéu de couro e a estrela, elementos recorrentes na estética nordestina, e que reforçam o caráter festivo e acolhedor do evento.

Pontos positivos: este partido apresenta uma comunicação visual de fácil leitura e grande apelo popular. As formas simples e o traçado expressivo remetem ao universo das feiras e festivais culturais, aproximando o público da marca.

Pontos negativos: a ausência de um símbolo mais estruturado ou representativo do couro e do aço reduz a profundidade conceitual da proposta. Além disso, o estilo gráfico mais decorativo pode comprometer a versatilidade da aplicação, dificultando o uso da marca em contextos institucionais ou formais.

Após análise comparativa, o Partido 1 foi considerado o mais adequado para continuidade do projeto, por representar de forma mais completa os valores simbólicos e culturais do festival, unindo materialidade, pertencimento e legibilidade em uma proposta visual equilibrada e coerente com os objetivos do trabalho.

3.2.3 Seleção da solução preliminar, a partir das alternativas geradas

Após a revisão das alternativas desenvolvidas, foi selecionada a proposta que melhor traduz o conceito do Festival do Artesão de Cachoeirinha, que foi a primeira proposta do partido 1, representando de forma clara a união entre o couro e o aço, materiais simbólicos da identidade artesanal do município (Figura 8). A proposta escolhida apresenta uma estrutura tipográfica robusta e expressiva, acompanhada de um símbolo em forma de espora metálica acoplada à letra “O”, elemento que sintetiza o ofício e a força do trabalho manual local.

Figura 8: Solução preliminar



Fonte: Próprio autor, 2025

A composição destaca a palavra *ARTESÃO* como elemento principal, transmitindo protagonismo e imponência visual. A aplicação do símbolo da espora como fechamento da palavra contribui para uma leitura fluida e equilibrada, além de reforçar o vínculo direto com o contexto regional e cultural do evento.

A proposta foi escolhida pela clareza conceitual, legibilidade e coerência simbólica, além de seu potencial de aplicação em diferentes suportes e formatos. Ela expressa com precisão a essência do festival, que celebra o fazer manual e o saber popular, ao mesmo tempo em que valoriza o aspecto técnico e o orgulho do ofício.

A versão digital apresentada (Figura 8) representa, portanto, a solução preliminar, que servirá de base para os testes de variação, redução e aplicação nas próximas etapas do projeto.

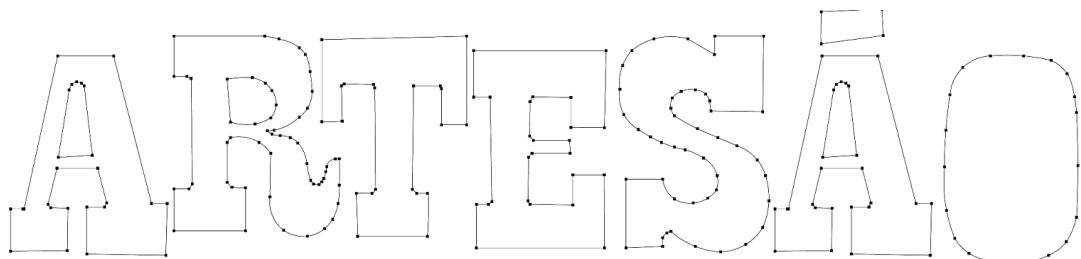
3.2.4 Desenvolvimento de variações, com testes de redução

De acordo com Peón (2009), esta etapa corresponde ao processo de refinamento e validação da solução preliminar, no qual são realizados ajustes formais, cromáticos e estruturais, visando garantir a consistência visual da marca em diferentes contextos de aplicação. O objetivo é assegurar que o logotipo mantenha sua legibilidade, equilíbrio e identidade em todas as situações de uso.

A tipografia da palavra *ARTESÃO* foi desenvolvida de forma autoral, a partir de uma construção geométrica e fluida própria que busca traduzir o caráter artesanal, rústico e expressivo do festival. Cada letra foi cuidadosamente desenhada com proporções equilibradas, mas apresentando irregularidades sutis e variações de forma que remetem à estética manual e à espontaneidade do trabalho do artesão (Figura 9).

