



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

ANDRÉ FELIPE CASSIMIRO LOPES

**REDESIGN DA IDENTIDADE VISUAL DO CENTRAL SPORT CLUB: UMA
REVALORIZAÇÃO DA TRADIÇÃO ALVINEGRA E DO FUTEBOL
CARUARUENSE**

Caruaru
2021

ANDRÉ FELIPE CASSIMIRO LOPES

**REDESIGN DA IDENTIDADE VISUAL DO CENTRAL SPORT CLUB: UMA
REVALORIZAÇÃO DA TRADIÇÃO ALVINEGRA E DO FUTEBOL
CARUARUENSE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel/licenciado em Design.

Área de concentração: Design Gráfico

Orientador (a): Fábio Caparica de Luna

Caruaru

2021

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

Lopes, André Felipe Cassimiro.

Redesign da Identidade Visual do Central Sport Club: Uma Revalorização da Tradição Alvinegra e do Futebol Caruaruense / André Felipe Cassimiro Lopes - 2021.

118 p.f.: il.;30 cm.

Orientador(a): Fábio Caparica de Luna
TCC (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Design, 2021.

Inclui referências, apêndices.

1. Identidade Visual. 2. Redesign. 3. Futebol. 4. Central Sport Club. 5. Caruaru. 6. Memória Gráfica. I. Luna, Fábio Caparica de II. Título.

760 CDD (22.ed.)

ANDRÉ FELIPE CASSIMIRO LOPES

**REDESIGN DA IDENTIDADE VISUAL DO CENTRAL SPORT CLUB: UMA
REVALORIZAÇÃO DA TRADIÇÃO ALVINEGRA E DO FUTEBOL
CARUARUENSE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel/licenciado em Design.

Aprovada em: 20/12/2021

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Fábio Caparica de Luna
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dr^a. Verônica Emília Campos Freire
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dr^a. Marcela Fernanda de Carvalho Galvão Figueiredo Bezerra
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico esse trabalho ao Central Sport Club, na esperança de um futuro melhor para o meu time do coração.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Benício e Zenilda. Por prezarem para que eu tivesse sempre a melhor educação possível, por sempre me incentivarem e acreditarem no meu potencial. E ao meu irmão Paulo por se empolgar junto comigo durante o desenvolvimento do projeto e a cada coisa nova que eu mostrava a ele.

Agradeço a Bia, minha companheira. Sem todo o apoio, ajuda, incentivo e broncas que ela me deu durante tanto tempo, eu nunca teria conseguido concluir esse trabalho. Obrigado por aguentar minhas ansiedades e nóias durante os anos de desenvolvimento desse TCC. Te amo.

Agradeço a Caparica por aceitar ser meu orientador e poder tornar possível a minha formação no curso de Design, sei que é um alívio para ele se livrar de mim e o sentimento é recíproco (no bom sentido). Estendo o agradecimento aos integrantes da banca por terem aceitado o convite e pelas contribuições ao trabalho.

Agradeço a todos os professores do Centro Acadêmico do Agreste da UFPE por me ensinarem tanta coisa e ajudarem a me tornar o Designer que sou hoje.

Agradeço aos amigos que me acompanharam durante o curso e aos que me acompanharam nessa árdua jornada do TCC, passando pelas mesmas dificuldades que eu. Um abraço Alex e Adonai. Agradeço também a Guilherme por me acompanhar nas idas ao Lacerdão para os jogos do Central.

Agradeço a Walmiré Dimeron pela contribuição ao trabalho a partir da sua curadoria para a exposição Central de Coração. Estendo o agradecimento aos outros organizadores da exposição.

Agradeço a Cláudio Samuel, o Gordo da Soparia pela solicitude e por me atender com o maior prazer em seu restaurante para que eu tivesse acesso ao seu acervo de materiais históricos do Central. Agradeço aos membros do grupo Central Sport Club no Facebook por auxiliar e facilitar a obtenção de imagens para o trabalho. Agradeço à TV Asa Branca pela exibição do documentário Central – Um Século de Paixão que serviu de extrema ajuda para a construção do trabalho. Agradeço a Bruno do perfil “Central Mil Grau” no Instagram por ajudar a divulgar os questionários que foram aplicados no trabalho.

Por fim, agradeço a todos os artistas, youtubers e streamers que passaram pelos meus olhos e ouvidos e me acompanharam nas muitas madrugadas em que passei desenvolvendo esse trabalho.

RESUMO

Tendo em vista a importância da construção de um sistema de identidade visual sólido para que torcedores e simpatizantes do clube de futebol caruaruense Central Sport Club possam se identificar com sua marca, bem como para que a mesma possa ter maior exposição em diversos âmbitos e valorize a história e memória da instituição e sua ligação com a cidade de Caruaru, pesquisa-se sobre a história, patrimônio afetivo do clube e seu lugar no contexto do futebol municipal, tal qual conceitos de construção de uma identidade visual, a fim de desenvolver uma nova identidade visual para o Central Sport Club, agregando valor à sua marca através do resgate e respeito à sua história e tradição junto à cidade de Caruaru e reconhecendo sua posição de força no futebol do interior Pernambucano. Para tanto, descrevemos a história do Central Sport Club, seu patrimônio afetivo e o futebol caruaruense junto ao contexto histórico municipal, conceituamos teoricamente identidade visual e a situamos dentro de seus objetivos, funções, requisitos e elementos, descrevemos e analisamos casos recentes de redesign de identidades visuais de clubes futebolísticos e elaboramos uma nova proposta de identidade visual para o Central Sport Club de acordo com a metodologia de Peón, analisando sua identidade visual atual, compreendendo a relação do torcedor com o clube e resgatando o passado imagético do clube. Diante disso, verifica-se que a identidade visual do clube não atendia aos requisitos mínimos para que funcionasse e muito menos fosse bem-sucedida, com a elaboração de uma nova identidade visual, foi possível superar esses problemas, modernizar a marca do Central revalorizando sua história, tradição e relação com a cidade de Caruaru.

Palavras-chave: Identidade Visual; Redesign; Futebol; Central Sport Club; Caruaru, Memória Gráfica.

ABSTRACT

Regarding the value of creating a solid visual identity so that the fans and sympathizers of the Caruaru football team Central Sport Club can identify themselves with its brand, as well as that the brand is able to have more exposure in various extents and also value its history, memory and their connect with the city of Caruaru, we research about the history, the club's sentimental value and its place in the city's football context, as well as the concepts of developing a visual identity, in order to recreate Central Sport Club's brand, adding value to its mark through rescuing and respecting its past and traditions along with the city of Caruaru and recognizing its strong position in Pernambuco's football context. To do that, we describe Central Sport Club's history, its sentimental value and the football of Caruaru, we conceptualize what is a visual identity and situate within its objectives, functions, requirements and elements, we also describe and analyze recent cases of redesign projects of football teams and finally we develop a new brand for Central Sport Club according to Peón's methodology, analyzing its current visual identity, comprehending the fans relationship with the club and rescuing its past with images. With that in mind, we verify that the club's visual identity wouldn't meet the basic requirements for it to work or be successful. Developing a new visual identity, it was possible to overcome these problems and modernize Central Sport Club's brand, while also revaluing its past and tradition and highlighting its ties with Caruaru.

Keywords: Visual Identity; Redesign; Football; Central Sport Club; Caruaru, Graphical Memory.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Inconsistência na utilização do escudo do clube	14
Figura 2 - Time do Central Sport Club no início da década de 20.....	18
Figura 3 - Imagem mostra (à esquerda) o antigo campo da Rua São Miguel	19
Figura 4 - Fachada do antigo Estádio Pedro Victor de Albuquerque.....	21
Figura 5 – Exemplo das campanhas de arrecadação para a reforma do estádio	22
Figura 6 - Matéria de jornal cita o Estádio do Central como uma "atração"	22
Figura 7 - Central comemora a classificação para a final do estadual de 2018	24
Figura 8 - Exposição "Central de Coração" no Polo Caruaru	25
Figura 9 - Cláudio (Gordo) em frente ao seu restaurante.....	26
Figura 10 - Diretoria da Liga Desportiva Caruaruense (1941/42).....	27
Figura 11 - Ideais de Marca de Wheeler	32
Figura 12 – Escudos e monograma do Flamengo após redesign	35
Figura 13 - Histórico de escudos do Flamengo.....	36
Figura 14 – Repercussão do redesign do Flamengo nas redes sociais.....	37
Figura 15 - Escudo do Goiás E.C. após redesign.....	37
Figura 16 - Histórico de escudos do Goiás E.C.....	38
Figura 17 - Tipografia desenvolvida para utilização nos uniformes do Goiás E.C.....	39
Figura 18 - Posts das redes sociais do Goiás E.C	39
Figura 19 - Repercussão do redesign do Goiás nas redes sociais	40
Figura 20 - Escudo do Athletico Paranaense após o redesign.....	40
Figura 21 - Histórico de escudos do Club Athletico Paranaense.....	41
Figura 22 - Posts das redes sociais do Athletico Paranaense.....	42
Figura 23 - Repercussão do redesign do Athletico Paranaense nas redes sociais...	43
Figura 24 - Escudo da Juventus após redesign	43
Figura 25 - Histórico de escudos da Juventus.....	44
Figura 26 - Família tipográfica "Juventus Fans"	45
Figura 27 - Repercussão do redesign da Juventus nas redes sociais	45
Figura 28 – Reprodução do atual escudo do Central	46
Figura 29 - Comparação do escudo atual com versão ajustada	47
Figura 30 – Comunicação visual do Central Sport Club.....	47
Figura 31 - Gráfico mostra opiniões em relação ao escudo do Central.....	50
Figura 32 – Respostas em relação à patativa no escudo.....	51

Figura 33 – Suposta linha do tempo de escudos do Central.....	52
Figura 34 - Primeiro escudo do Central, encontrado em jornal de 1920	53
Figura 35 - Segundo escudo do Central.....	53
Figura 36 - Terceiro escudo do Central.....	54
Figura 37 - Quarto escudo do Central	54
Figura 38 - Quinto escudo do Central	55
Figura 39 - Sexto escudo do Central, publicação de 1959.....	55
Figura 40 - Outra possível versão do sexto escudo	56
Figura 41 - Sétimo escudo do Central.....	56
Figura 42 - Oitavo escudo do Central.....	57
Figura 43 - Nono escudo do Central	57
Figura 44 - Décimo escudo do Central.....	58
Figura 45 - Décimo primeiro escudo do Central	58
Figura 46 – Variações do escudo ao longo dos anos 2000.....	59
Figura 47 - Escudo do Central adotado por volta de 2015	59
Figura 48 - Outros escudos encontrados durante a pesquisa.....	60
Figura 49 – Nova linha do tempo de todos os escudos do Central	61
Figura 50 - Painel semântico montado para o projeto.....	63
Figura 51 - Primeiros esboços do novo escudo e estudos da patativa	63
Figura 52 - Esboços vetoriais do novo escudo.....	64
Figura 53 - Partido escolhido para ser aperfeiçoado.....	64
Figura 54 - Aperfeiçoamento do escudo a partir do partido escolhido	65
Figura 55 - Proposta do novo escudo do Central Sport Club	67
Figura 56 - A patativa presente no escudo foi redesenhada	67
Figura 57 – Diversas marcas do Central Sport Club	68
Figura 58 - Numeração dos uniformes foi baseada na tipografia Caruá	68
Figura 59 - Demonstrações tipográficas com a Saira e a Caruá	69
Figura 60 - Padrão desenvolvido para ser elemento de apoio	69
Figura 61 - Uniformes propostos para acompanhar a nova identidade visual.....	70
Figura 62 - Papelaria e Produtos oficiais.....	70
Figura 63 - Exemplo da nova comunicação visual do Central.....	71
Figura 64 - Nova bandeira do Central	71

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAP	Clube Atlético Paranaense
CBF	Confederação Brasileira de Futebol
CRF	Clube de Regatas Flamengo
CSC	Central Sport Club
E.C.	Esporte Clube
F.C.	Futebol Clube
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
FPD	Federação Pernambucana de Desportos
FPF	Federação Pernambucana de Futebol
LDC	Liga Desportiva Caruaruense
SC	Sport Club
SCC	Sport Club Caruaruense
SIV	Sistema de Identidade Visual
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	APRESENTAÇÃO	13
1.2	OBJETIVOS.....	15
1.2.1	Objetivo geral	15
1.2.2	Objetivos específicos	15
2	METODOLOGIA	16
3	A HISTÓRIA ALVINEGRA JUNTA AO FUTEBOL CARUARUENSE	18
3.1	CENTRAL: HISTÓRIA E EVOLUÇÃO.....	18
3.2	PATRIMÔNIO AFETIVO E ATUALIDADE	25
3.3	O FUTEBOL CARUARUENSE E A LDC	27
4	IDENTIDADE VISUAL	29
4.1	SISTEMAS DE IDENTIDADE VISUAL	29
4.1.1	Objetivos, funções e requisitos	30
4.1.2	Elementos da identidade visual	33
4.2	REDESIGN	34
5	ANÁLISE DE REDESIGNS DE IDENTIDADE VISUAL NO FUTEBOL	35
5.1	CLUBE DE REGATAS FLAMENGO.....	35
5.2	GOIÁS ESPORTE CLUBE	37
5.3	CLUB ATHLETICO PARANAENSE.....	40
5.4	JUVENTUS FOOTBALL CLUB.....	43
6	ELABORAÇÃO DO PROJETO	46
6.1	PROBLEMATIZAÇÃO	46
6.1.1	Análise da atual identidade visual do Central	46
6.1.2	Questionários	49
6.1.3	Resgate de escudos antigos e nova linha do tempo	52
6.2	CONCEPÇÃO.....	62
6.2.1	Requisitos e Restrições	62
6.2.2	Estudos de Concepção	62
6.3	RESULTADOS E DISCUSSÃO	66
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
	REFERÊNCIAS	75
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO ONLINE - PERGUNTAS	79

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO ONLINE - RESPOSTAS	82
APÊNDICE III – MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL	86

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO

O Brasil, intitulado como o país do futebol, tem o esporte conhecido como sua “paixão nacional”, isso se dá devido à grande tradição do país no esporte. Trazido originalmente pelos europeus, era uma atividade elitista e de entretenimento para a classe média alta e urbana, apenas anos depois o esporte foi transformado no chamado “futebol-arte” no Brasil, influenciado pela presença das etnias africanas no país (DA SILVA, 2006). Também vencendo diversos títulos, sendo os mais importantes os de pentacampeonato nas Copa do Mundo FIFA, o país se destaca pelo seu jeito de jogar (CBF, 2014). A audiência que o esporte gera em transmissões televisivas chega a níveis altíssimos, podendo exemplificar usando a Copa Feminina de Futebol, onde uma das transmissões chegou a alcançar 30 pontos de audiência em alguns estados (LANCE!, 2019).

Essa paixão não é diferente no interior Pernambucano, precisamente na cidade de Caruaru, onde um clube de futebol centenário sobrevive em meio à elite do futebol brasileiro. O Central Sport Club, fundado em 1919 na cidade de Caruaru, tem uma rica história repleta de curiosidades, personalidades e conquistas. O clube, conhecido como “A Patativa”, atualmente divide espaço no futebol caruaruense com o Clube Atlético Porto e outros clubes de pequeno porte que contam com times de base.

O clube tem sede próximo ao centro da cidade, o Estádio Luiz José de Lacerda, também conhecido como “Lacerdão”, tem capacidade para acomodar 25000 torcedores, um público abrangente que varia de crianças a idosos de diversas classes sociais.

Sendo o clube que mais se destaca na cidade, chegando a disputar algumas finais de Campeonato Pernambucano (GLOBO ESPORTE, 2018) e também com participações na Copa do Brasil (GLOBO ESPORTE, 2019), há uma identificação intensa da população para com o clube. Essa identificação possivelmente se dá através da tradição que o clube tem com a cidade e as famílias que passam seu time do coração para as gerações subsequentes, e também através da exposição à sua história ou aspecto visual: o escudo, estádio, uniformes, bandeiras e transmissões dos jogos do clube por meios de comunicação.

Focando na exposição de aspecto visual, observa-se a importância da forma como o clube se mostra e de como ele cria esse laço de identidade com seu torcedor, isto é, a importância da sua identidade visual.

A Identidade Visual é um dos maiores patrimônios que uma instituição pode possuir. Segundo Peón (2003), é a identidade visual que proporciona a singularidade e a diferenciação de um dado objeto dos demais por intermédio dos seus elementos visuais.

No âmbito do futebol, é ela que vai criar e fortalecer a identificação das pessoas com o clube, através de suas cores, escudo, uniforme, entre outros aspectos. No caso do Central, o clube tem um histórico de mudanças recorrentes em seu escudo em pequenos intervalos de tempo, causando disparidades na sua utilização pelo próprio clube, meios de comunicação e torcedores.

Figura 1 - Inconsistência na utilização do escudo do clube



Fonte: Compilação do Autor, 2019

Esta pesquisa justifica-se academicamente tendo em vista a importância da construção de um sistema de identidade visual sólido para que os consumidores desta marca possam se identificar, bem como para que a marca possa ter uma exposição eficiente no âmbito do futebol, publicidade, vendas e informações. Socialmente, este trabalho justifica-se uma vez que o Central constitui um elemento de suma importância para a história de Caruaru, tendo sua sede localizada em um ponto através do qual ocorrera um alto índice de desenvolvimento urbano, de modo que o Central faz parte do próprio crescimento do município enquanto metrópole do agreste pernambucano. Em vista disso, existe uma grande representatividade do clube com a cidade, de modo que a construção de uma identidade visual forte se revela necessária para atrair novos

torcedores, consumidores e patrocinadores, e também para enriquecer o reconhecimento dos torcedores atuais para com o clube.

Sendo assim, conforme o exposto, pergunta-se: **Como reconstruir e sedimentar a identidade visual de um clube de futebol de modo a incentivar a valorização de sua história e tradição?**

Nesse sentido, para responder a tal questionamento, adotar-se-á os objetivos gerais e específicos descritos nos tópicos que se seguem.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como objetivo desenvolver uma nova Identidade Visual para o clube Caruaruense de futebol Central Sport Club, agregando valor à marca através do resgate e respeito à sua história e tradição junto à cidade de Caruaru e reconhecendo sua posição de força no futebol do interior Pernambucano.

1.2.2 Objetivos específicos

- a. Descrever a história do Central Sport Club e do futebol caruaruense junto ao contexto histórico municipal;
- b. Conceituar teoricamente Identidade Visual e situá-la dentro de seus objetivos, funções, requisitos e elementos.
- c. Descrever casos recentes de redesign de Identidades Visuais de clubes futebolísticos;
- d. Elaborar uma nova proposta de Identidade Visual para o Central Sport Club de Caruaru, tendo como base a metodologia proposta por Peón (2003).

2 METODOLOGIA

Esta é uma pesquisa de base aplicada, pois propõe o desenvolvimento prático de um projeto GRÁFICO PARA UMA IDENTIDADE VISUAL DE UM CLUBE DE FUTEBOL. Além disto, conforme orientam Marconi e Lakatos (2003), o estudo tem natureza exploratória, pois pretende compreender o âmbito onde a pesquisa se dará, e descritiva, pois serão relacionados o contexto histórico e a esfera do design.

Para a realização do primeiro objetivo específico exposto, relacionado à compreensão do contexto histórico do futebol na cidade de Caruaru e a reconstrução da história do Central Sport Club, foi realizada uma busca por textos, imagens e vídeos junto ao arquivo do próprio clube, bem como em arquivos pessoais de torcedores do Central na cidade de Caruaru.

