



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

DAVI PHILIP FLORENCIO BEZERRA FIGUEIROA

**O CICLO JUNINO NA CAPITAL DO FORRÓ: projeto e análise das identidades visuais do
São João de Caruaru de 1993 até 2019**

Caruaru

2021

DAVI PHILIP FLORENCIO BEZERRA FIGUEIROA

**O CICLO JUNINO NA CAPITAL DO FORRÓ: projeto e análise das identidades visuais do
São João de Caruaru de 1993 até 2019**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Design da
Universidade Federal de Pernambuco,
como requisito parcial para a obtenção do
título de Bacharel em Design.

Área de concentração: Design Gráfico.

Orientador: Prof^o. Dra. Camila Brito de Vasconcelos.

Caruaru

2021

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

Figueiroa, Davi Philip Florencio Bezerra.

O ciclo junino na capital do forró: projeto e análise das identidades visuais
do São João de Caruaru de 1993 até 2019 / Davi Philip Florencio Bezerra
Figueiroa - 2021.

117f.: il.;30 cm.

Orientador(a): Camila Brito de Vasconcelos

TCC (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, CAA, , 2021.

1. Memória Gráfica. 2. Identidade Visual. 3. São João. 4. Caruaru. I.
Vasconcelos, Camila Brito de II. Título.

760 CDD (22.ed.)

DAVI PHILIP FLORENCIO BEZERRA FIGUEIROA

**O CICLO JUNINO NA CAPITAL DO FORRÓ: projeto e análise das identidades visuais do
São João de Caruaru de 1993 até 2019**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Design da Universidade Federal de
Pernambuco, como requisito parcial para a
obtenção do título de Bacharel em Design.

Aprovada em: 16 / 12 / 2021.

BANCA EXAMINADORA

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

Prof^a. Dra. Rosimeri Franck Pichler (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dra. Rosângela Vieira de Souza (Examinadora
Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico esse trabalho a minha mãe, que sempre me incentivou em todos os sonhos que tive e nunca desistiu de mim, nem mesmo nas piores horas.

AGRADECIMENTOS

Agradeço antes de mais nada a minha orientadora, Camila Brito por todas as palavras de incentivo e vezes em que eu senti que não era capaz de produzir essa pesquisa. Além de alguém que viu a minha paixão pelo tema quase como que pelos meus próprios olhos.

Agradeço a Maria Ester Bezerra, por tornar, desde sempre, a minha educação possível e permitir que eu me dedicasse aos estudos. Obrigada por isso e por mais tudo aquilo que você representa pra mim.

Agradeço a Valdir Santos por me fazer enxergar uma paixão esteve sempre bem de baixo do nariz e me permitir viver e apreciar o São João da forma como se deve ser.

Agradeço a Paula Valadares por me apresentar o mundo mágico da memória gráfica e permitir que eu me encontrasse dentro do curso. Por ser uma professora admirável de quem guardo muito carinho.

Agradeço a Fábio Caparica pelos encontros no meu último ano de curso, por ter me instigado a ser mais participativo nas aulas e mais compreensivo com o clima do ambiente. Em um futuro bondoso espero ser um professor tão interessante quanto você.

Agradeço a oportunidade que tive de viver esses anos acadêmicos e também a todos aqueles que me acompanharam nessa trilha. Para citar alguns, Lorena, Duvida, Zuzart, Hadna, Juvêncio, Miguel, Xande, Deam, Iollaus e Julia, vocês fizeram meus dias dentro e fora do campus muito mais felizes.

Agradeço por fim, e o momento mais importante, a minha mãe, Anne Karine Florencio, por sempre acreditar no meu trabalho como designer e me fazer acreditar mais nas minhas capacidades. Por sempre ser sincera e assertiva em todas as intervenções que fez ao longo dos anos. Por me permitir enxergar outros horizontes e me mandar sair de cima do lustre quando foi necessário. E acima de tudo isso, por ter salvo a minha vida no ano passado.

[...] Só conhecemos as pessoas pelo que elas nos contam. Nenhum de nós pode penetrar a insondável barreira de silêncio do outro. (SOLOMON, 364p, 2001)

RESUMO

Em Caruaru se faz o maior e melhor São João do mundo, há quem diga. A cidade inteira se modifica com a chegada de junho, afinal é tempo de festa. Tradição que acontece desde os anos 70, a festa foi ganhando corpo e incentivos estaduais e hoje compete numa guerra de gigantes com Campina Grande, na Paraíba, sobre quem tem a maior e melhor festa. O espetáculo com dimensões midiáticas astronômicas repercute por todo o país e atrai visitantes de todas as regiões, inclusive do estrangeiro. Conhecida por Vitalino e divulgada por Luiz Gonzaga, Caruaru é um polo cultural de referência internacional quanto ao que se produz nessa terrinha. E o São João tá no sangue do povo. Os moradores de Caruaru e das regiões circunvizinhas esperam o ano inteiro pelos festejos juninos, e a programação do Pátio do Forró Luiz Lua Gonzaga é a mais aguardada por quem sempre participa. Este trabalho tem como objetivo explorar, reunir, entender e reproduzir a história e a memória do São João tradicional caruaruense. Foi reunido um acervo que abrange 18 das 26 edições da festa realizada pela prefeitura, propondo um recorte de 1993 até 2019. Esse material foi analisado segundo categorias do design gráfico e assim pôde ser percebido como se construiu a identidade visual da festa e como ela se modificou ao longo das edições. A partir dessa análise foram estabelecidas diretrizes para a proposta de projeto de identidade visual para o São João de 2022, que foi realizado seguindo duas metodologias de projeto utilizadas por Rezende (1979) e Wheeler (2018). A intenção geral do trabalho é preservar e celebrar a cultura popular nordestina por meio da reunião desses registros gráficos das edições passadas da festa que não se encontram reunidos em nenhum outro lugar.