Mesmo com o aspecto aparentemente irregular, o conjunto mantém harmonia de peso e ritmo tipográfico, equilibrando estabilidade e movimento. Essa leve imperfeição intencional reforça o vínculo da marca com o fazer manual e a identidade popular do evento.

Figura 9: Construção da palavra Artesão



Fonte: Próprio autor, 2025

A partir da proposta selecionada, foi desenvolvida uma versão digital que busca otimizar a leitura e o impacto visual da marca (Figura 10). Primeiramente, foram feitos ajustes sutis nas proporções entre os elementos tipográficos e simbólicos, aprimorando a harmonia entre a palavra ARTESÃO e o símbolo da espora, que passou por simplificação de detalhes e aperfeiçoamento do acabamento interno. A tipografia de apoio também foi redesenhada adotando traços mais firmes e consistentes, que melhor dialogam com o peso e a expressividade das letras centrais. Também foram adicionadas cores terrosas que remetem ao couro, como um teste para prosseguir com a paleta de cores posteriormente.

Figura 10: Solução refinada



Fonte: Próprio autor, 2025

Para avaliar a performance gráfica da marca, foram realizados testes de redução, verificando o comportamento visual em escalas menores (Figura 11). A marca demonstrou boa legibilidade em tamanhos reduzidos destinados para meios impressos, 10, 5 e 2,5 centímetros de largura, respectivamente, graças ao peso da tipografia e à forma sólida da espora, a composição manteve sua integridade visual, o que evidencia a eficácia da solução gráfica escolhida.

Em seguida foram realizados testes em tamanhos reduzidos destinados para meios digitais, 800, 400 e 200 pixels, respectivamente, e também a composição manteve sua integridade visual (Figura 12).

A estrutura horizontal foi mantida como única assinatura oficial da marca, visto que a composição apresenta excelente equilíbrio visual, ocupando o espaço de maneira harmônica e funcional tanto em peças impressas quanto digitais. A ausência de uma versão vertical é justificada pela configuração tipográfica alongada da palavra *ARTESÃO*, cuja leitura é comprometida em composições empilhadas. A assinatura horizontal preserva a hierarquia entre os elementos, além de refletir a estética linear e contínua do artesanato em couro, que inspira o projeto.

Figura 11: Testes de redução para meios impressos



Fonte: Próprio autor, 2025

Figura 12: Testes de redução para meios digitais



Fonte: Próprio autor, 2025

Posteriormente foram feitos testes de aplicação em versões monocromáticas positiva (preto) e negativa (branco) (Figura 13), ambas mantêm a força visual e o equilíbrio formal da marca original, o que reforça sua versatilidade e aplicabilidade em diferentes mídias.

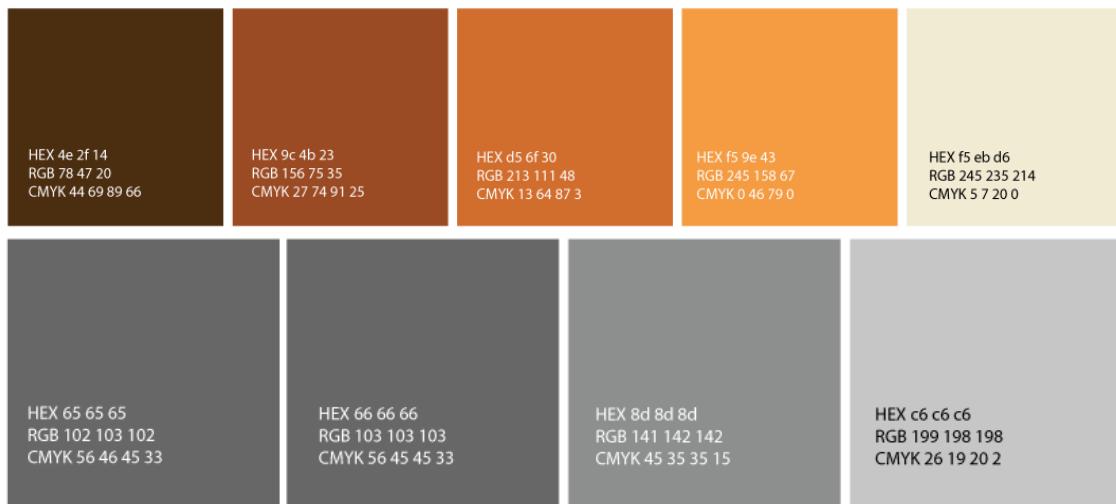
Figura 13: Marca positiva e negativa



Fonte: Próprio autor, 2025

A identidade visual utiliza uma paleta de cores inspirada nos materiais característicos do artesanato cachoeirinhense, composta por tons terrosos e metálicos (Figura 14).