Em seguida, para a consecução do segundo objetivo específico, desenvolvemos uma discussão teórica conceitual acerca da Identidade Visual, buscando entender suas características e relacioná-la ao conceito de Redesign.

No terceiro objetivo específico, realizamos uma análise de trabalhos recentes de redesign de identidades visuais de clubes futebolísticos, objetivando observar como se dá a reconstrução das marcas e seus pontos de contato, e a repercussão que essa mudança causa nos torcedores e não torcedores, de modo que seus resultados possam ser utilizados como aporte para a renovação da marca Central Sport Club.

Finalmente, no quarto objetivo específico elaboramos uma nova Identidade Visual para o Central, tendo por base as discussões teóricas desenvolvidas nos objetivos específicos anteriores, se utilizando como método o Sistema de Identidade Visual proposto por Peón (2003).

De modo simples, a referida metodologia se desenvolve nas seguintes fases: A. Problematização; B. Concepção; e C. Especificação.

Em síntese, a problematização consiste no diagnóstico da situação do projeto e suas necessidades. Portanto, iniciaremos realizando uma análise da atual identidade visual do Central de acordo com os Ideais de Marca de Wheeler (2008). Essa fase também será operacionalizada mediante a utilização de questionários opinativos, de distribuição virtual, sobre a marca e suas aplicações, com o objetivo de aferir quais são as principais impressões de torcedores de diversas faixas etárias, classes sociais e de diferentes níveis de envolvimento com o clube.

Em seguida, será elaborado um resgate dos escudos já utilizados pelo Central Sport Club, com fim não somente memorialístico, mas também de compreender a evolução destes temporalmente até chegarmos no escudo projetado atualmente pelo clube.

A segunda etapa, denominada Concepção, é dividida em cinco subetapas, que serão mais bem dissecadas no momento oportuno, sendo elas: Geração de Alternativas, Definição do Partido, Solução Preliminar, Validações e Solução.

A última etapa será a Especificação, que consiste no detalhamento técnico dos elementos e aplicações do SIV, tão como a elaboração do Manual de Identidade Visual.

3 A HISTÓRIA ALVINEGRA JUNTA AO FUTEBOL CARUARUENSE

No presente capítulo iremos discorrer sobre e analisar a relação da história do Central Sport Club com a cidade de Caruaru e o futebol da cidade.

Segundo Marques (2012), no dia 2 de abril de 1910, fora publicado no Jornal “Cinco de Novembro”, do então proprietário João Guilherme de Pontes, o primeiro anúncio de uma exibição de futebol na cidade de Caruaru. “Realizar-se-á no domingo 10 do corrente, um ensaio de Football na Rua da Cadeia, para o qual convidamos todos os interessados que desejarem participar desta nova modalidade de esporte. Assinado: Diamantino Coelho – Secretário.” dizia o anúncio.

Nascia assim o futebol caruaruense, que aos poucos, com pequenos times amadores, ia ganhando força com exibições, treinos e partidas que aconteciam inicialmente em terrenos, descampados e ruas da cidade. Como citado no anúncio acima, algumas partidas aconteciam em campos de futebol improvisados, sendo os mais famosos em Caruaru: a Rua da Cadeia (atual Rua dos Guararapes), o Largo do Rosário (atual Praça do Rosário) e um terreno na Rua São Miguel (hoje Rua Silvino Macedo).

3.1 CENTRAL: HISTÓRIA E EVOLUÇÃO

Em 15 de junho de 1919, numa reunião na sede da Sociedade Musical Comercial Caruaruense, onde estavam presentes José Faustino Vila Nova, Arlindo Limeira, Chico Porto e outros integrantes da sociedade Caruaruense, era fundado o Central Sport Club, primeiro clube de futebol oficial de Caruaru.

Figura 2 - Time do Central Sport Club no início da década de 20.



Fonte: Globo Esporte, 2018

Supostamente, o nome dado ao clube se trata de uma homenagem à ferrovia conhecida como Estrada de Ferro Central de Pernambuco, construída pela empresa ferroviária britânica *Great Western*, que cruzava o estado em direção ao Sertão tendo passagem por Caruaru. Diz a tradição que, nos arredores do campo próximo à Estação Ferroviária onde o Central fazia seus treinos e exibições, havia vários pés de Algaroba, onde diversas patativas faziam os seus ninhos. Anos depois, o clube escolheria a ave como sua mascote.

Fundado por comerciantes, influentes e idealistas, o quadro social do clube também contava com outros membros da elite caruaruense como políticos, empresários e intelectuais, estes que promoviam saraus beneficentes. A presença feminina nesses espaços era forte e eram elas as principais comandantes das torcidas do Central, que no início contava com um time A e outro B. Professora Sinhazinha era a comandante da torcida do time A, e Deolinda Pinto, na época primeira-dama, comandava a torcida do time B. O primeiro jogo-treino entre os dois times aconteceu em 7 de dezembro de 1919, o time A saiu com vitória por 4 a 2, outro jogo foi marcado para o dia seguinte devido à inconformidade do time B, o time A saiu novamente vitorioso. A rivalidade entre os times era tamanha que houve uma cisão e dela nasceu outro clube: o Sport Club Caruaruense (SCC).

Como mencionado, o Central realizava suas primeiras apresentações e partidas em um campo próximo à Estação Ferroviária, após a separação dos times, o time B, que originou o SCC, passou a treinar num campo na Rua São Miguel. Tempos depois, o terreno foi adquirido pelo comendador José Victor de Albuquerque, aumentando ainda mais a rivalidade entre os times.

Figura 3 - Imagem mostra (à esquerda) o antigo campo da Rua São Miguel



Fonte: Grupo “Central Sport Club” no Facebook, 2013

Posteriormente, no ano de 1933, a família do comendador adquire e doa ao Central o terreno que hoje fica na Avenida Agamenon Magalhães situado no bairro Maurício de Nassau, antigo Bairro Novo. Neste terreno foi feito um campo de futebol com um pequeno cercado ao redor. O campo passou a ser usado em 1934 e era chamado de Central Park.

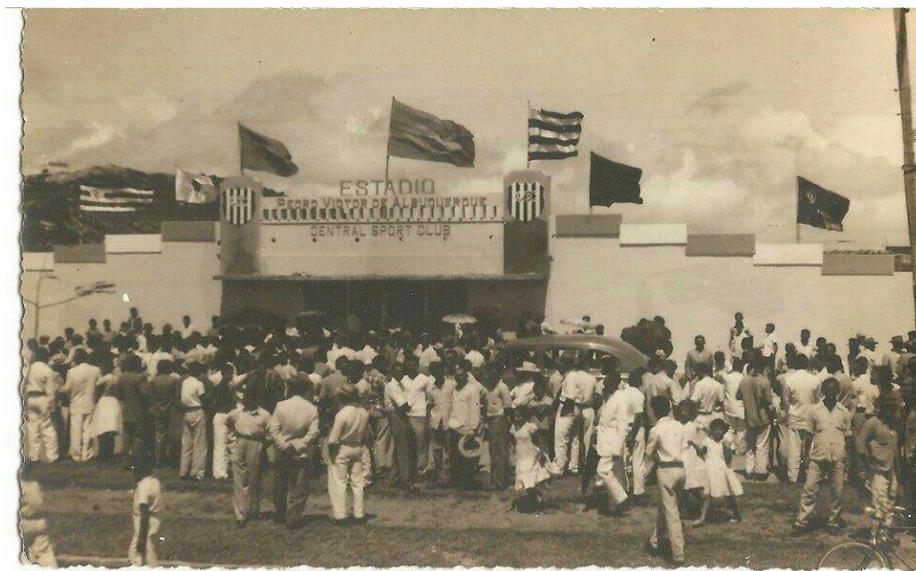
Até o ano de 1936, o Central jogava apenas amistosos em Caruaru e em cidades vizinhas, sendo o de mais destaque uma partida contra o time carioca, Vasco da Gama, em que o clube foi derrotado por 1 a 0, embora a arbitragem do jogo tenha sido bastante criticada pela imprensa por causa da anulação de um gol feito pela equipe centralina, argumentando que o resultado deveria ter sido 1 a 1. A partir desses jogos e acontecimentos, aos poucos o Central alcançava mais fama e exposição, levando também o nome da cidade de Caruaru para o resto do país.

Apenas em 1937 o clube é convidado a ingressar no Campeonato Pernambucano, se tornando o primeiro clube do interior a participar da competição. Porém, o clube se retirou do campeonato no mesmo ano por não concordar com a atuação da arbitragem da Federação Pernambucana de Desportos (FPD), hoje chamada de Federação Pernambucana de Futebol (FPF).

Nesse meio tempo, é fundada a Liga Desportiva Caruaruense (LDC), onde o Central enfrentou rivais à altura como o Vera Cruz Esporte Clube, e ainda conquistou vários títulos, tendo diversas campanhas de sucesso principalmente entre as décadas de 40 e 50.

A partir do começo dos anos 50, o clube inicia uma reforma para modernizar seu campo. O projeto consistia na construção de muros baixos, pequenos lances de arquibancada e instalação de portões e refletores. Com o fim da reforma em 1956, o estádio passava a ter o título de Estádio Pedro Victor de Albuquerque, uma homenagem ao irmão do comendador José Victor. Pedro Victor de Albuquerque também foi presidente do clube nos anos de 1931, 1946 e 1947.

Figura 4 - Fachada do antigo Estádio Pedro Victor de Albuquerque.



Fonte: JC Online - Central de Coração, 2018

A volta ao Campeonato Pernambucano acontece no ano de 1960, após convite do presidente da LDC, Gercino Pereira Tabosa e do presidente da FPF, Rubem Moreira da Silva. O clube havia tido campanhas de destaque, se tornando, na opinião de muitos, a quarta força do futebol pernambucano, atrás apenas dos clubes da capital pernambucana. É também na década de 60 que o Central realiza seu primeiro amistoso internacional contra a Seleção de Novos da Argentina, em que venceu por 2 a 1.

Na década de 70, outra reforma é iniciada. Desta vez, o clube recebe a ajuda de empresários e da própria prefeitura na época, e também promovendo campanhas de arrecadação de fundos e materiais de construção, alguns torcedores chegavam a sair às ruas solicitando doações. O Central sempre teve seu crescimento e evolução muito ligado à população caruaruense e ao desenvolvimento urbano da cidade.

Figura 5 – Exemplo das campanhas de arrecadação para a reforma do estádio



Fonte: Grupo "Central Sport Club" no Facebook, 2017

A reforma culmina em 1980, o estádio recebeu ampliação e modernização com novos lances de arquibancadas aumentando a capacidade de torcedores para aproximadamente 20 mil pessoas, chegando a ser noticiado como ponto turístico da cidade de Caruaru. A partida inaugural aconteceu no dia 19 de outubro de 1980, um amistoso internacional contra a Seleção da Nigéria, vencida pelo Central pelo placar de 3 a 1, outra partida que o clube considera histórica.

Figura 6 - Matéria de jornal cita o Estádio do Central como uma "atração"

ESPORTES Recife, sábado, 28 de fevereiro de 1981 DIÁRIO DE PERNAMBUCO

Estádio do Central é uma atração

CARUARU — O Estádio "Pedro Victor" de Albuquerque é, hoje em dia, uma das maiores atrações turísticas do interior de Pernambuco e isso é orgulho para o povo de Caruaru. Diante disso é que, como os atletas continuavam treinando nos dias de carnaval, e como a presença de Aldeide Lima é obrigatória, a praça de esportes ficará aberta para a assistência pública.

A decisão de Aldeide Lima é porque "durante o carnaval muita gente foge da féria indo para a praia só para o interior. Quem vai para Caruaru e acalora a féria — ou mesmo aqueles que já vieram para Fazenda Nova — e quiser conhecer o nosso estádio não tem problema. Estaremos de braços abertos recebendo todos".

O "pevo", na sua comemoração de novo estádio, proporcionando ao Central a renda parafiscal que em breve o levará para lugar em igualdade de condições, o Agreste durante o dia das comemorações.

RESCINDIU

O lateral-esquerda Batista, que tinha contrato até o final do ano, cujo prazo pertence ao Bahia, resolveu solicitar rescisão de contrato com o clube alvinegro depois de uma conversa que manteve com o diretor de Futebol Leônidas Batista.

Carnaval são três dias e o nosso trabalho é ano todo. Trabalho é trabalho. Quem quiser brincar um dia será suficiente e os demais para trabalho. E mesmo não sei de brincar carnaval.

O dirigente Leônidas Batista concorda com o treinador. Para ele, o importante é o que vem pela frente. O Central tem que ficar bem preparado para o início do certame estadual. Jorge Hijoletto continua sem contrato e baixou um pouco sua proposta que está longe da realidade alvinegra.

FINANCIAMENTO

Enquanto isso, Edgar Araújo esteve reunido ontem com o presidente Luis Lacertia. Ele aguarda o despacho do Bandope para dar continuidade ao trabalho de melhoramento no Estádio Pedro Victor de Albuquerque. E ontem ele foi taxativo:

— A partir do próximo ano o torcedor centralino e o povo de Caruaru vão brincar o carnaval na sede alvinegra. Quando os serviços do estádio se encerrarem, vou partir para o novo projeto que é a construção da nossa sede social. O Central, pelo que já é no cenário esportivo nacional, não pode ficar só com uma sede de categoria. É garante que em 1982 já faremos uma sede para a família patativa.

Estádio do Central é ponto turístico para quem estiver visitando Caruaru

América paga e libera os jogadores

Uma providência muito justa da diretoria do América, na manhã de ontem: o pagamento do elenco, que aconteceu à tarde. Todos os jogadores foram liberados até quarta-feira à tarde quando eles se apresentaram na Praia de Boa Viagem para o retiro de treinamento.

Achou por bem a direção esmeraldina de anteciper o pagamento dos seus profissionais. Celso Múnic esclareceu que o clube vem pagando aos jogadores antes do dia 10.

Essa providência sempre tomamos e em se tratando de uma festa carnavalesca, que é do povo, não poderíamos deixar de prestar o pagamento antes do carnaval.

Quem tem colaborado muito com o alvinegro é Silvio Beltrão. Ele sempre está tentando solucionar os problemas da agremiação. No setor social João Caetano vem dando boa assistência para que o

América realiza um carnaval sensacional.

Jalber Carvalho comandou treino de conjunto ontem pela manhã no gramado de Jefferson de Freitas para os jogadores esmeraldinos, com vários dos titulares sobre os reservas por 2 x 0, tentos de Agnaldo e Marcos Pinato. Marcos Costa, entregue ao DM, esteve ausente.

O time titular alvinegro assim: Batista; Gonçalves (Reginaldo), Nilc, Gerallion e Reginaldo (Escarada); Williams Rocha, Gilvaldo e Rivaldo; Agnaldo, Marcos Pinato e Regis.

O jogador Rivaldo não tem vez leve desatando atuação nos treinamentos, sendo uma das peças importantes da equipe. Existe um movimento dentro do clube para que Humberto Barradas volte a trabalhar no setor de futebol. Uma comissão vai visitar Estádio e tudo indica que ele vol-

Surubim não se inquieta

SURUBIM — A

FPF pensa em um torneio para a fase preparatória

Um torneio de preparat-

Copa do Interior a trégua do c

A Copa do Interior é de determinadíssima diri-

Fonte: Grupo "Central Sport Club" no Facebook, 2013

O clube também chegou a disputar a Taça de Prata do Campeonato Brasileiro, uma espécie de segunda divisão. Em 1986, novamente na competição, o clube atinge sua maior vitória em uma partida histórica, o Central enfrentou a equipe do Flamengo em casa com um público de 24.450 pessoas e com direito à vitória do Central por 2 a 1. O jogo mobilizou toda a população de Caruaru e de cidades e estados vizinhos a comparecerem ao estádio para torcer por um dos dois clubes ou apenas presenciar o momento histórico. Ao final da competição o Central conquista o polêmico título de Campeão Brasileiro da Taça de Prata de 1986, até hoje não reconhecido pela CBF.

Na década de 90, o clube passa por administrações denominadas por muitos como desastrosas, após desperdiçar a oportunidade do acesso para a primeira divisão do Campeonato Brasileiro em 1995 e pelo rebaixamento para a Série A2 do campeonato estadual em 1998, tendo uma frustração extra pois o time rival da cidade, o Clube Atlético Porto, havia conquistado o vice-campeonato da primeira divisão do estadual por dois anos seguidos. O clube volta a competir a Série A1 apenas em 2000, após vencer a final da Série A2 de 1999, derrotando o Íbis pelo placar acumulado de 3 a 1. No mesmo ano, o estádio é renomeado para Estádio Luiz José de Lacerda, em homenagem ao presidente em exercício, que também ocupou o cargo diversas vezes entre os anos 60 e 90.

Nos anos 2000, o clube conquista alguns títulos como a Copa Pernambuco e a Taça Governador Jarbas Vasconcelos. Tendo mais destaque na campanha do Pernambucano de 2007, quando foi vice-campeão e se classificou para a Copa do Brasil do ano seguinte, onde eliminou o Remo na primeira fase e foi derrotado pelo Palmeiras na fase seguinte. Em 2008, o time tem outra boa campanha no estadual e se classifica novamente para a Copa do ano seguinte, eliminando o Ceará e perdendo a vaga da próxima fase para o Vasco da Gama.

Curiosamente, entre os anos de 2013 e 2015, o clube contou com um time de futsal, chegando a ser bicampeão do Campeonato Pernambucano de Futsal. O clube só havia exercido outro esporte no ano de 1953, quando teve um time feminino de vôlei.

Em 2018, pela primeira vez em sua história, o clube se classifica para a final do campeonato estadual após uma vitória histórica sobre o Sport Club do Recife em pleno Lacerdão. O Central enfrenta o Náutico, empatando a primeira partida e perdendo a segunda, no Recife, por 2 a 1.

Figura 7 - Central comemora a classificação para a final do estadual de 2018



Fonte: Lance!, 2018

Em 2019, o clube completou seus 100 anos de existência com uma campanha morna no campeonato estadual, na Série D do Brasileirão e na Copa do Brasil, mas cheio de histórias para contar. No ano de 2021, o clube cai para a segunda divisão do campeonato estadual após anos disputando a série A1 do Pernambucano.

Durante a pesquisa sobre a história do clube descrita neste tópico, foi possível descobrir que as fontes de informações e referências sobre o Central, sejam por meio de documentos, textos, fotografias, mídia audiovisual, sites, livros, exposições ou relatos, estão completamente dispersas, quando poderiam estar juntas em apenas um só lugar. A falta da existência de, por exemplo, um museu oficial do Central na sede do clube que conte a história do time alvinegro a partir de diversos materiais históricos afeta a relação com o torcedor e dificulta a chegada de novos torcedores, principalmente de Caruaru, pois não evidencia a ligação do clube com a cidade e realça a falha em construir uma identidade centralina e o que significa viver esse estilo de vida de torcedor do clube.

No capítulo a seguir, iremos discutir a relação disso com o patrimônio afetivo do clube e como ele se posiciona na atualidade.

3.2 PATRIMÔNIO AFETIVO E ATUALIDADE

É bem verdade que o Central não tem apenas uma ligação forte e próxima com a cidade de Caruaru, assim como as festas de São João, as feiras e o artesanato, o clube desempenhou um grande papel de propagador do nome da cidade de Caruaru ao resto do Brasil e do mundo, principalmente em seus períodos mais vitoriosos. Sendo conhecido no futebol brasileiro como o Central de Caruaru.