Figura 14: Paleta de cores



Fonte: Próprio autor, 2025

A escolha dos tons terrosos reforça o elo do ambiente agrestino com o material do couro, enquanto o cinza da espuma simboliza o aço e a precisão do ofício. Essa combinação traduz visualmente o conceito do festival e do artesanato local.

3.2.5 Solução

A solução final desenvolvida para a identidade visual do Festival do Artesão de Cachoeirinha – PE 2025 consolida o processo criativo e conceitual construído ao longo das etapas anteriores. O resultado é uma marca que traduz com clareza o espírito artesanal, cultural e autêntico que caracteriza o evento e a cidade que o abriga (Figura 15).

O logotipo final apresenta a palavra “ARTESÃO” em uma tipografia autoral, de traços expressivos e proporções robustas, inspirada nas referências visuais do sertão e do trabalho manual. A composição preserva o caráter popular e espontâneo típico das feiras e festivais nordestinos, sem perder o equilíbrio visual e a legibilidade necessários à aplicações.

Para o símbolo da espuma inserido no interior da letra “O” que atua como elemento icônico e carrega um forte valor simbólico, o uso do degradê foi uma escolha intencional e conceitualmente fundamentada, visando reforçar a referência direta ao aço, um dos principais materiais do artesanato de Cachoeirinha. Embora o emprego de degradês não seja comumente recomendado em identidades visuais por questões de reproduzibilidade e legibilidade em pequenas escalas, nesta proposta a técnica foi utilizada de forma controlada e estratégica, com o propósito de transmitir a textura, o brilho e a profundidade típicos do metal trabalhado manualmente.

Além disso, considerando que o Festival do Artesão terá como principais suportes aplicações em grandes formatos — como cartazes, lonas, banners e materiais digitais —, o degradê se mantém funcional e esteticamente coerente, sem comprometer a clareza da marca. Desse modo, caso haja necessidade de uma aplicação de menor tamanho, temos as versões negativa e positiva para suprir a necessidade.

Figura 15: Logotipo final



Fonte: Próprio autor, 2025

A paleta de cores é composta por tons terrosos e quentes, como marrom, alaranjado e bege. O cinza metálico presente na espora equilibra o conjunto, adicionando contraste e uma sensação de resistência e durabilidade. Assim, o logotipo foi aplicado nessa paleta, garantindo a versatilidade da mesma. Já a tipografia de apoio, derivada da família *Cordenilo*, complementa o título principal com seu estilo irregular e simpático, reforçando o tom popular e acolhedor da comunicação (Figura 16).

Figura 16: Logotipo e sua paleta de cores



Fonte: Próprio autor, 2025

Foi desenvolvida também uma versão alternativa da marca que incorpora uma textura de couro e um traçado que remete à costura artesanal, elementos que reforçam a conexão direta com o universo material e simbólico do festival (Figura 17). Essa variação busca representar de forma ainda mais

fiel o trabalho manual e a tradição do ofício do couro e aço, valorizando o aspecto tátil e a autenticidade da produção local. O uso dessa versão é indicado para aplicações em grandes formatos, como lonas, cartazes, banners e materiais promocionais de destaque, em que os detalhes da textura e das costuras possam ser percebidos com clareza. Dessa forma, mantém-se o equilíbrio entre a expressividade visual e a legibilidade, garantindo que os elementos gráficos sejam apreciados sem perda de qualidade ou excesso de informação, reforçando o caráter artesanal e identitário da marca.

Figura 17: Logotipo alternativo



Fonte: Próprio autor, 2025

As simulações de uso em materiais promocionais — como folders, crachás e postagens digitais — confirmam o potencial da marca em comunicar tradição e contemporaneidade de maneira coesa. Em cada aplicação, a identidade reforça o sentimento de pertencimento, celebra o fazer manual e valoriza o artesão como protagonista cultural (Figura 18).

Figura 18: Simulação em materiais promocionais



Fonte: Próprio autor, 2025

Assim, a solução final atende plenamente aos objetivos propostos: valoriza a cultura local, promove o reconhecimento do evento e cria uma identidade visual sólida, funcional e emocionalmente conectada ao público. O Festival do Artesão de Cachoeirinha 2025 se apresenta, portanto, não apenas como uma celebração do artesanato, mas como um símbolo de orgulho e identidade regional, traduzido graficamente em uma marca de personalidade única, coerente e memorável.

3.3 Fase C: Especificação

Chegada à última fase, a especificação consiste em organizar todo o material produzido e explicar como cada um deles pode e deve ser utilizado. Esta é uma fase de fechamento do projeto, e a entrega dessas especificações é crucial para manter os parâmetros estabelecidos e preservar a identidade visual criada, como ressalta Peón (2009).

Esta é a fase final do projeto. Muitas vezes, é a mais trabalhosa. No entanto, ela é crucial: um SIV que não é apresentado com especificações técnicas orientando sua implantação corre o sério risco de não ser implantado corretamente. Cabe ao designer, como profissional, definir estas especificações. (Peón 2009, p. 89)

3.3.1 Manual da marca

O manual da marca tem como objetivo orientar e padronizar a aplicação da identidade visual do Festival do Artesão de Cachoeirinha, assegurando coerência, legibilidade e unidade estética em todos os contextos de uso. A padronização é fundamental para preservar a integridade conceitual e simbólica do projeto, evitando distorções que possam comprometer sua leitura ou enfraquecer sua representação.

Neste manual são apresentadas as diretrizes de aplicação da marca, incluindo limite de redução, área de proteção, usos incorretos, paleta de cores, aplicação sobre diferentes fundos, aplicação sobre fundos com imagem, tipografia e elementos adicionais. Cada tópico visa orientar o uso correto do logotipo e de seus componentes, assegurando a consistência visual e o reconhecimento da marca em diferentes suportes e dimensões.

A visualização deste manual pode ser feita através do link: [Manual de Marca Festival do Artesão](#)

3.3.2 Aplicações da marca

De acordo com Peón (2009), a etapa de aplicações corresponde ao momento em que a solução visual é testada e validada em contextos reais de uso, verificando sua eficiência comunicacional e a coerência entre conceito e forma. Essa fase permite compreender como a identidade se comporta em diferentes suportes e materiais, confirmando sua versatilidade, legibilidade e adequação às necessidades do projeto.

No caso do Festival do Artesão de Cachoeirinha, a aplicação da marca buscou representar de forma clara a integração entre o design e a cultura local, demonstrando que a solução desenvolvida é funcional e conceitualmente consistente. A identidade foi testada em uma variedade de suportes — como outdoors, folders, copos, crachás e publicações digitais —, garantindo que sua estrutura horizontal e seus elementos visuais se mantenham equilibrados e legíveis em diferentes escalas e proporções.

Figura 19: mockup de crachá



Fonte: Próprio autor, 2025

Figura 20: mockup de copo



Fonte: Próprio autor, 2025

Figura 21: mockup de folder

A photograph of an open event folder for the 'FESTIVAL DO ARTESÃO CACHOEIRINHA-PE · 2025'. The left page contains detailed schedules for Saturday and Sunday across various stages like 'PÁTIO CULTURAL', 'PÁTIO DE MUSICA', and 'PÁTIO DE CULINÁRIA'. The right page is a 'MAPA DO EVENTO' showing the layout of the festival grounds with sections labeled 'PÁTIO DE EVENTOS', 'PÁTIO DE MUSICA', 'PÁTIO DE CULINÁRIA', and 'PÁTIO DE ARTE'. The front cover of the folder features a group photo of five smiling men and the festival's logo. The back cover also displays the logo and includes a list of performers: Raí Coutinho, Henrique Freitas, DJ Ralk, Ávnie Vanny, and Mário Dakka, along with a note to 'CONFIRA A PROGRAMAÇÃO COMPLETA A SEGUIR'.