É importante salientar que a história do Central Sport Club parece ser muito mais mostrada e falada do que documentada por escrito. A documentação através de imagens é a mais comum, são exemplos disso as fotos do time antes dos jogos, alguns artigos jornalísticos e poucas capturas de alguns entusiastas da fotografia no século XX. É uma pena devido à importante contribuição do clube e do seu maior patrimônio, seu estádio, para o desenvolvimento urbano da cidade.

Cabe à iniciativa de terceiros documentar a história do clube como é o caso do documentário realizado pela emissora de televisão TV Asa Branca “Central – Um Século de Paixão” lançado no ano de 2019, ano do centenário do clube, e a exposição “Central de Coração” realizada pelo historiador caruaruense Walmiré Dimeron em parceria com outras instituições, também no mesmo ano. O centenário do clube foi de enorme benefício para o Central, pois a história do clube recebeu grande atenção por parte da mídia e do público, atenção essa que também originou esse trabalho.

Figura 8 - Exposição "Central de Coração" no Polo Caruaru



Fonte: Autoria própria, 2019

Mesmo com tanta riqueza de história através da imagem, o acervo do próprio clube é escasso, tendo apenas alguns quadros com fotografias, documentos e poucos troféus, sendo superado por alguns torcedores fanáticos como é exemplo de Cláudio Samuel, popularmente conhecido como Gordo. Em seu restaurante ele expõe praticamente toda a história do Central em forma de fotografias, todo o acervo foi construído através de doações de terceiros e de compras de alguns itens feitas por Gordo. Outro destaque em relação a acervo imagético é Sérgio Pepeu, filho do jornalista Souza Pepeu.

Figura 9 - Cláudio (Gordo) em frente ao seu restaurante



Fonte: JC Online – Central de Coração, 2018

Com isso, alguns fatos acabam se perdendo com o tempo e cabe à antigos torcedores contarem as histórias de antigos ídolos e jogos, alguns nomes se destacam como Vadinho, Jucélio, Timbó, Moacir e Zé Carlos Macaé. Um dos destaques é o goleiro Dudinha, que protagonizou um acontecimento ímpar durante uma partida do Central contra o Sport Club do Recife. Após ter recebido um chute em seu rosto, causando um ferimento que teve de ser coberto por um curativo, o goleiro optou por continuar o jogo, e durante 55 minutos teve de defender o gol do Central com a visão de um dos olhos bloqueada. Alguns outros se destacam hoje em dia como Leandro Costa, autor do gol contra o Sport que levou o Central à final do campeonato em 2018.

Além dos destaques dentro de campo, o Central também tem grandes símbolos nas arquibancadas, como é o exemplo de Severino Celestino, mais conhecido como Pinto, falecido em 2016. Pinto trabalhava nas dependências do Central e também

podia ser visto vendendo amendoim em meio a torcida nos dias de jogo. Outro exemplo é Seu Ernando, famoso por comparecer ao estádio e festividades na cidade sempre com um chapéu estampado com o escudo do Central ou páginas do Jornal Vanguarda, um dos jornais impressos mais tradicionais da cidade, e muitas vezes carregando uma bandeira do clube. Outro exemplo também é Cláudio (Gordo), já mencionado anteriormente, esses são alguns exemplos de torcedores que representam o estilo de vida do torcedor centralino.

Por sorte, com histórias contadas e acervos, é possível traçar um pouco do histórico do clube, fatos, jogadores, torcedores, personalidades, conquistas, mas principalmente da identidade visual do clube, o que será de grande ajuda para esse trabalho.

3.3 O FUTEBOL CARUARUENSE E A LDC

Como já mencionado anteriormente, a cisão entre os times A e B do Central deu origem a um dos maiores rivais do clube nas suas primeiras décadas de existência: o Sport Club Caruaruense, que chegou até a ser vice-campeão do interior do estado em 1922. Aos poucos o futebol ia ganhando espaço na cidade, em sua maioria com times amadores como Colombo, Rosarense, São Paulo, etc. Apenas na década de 40 surgiriam outros times de maior destaque, como o Vera Cruz Esporte Clube, formado por operários do Curtume Souza Irmãos e fundado por proprietários da empresa, e o Comércio Futebol Clube, fundado por comerciantes e formado por jovens da elite Caruaruense

Figura 10 - Diretoria da Liga Desportiva Caruaruense (1941/42)



Fonte: Marques, 2012 (p. 349)

É também na década de 40 que surge a Liga Desportiva Caruaruense. Com o aumento de times se viu necessária a criação de uma associação para a organização de torneios, instituição de normas e para também se filiar à FPF. Mais precisamente, em 28 de fevereiro de 1941, é fundada a LDC, tendo como clubes fundadores: Comércio, Vera Cruz, São Paulo e Rosarense (MARQUES, 2012)

Nas próximas décadas, outros times começam a surgir, mas são extinguidos rapidamente, como Esporte Clube Caruaru, Atlético Clube Caruaru, Portuguesa da Rua Preta, Independente F.C., Dínamo F.C.

Apenas em 30 de julho de 1993 é fundado o Clube Atlético Porto, com o objetivo de participar apenas da LDC, mas o clube cresceu e se profissionalizou em 1994. Com algumas conquistas da LDC e outros títulos estaduais, hoje o Porto compartilha com o Central o cenário futebolístico da cidade, com grande rivalidade entre ambos, mas também com grande respeito pela história de cada um dos dois clubes.

Outro clube de destaque que surgiu no futebol caruaruense nos últimos anos foi o Caruaru City, que após investimentos em categorias de base, disputas na LDC, campeonatos juvenis da cidade e ingresso no campeonato estadual, conseguiu ser o campeão da segunda divisão do Pernambucano, podendo assim disputar o título na primeira divisão.

A LDC existe até hoje na cidade e abrange diversos times amadores e profissionais de diversas faixas etárias.

4 IDENTIDADE VISUAL

Para que este trabalho aconteça, precisamos antes saber e explicar o que é identidade visual e quais suas particularidades. Segundo Peón (2003), descrevendo de forma simplificada, identidade visual é o que singulariza visualmente um dado objeto e o diferencia dos outros pelos seus elementos visuais. Profissionalmente falando, chamamos isto de identidade visual institucional, é um componente de singularização visual formado por um sistema planejado e formado por elementos visuais de aplicação coordenada.

Isso significa que a identidade visual só vai acontecer em sua plenitude se existir um sistema com uma série de parâmetros que ditam os elementos que vão identificá-la, esses elementos precisam se repetir e ter uma uniformidade, isso vai tornar a identidade visual facilmente distinguível.

Dito isso, uma identidade visual pode ser aplicada em produtos, eventos, campanhas, instituições governamentais, empresas, entre muitos outros exemplos. Porém especificamente em empresas e instituições, por terem um período de vida mais longo, o trabalho é mais complexo e se faz necessário o desenvolvimento de uma identidade visual que tenha durabilidade e seja planejada com base nos seus possíveis usos futuros, mesmo que ela venha a ser substituída. Neste caso, estamos nos referindo a uma identidade visual corporativa, não confundir com imagem corporativa, que se trata da visão que o público tem da instituição, a imagem é gerada, em parte, pela identidade visual.

4.1 SISTEMAS DE IDENTIDADE VISUAL

O Sistema de Identidade Visual (SIV) é a ferramenta que se usa para que se projete precisamente uma identidade. Esse sistema é formado por todos os veículos que difundam os elementos da identidade visual, como: logotipo, símbolo, cores institucionais, alfabeto institucional, além das diversas aplicações onde ela será aplicada. Peón (2003, p. 15) define SIV como:

Sistema de normalização para proporcionar unidade e identidade a todos os itens de apresentação de um dado objeto, através de seu aspecto visual. Este objeto pode ser uma empresa, um grupo ou uma instituição, bem como uma ideia, um produto ou um serviço.

Segundo Peón (2003), os SIV corporativos dividem-se em três tipos: Extenso, Completo e Restrito. O porte da empresa está diretamente ligado à complexidade do

projeto pois este ditará a quantidade e variedade de aplicações necessárias, bem como a quantia que será investida e o controle de qualidade do projeto. Para esclarecer:

- **Extenso:** Indicado para empresas de grande porte, demanda uma grande quantidade de aplicações, manutenção, complementação e um controle de qualidade rigoroso.
- **Completo:** Voltado para empresas de médio porte, é focado em menos aplicações e tem um controle de qualidade mais flexível.
- **Restrito:** Direcionado para micro e pequenas empresas, possui número baixo de aplicações que muitas vezes nem chegam a ser realizadas ou implantadas da forma que deveriam.

4.1.1 Objetivos, funções e requisitos

Além do objetivo inicial de identificação e memorização da marca por parte do público, os SIV têm também outros dois objetivos que se desdobram a partir deste primeiro. Todos eles visam obter benefícios que vão gerar o fortalecimento da empresa a partir da consolidação de uma imagem corporativa positiva. Segundo Peón (2003), os objetivos são:

- **Exercer influência no posicionamento da instituição junto aos concorrentes ou similares:** é preciso que instituição seja diferenciada de suas semelhantes. Faz-se então o uso de facilidade de identificação visual, clara diferenciação visual e associação visual, simbólica e subliminar de acordo com conceitos selecionados que valorizam a instituição.
- **Controle de estoque, patrimônio e de pessoal:** funcionando como um carimbo, os elementos do SIV, identificam todos que integram a instituição, sejam funcionários, produtos, equipamentos. Tendo uma função não só externa de identificação do público, quanto também interna.
- **Persuasão e obtenção de lucro, promoção ou hegemonia:** é necessário que se convença o público-alvo, através da imagem corporativa, de que a instituição é positiva e lhe trará benefícios.

Para que esses objetivos sejam atingidos, Peón (2003) também explica que o SIV precisa exercer funções como diferenciar o objeto de seus pares, transmitir

determinados conceitos associados ao objeto visando a persuasão, associar o objeto a noções de firmeza, segurança e organização, e por fim, a institucionalização deste objeto, como se a empresa fosse independente, maior do que os indivíduos que a mantém.

Peón (2003) determina também que para uma identidade visual seja implantada através de um SIV, devem-se seguir os seguintes requisitos:

- **Originalidade:** A solução deve se diferenciar das demais já existentes que estejam no mesmo ramo, tenham os mesmos clientes e público-alvo.
- **Repetição:** Para que a marca seja memorizada pelo público, é necessário que seus elementos se repitam e estejam presentes nas mais diversas aplicações da marca.
- **Unidade:** Os elementos precisam ser aplicados seguindo as especificações definidas para o sistema, para que o sistema seja estruturado na mente do público.
- **Fácil Identificação:** O público deve identificar claramente os elementos da SIV, para isso devem ser feitos testes de reprodução, redução, ampliação, para que a marca mantenha sua legibilidade. Para isso, é importante manter a implantação, produção e aplicações da marca sempre sobre controle.
- **Viabilidade:** O sistema só poderá ser implantado caso seja viável economicamente, operacionalmente e tecnicamente. É necessário conhecer as restrições do sistema para saber o que é possível de se realizar.
- **Flexibilidade:** É necessário prever a correta aplicação do sistema em diversas condições técnicas, diferentes meios de impressão, diferentes tecnologias etc.

Para este projeto, faz-se necessário também o uso dos ideais de marca de Wheeler (2008), já que os requisitos apresentados por Peón (2003) acerca do assunto são de caráter mais funcional e técnico. Os ideais definidos por Wheeler são:

Figura 11 - Ideais de Marca de Wheeler



Fonte: Bookman Editora, 2020

- **Visão:** Na criação de uma identidade visual, o designer deve identificar os anseios, sonhos, forças e fraquezas da instituição, sintetizando-os visualmente e criando soluções preventivas.
- **Significado:** Uma marca deve representar algo, sejam ideias, valores ou posições estratégicas. Compreender o significado de uma marca acelera seu reconhecimento.
- **Autenticidade:** A identidade deve estar de acordo com os valores, metas, visão, voz e personalidade da instituição. Isso acontece da mesma forma no seu design.
- **Diferenciação:** No design de uma marca, seu símbolo deve ser único, diferenciado, facilmente reproduzível e comunicável.
- **Sustentabilidade ou Longevidade:** Uma identidade de marca deve ter a capacidade de perdurar num ambiente que está em constante mudança.
- **Coerência:** Através da repetição, persistência e frequência se constrói o valor de uma marca. A experiência da marca deve se manter, independentemente de onde está sendo veiculada.

- **Flexibilidade:** Além de ter coerência, uma marca deve adaptar-se às diferentes formas em que ela pode ser veiculada, não só a tecnologias atuais como também para futuras tecnologias.
- **Comprometimento:** É necessário que exista um gerenciamento constante do sistema de identidade visual, ou seja, suas regras devem ser obedecidas, o uso deve ser monitorado, incitado e ocasionalmente revitalizado.
- **Valor:** A marca deve comunicar uma visão de valor aos seus clientes, sendo única, reconhecível, diferente, aumentando assim seu destaque e competitividade da instituição no seu mercado.

4.1.2 Elementos da identidade visual

Peón (2003) divide os elementos de uma identidade visual em primários, secundários e adicionais. Os elementos primários são os que estão diretamente ligados com a composição da marca principal. São eles:

- **Símbolo:** É um sinal gráfico que representa e identifica uma instituição, produto ou serviço.
- **Logotipo:** A forma particular com qual o nome da instituição é representado.
- **Marca:** É o conjunto formado pelo símbolo e o logotipo.

Os elementos secundários, por dependerem das configurações das aplicações, são variáveis. Tendo um grau menor de repetição, mas não sendo menos importantes, são eles:

- **Cores Institucionais:** Formadas pela combinação de determinadas cores que serão sempre aplicadas no mesmo tom. São de vital importância para a eficiência do sistema, pelo seu grau de pregnância.
- **Alfabeto Institucional:** Também conhecido como Tipografia Institucional, se refere a família tipográfica que será usada de apoio aos elementos primários nas aplicações da marca.

Já os elementos adicionais geralmente são dependentes do escopo e tipo de projeto, estão ligados à diversidade de aplicações necessárias e à capacidade de investimento da instituição. São eles: grafismos, mascotes, normas de layout, símbolos e logotipos acessórios. Sendo os mascotes os mais amplamente presentes

no mundo futebolístico, podendo ser representados por ilustrações, bonecos e até dentro de campo por meio de uma pessoa fantasiada.

4.2 REDESIGN

Redesign pode ser definido como o processo de renovação de uma identidade visual que se tornou incapaz de atender as demandas, valores e atributos de uma instituição, produto ou serviço.

Fishel (2000, p.9) divide as inúmeras razões para se recriar uma de identidade visual em cinco categorias genéricas: reposicionamento, modernização, gestão de mudança, promoção do crescimento e recomeço.

- **Reposicionamento:** A instituição procura melhorar sua posição nos negócios de forma estratégica, com ajustes leves e inteligentes. Seja para superar uma crise ou não;
- **Modernização:** Trata-se da busca por uma imagem mais atual e que possa se adaptar melhor ao ambiente em que uma instituição está inserida, para que não se perca espaço no mercado. A reconstrução total da marca não é necessária;
- **Gestão de mudança:** Comunica a mudança no modelo de negócios de uma instituição através de um novo projeto de identidade visual;
- **Promoção do crescimento:** Na hipótese do crescimento de uma instituição, conseqüentemente se fará necessária uma reformulação na sua estratégia de comunicação, influenciando mudanças na identidade visual;
- **Recomeço:** Caso em que uma marca está ultrapassada e envelhecida, sendo assim não mais refletindo seus valores e atributos. Propõe-se o descarte da identidade visual anterior para o desenvolvimento de uma nova que represente apropriadamente a instituição.

5 ANÁLISE DE REDESIGNS DE IDENTIDADE VISUAL NO FUTEBOL

Neste capítulo iremos analisar casos de redesign realizados por outros clubes de futebol, discutindo o histórico destes clubes, o projeto e a sua repercussão perante o público.

Os clubes escolhidos foram: Clube de Regatas Flamengo, Goiás Esporte Clube, Athletico Paranaense e Juventus. Flamengo e Goiás foram escolhidos pois seus projetos de redesign trazem mudanças moderadas ao escudo e a identidade visual. Enquanto Athletico Paranaense e Juventus trazem mudanças drásticas não só ao escudo, mas no posicionamento geral da marca, além de causarem grande repercussão negativa no mundo futebolístico.

5.1 CLUBE DE REGATAS FLAMENGO

Fundado em 1895 para a prática do remo, o Flamengo iniciou suas atividades no futebol apenas em 1912. Dentre suas maiores conquistas estão diversos títulos do Campeonato Carioca, Campeonato Brasileiro, Copa Libertadores e Mundial de Interclubes. É atualmente o clube mais popular do Brasil, somando aproximadamente 37,9 milhões de torcedores (ZIRPOLI, 2020).

Figura 12 – Escudos e monograma do Flamengo após redesign



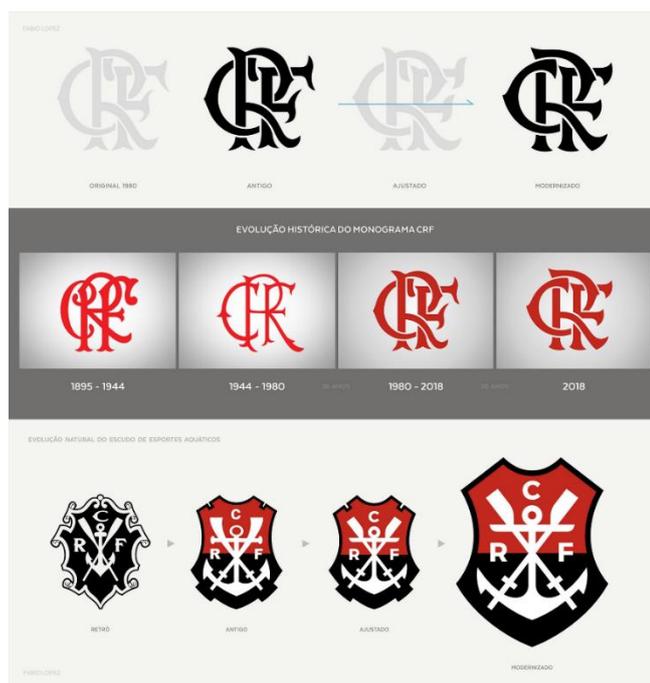
Fonte: Redesign Flamengo, 2018

Segundo o site Redesign Flamengo (2018), o projeto foi desenvolvido a partir de 2017 pelos designers Fábio Lopez e Eduardo Franco. Através de pesquisas e análises do material oficial do clube, foi possível perceber que os elementos da marca sofriam alterações e desgastes que partiam de fornecedores de materiais esportivos e parceiros, tal como o Flamengo não mantinha um controle de qualidade para a reprodução da sua própria marca. Além de inconsistências técnicas no próprio arquivo vetorial da marca.

Segundo o publicitário Antônio Tabet, ex-vice-presidente de Relações Externas do Flamengo (2018):

A reformulação dos escudos, mesmo que discreta para alguns, foi extremamente importante por questões técnicas, institucionais e até mercadológicas. É uma tendência entre as maiores instituições esportivas do mundo, e demos um passo de muito bom gosto, mantendo a identidade tradicional e aliando com a agilidade e a modernidade dos novos tempos. A aprovação gigantesca dentro do clube mostrou que acertamos em cheio.

Figura 13 - Histórico de escudos do Flamengo.



Fonte: Redesign Flamengo, 2018

É possível perceber uma inspiração no estilo vitoriano através das serifas usadas no monograma desde a fundação do clube em 1985 e no desenho do antigo escudo de esportes aquáticos que tem um caráter de flâmula.

O monograma CRF sofreu ajustes nas espessuras das letras, serifas e encaixes, deixando-o com um visual imponente e dinâmico. O escudo de esportes terrestres sofreu pequenos ajustes na espessura das suas listras e o escudo de esportes aquáticos sofreu mudanças no formato do escudo, tipografia e desenho da âncora e remos. A criação de um manual de identidade visual também instituiu um padrão de aplicações da marca para evitar inconsistências e alterações.

O objetivo do projeto era que houvesse uma evolução que respeitasse a tradição e história do clube com mudanças técnicas e pontuais. Com o objetivo

alcançado, a repercussão da nova identidade visual foi bastante positiva por parte dos torcedores, apesar de ter sido lançada num momento em que a torcida cobrava a contratação de um novo técnico.

Figura 14 – Repercussão do redesign do Flamengo nas redes sociais.



Fonte: Compilação do Autor

5.2 GOIÁS ESPORTE CLUBE

O Goiás E.C. foi fundado em 1943 e ocupa hoje o 21º lugar em número de torcedores no Brasil (ZIRPOLI, 2020) com um número de aproximadamente 800 mil, acumulando diversos títulos do Campeonato Goiano e dois Campeonatos Brasileiros da Série B.

Figura 15 - Escudo do Goiás E.C. após redesign.



Fonte: Mantos do Futebol, 2019

O projeto foi realizado pelo grupo internacional de design BR/BAUEN, não se tratando apenas de um redesign, mas também de um reposicionamento da marca. Foi necessário compreender a história e significância do clube através de pesquisas no seu acervo, questionários e entrevistas com pessoas que fizeram parte da história do Goiás e atuais colaboradores do mais baixo ao alto escalão (BR/BAUEN, 2017):

[...] era preciso que a marca e toda a equipe fosse integrada dentro de um único discurso, com os mesmos objetivos, falando a mesma língua. Esta foi a nossa missão, de trazer integridade aos mais diversos pontos de contato da marca e promover uma gestão fundamentada com discurso unificado e um objetivo comum, organizando e efetivando a conexão da marca com todos os seus públicos através de um propósito de marca claro, para que a marca mantenha sua consistência.

Após analisar também todos os ativos da marca como escudo, uniforme, mascote e produtos, foi possível desenvolver a nova marca do clube com um novo posicionamento.

Figura 16 - Histórico de escudos do Goiás E.C.

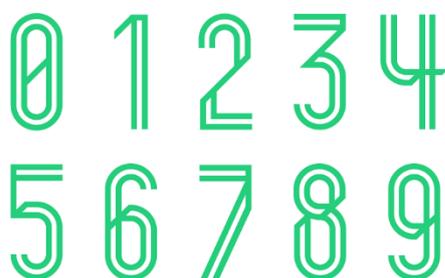


Fonte: BR/BAUEN, 2017

Como diversos outros clubes brasileiros, os primeiros escudos do Goiás também continham um monograma. O escudo contendo apenas a letra G surgiu nos anos 60 e seguiu evoluindo, adotando um formato circular onde a partir dos anos 90 foi adicionado o nome do clube, sofrendo também uma atualização em 2004, porém esse texto acabava perdendo legibilidade com a sua redução.

No novo escudo, o texto foi removido, deixando apenas um círculo contendo a inicial do clube, formato já usado anteriormente, porém dessa vez com linhas mais grossas e legíveis. Também foi desenvolvida uma tipografia personalizada para a numeração no uniforme dos jogadores, homenageando a influência da arquitetura art déco em prédios históricos de Goiânia, cidade-sede do clube.

Figura 17 - Tipografia desenvolvida para utilização nos uniformes do Goiás E.C.



Fonte: BR/BAUEN, 2017

Apesar da definição de padrões e aplicações da nova identidade visual, as peças de mídias sociais acabam se tornando incondizentes com os parâmetros impostos, ignorando o uso da tipografia de apoio e algumas vezes até usando a versão anterior do escudo do clube.

Figura 18 - Posts das redes sociais do Goiás E.C



Fonte: Perfil Oficial do Goiás E.C. no Instagram, 2020

A nova identidade visual recebeu elogios em grande parte, porém recebeu também críticas que comparavam o escudo com o logotipo do clube de futebol americano *Green Bay Packers* e comparando também o escudo ao logo da marca de dispositivos eletrônicos *Gradiente*.

Figura 19 - Repercussão do redesign do Goiás nas redes sociais



Fonte: Compilação do Autor

5.3 CLUB ATHLETICO PARANAENSE

Fundado em 1924, o Clube Athletico Paranaense ocupa atualmente o 16º lugar em maior número de torcida no Brasil com mais de 1 milhão de torcedores (ZIRPOLI, 2020). Entre seus principais títulos estão diversos Campeonatos Paranaenses, um Campeonato Brasileiro, uma Copa do Brasil, entre outros.

Figura 20 - Escudo do Athletico Paranaense após o redesign



Fonte: Brand New, 2019

Realizado pela agência OZ+ Estratégia + Design, o projeto foi apresentado em 11 de dezembro de 2018. O objetivo era romper com a antiga marca, reforçando uma imagem de entusiasmo, rebeldia, inovação e ambição.

O projeto também conta com uma tipografia exclusiva projetada pelo designer Fábio Haag, sendo o primeiro clube de futebol brasileiro a ter uma fonte feita sob medida (MURAD, 2018):

“Toda a identidade foi construída a partir desse posicionamento. O CAP sempre foi reconhecido, até por seus adversários, como um dos clubes mais inovadores do panorama futebolístico e por esse motivo o clube nos pediu que a nova identidade rompesse com a atual, reforçando essa imagem ousada e completamente alinhada com a visão de futuro para o Athletico“, conta Vannucchi.

O projeto contou com uma pesquisa com mais de 1300 sócios, entrevistas com personalidades do clube e formadores de opinião e também contou com uma análise de estudos sobre futebol e gestão.

Figura 21 - Histórico de escudos do Club Athletico Paranaense



Fonte: Portal Press, 2018

O Athletico surgiu em 1924 com a junção de dois clubes, o Internacional FC e o América FC. Porém, desde sua fundação, o clube contava com um escudo muito semelhante ao do Flamengo, em formato, cores e elementos. Apenas em 1996 o escudo sofreu mudanças drásticas para um brasão circular com um monograma ao meio e seu nome e ano de fundação em texto ao longo das curvas do brasão.

O novo escudo traz a representação de um furacão, com listras verticais de diversos comprimentos e um novo monograma com formas mais pontiagudas e finas, lembrando uma tipografia *black letter*.

Figura 22 - Posts das redes sociais do Athletico Paranaense



Fonte: Perfil Oficial do Athletico Paranaense no Instagram, 2020

Os padrões de tipografia, cores e regras de aplicação definidos no projeto são seguidos em boa parte das peças de mídia do clube. Apenas em algumas situações há inconsistência nas aplicações como é o exemplo de algumas postagens nas redes sociais.

Figura 23 - Repercussão do redesign do Athletico Paranaense nas redes sociais



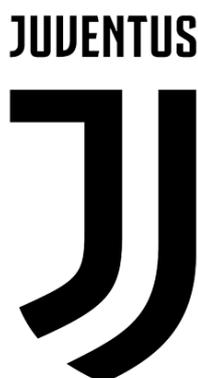
Fonte: Compilação do Autor

A repercussão da nova identidade visual do Athletico aparenta ter sido a mais turbulenta, muitas críticas foram feitas pela quebra com o tradicional escudo que era usado desde os anos 90. Algumas comparações foram feitas com outras marcas como a fabricante de automóveis Honda. Outros times, como o Íbis Sport Club, de Pernambuco, também brincaram com o novo escudo.

5.4 JUVENTUS FOOTBALL CLUB

A Juventus foi fundada em Turim na Itália no ano de 1897. Em números de torcida, ocupa o 1º lugar no país (BITTENCOURT, 2016) com 8,3 milhões de torcedores. Dentre seus títulos de destaque estão 38 Campeonatos Italianos, 2 Ligas dos Campeões da Europa e 2 Mundiais Interclubes.

Figura 24 - Escudo da Juventus após redesign



Fonte: *The Logo Creative*, 2017

O *rebranding* foi desenvolvido pela agência *Interbrand* e lançado em 16 de janeiro de 2017. Um dos objetivos do projeto foi expandir os horizontes do clube dentro e fora do futebol, trazendo um novo público e chances para novas experiências.

O novo logotipo é icônico e universal. É ousado o suficiente para fazer uma declaração, mas flexível o suficiente para aparecer ao lado de uma ampla gama de novas experiências - no estádio e além. Ao deixar as listras pretas e brancas que definem o time intocadas, a Juventus está trazendo o ilustre legado e o espírito de um dos times mais proeminentes da Itália para novos públicos e fãs obstinados.” (THELOGOCREATIVE, 2017)

Figura 25 - Histórico de escudos da Juventus



Fonte: Goal, 2017

O escudo da Juventus sempre foi bem constante ao longo das mudanças na sua história: com um formato oval, listras verticais, o nome do clube, uma coroa e a figura de um touro, símbolo da cidade de Turim, dentro de um outro escudo. A maior mudança ocorreu por volta de 1979, onde foi usada apenas a figura de um cavalo com um efeito de listras diagonais, porém em 1990 o clube voltou a usar o escudo oval.

Figura 26 - Família tipográfica "Juventus Fans"



Fonte: The Logo Creative, 2017

O novo escudo trouxe mudanças drásticas, fora dos padrões tradicionais de clubes de futebol. Juntando o formato de um escudo, com listras pretas e brancas, a letra “J” e o nome JUVENTUS logo acima, escrito na tipografia “Juventus Fans” desenvolvida para utilização exclusiva do clube. A nova marca também se desvincula da imagem do Touro, com o objetivo de criar sua própria identidade, desvincilhando-se da representação da cidade de Turim.

Figura 27 - Repercussão do redesign da Juventus nas redes sociais



Fonte: Compilação do Autor

Devido à mudança drástica e a quebra de um padrão que vinha sendo seguido há mais de cem anos pelo clube, a repercussão da nova marca talvez tenha sido uma das mais polêmicas em relação a redesign no futebol nos últimos anos, a mídia e os torcedores foram às redes sociais discutir sobre o assunto, com revolta, memes e opiniões positivas.

6 ELABORAÇÃO DO PROJETO

6.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Segundo Peón (2003), na fase de Problematização devemos diagnosticar a situação de projeto para que, posteriormente, possamos desenvolver uma solução. Devemos coletar e organizar dados para que cheguemos aos requisitos e restrições que irão atender as necessidades objetivas e simbólicas da instituição, produto ou pessoa em questão.

Para isso, faremos uma análise da atual identidade visual do Central Sport Club. Além disso, obteremos, através de questionários, alguns dados e informações em relação à opinião de torcedores e simpatizantes do clube para com a atual identidade visual. Logo após, resgataremos alguns dos escudos que o Central usou ao longo dos anos desde a sua fundação, com o objetivo de revalorizar sua história e tradição buscando respostas para o futuro.

6.1.1 Análise da atual identidade visual do Central

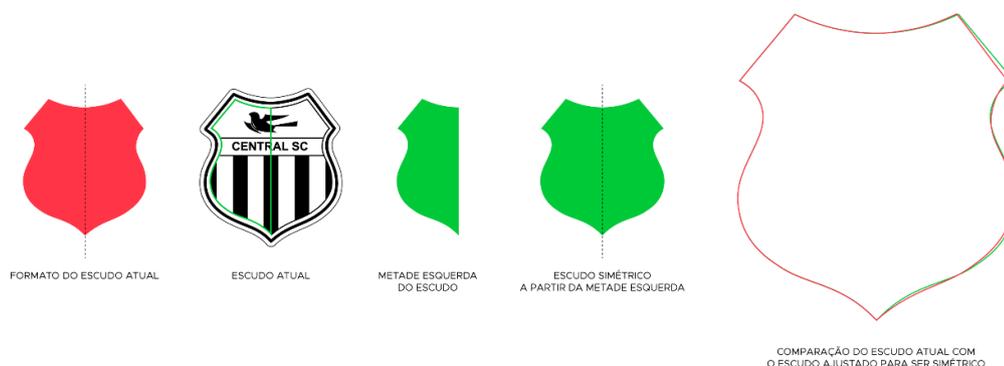
Figura 28 – Reprodução do atual escudo do Central



Fonte: Autoria Própria, 2021

O escudo atual foi adotado no ano de 2017. Ele é formado por uma moldura em linhas pretas, é preenchido com a cor branca e pode ser dividido em três partes. Na parte superior está o desenho de uma Patativa em preto. Logo abaixo, no meio, está a inscrição “CENTRAL SC” composta em Arial, uma fonte sem serifa, dentro de uma faixa horizontal. Na parte inferior cinco faixas pretas na vertical formam um padrão listrado, o escudo também tem ao seu redor contornos pretos e brancos.

Figura 29 - Comparação do escudo atual com versão ajustada



Fonte: Autoria Própria

Durante a análise foi possível observar que o escudo atualmente usado pelo Central é assimétrico. O curioso é que a versão assimétrica não chega a ser usada no uniforme, mas é usada nas redes sociais do clube, fachada da loja oficial e provavelmente em outras peças impressas.

Figura 30 – Comunicação visual do Central Sport Club



Fonte: Compilação do Autor

Podem-se identificar alguns problemas na implementação da atual identidade visual. Sendo hoje o maior deles a falta de padronização na reprodução do escudo. É comum encontrar exemplos do escudo sendo usado pelo clube, mídia ou torcida de diversas maneiras, como: mudanças na tipografia, disparidades na ilustração da

patativa, uso excessivo de contornos, uso de escudos antigos. Além disso, o escudo contém a tipografia Arial, fonte padrão do sistema operacional Windows, que carece de impacto, singularidade e personalidade.

A seguir, será feita uma análise da atual identidade visual do Central Sport Club, utilizando os conceitos de ideais de marca de Wheeler (2008):

- **Visão:** Se refere à capacidade de uma identidade visual de antecipar e solucionar demandas preventivamente. O Central atualmente não atende esse ideal por ainda ter problemas fundamentais a serem resolvidos, principalmente na questão de padronização.
- **Significado:** O principal elemento do escudo que carrega um significado é a figura da Patativa, relacionada às origens do time como já foi dito anteriormente. É um símbolo importante para o clube e relembra também os tempos antigos da cidade de Caruaru. Porém o clube tem dificuldade em representar seus ideais e posições
- **Autenticidade:** A identidade visual do Central consegue, até certo ponto, ter sua individualidade e autenticidade por carregar seus significados e valores, porém emperra em relação a metas, visão, voz e personalidade.
- **Diferenciação:** Apesar de ter suas semelhanças a escudos de outros clubes brasileiros como: Ceará, Santos e Ponte Preta. A identidade visual do Central consegue ser única e facilmente reproduzível, mas não tão comunicável.
- **Sustentabilidade ou Longevidade:** Como ainda existem problemas de natureza básica em relação à identidade visual do clube, é possível afirmar que ela não está pronta para perdurar em um ambiente em constante mudança.
- **Coerência:** Provavelmente esse é o ideal em que o Central mais peca, não há coerência e padronização entre as peças visuais do clube, sejam digitais ou impressas. Escudos alterados, escudos antigos, diferentes tipografias, cores destoantes. A experiência da marca está sempre mudando, e deveria ser a sempre a mesma.
- **Flexibilidade:** A identidade visual do Central não se adapta bem às diversas formas em que pode ser veiculada, como foi dito anteriormente. Problemas básicos como a não existência de versões horizontais e verticais

da marca, a não existência de um guia de aplicação do logo em fundos coloridos, entre outros.

- **Comprometimento:** Esse ideal é particularmente complexo em relação ao Central, porque com as mudanças ocorridas na gestão do clube, a responsabilidade pelo marketing e design também mudam, o que causa uma dissonância constante na aplicação da identidade visual. Não há um gerenciamento padronizado em relação a isso.
- **Valor:** Existe grande valor incorporado ao atual escudo do clube. Carregados de tradição e história, esses valores devem ser mantidos, pois contribuem para a singularidade e destaque do clube e de sua identidade visual.

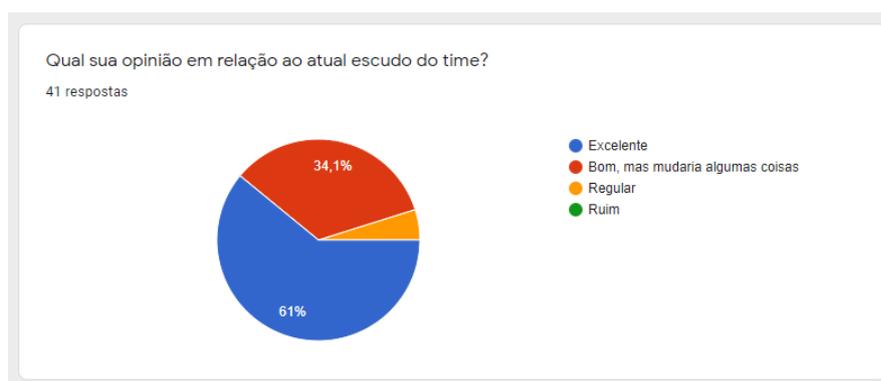
6.1.2 Questionários

Para se ter um melhor entendimento sobre a percepção de torcedores e simpatizantes em relação à identidade visual atual do Central Sport Club e a relação dessas pessoas com o próprio clube, foi realizada uma pesquisa através de um questionário na plataforma *Google Forms*. Foram obtidas 41 respostas.

Entre as respostas, pode-se observar uma predominância de pessoas do sexo masculino na faixa etária de 18-24 anos. Pouco mais de 68% dos respondentes se disseram torcedores do Central, enquanto o restante diz simpatizar com o clube ou o considera seu segundo time.

Em relação à frequência de comparecimento ao estádio em dias de jogos, as respostas se mostram bem divididas. 39% dos respondentes costumam sempre comparecer aos jogos do Central, 31,7% quase sempre comparecem ao estádio e os 29,3% restantes raramente marcam presença ou sequer vão ao estádio.

Em sua maioria, os respondentes costumam acompanhar as notícias sobre o clube nas redes sociais (85,4%), logo em seguida aparecem a TV e o rádio e outras mídias como o jornal impresso ou podcast. Esse dado mostra particularmente como o canal de comunicação principal do time deverá ser as suas redes sociais.

Figura 31 - Gráfico mostra opiniões em relação ao escudo do Central

Fonte: Autoria Própria, 2020

Ainda conforme as respostas, a maioria dos torcedores e simpatizantes tem opinião positiva em relação ao atual escudo do Central (61%), pouco mais de 34% afirmam que o escudo é bom, mas que mudariam algumas coisas, e apenas 4,9% consideram o escudo como regular. É importante ressaltar que uma parcela desse demográfico gostaria que houvesse mudanças no escudo, algumas das sugestões mais coletadas foram: modernizar o atual, aprimorar a tipografia e aumentar a espessura das linhas.

Quanto ao uniforme, as opiniões são majoritariamente positivas, com quase 49% dos respondentes considerando-o excelente. Observa-se também uma parcela que julga o uniforme como bom, mas que faria mudanças (39%) e pouco mais de 12% que considera o uniforme como regular. Entre algumas propostas de mudanças, estão: maior padronização, novo fornecedor de material esportivo, menos destaque aos patrocínios e modernização.