Fonte: Próprio autor, 2025

Figura 22: mockup de outdoor



Fonte: Próprio autor, 2025

Figura 23: mockup post de instagram



Fonte: Próprio autor, 2025

3.3.3 Encerramento do projeto

Conforme a metodologia proposta por Peón (2009), a etapa de encerramento do projeto corresponde ao momento de síntese e avaliação dos resultados obtidos durante o processo de desenvolvimento da identidade visual. Nessa fase, o designer reflete sobre as decisões tomadas, verificando se os objetivos iniciais foram alcançados e se a solução apresentada se mantém coerente com o conceito construído ao longo das etapas de problematização, concepção e especificação.

No caso do Festival do Artesão de Cachoeirinha, o encerramento marca a consolidação de uma identidade visual autêntica, simbólica e funcional, que traduz com fidelidade o universo cultural e material do município. O resultado alcançado reflete a união entre tradição e contemporaneidade, valorizando o ofício do couro e do aço como expressões da identidade local e transformando o design em instrumento de reconhecimento e valorização cultural.

O processo, conduzido segundo os princípios metodológicos de Peón, possibilitou uma abordagem estruturada e sensível, em que a pesquisa, a análise e a experimentação formal se articularam de maneira integrada. Cada escolha — da tipografia à paleta cromática, da textura à aplicação — foi fundamentada em critérios conceituais e funcionais, resultando em uma marca coesa e comunicativamente eficaz.

Conclui-se, portanto, que a identidade visual desenvolvida cumpre plenamente seu papel enquanto símbolo representativo do festival, fortalecendo a imagem da cidade de Cachoeirinha e reafirmando a importância do design como meio de preservação cultural e promoção territorial. O projeto demonstra que o processo metodológico, quando aplicado com sensibilidade e rigor, é capaz de gerar soluções que ultrapassam o aspecto estético e se tornam expressões visuais de identidade, pertencimento e memória coletiva.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste projeto evidenciou o potencial do design gráfico como ferramenta estratégica de valorização cultural e identidade territorial. A criação da identidade visual para o Festival do Artesão de Cachoeirinha demonstrou que o processo metodológico proposto por Maria Luísa Peón (2009) é eficaz não apenas como guia técnico, mas também como instrumento de construção simbólica, capaz de traduzir visualmente os valores e a essência de um contexto sociocultural específico.

Através das etapas de pesquisa, concepção e especificação, foi possível compreender e representar o universo material e imaterial do município, destacando o ofício do couro e do aço como expressões legítimas da memória e do orgulho local. Cada decisão projetual foi pautada na busca por coerência conceitual, legibilidade e representatividade, resultando em uma marca que sintetiza tradição, autenticidade e pertencimento.

O projeto contribui para fortalecer a imagem do festival como um evento de celebração e reconhecimento do artesanato, consolidando o design como mediador entre cultura e comunicação. A marca desenvolvida não apenas identifica o evento, mas também atua como um símbolo de valorização do artesão e de sua relevância social e econômica para a cidade, refletindo a importância do fazer manual como patrimônio imaterial e elemento formador da identidade regional.

Conclui-se, portanto, que o design, quando aliado à pesquisa cultural e à metodologia projetual, transcende o campo estético e assume papel essencial na preservação da identidade coletiva. O resultado alcançado reafirma que uma identidade visual bem estruturada pode ampliar o alcance simbólico de manifestações culturais locais, promovendo visibilidade, pertencimento e continuidade às tradições do Agreste pernambucano.

Do ponto de vista pessoal, este projeto representou uma etapa significativa de aprendizado e amadurecimento profissional, permitindo vivenciar de forma prática todas as etapas de um processo metodológico de design e compreender sua profundidade cultural e social. Desenvolver a identidade visual do Festival do Artesão foi, ao mesmo tempo, um exercício técnico e um ato de afeto, uma oportunidade de reconhecer e valorizar as raízes de um povo que transforma matéria-prima em arte, tradição em legado e trabalho em expressão.

4.1 Aplicação real da identidade visual no festival

Mesmo ainda passando por refinamentos e ajustes, a identidade visual do Festival do Artesão de Cachoeirinha foi utilizada de forma real no festival e foi uma das etapas mais significativas deste projeto. Presenciar a marca aplicada em lonas, cartazes, camisetas e na comunicação do evento confirmou não apenas sua funcionalidade, mas também sua capacidade de gerar reconhecimento e pertencimento entre os participantes.