Figura 32 – Respostas em relação à patativa no escudo

Na sua opinião, para qual lado deve voar a Patativa no escudo do Central e por que?

41 respostas

Direita
Esquerda
Direito
para direita, a visualização fica um pouco melhor
para o lado direito, da uma impressão de seguir adiante, pra frente
Esquerda! A Patativa voa para o agreste, para o Oeste!
Esquerdo, porque já é o símbolo do time!
Esquerda. Não penso em uma boa argumentação, escolho a opção por ser a que já está no escudo.
Esquerda, como sempre foi

Fonte: Autoria Própria, 2020

Uma pergunta a mais foi feita, dessa vez em relação à direção em que a patativa no escudo deve “voar”, esse assunto eventualmente volta a ser discutido por dirigentes, torcedores e simpatizantes, geralmente com opiniões contrárias umas às outras e nunca se chega a um consenso. Foi possível observar isso nessa pesquisa. 51,2% dos respondentes acreditam que a direção em que a patativa deve “voar” é para a esquerda, com os argumentos de que a patativa voa do litoral para o agreste, que no uniforme a ave aponta para o coração e que a primeira aparição da patativa num escudo ela voava para a esquerda. Enquanto isso, os 48,8% restantes dizem que a patativa deve voar para a direita pois passa a sensação de avanço e de seguir adiante.

Com o resultado da pesquisa, fica claro que boa parte dos torcedores está aberto a mudanças no escudo e no uniforme, mas o apego pela tradição, memória, história do clube e superstições interpreta um papel essencial na consciência alvinegra, onde uma reformulação completa da identidade visual não seria bem-vinda, sendo preferível uma modernização.

6.1.3 Resgate de escudos antigos e nova linha do tempo

Após pesquisa, foi possível encontrar diversos escudos do Central que estavam registrados apenas em acervos pessoais de torcedores e que nunca haviam sido digitalizados e vetorizados com fins de preservação. Também foi encontrado um ensaio de histórico de escudos do clube, mas a imprecisão na reprodução de alguns deles compromete essa tentativa de resgate.

Figura 33 – Suposta linha do tempo de escudos do Central



Fonte: Escudos Gino, 2018

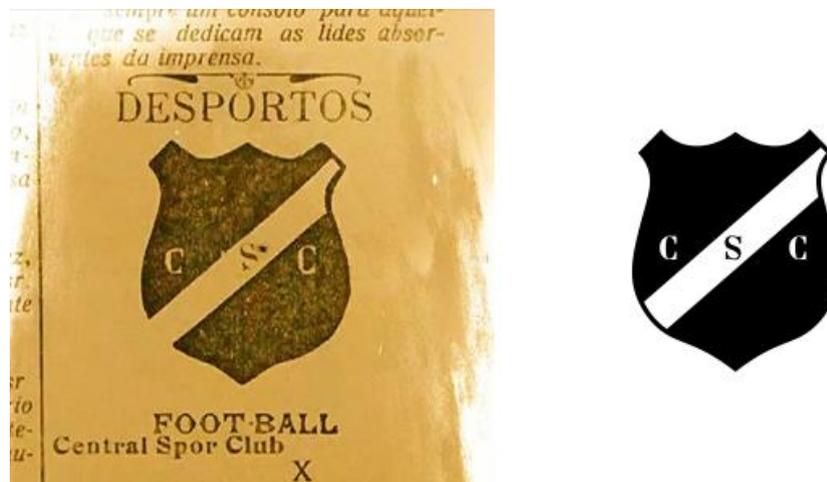
Para realizar um projeto de redesign de identidade visual que busca revalorizar a tradição e história do Central, é necessário fazer um resgate de aspecto visual da memória do clube.

Por isso, nesse tópico iremos resgatar e analisar antigos escudos do Central Sport Club e montar uma linha do tempo de quando cada escudo foi utilizado. Procurando entender mais sobre o passado, história e tradição do clube para que possamos desenvolver um projeto sólido para o futuro.

As imagens dos escudos foram coletadas de diversas fontes, sendo a principal o grupo “Central Sport Club” no Facebook. Cada escudo foi vetorizado para que sua estrutura e composição fosse mais bem compreendida. O processo também

desempenha a função de registrar esses escudos perdidos no tempo em fotografias e impressos para as tecnologias atuais.

Figura 34 - Primeiro escudo do Central, encontrado em jornal de 1920



Fonte: Grupo "Central Sport Club" no Facebook, 2016

O primeiro escudo do Central de que se tem registro data de 1920, publicado no jornal Folha do Sertão. Ele tem um formato semelhante ao escudo atual. Porém este é completamente preto e uma faixa branca corta o escudo na diagonal, no escudo também está a sigla CSC, correspondente a Central Sport Club.

Um elemento que se mostrará recorrente ao longos dos anos é a ponta na parte superior central do escudo, esse elemento acaba sendo removido pela primeira vez aproximadamente nos anos 60.

Figura 35 - Segundo escudo do Central



Fonte: Wikipedia

O segundo escudo do Central data do final da década de 1920 e conta com um visual semelhante ao primeiro, mas dessa vez com um formato mais estreito. As listras pretas e brancas fazem sua primeira aparição, elas se dispõem na diagonal e uma espécie de monograma com a sigla CSC está no ponto central do escudo.

Figura 36 - Terceiro escudo do Central



Fonte: Grupo "Central Sport Club" no Facebook, 2014

O terceiro escudo do Central data aproximadamente do ano de 1937. Essa versão mantém o formato estreito do escudo anterior, faz o uso das listras pretas e brancas, dessa vez na vertical, e novamente é feito o uso de uma faixa na diagonal cortando o escudo, a faixa contém o texto CENTRAL S. CLUB.

Figura 37 - Quarto escudo do Central



Fonte: JC Online - Central de Coração, 2018

O quarto escudo é datado do início dos anos 50 e segue com o mesmo formato dos seus antecessores, mas dessa vez é completamente preto e conta com a sigla CSC ao meio.

Figura 38 - Quinto escudo do Central



Fonte: Aatoria Própria, 2019

O quinto escudo aparenta ter sido usado em alternância com o anterior, pois existem fotos que podem ser de 1953 em que esse escudo aparece. O escudo ainda mantém um formato semelhante aos anteriores, usando um monograma da sigla CSC que ocupa quase todo o seu desenho, as listras reaparecem e são usadas na vertical.

Figura 39 - Sexto escudo do Central, publicação de 1959



Fonte: Grupo "Central Sport Club" no Facebook, 2012

O sexto escudo aparenta ser uma pequena reinvenção do anterior. O formato é um pouco mais alargado, seu desenho contém mais listras e um monograma em tamanho menor no centro do escudo.

Figura 40 - Outra possível versão do sexto escudo



Fonte: JC Online – Central de Coração, 2018

É importante também considerar que esse escudo pode ter tido outra versão, usada na fachada do estádio Pedro Victor de Albuquerque. Os elementos são os mesmos, mas aqui ele aparece com um formato mais alargado.

Figura 41 - Sétimo escudo do Central



Fonte: Wikipedia

O sétimo escudo foi usado em boa parte da década de 60, ele traz algumas mudanças em seu formato, dessa vez aparece mais largo e com listras de espessura fina, a sigla CSC se mantém, mas está disposta de maneira diferente das demais.

Figura 42 - Oitavo escudo do Central



Fonte: Botões para Sempre, 2011

O oitavo escudo foi usado por poucos anos ao final da década de 60. O escudo faz sua primeira aparição sem a ponta no topo e dessa vez, usa a figura da bola de futebol. As listras pretas e brancas se mantém e uma faixa com a sigla CSC corta parte do escudo na diagonal. Esse escudo se assemelhava bastante ao do Santos Futebol Clube, que havia sido bicampeão mundial na mesma década.

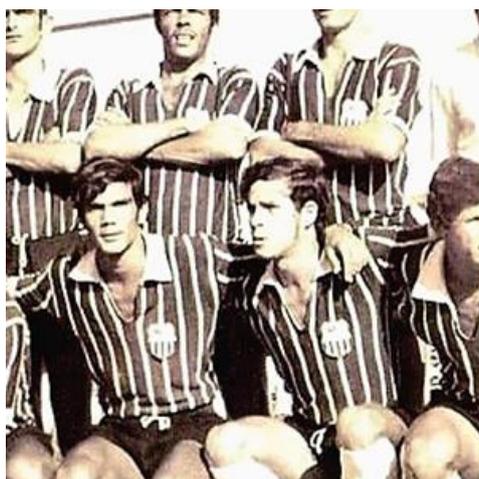
Figura 43 - Nono escudo do Central



Fonte: Autoria Própria, 2019

O nono escudo do Central provavelmente foi usado apenas no ano de 1969. Se assemelhando ao do Santa Cruz Futebol Clube, o escudo traz de volta a ponta na parte superior e um monograma com a sigla CSC, há também dois blocos de cor preta em cada um dos lados do mesmo.

Figura 44 - Décimo escudo do Central



Fonte: Blog do Zé Duarte, 2017

A patativa faz sua primeira aparição no décimo escudo do Central, este parece ter sido um visual que agradou o clube e a torcida, pois começou a ser usado em 1970 e é a base do escudo atual. O clube obteve diversos títulos durante o período em que utilizou esse escudo, portanto ele carrega uma carga de superstição entre alguns torcedores, assim como a figura da patativa voando para a esquerda.

Figura 45 - Décimo primeiro escudo do Central

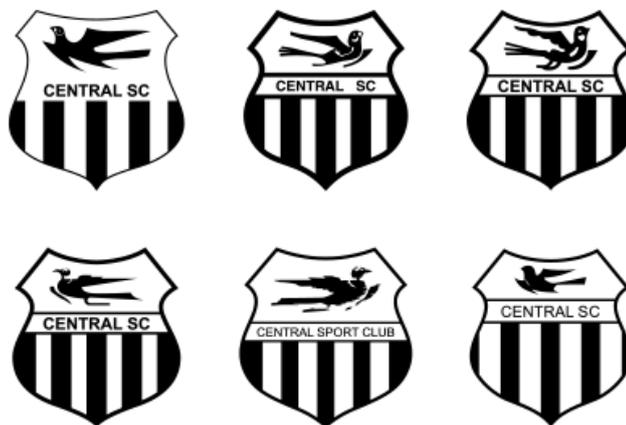


Fonte: Blog do Zé Duarte, 2017

Durante a década de 90, o Central passava por algumas crises em sua gestão e chegou até a ser rebaixado da série A do Campeonato Pernambucano. Este escudo foi adotado pelo clube por volta do ano de 1996 e traz mudanças drásticas depois de

duas décadas com o padrão anterior. O formato do escudo é completamente mudado e quebra um padrão que era seguido desde 1920.

Figura 46 – Variações do escudo ao longo dos anos 2000



Fonte: Compilação do Autor, 2021

Ao longo dos anos 2000 o escudo sofreu diversas alterações, chegando ao ponto de que se torna difícil definir o período em que cada um foi utilizado, alguns chegaram a ser usados simultaneamente em uniformes, documentos oficiais e site, outros podem ser recriações não oficiais. Dentre as diferenças entre cada um, a mais aparente é a patativa, que muda de desenho diversas vezes, e principalmente a direção para que “voa”. Porém, uma característica semelhante a todos é que eles permanecem na mesma linha visual do décimo escudo do Central, usado entre 1970 e 1996.

Figura 47 - Escudo do Central adotado por volta de 2015

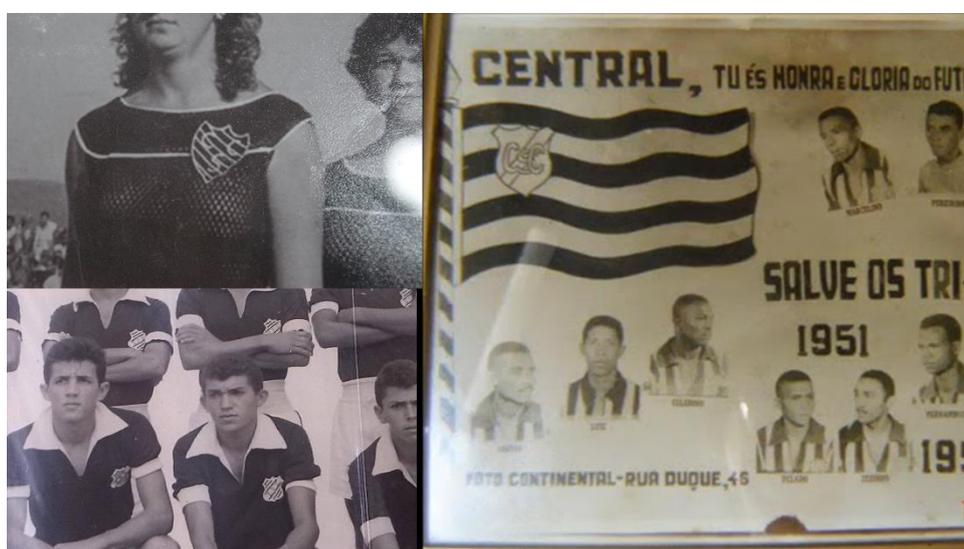


Fonte: Autoria Própria

O penúltimo escudo do Central foi implantado por volta de 2015, nele temos novamente um formato semelhante ao escudo implantado em 1970, padrão que é seguido há anos. Na parte superior do escudo, está uma patativa que voa para a esquerda. Uma faixa corta o escudo ao meio na horizontal e nela está escrito CENTRAL SC. Na parte inferior, são usadas as já tradicionais listras pretas e brancas.

O escudo atual do Central já foi analisado anteriormente no início do capítulo então não iremos repetir o mesmo conteúdo, mas o mesmo aparecerá na nova linha do tempo.

Figura 48 - Outros escudos encontrados durante a pesquisa



Fonte: Compilação do Autor, 2021

Alguns outros escudos foram encontrados durante a pesquisa, porém não foi possível identificar a época em que eles foram utilizados e sequer se foram utilizados oficialmente pelo clube em uniformes e documentos, por exemplo. Alguns deles também interferem em outros períodos em que outros escudos foram usados, como é o caso do escudo à direita da imagem, que aparenta pertencer à metade dos anos 50, período em que, segundo as pesquisas, o clube usava outro escudo.

Figura 49 – Nova linha do tempo de todos os escudos do Central



Fonte: Autoria Própria, 2021

Esta nova linha do tempo procura seguir uma ordem cronológica dos escudos utilizados pelo Central Sport Club desde a sua fundação até a atualidade. Vale salientar que as datas estipuladas para o período de uso dos escudos na linha do tempo podem não ser exatas, estando abertas a alterações futuras. Também é importante considerar que podem existir outros escudos que foram utilizados pelo clube e não estão registrados em fotografias ou impressos e também que alguns escudos não entraram na linha do tempo por falta de conhecimento sobre o período em que eles foram usados.

Tendo em vista as análises realizadas e informações obtidas anteriormente, podemos afirmar que a atual identidade visual do Central Sport Club necessita de um processo de redesign. Levando em conta os conceitos apresentados por Fishel (2000), a categoria de projeto de redesign que deverá guiar esse projeto é a de Modernização, pois independentemente do fato de já existir uma base conceitual é preciso atualizar e padronizar a forma que a marca é aplicada.

6.2 CONCEPÇÃO

Neste tópico, iremos especificar os requisitos e restrições para o desenvolvimento do projeto de redesign da identidade visual do Central Sport Club, discorrer como se deu esse processo e apresentar os resultados do trabalho.

6.2.1 Requisitos e Restrições

A partir dos conhecimentos obtidos ao longo da pesquisa, foram definidos requisitos e restrições que servirão de base para o desenvolvimento do projeto.

Entre os requisitos, iniciamos com o formato do escudo, que deverá se manter parcialmente no padrão dos últimos anos, um padrão que foi baseado no escudo implantado em 1970 e que acompanhou o Central no seu período mais vitorioso. O formato será acompanhado de uma patativa voando em direção à esquerda, também referenciando o escudo do ano de 1970, ano em que a ave fez sua primeira aparição.

É necessário evidenciar a história e tradição do clube, não só interna, mas também externa em ligação com a cidade de Caruaru, criando uma conexão com o torcedor pelo presente e passado, transformar o “torcer pelo Central” em uma personalidade e estilo de vida. Símbolos, cores, tipografia, fotografias, frases de efeito, produtos e um bom marketing irão auxiliar nessa tarefa.

Para que todos esses componentes estejam em harmonia, é fundamental que haja organização e padronização. Sendo assim, se faz necessária a confecção de um Manual de Identidade Visual: um compilado de elementos e diretrizes que irão facilitar a utilização e aplicação da nova marca.

6.2.2 Estudos de Concepção

Para dar início à concepção da marca, foi desenvolvido um painel semântico contendo imagens referentes ao Central que poderiam auxiliar e inspirar novas ideias para o projeto de redesign da identidade visual do clube. A ideia foi compilar visualmente a história e tradição do clube e um pouco do estilo de vida que é ser torcedor centralino.

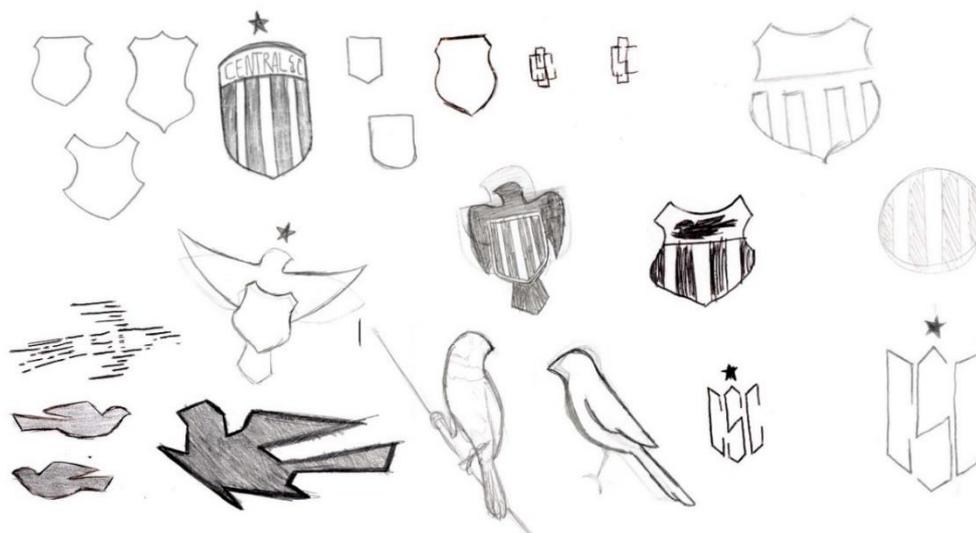
Figura 50 - Painel semântico montado para o projeto



Fonte: Compilação do Autor, 2021

Como o redesign se caracteriza apenas como uma modernização, é natural que os elementos que a marca já utiliza em seu escudo e identidade visual reapareçam, afinal, são com esses elementos que o torcedor se identifica com o clube. Porém os primeiros esboços do novo escudo foram feitos de forma mais livre, buscando obter novas possibilidades para o projeto, também foram feitos alguns estudos de desenho da patativa, na busca de uma representação fiel da ave no escudo.

Figura 51 - Primeiros esboços do novo escudo e estudos da patativa



Fonte: Autoria Própria, 2021

Em seguida foram desenvolvidos alguns esboços vetoriais, o que permitiu enxergar alguns caminhos que poderiam ser seguidos. Foi possível explorar diversos caminhos com três abordagens diferentes, foram elas: escudos de formato convencional, explorações com tipografia e destaque à figura da patativa.

Figura 52 - Esboços vetoriais do novo escudo



Fonte: Autoria Própria, 2021

Dentre os esboços vetoriais desenvolvidos, foi decidido que o partido a ser escolhido deveria estar de acordo com os requisitos mencionados anteriormente na Página 62. Portanto, o partido escolhido é o mostrado na figura a seguir. Seu visual é bastante semelhante ao escudo atualmente usado pelo Central.

Figura 53 - Partido escolhido para ser aperfeiçoado



Fonte: Autoria Própria, 2021

O partido escolhido é bem semelhante ao atual escudo do Central, mas sua estrutura é alterada a partir da remoção da faixa com os dizeres CENTRAL SC que ficava ao centro do escudo, a mudança foi feita pois toda a comunicação visual do clube já transmitirá o nome da instituição, quem ela é, sua história e sua tradição, se fazendo desnecessário manter seu nome no escudo. O caminho também segue os requisitos do projeto mencionados anteriormente e abre espaço para aperfeiçoamentos e modificações em sua construção.

Figura 54 - Aperfeiçoamento do escudo a partir do partido escolhido



Fonte: Autoria Própria, 2021

O escudo atual precisaria passar por um processo de modernização e simplificação, para que fosse facilitado o manuseio da marca, conseguindo assim uma maior organização e padronização. O partido escolhido permite que tudo isso seja trabalhado, por causa da sua semelhança ao atual escudo.

Logo de início foram feitas alterações nas linhas que constroem o escudo, suas espessuras foram aumentadas para que o mesmo ficasse mais destacado. Essa mudança também evita a perda de legibilidade desses elementos quando o escudo é reduzido a tamanhos menores.

Após isso foram feitas alterações no formato do escudo para que suas curvas fossem mais suaves e o seu terminal inferior tivesse um formato menos pontiagudo. Assim simplificando seu desenho e facilitando sua reprodução. Também foi removido o traço branco que ficava localizado no “papo” da patativa.

Também foi diminuída a quantidade de listras que fica na parte inferior do escudo. Já que são apenas as cores do clube dispostas em um padrão listrado e não cumprem uma função de ter um significado, foi possível também simplificar esse aspecto. Observando a linha do tempo de escudos do Central, percebe-se que as

listras mudaram de quantidade ao longo dos anos, chegando até a não aparecer em alguns dos escudos.

Por fim, durante o processo foi observado que a figura da patativa presente no escudo do clube não se assemelha exatamente à ave. Portanto, foram feitas alterações no seu desenho para que a figura fosse uma representação mais fiel ao pássaro. Chegando assim ao resultado final do novo escudo.

6.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após uma longa pesquisa buscando entender a história, tradição, importância e memória do Central, compreendendo recentes projetos de *redesign* no mundo futebolístico, analisando a atual identidade visual do clube, compreendendo sua ligação com seus torcedores e a cidade de Caruaru, buscando resgatar seu passado imagético e reconstruindo essa linha do tempo até chegarmos a este capítulo, tínhamos o necessário para desenvolver uma nova identidade visual para o Central.

Sendo assim feito, a nova marca moderniza e reinventa a comunicação visual do clube. Além de acabar com os tantos problemas que atingiam a antiga identidade visual, a nova marca traz flexibilidade, padronização e organização, enquanto ainda mantém a essência centralina e sua autenticidade e tradição.

Para que essa padronização e organização ideal seja atingida por completo, a nova identidade visual precisaria ser de fácil utilização e acesso. Para isso, foi desenvolvido um Manual de Identidade Visual. E também é sugerido que os principais arquivos da nova identidade visual deveriam ser disponibilizados no site oficial do clube, facilitando o seu acesso aos torcedores, portais jornalísticos, canais de rádio e televisão, entre outras mídias.

Também é ideal que o manejo e aplicação da identidade visual seja sempre feita ou acompanhada por um profissional da área do design ou publicidade, sua utilização deverá sempre contar com um controle de qualidade para garantir que todas as diretrizes abrangidas no Manual sejam seguidas.

Figura 55 - Proposta do novo escudo do Central Sport Club



Fonte: Autoria Própria, 2021

O novo escudo do Central passa por um processo de modernização e agora possui uma estrutura mais simples e de fácil reprodução. Seu desenho agora conta com um formato mais simplificado e moderno, linhas com maior espessura, para que haja mais destaque aos elementos, menos listras, com o objetivo de simplificar seu desenho e uma nova patativa.

Figura 56 - A patativa presente no escudo foi redesenhada



Fonte: Autoria Própria, 2021

Presente no escudo desde os anos 70, a figura da Patativa foi redesenhada para que se assemelhasse ainda mais à anatomia real da ave. Seus traços estão mais arredondados e curvos e menos pontiagudos. A direção do seu voo foi definida permanentemente como para o lado esquerdo, seguindo a aparência do escudo surgido nos anos 70.

Figura 57 – Diversas marcas do Central Sport Club



Fonte: Autoria Própria, 2021

A nova identidade visual conta não só com um novo escudo, mas também cria novas marcas como um logotipo institucional para o Central, para ser usado em ambientes além do futebol. Também foi desenvolvido um logotipo para o Estádio Lacerdão. São reinventadas outras marcas do clube como a “Patativa”, marca própria do Central e a antiga “Sócio Avante”, que se torna a “Sócio Patativa”. Tudo isso fornece mais visibilidade e memorização à marca. Além disso todas as marcas contam com diversas versões de logotipos, flexibilizando e facilitando suas aplicações.

Figura 58 - Numeração dos uniformes foi baseada na tipografia Caruá



Fonte: Autoria Própria, 2021

A tipografia da numeração nos uniformes de jogo tem o desenho baseado na Caruá, uma família tipográfica desenvolvida pela FabricoTipo, que tem como

referência os letreiros e fachadas de antigos edifícios da cidade de Caruaru, fortemente influenciados pela arquitetura *art déco*. Na numeração nos uniformes, a tipografia é mais esguia, possui melhor legibilidade, afinal será vista de longas distâncias e também possui pequenos cortes que dinamizam o seu desenho.

A própria família tipográfica Caruá também poderá ser usada em diversas outras peças de comunicação visual, principalmente como fonte *display* em campanhas publicitárias.

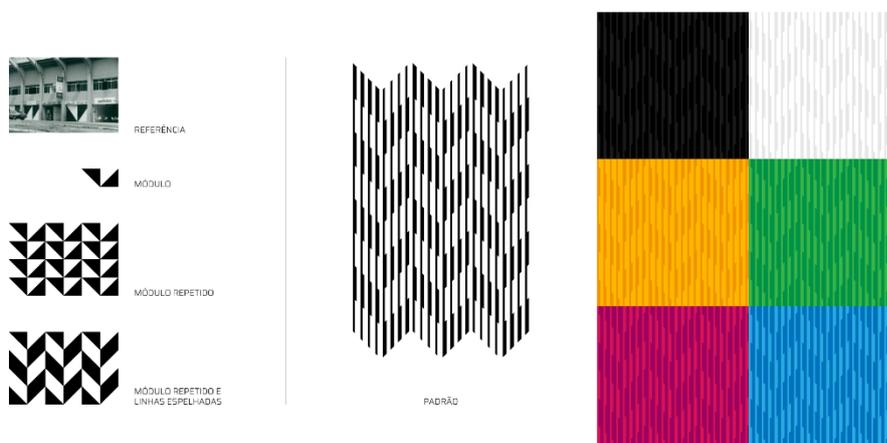
Figura 59 - Demonstrações tipográficas com a Saira e a Caruá



Fonte: Autoria Própria, 2021

No âmbito da tipografia, o projeto conta também com a família tipográfica Saira, de autoria do coletivo Omnibus-Type. Contando com 18 fontes em diversos estilos, a Saira é flexível e pode ser usada em títulos, subtítulos e até texto corrido. Por esse motivo, será a tipografia primária da identidade visual.

Figura 60 - Padrão desenvolvido para ser elemento de apoio



Fonte: Autoria Própria, 2021

Para servir como elemento de apoio, foi desenvolvido um padrão que poderá ser usado na comunicação visual do clube. O visual do padrão foi inspirado pela pintura das portas do Estádio Luiz José de Lacerda por volta dos anos 80, que serviu de módulo para criar um padrão moderno e dinâmico que pode ser usado de diversas maneiras.

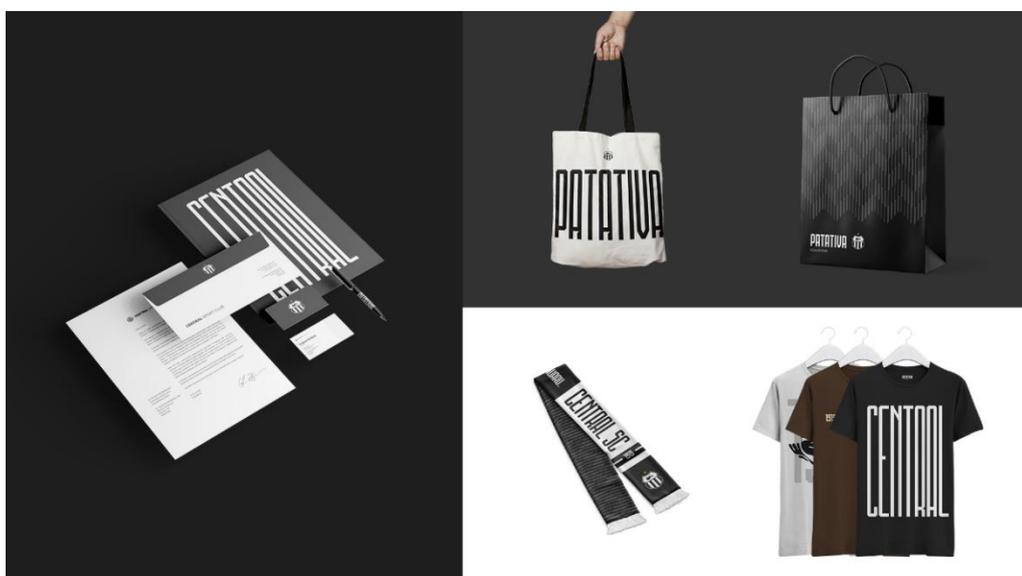
A seguir serão mostrados exemplos de como a marca foi e poderá ser aplicada em seus diversos pontos de contato:

Figura 61 - Uniformes propostos para acompanhar a nova identidade visual



Fonte: Autoria Própria, 2021

Figura 62 - Papelaria e Produtos oficiais



Fonte: Autoria Própria, 2021

Figura 63 - Exemplo da nova comunicação visual do Central



Fonte: Autoria Própria

A nova comunicação visual do Central busca representar a identidade centralina e como é viver esse estilo de vida. Relembrando o passado do clube, jogadores de destaque, torcedores icônicos, evidenciando conquistas do Central e o orgulho de ser de Caruaru.

Figura 64 - Nova bandeira do Central



Fonte: Autoria Própria, 2021

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao início deste trabalho de pesquisa, constatou-se que o Central Sport Club possuía uma grande dificuldade em sua comunicação visual, que era escassa nos âmbitos de padronização, organização, flexibilidade e coerência. E além disso não refletia o valor e importância de sua própria história, tradição e memória, bem como sua ligação inerente à cidade de Caruaru. Foi decidido então que o trabalho trataria de desenvolver um redesign da identidade visual do clube.

Diante disso, a pesquisa teve como objetivo geral desenvolver uma nova identidade visual para o clube Caruaruense de futebol Central Sport Club, agregando valor à marca através do resgate e respeito à sua história e tradição junto à cidade de Caruaru e reconhecendo sua posição de força no futebol do interior Pernambucano. Constata-se que o objetivo geral foi atendido, visto que o trabalho conseguiu verificar os problemas presentes na identidade visual vigente e reconstruí-la a partir do entendimento da história e passado imagético do clube, podendo assim agregar valor à sua marca e modernizando-a sempre levando em conta a história do clube e sua ligação com Caruaru.

O objetivo específico inicial era descrever a história do Central Sport Club e do futebol caruaruense junto ao contexto histórico municipal. Ele foi atendido por essa descrição ter sido realizada a partir de uma pesquisa sobre a história do clube, seu patrimônio afetivo e relação com Caruaru e sobre o futebol da cidade. Durante essa pesquisa também foi possível perceber a dispersão de informações sobre o clube e a falta de um lugar que una todo o material histórico do clube.

O segundo objetivo específico era conceituar teoricamente o que é identidade visual e situá-la dentro de seus objetivos, funções, requisitos e elementos. Foi atendido a partir da exposição dos conceitos de identidade visual, marca e redesign propostos por Peón (2003), Wheeler (2008) e Fishel (2000), essenciais para o desenvolvimento do projeto.

O terceiro objetivo era descrever casos recentes de redesign de identidades visuais de clubes futebolísticos. Foram expostos, descritos e analisados quatro projetos de redesign dos clubes: Flamengo, Goiás, Athletico Paranaense e Juventus. Sendo possível compreender melhor como se deram os projetos e suas repercussões.

O quarto objetivo era elaborar uma nova proposta de Identidade Visual para o Central Sport Club de Caruaru, tendo como base a metodologia proposta por Peón (2003). Apesar do projeto não seguir à risca cada passo da metodologia proposta pela

autora, seja por impossibilidades ou falta de recursos, sua estrutura foi de suma importância e guiou o desenvolvimento de todo o projeto do início ao fim.

Ao início do projeto, estava planejada a realização de entrevistas com pessoas ligadas ao Central, fossem jogadores, dirigentes, torcedores. A ideia logo foi descartada por se mostrar muito complexa, envolvendo transporte, elaboração de perguntas, contato constante com os entrevistados planejados, entre outras dificuldades. Esses entrevistados auxiliariam também na obtenção de materiais relacionados ao Central.

Também houve uma certa dificuldade na obtenção de imagens do clube, visto que não foi totalmente possível ter acesso a acervos de fotografias, impressos e uniformes do clube. Foi possível contar com o acervo presente na exposição Central de Coração, também houve acesso ao acervo de Cláudio (Gordo) em seu restaurante e imagens na internet, principalmente no grupo “Central Sport Club” no Facebook.

Estava planejada também a obtenção de um livro escrito pelo torcedor do clube, Zenóbio Menezes, que conta a história do Central. A ideia acabou não se concretizando.

Também era planejada uma pesquisa muito maior para compreender a relação de torcedores e simpatizantes para com o clube, o ideal seria ter muito mais respostas no questionário e também realizar esses questionários em dias de jogo, frente a frente ao torcedor.

A ideia do desenvolvimento de uma série de ilustrações de uma Patativa cartunizada para servir de mascote também estava nos planos, mas foi descartada pela falta de maior habilidade do autor com técnicas de ilustração e desenho. Porém, ao longo da pesquisa encontramos algumas ilustrações do mascote do Central feitas pelo cartunista Humberto Araújo para a seção de esportes do Jornal do Commercio de Pernambuco. Num futuro aprofundamento do projeto, seria ideal contatá-lo e solicitar seu serviço para a concepção de uma Patativa como mascote.

Outra ideia que poderia incrementar e acompanhar o projeto dependeria ativamente de contato direto com o clube: a criação de um museu com diversos materiais relacionados ao Central, fotografias, vídeos, impressos, uniformes, flâmulas, troféus, etc. Além também da criação de um tour pela sede e estádio do clube.

Recomenda-se que trabalhos de pesquisa da mesma natureza, busquem primeiramente calcular o escopo do projeto: o que poderá e não poderá ser realizado, quais dificuldades poderão ser encontradas, se haverá tempo para realizar tudo que

está planejado. Em segundo lugar, é recomendado que o autor busque contatar pessoas diretamente ligadas ao clube ou que compreendam profundamente sua história e também pessoas que possuam acervos de materiais relacionados ao clube, solicitando a elas acesso constante aos seus acervos. Se possível, solicitar a digitalização desses materiais seria ideal.

REFERÊNCIAS

ATHLETICO PARANAENSE. Instagram: @athleticoparanaense. Disponível em: <https://www.instagram.com/athleticoparanaense/>. Acesso em 11 mai. 2020.

ATHLETICO PARANAENSE. **#CAP2019**. [S.l.] 11 dez. 2018. 20:36. Twitter: @AthleticoPR. Disponível em: <https://twitter.com/AthleticoPR/status/1072621202487816192>. Acesso em 11 mai. 2020.

AMBROSIO, Tauan. **'Brincando' com o sagrado: vale a pena modernizar os escudos dos clubes de futebol?**. Goal. Disponível em: <https://www.goal.com/br/news/619/especiais/2017/01/28/32021242/brincando-com-o-sagrado-vale-a-pena-modernizar-os-escudos>. Acesso em 08 mai. 2020

ASSESSORIA CBF. **100 anos: os cinco títulos mundiais de uma seleção vencedora**. CBF. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/selecao-brasileira/noticias/selecao-masculina/100-anos-os-cinco-titulos-mundiais-de-uma-selecao-vencedora/>. Acesso em 02 jul. 2019.

BITENCOURT, Caio. **Torcida da Juventus é a maior da Itália; Napoli tem a que mais cresce no país**. Vavel. Disponível em: <https://www.vavel.com/br/futebol-internacional/2016/12/30/futebol-italia/737391-torcida-da-juventus-e-a-maior-da-italia-napoli-tem-a-que-mais-cresce-no-pais.html>. Acesso em 29 out. 20.

BOOKMAN EDITORA. **COMPRE AGORA: <http://bit.ly/DesignIdentidadeMarca> De acordo com Aline Wheeler, os ideais são essenciais para um processo de gestão de marcas responsável [...]**. [S.l.], 9 mar. 2020. Facebook: bookmaneditora. Disponível em: <https://www.facebook.com/bookmaneditora/posts/10157303734178370>. Acesso em 7 mar. 2021.

BOTÕES PARA SEMPRE. **Central Sport Club (PE) - Raridade da Brianezi - 1970/1980**. Botões para Sempre. Disponível em: <http://botoesparasempre.blogspot.com/2011/04/central-sport-club-pe-raridade-da.html>. Acesso em 19 fev. 2020.

BRAND NEW. **Rock you like a Hurricane**. Brand New. Disponível em: https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_club_athletico_paranaense_by_oz.php. Acesso em 10 mai. 2020.

BR/BAUEN. **Goiás Esporte Clube**. BR/BAUEN / Brand Design Group. Disponível em: <https://brbauen.com/projetos/goias-esporte-clube-branding/>. Acesso em 9 mai. 2020.

Central de Coração: Especial 100 Anos. Caruaru: Sistema Jornal do Comercio de Comunicação, 5 jan. 2018. Disponível em: <https://especiais.jconline.ne10.uol.com.br/central-do-coracao/>. Acesso em 11 jul. 2019.

CENTRAL SPORT CLUB. Instagram: @centraldecaruaru. Disponível em: <https://www.instagram.com/centraldecaruaru/>. Acesso em 20 jun. 2021.

CENTRAL - Um século de Paixão. Direção: Ulisses Brandão. Produção: Viú Cine. Caruaru: TV Asa Branca, 2019. 1 Vídeo (110 min.) Disponível em: <https://ge.globo.com/pe/caruaru-regiao/video/confira-na-integra-o-documentario-central-um-seculo-de-paixao-7698209.ghtml>. Acesso em 31 jun. 2019.