Vivenciar esse momento foi como ver o projeto ganhar vida — sair do campo teórico e ocupar os espaços da cidade, dialogando com o público para o qual foi criado. Cada detalhe pensado durante o processo — as cores, a tipografia, a textura e o símbolo da espuma — pôde ser percebido em uso, reforçando a conexão entre o design e a cultura local. Essa experiência mostrou, de forma concreta, que o design tem o poder de representar pessoas, histórias e tradições, e me fez compreender o verdadeiro alcance de um trabalho visual quando ele nasce de um propósito genuíno e coletivo.

Figura 24: aplicação da marca no festival do artesão



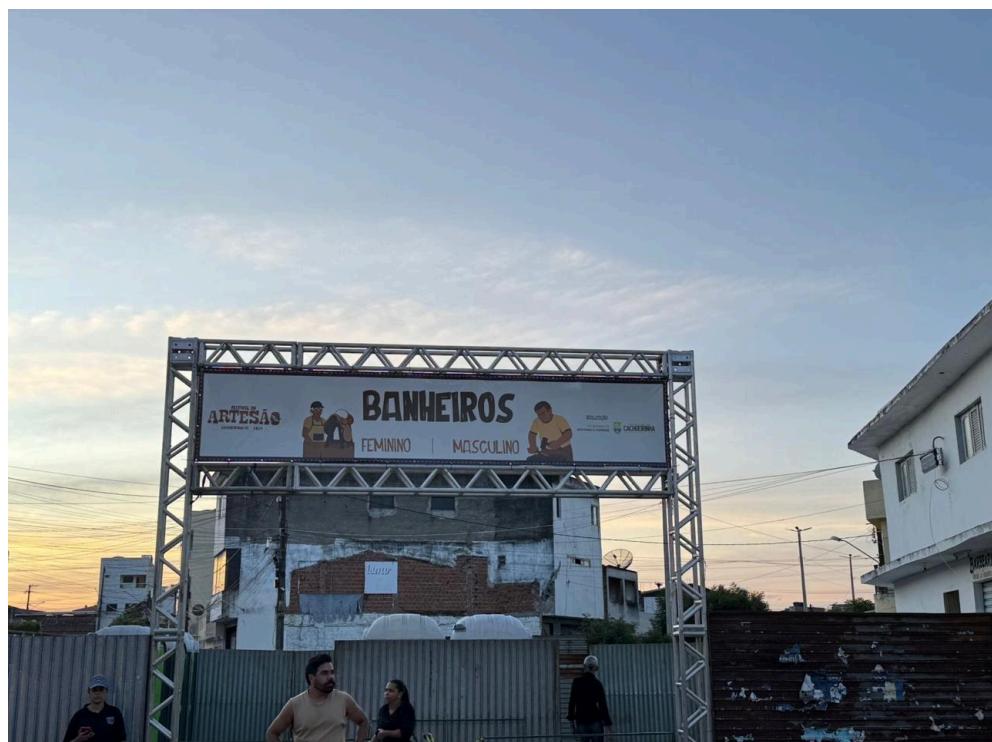
Fonte: Próprio autor, 2025

Figura 25: aplicação da marca no festival do artesão



Fonte: Próprio autor, 2025

Figura 26: aplicação da marca no festival do artesão



Fonte: Próprio autor, 2025

Figura 27: aplicação da marca no festival do artesão



Fonte: Próprio autor, 2025

Figura 28: aplicação da marca no festival do artesão



Fonte: Próprio autor, 2025

REFERÊNCIAS

BONSIEPE, Gui. **Design: do material ao digital.** São Paulo: Blucher, 1997.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CACHOEIRINHA. Prefeitura de Cachoeirinha – Governo Municipal. Cachoeirinha, PE: Prefeitura Municipal de Cachoeirinha, [s. d.]. Disponível em: <https://cachoeirinha.pe.gov.br/>. Acesso em: 11 jun. 2025.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistema de identidade visual:** método para projetos de design gráfico. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

PREFEITURA CACHOEIRINHA. Programação completa do Festival do Artesão 2025. Instagram: [@prefcachoeirinhape], 08 set. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DOW06L7EQW2/?img_index=1. Acesso em: 20 de outubro de 2025.

TORRES, Marina. *O Agreste encourado* [imagem]. Behance, 2024. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/222873625/O-Agreste-encourado>. Acesso em: 3 jul. 2025.