COMUNICAÇÃO FLAMENGO. **Modernização e tradição. Entenda as alterações nos símbolos do Flamengo.** Flamengo. Disponível em: <https://www.flamengo.com.br/noticias/futebol/modernizacao-e-tradicao--entenda-as-alteracoes-nos-simbolos-do-flamengo>. Acesso em 8 mai. 2020

CORNETA EUROPA. **O novo logo da Juventus também parece a Lupo virada no espelho.** [S.l.] 16 jan. 2017. 19:52. Twitter: @cornetaeuropa. Disponível em: <https://twitter.com/cornetaeuropa/status/821112906276339718>. Acesso em 15 mai. 2020.

DA SILVA, F. C. T. Futebol: Uma Paixão Coletiva. In: DA SILVA, F. C. T. (Org.) e DOS SANTOS, R. P. (Org.). **Memória social dos esportes: futebol e política: a construção de uma identidade nacional.** Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2006.p.(15)-(32).

DUARTE, José. **Central Sport Club.** Blog do Zé Duarte. Disponível em: <https://zeduarte futebolantigo.blogspot.com/2017/12/central-sport-club.html>. Acesso em 19 fev. 2020.

ESCUDOS GINO. **CENTRAL SC (CARUARU).** Gino Escudos. Disponível em: <https://escudosgino.blogspot.com/2018/02/central-sc-caruaru.html>. Acesso em 20 fev. 2020.

FAUSTINI, Vinícius. **Quase centenário, Central 'renasce', vai a final inédita e pode quebrar hegemonia de trio pernambucano.** Lance!. Disponível em <https://www.lance.com.br/futebol-nacional/finalista-pernambucano-central-abriga-sonho-uma-cidade.html>. Acesso em 12 abr. 2020.

FISHEL, Catharine. **Redesenho de Imagen Corporativa.** Barcelona: Gustavo Gili, 2000.

FLAMENGO. **Flamengo sempre eu hei de ser. Eis os novos escudos do Clube de Regatas do Flamengo #CRF.** [S.l.] 10 abr. 2018. 9:38. Twitter: @Flamengo. Disponível em: <https://twitter.com/Flamengo/status/983685545841872897>. Acesso em 08 mai. 2020.

GOIÁS ESPORTE CLUBE. **#NovaFotoDoPerfil.** [S.l.] 18 jan. 2019. 15:07. Twitter: @goiasoficial. Disponível em: <https://twitter.com/goiasoficial/status/1086309181739724801>. Acesso em 21 out. 2020.

GOIÁS ESPORTE CLUBE. Instagram: @goiasoficial. Disponível em: <https://www.instagram.com/goiasoficial/>. Acesso em 21 out. 2020.

GLOBO ESPORTE. **Ceará empata com o Central no Lacerdão e avança para a segunda fase da Copa do Brasil.** Globo Esporte. Disponível em: <https://ge.globo.com/pe/caruaru-regiao/futebol/copa-do-brasil/jogo/06-02-2019/central-ceara.ghtml/>. Acesso em 02 jul. 2019.

GLOBO ESPORTE. **Náutico vence Central, quebra jejum e é campeão pernambucano de 2018.** Globo Esporte. Disponível em: <http://ge.globo.com/pe/futebol/campeonato-pernambucano/jogo/08-04-2018/nautico-central/>. Acesso em 02 jul. 2019.

GRUPO CENTRAL SPORT CLUB. Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/105108729142>. Acesso em 12 jun. 2020.

LANCE!. **Globo bate recorde de audiência em derrota do Brasil na Copa Feminina.** Lance!. Disponível em: <https://www.lance.com.br/fora-de-campo/globo-bate-recorde-audiencia-derrota-brasil-copa-feminina.html>. Acesso em 25 jun. 2019.

MANTOS DO FUTEBOL. **Camisas do Central de Caruaru 2018 Patativa.** Mantos do Futebol. Disponível em: <https://mantosdofutebol.com.br/2018/03/camisas-central-caruaru-2018-patativa/>. Acesso em 19 fev. 2020

MANTOS DO FUTEBOL. **Goiás EC moderniza escudo para 2019.** Mantos do Futebol. Disponível em: <https://mantosdofutebol.com.br/2019/01/goias-ec-moderniza-escudo-2019/>. Acesso em 19 fev. 2020

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARQUES, Josabel Barreto. **Caruaru, Ontem e Hoje: De Fazenda a Capital.** Recife, 2012.

MURAD, Fernando. **A busca pela identidade do Furacão.** Meio & Mensagem. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2018/12/21/a-busca-pela-identidade-do-furacao.html>. Acesso em 10 mai. 2020.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de Identidade Visual.** 3 ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

PORTAL PRESS. **Atlético Paranaense terá nova marca, baseada na história do Clube e nos planos de futuro.** Portal Press. Disponível em: <http://revistapress.com.br/advertising/atletico-paranaense-tera-nova-marca-baseada-na-historia-do-clube-e-nos-planos-de-futuro/>. Acesso em 10 mai. 2020.

PORTUGAL, Franklin; VAZ, Lafaete. **Da sede da Comercial a Agamenon: o nascimento do Central de Caruaru.** Globo Esporte. Disponível em: <https://ge.globo.com/pe/caruaru-regiao/futebol/times/central/noticia/da-sede-da>

comercial-a-agamenon-o-nascimento-do-central-de-caruaru.ghtml/. Acesso em 02 jul. 2019.

R. **[Sem título]**. [S.l.] 16 jan. 2017. 19:13. Twitter: @Radek1897. Disponível em: <https://twitter.com/Radek1897/status/821103072738996224>. Acesso em 15 mai. 2020.

REDESIGN FLAMENGO. **Projeto de redesign dos elementos permanentes de identidade visual do Clube de Regatas do Flamengo**. Redesign Flamengo. Disponível em: <https://www.redesignfla.com/>. Acesso em 8 mai. 2020.

THE LOGO CREATIVE. **Juventus Brand Spotlight**. The Logo Creative. Disponível em: <https://www.thelogocreative.co.uk/juventus-brand-spotlight/>. Acesso em 10 mai. 2020.

VIEIRA, Cido. **Central apresenta uniforme especial para o ano do centenário; veja os detalhes**. Torcedores.com. Disponível em: <https://www.torcedores.com/noticias/2018/12/central-uniforme-centenario>. Acesso em 19 fev. 2020.

WIKIPÉDIA. **Central Sport Club**. Wikipédia. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Central_Sport_Club. Acesso em 16 jun. 2020.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

ZIRPOLI, Cássio. **Pesquisa da Pluri aponta 6 clubes do Nordeste com torcidas acima de 1 milhão**. Cássio Zirpoli. Disponível em: <https://cassiozirpoli.com.br/pesquisa-da-pluri-aponta-6-clubes-do-nordeste-com-torcidas-acima-de-1-milhao/>. Acesso em 8 mai. 2020.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO ONLINE - PERGUNTAS



Seção 1 de 3

Questionário - Central Sport Club

Esse questionário servirá de apoio para uma pesquisa acadêmica do curso de Design do Centro Acadêmico do Agreste da UFPE. O questionário tem o objetivo de conhecer melhor os torcedores e simpatizantes do Central Sport Club e sua relação com o time e sua identidade visual.

Seção 2 de 3

Quem é você e qual sua relação com o clube?

Descrição (opcional)

Sexo *

Masculino

Feminino

Outros...

Faixa Etária *

Até 17 anos

18-24 anos

25-34 anos

35-44 anos

45 anos ou mais

Qual sua relação com o Central? *

- Sou torcedor
- É o meu segundo time
- Simpatizo com o clube

Com que frequência você vai ao Estádio Lacerdão assistir aos jogos do Central? *

- Sempre
- Quase sempre
- Raramente
- Nunca

Como você se mantém atualizado sobre as últimas notícias do clube? *

- Redes Sociais
- TV
- Rádio
- Jornais impressos
- Outros...

Qual sua opinião em relação ao atual escudo do time? *



- Excelente
- Bom, mas mudaria algumas coisas
- Regular
- Ruim

Caso haja algo que você mudaria no escudo, o que seria? *

Texto de resposta longa

O que você acharia se o clube implementasse um novo escudo ou modernizasse o atual? *

Texto de resposta longa

Qual sua opinião em relação aos uniformes do time? *

Excelente

Bom, mas mudaria algumas coisas

Regular

Ruim

Caso haja algo que você mudaria nos uniformes, o que seria? *

Texto de resposta curta

Seção 3 de 3

Por fim... ⌵ ⋮

Descrição (opcional)

Na sua opinião, para qual lado deve voar a Patativa no escudo do Central e por que? *

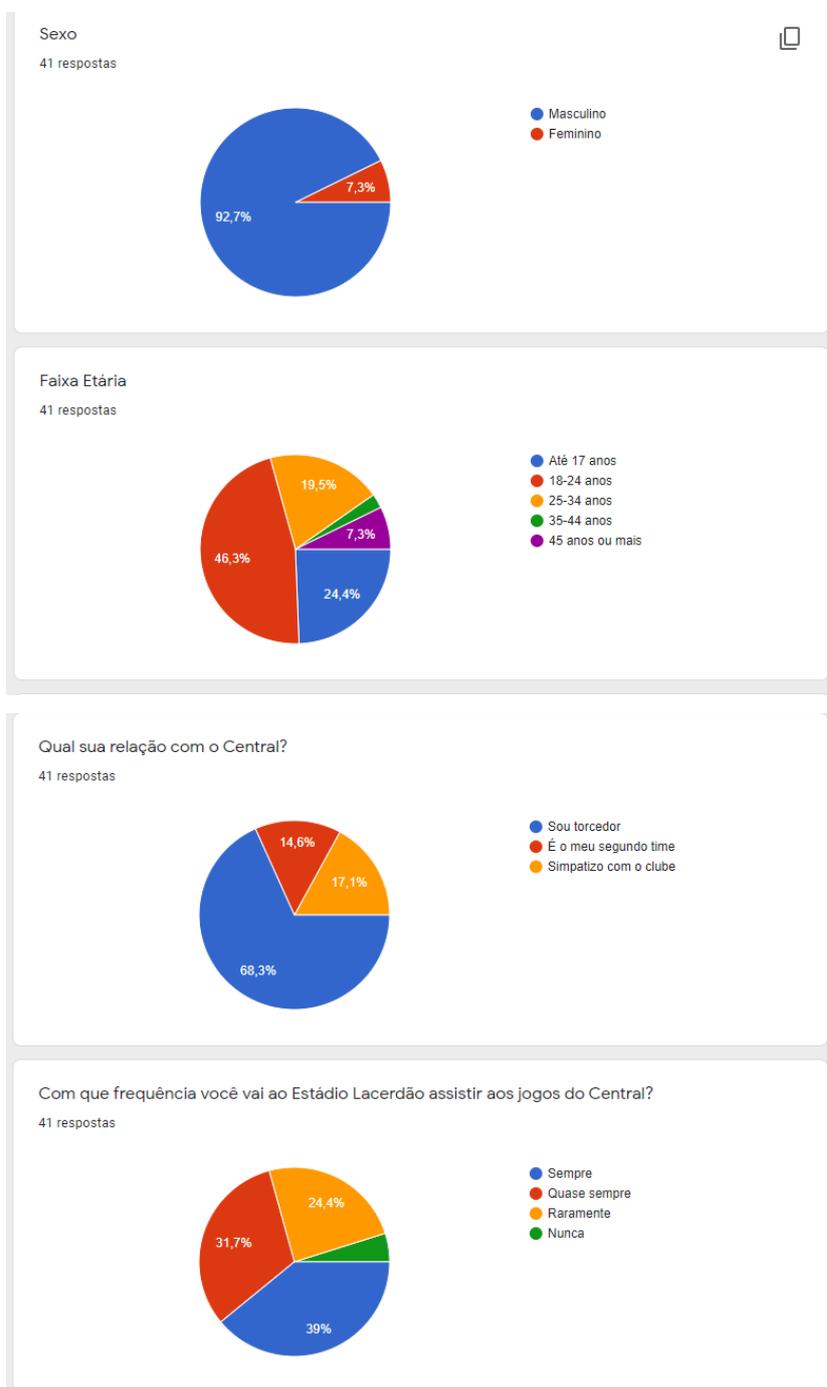


ESQUERDA DIREITA

Texto de resposta longa

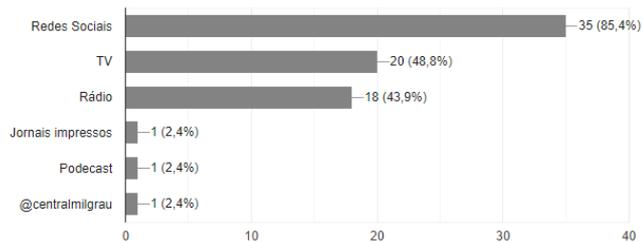
Fonte: Autoria Própria, 2019

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO ONLINE - RESPOSTAS



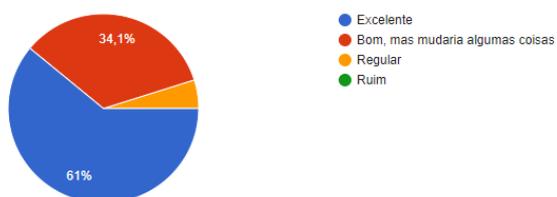
Como você se mantém atualizado sobre as últimas notícias do clube?

41 respostas



Qual sua opinião em relação ao atual escudo do time?

41 respostas



Caso haja algo que você mudaria no escudo, o que seria?

41 respostas

Nada

Modernizar o atual

Retirava o nome e colocava o ano

talvez algum detalhe mais regional, nordestino, caruaruense, mas não mudaria drasticamente

Bom como está

A tipografia, atualizaria o ícone da patativa e aumentaria os contornos do escudo.

Não mudaria, o escudo é único, tradicional, e a Patativa voando de leste a oeste (do litoral ao agreste) é muito tradicional, deveria ser um padrão oficial.

Brasão mais vivo

Talvez a Patativa.

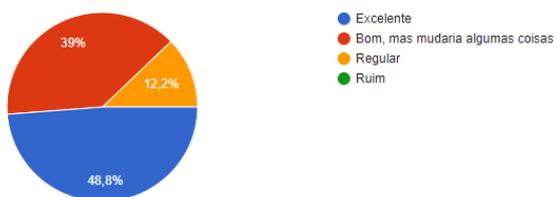
O que você acharia se o clube implementasse um novo escudo ou modernizasse o atual?

41 respostas

- Acharia necessário
- Gostaria, sempre bom da uma modernizada
- um novo escudo discordo um pouco da ideia, modernizar concordo um pouco
- Seria interessante
- Acharia massa!
- Concordo! Dependendo da modernização!
- Ruim, péssimo.
- Modernização
- Em relação ao escudo sou do tipo de pessoa tradicional, o escudo atual simboliza a tradição do clube.

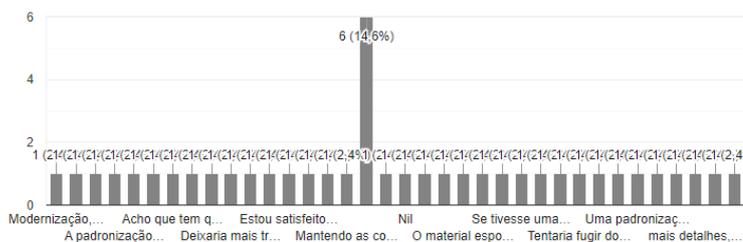
Qual sua opinião em relação aos uniformes do time?

41 respostas



Caso haja algo que você mudaria nos uniformes, o que seria?

41 respostas



Por fim...

Na sua opinião, para qual lado deve voar a Patativa no escudo do Central e por que?

41 respostas

Direita

Esquerda

Direito

Esquerda, pois passa a impressão de que está indo pra frente

Direita, é como se ela estivesse indo para frente

para a esquerda porque está virada para o coração

Para direita. Quando está virada para a direita, a sensação é de avanço. Enquanto para a esquerda trás uma sensação de volta.

Lado Esquerdo! Local do coração!

Esquerda! A Patativa voa para o adreste. para o Oeste!

Fonte: Aatoria Própria, 2019

APÊNDICE III – MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



Avante Patativa!

Este manual tem por objetivo apresentar, organizar e padronizar o uso dos elementos permanentes da identidade visual do Central Sport Club.

Na impossibilidade de resolver de antemão todos os possíveis problemas relacionados ao universo de aplicações de um sistema de identidade visual, cabe a este documento fornecer o máximo de informações necessárias para que este conjunto seja aplicado de acordo com as diretrizes originais do projeto.

Sugere-se que esta tarefa seja sempre executada por um profissional de comunicação visual, capaz de avaliar com competência e bom senso as necessidades existentes em cada situação de uso.

1

Conteúdo

1. O Escudo	3
2. Portfolio de Marcas	12
3. Elementos Secundários	24
4. Bandeira	32
5. Cuidados na Veiculação	35
6. Aplicações	37

2

1. O ESCUDO

3

2. O Escudo

Versão Prioritária

A versão prioritária da marca do Central Sport Club possui como elemento principal seu escudo, podendo ser usado nas versões com ou sem a estrela que representa o título de Campeão da Taça de Prata de 1986.

Essa versão é ideal para aplicação em diversos ambientes, sendo eles: uniformes, divulgação em tabelas e classificações, chamadas e vinhetas de partidas e reprodução em redes sociais, jornais e televisão.



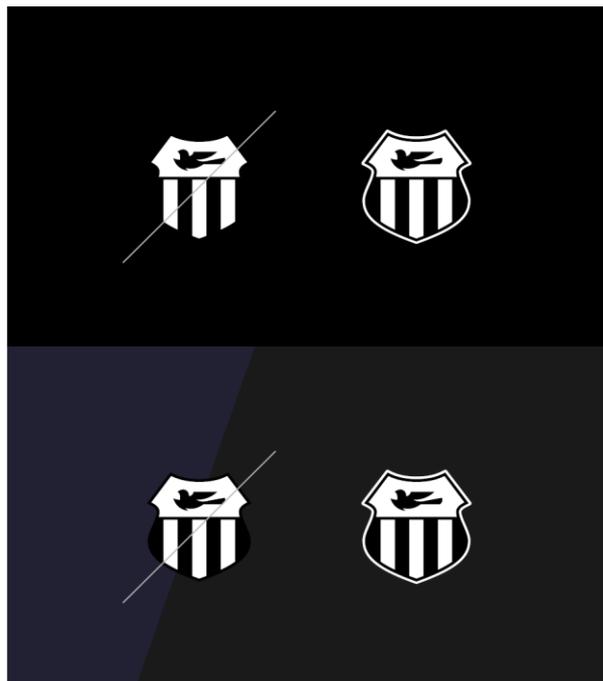
4

2. O Escudo

Fundo preto: Uso do Outline

Para a aplicação do escudo em fundo preto, use sempre um outline (linha de contorno) branco. O recurso do outline branco deve ser empregado sempre que o escudo for utilizado sobre fundos total ou parcialmente preto, ou sobre cores escuras em que o preto não apresente contraste suficiente para ter seu contorno percebido.

5



2. O Escudo

Uso do Outline Dourado

Para usos especiais, permite-se usar o escudo do Central Sport Club com outline dourado, sobre fundos de cor preta. Evite o uso do outline dourado em aplicações sobre fundo de cor branca e evite o emprego do outline dourado junto à estrela dourada.

Jamais utilize um outline que não seja branco ou dourado no escudo aplicado sobre fundo preto.

6



MANUAL DE USO E APLICAÇÃO DOS ELEMENTOS PERMANENTES DE IDENTIDADE VISUAL | CENTRAL SPORT CLUB

2. O Escudo

Fundos Coloridos

Não existe a necessidade de se utilizar o recurso do outline branco quando o escudo do Central for aplicado sobre fundos de cores claras, desde que o contraste e a legibilidade do escudo não sejam prejudicados por outros elementos.

Sobre fundos de cores não institucionais evite usar o outline dourado.

A estrela acima do escudo poderá ter sua cor alterada dependendo do fundo em que estiver aplicada, podendo ser usada nas cores: dourado, branco e preto.

7



MANUAL DE USO E APLICAÇÃO DOS ELEMENTOS PERMANENTES DE IDENTIDADE VISUAL | CENTRAL SPORT CLUB

2. O Escudo

Uso do escudo sobre fotografias

Sobre fotos coloridas ou em preto e branco, utilize o outline branco quando o escudo não se destacar de maneira satisfatória do fundo. Quando houver contraste suficiente não é necessário usá-lo.

8



2. O Escudo

Versão Invertida

A versão invertida do escudo do Central fica disponível exclusivamente para situações especiais onde o fundo preto se faz presente. Como o uso em uniformes comemorativos ou produtos da loja oficial, sendo evitado o uso em ambientes institucionais como documentos e sinalização.

9



2. O Escudo

Malha Construtiva

A malha construtiva divide o escudo do Central Sport Club em diversos módulos, permitindo uma melhor percepção dos elementos que compõem sua estrutura e desenho, facilitando assim uma reprodução mais fiel da marca em diferentes ambientes, por exemplo, a pintura do escudo em uma parede.

10

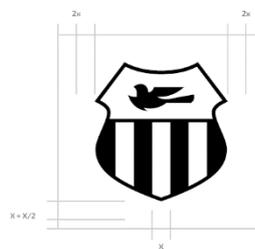


2. O Escudo

Área de Segurança e Redução Máxima

Para garantir a plena compreensão e legibilidade do escudo do Central, sempre que possível evite invadir com outros elementos a área de segurança proposta neste manual.

Evite usar o escudo abaixo do limite indicado para reduções (1 cm de altura).



2. PORTFOLIO DE MARCAS

3.1

Central Sport Club | Institucional

Versões Prioritárias

Este logotipo foi desenvolvido para a comunicação institucional do Central Sport Club, para além dos ambientes do futebol. A assinatura CENTRAL SPORT CLUB fica ao lado direito do escudo e há duas versões que podem ser usadas: a primeira com a assinatura completa na horizontal e a segunda com a assinatura em duas linhas.

Ao aplicar a marca no fundo preto, deve ser usada a versão com a assinatura em branco e escudo com outline branco.

13



3.1

Central Sport Club | Institucional

Versões Secundárias

O logotipo ainda conta com outras duas versões reduzidas com as assinaturas CENTRAL SC e CENTRAL, dando mais flexibilidade à marca e facilitando sua utilização em diversas situações.

Ao aplicar a marca no fundo preto, deve ser usada a versão com a assinatura em branco e escudo com outline branco.

14



3.1

Central Sport Club | Institucional

Área de Segurança

Para garantir a plena compreensão e legibilidade do logotipo institucional do Central Sport Club, sempre que possível evite invadir com outros elementos a área de segurança proposta na imagem ao lado.



15

3.2

Estádio Lacerdão

Versão Prioritária

Este logotipo foi desenvolvido para ser utilizado em toda a comunicação e sinalização relacionada ao Estádio Luiz José de Lacerda, popularmente conhecido como Lacerdão, onde funcionam todas as instalações do Central Sport Club.

O símbolo da marca é uma representação minimalista de uma das arquibancadas mais icônicas do estádio.

Ao aplicar a marca no fundo preto, deve ser usada a versão com a assinatura e símbolo em branco.



15

3.2 Estádio Lacerdão

Versões Secundárias

O logotipo ainda conta com duas versões alternativas com as assinaturas ESTÁDIO LUIZ JOSÉ DE LACERDA e LACERDÃO, dando mais flexibilidade à marca e facilitando sua utilização em diversas situações.

Ao aplicar a marca no fundo preto, deve ser usada a versão com a assinatura em branco e escudo com outline branco.

17



3.2 Estádio Lacerdão

Área de Segurança

Para garantir a plena compreensão e legibilidade do logotipo do Estádio Lacerdão, sempre que possível evite invadir com outros elementos a área de segurança proposta na imagem ao lado.



18

3.3**Patativa**

Logotipo em fundo preto e branco

Patativa é a marca própria do Central e seu logotipo foi desenvolvido para ser utilizado individualmente em produtos oficiais do clube e na companhia de outras marcas como a "Patativa | Loja Oficial" e a "Sócio Patativa".

A marca é composta por um lettering com desenho baseado na tipografia Caruá, desenvolvida pela FabricoTipo.

19

PATATIVA

**3.3****Patativa**

Área de Segurança

Para garantir a plena compreensão e legibilidade do logotipo "Patativa", sempre que possível evite invadir com outros elementos a área de segurança proposta na imagem ao lado.



MÓDULO DE MEDIDA

20

3.4**Patativa | Loja Oficial**

Logotipo em fundo preto e branco

Este logotipo foi desenvolvido para a comunicação da Loja Oficial do Central Sport Club, ideal para aplicação em fachada e uniformes de funcionários. O logo é constituído da marca Patativa com a assinatura LOJA OFICIAL logo abaixo, ao lado direito é usado o escudo do clube.

Ao aplicar a marca no fundo preto, deve ser usada a versão com a assinatura em branco e escudo com outline branco.

21

PATATIVA 
LOJA OFICIAL

**3.5****Sócio Patativa**

Logotipo em fundo preto e branco

Este logotipo foi desenvolvido para a comunicação relacionada ao plano de Sócios do Central Sport Club, ideal para aplicação em cartões para sócios e produtos exclusivos. O logo é constituído da marca Patativa com a assinatura SÓCIO logo acima, ao lado direito é usado o escudo do clube.

Ao aplicar a marca no fundo preto, deve ser usada a versão com a assinatura em branco e escudo com outline branco.

22

SÓCIO
PATATIVA 



3.3**Patativa | Loja Oficial e Sócio**

Área de Segurança

Para garantir a plena compreensão e legibilidade dos logotipos da "Patativa | Loja Oficial" e "Sócio Patativa", sempre que possível evite invadir com outros elementos a área de segurança proposta na imagem ao lado.



MÓDULO DE MEDIDA

23

3. ELEMENTOS SECUNDÁRIOS

24

4.1 Cores Institucionais

Cores Primárias

O Central Sport Club possui duas cores principais: o preto e o branco. Também poderão ser utilizados tons variados de cinza nos materiais de comunicação visual. Porém, os elementos primários como escudo, logotipos, bandeira, etc, deverão sempre ser usados nas cores institucionais.

25

RGB	255 255 255
CMYK	000 000 000 000
PANTONE	PANTONE WHITE
#FFFFFF	#FFFFFF

RGB	000 000 000
CMYK	000 000 000 100
PANTONE	PANTONE BLACK
#FFFFFF	#000000

4.1 Cores Institucionais

Cor de Apoio

A cor de apoio da identidade visual é o amarelo, seu tom tem um toque de dourado. A cor se faz especialmente presente na estrela acima do escudo e poderá ser aplicada em situações especiais que demandam sua utilização.

26

RGB	255 182 000
CMYK	000 033 093 000
PANTONE	PANTONE 7549 C
#FFFFFF	#FFB600

4.2 Tipografia Institucional

Tipografia Prioritária

A tipografia prioritária da comunicação institucional do Central Sport Club é a família tipográfica Saira, composta por 18 fontes de autoria de Héctor Gatti e do coletivo tipográfico Omnibus-Type. Seu desenho dinâmico e diversas variações de peso são ideais para sua utilização em diversas situações, desde títulos, subtítulos e até texto corrido.

A família tipográfica Saira constitui um software livre distribuído gratuitamente através de uma SIL Open Font License e seu download pode ser feito através do Google Fonts no link abaixo.

<https://fonts.google.com/specimen/Saira>

27

Saira

Omnibus Type

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.:;"'()*+,-*/=

Saira Thin

Saira ExtraLight

Saira Light

Saira Regular

Saira Medium

Saira SemiBold

Saira Bold

Saira ExtraBold

Saira Black

4.2 Tipografia Institucional

Tipografia Alternativa (Display)

A tipografia usada para a numeração nos uniformes de jogo é fortemente baseada na tipografia Caruá, desenvolvida pela FabricoTipo. Seu desenho traz como principal referência, as letras rústicas presentes na arquitetura dos edifícios antigos da cidade de Caruaru, sejam elas cravadas no concreto ou nas placas e letreiros de lojas mais tradicionais.

A Caruá deverá ser usada para os nomes de jogadores nas costas do uniforme de jogo. Já a numeração deverá ser feita a partir da versão alterada, que aperfeiçoa sua legibilidade e dinamiza seu traço. Também é recomendada a utilização da Caruá em peças publicitárias como fonte display.

28

Caruá

FabricoTipo



ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRST
UVWXYZ
1234567890



Versão Alterada

4.2 Tipografia Institucional

Demonstrações Tipográficas

Na imagem ao lado estão alguns exemplos de como as tipografias institucionais escolhidas para a identidade visual podem ser usadas de diversas maneiras, seja em postagens em redes sociais, produtos oficiais, peças publicitárias, etc.

AVANTE
PATATIVA! GOOOOL!

MEU GLORIOSO
ALVINEGRO ★ **86 É NOSSO!**

DE CARUARU. 1986 PATATIVA

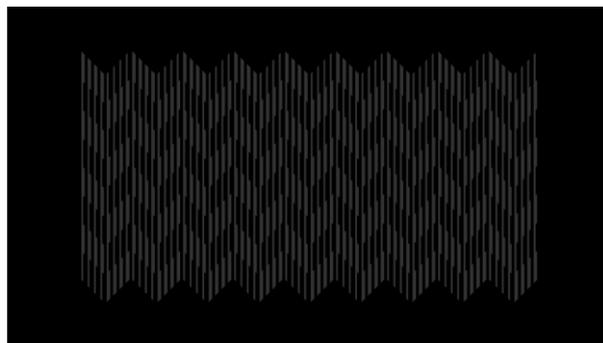
29

4.3 Grafismos

Elementos de Apoio

Podem ser usados elementos de apoio à marca como a estrela que representa o título de Campeão da Taça de Prata de 1986 e também o símbolo da Patativa.

Também foi desenvolvido um padrão que é ideal para uso nos uniformes de jogo, baseado na pintura das portas da antiga fachada do Estádio Lacerdão, podendo ser usado em diversas cores.



30

4.4

Escudos Retrô

Linha do Tempo

A linha do tempo ao lado mostra a evolução dos escudos usados pelo Central Sport Club desde 1920, um ano após sua fundação em 1919.

Antes perdidos no tempo em fotografias e impressos, os escudos possuem agora uma versão vetorizada que registra a memória do clube e disponibiliza-os para serem utilizados de diversas maneiras como em produtos oficiais, uniformes retrô, exposições, etc.

Esses escudos jamais poderão ser utilizados no lugar do escudo proposto nesse manual, sua utilização deve ser reservada para contextos especiais.



31

4. BANDEIRA

32

5. Bandeira

Frente e Verso



FRENTE

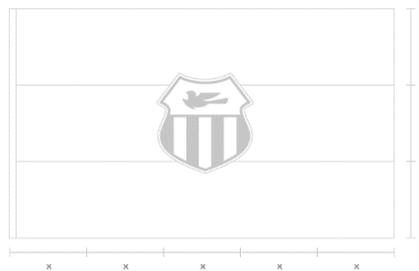


VERSO

33

5. Bandeira

Construção



34

5. CUIDADOS NA VEICULAÇÃO

35

6. Cuidados na Veiculação

Usos Indevidos

O uso incorreto da marca pode representar a perda de seu reconhecimento, credibilidade e percepção de valor. Para evitar que isso aconteça, alguns cuidados devem ser tomados.

A seguir foram listados alguns exemplos de usos que devem ser evitados:

⊘ Alterar a direção do vó da Patativa e utilizar escudos antigos.



⊘ Aplicação de cores não institucionais, sombreado/gradiente e outlines em excesso.



⊘ Efeitos de distorção na proporções, alteração na estrutura de marca e rotação do escudo.



⊘ Alterar a tipografia dos logotipos.



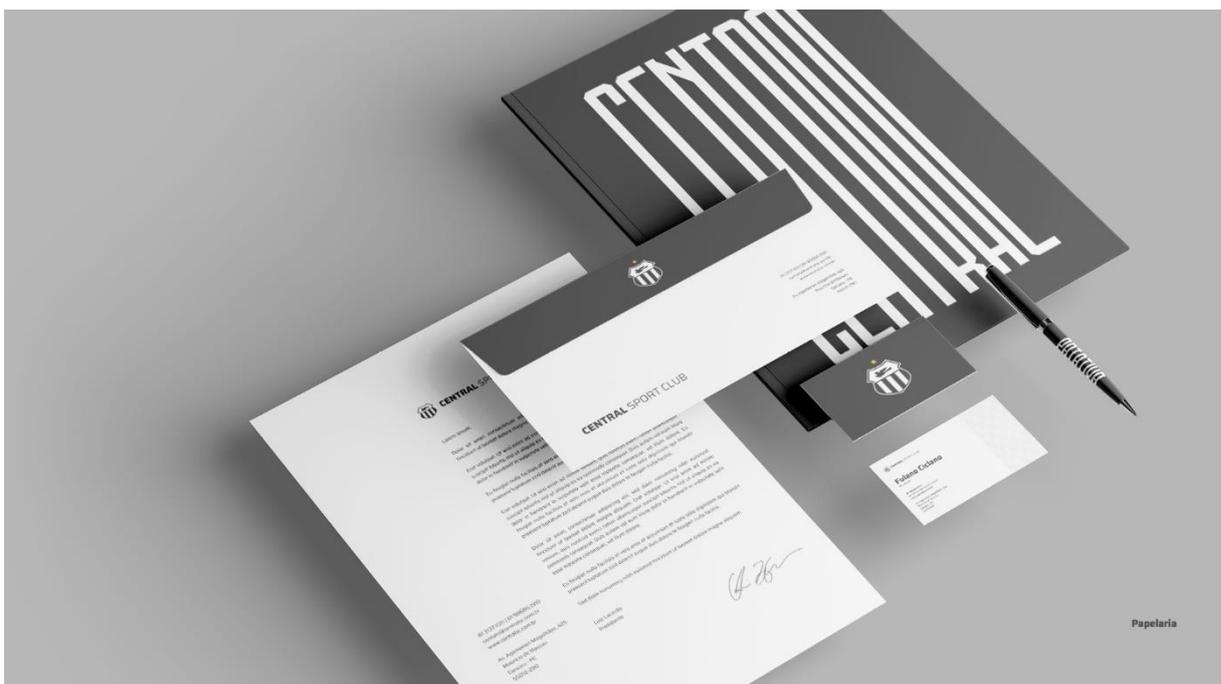
⊘ Alteração na disposição dos elementos.



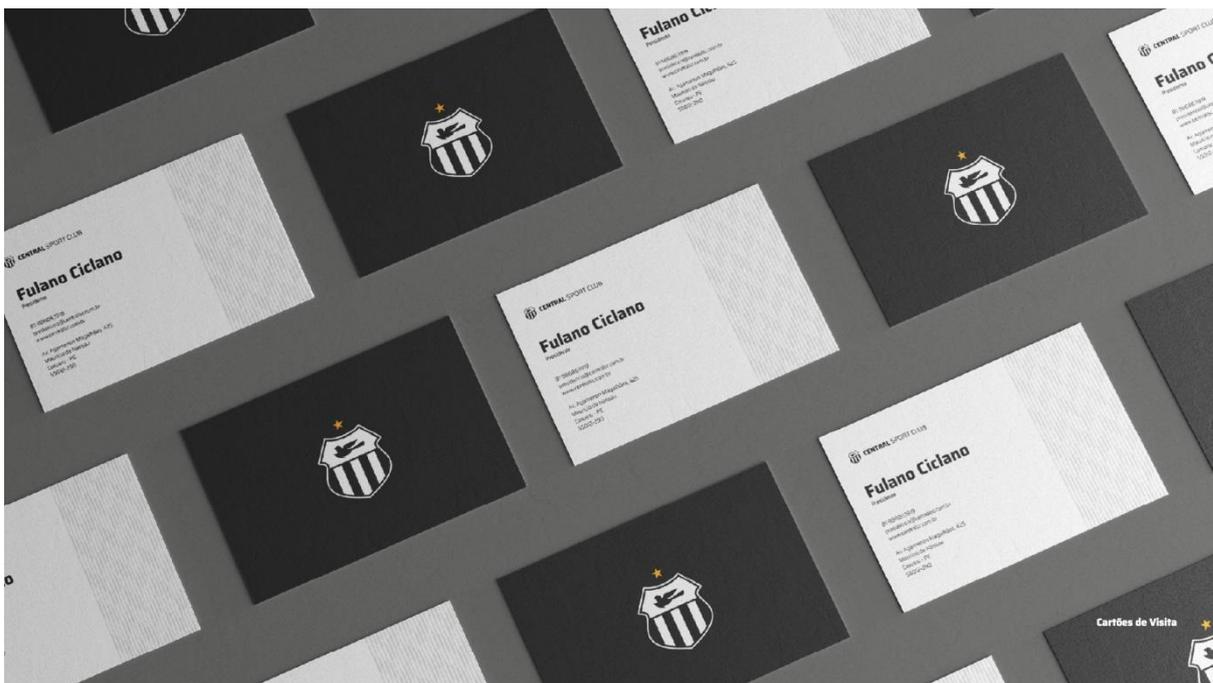
36

6. APLICAÇÕES

37



Papeleria



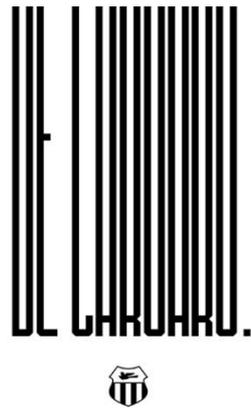
1º Uniforme e 2º Uniforme



3º Uniforme e 4º Uniforme

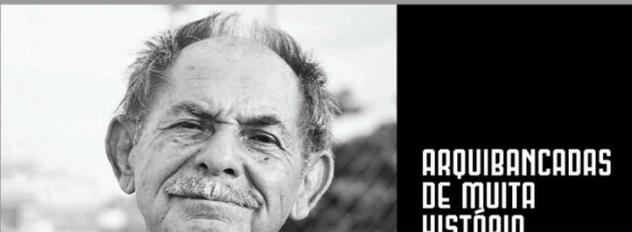


Goleiro | 1º Uniforme e 2º Uniforme



CENTRAL SC

QUONTE



Ecobag e Sacola da Loja Oficial



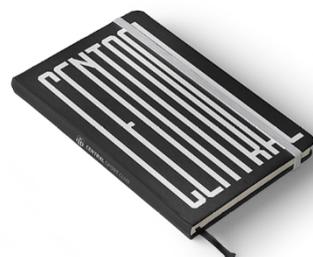
Bonés



Camisa Polo



Pulseiras e Squeeze



Bottons e Caderno



Cachecol





Ingresso



Mala de Viagem









Desenvolvido por André Felipe Cassimiro Lopes para o Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharelado em Design, intitulado:

**Redesign da Identidade Visual do Central Sport Club:
Uma Revalorização da Tradição Alvinegra e do Futebol Caruaruense**

Orientador: Prof. Me. Fábio Caparica de Luna