Palavras-chave: Memória Gráfica. Identidade Visual. São João. Caruaru.

ABSTRACT

In Caruaru, the biggest and best São João in the world is made, some say. The whole city changes with the arrival of June, after all, it's party time. A tradition that has been going on since the 70s, the party has gained momentum and state incentives and today it competes in a war of giants with Campina Grande, in Paraíba, over who has the biggest and best party. The spectacle with astronomical media dimensions reverberates throughout the country and attracts visitors from all regions, including from abroad. Known by Vitalino and promoted by Luiz Gonzaga, Caruaru is a cultural center of international reference in terms of what is produced in this region. And São João is in the blood of the people. Residents of Caruaru and the surrounding regions wait all year for the June festivities, and the schedule of Pátio do Furró Luiz Lua Gonzaga is the most awaited by those who always participate. This work aims to explore, gather, understand and reproduce the history and memory of the traditional São João in Caruaru. A collection covering 18 of the 26 editions of the party held by the city was gathered, proposing a cut from 1993 to 2019. This material was analyzed according to graphic design categories and thus it could be seen how the visual identity of the party was built and how it was modified throughout the edits. From this analysis, guidelines were established for the proposal of a visual identity project for São João in 2022, which was carried out following two project methodologies used by Rezende (1979) and Wheeler (2018). The general intention of the work is to preserve and celebrate popular northeastern culture by bringing together these graphic records of past editions of the festival that are not found anywhere else.

Keywords: Graphic Memory. Visual Identity. São João. Caruaru.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Metodologia segundo Rezende.....	27
Figura 2: Metodologia segundo Wheeler.....	28
Figura 3: Relação das identidades visuais de 1993 até 2001.....	32
Figura 4: Relação das identidades visuais de 2002 até 2009.....	32
Figura 5: Relação das identidades visuais de 2010 até 2013.....	33
Figura 6: Relação das identidades visuais de 2014 até 2017.....	33
Figura 7: Relação das identidades visuais de 2018 e 2019	34
Figura 8: Relação das identidades visuais de 1993 até 2019.....	35
Figura 9: São João em 1993.....	36
Figura 10: São João em 1998.....	37
Figura 11: São João em 1999.....	39
Figura 12: São João em 2001	41
Figura 13: São João em 2002.....	43
Figura 14: São João em 2005.....	45
Figura 15: São João em 2008.....	47
Figura 16: São João em 2009.....	48
Figura 17: São João em 2010.....	51
Figura 18: São João em 2011	54
Figura 19: São João em 2012.....	56
Figura 20: São João em 2013.....	58
Figura 21: São João em 2014.....	60
Figura 22: São João em 2015.....	62
Figura 23: São João em 2016.....	64
Figura 24: São João em 2017	66
Figura 25: São João em 2018.....	69
Figura 26: São João em 2019.....	72
Figura 27: Antiga catedral de Nossa Senhora das Dores.....	77
Figura 28: Nova catedral de Nossa Senhora das dores	77
Figura 29: Briefing da proposta de Marca	82
Figura 30: Painel semântico do projeto no Pinterest	84
Figura 31: Mapa mental sobre a mensagem a ser comunicada	86
Figura 32: Mapa mental sobre a imagem a ser explorada	87
Figura 33: Mapa mental sobre o tema central do São João 2022	88
Figura 34: Esboços de elementos para compor a logo da marca.....	89
Figura 35: Esboço da forma tipográfica e da paleta de cores.....	90

Figura 36: Propostas de marca inicial	91
Figura 37: Desenvolvimento das versões da marca até a marca final.....	93
Figura 38: Primeira versão da marca	94
Figura 39: Segunda versão da marca	95
Figura 40: Terceira versão da marca	96
Figura 41: Quarta versão da marca	96
Figura 42: Versão final da marca	97
Figura 43: Testes de paleta de cores.....	98
Figura 44: Paleta de cores final	100
Figura 45: Marca finalizada.....	100
Figura 46: Esquema de componentes da marca.....	101
Figura 47: Malha de construção.....	102
Figura 48: Área de respiro da marca.....	103
Figura 49: Teste e parâmetro de redução da marca	104
Figura 50: Marca em monocromia	105
Figura 51: Tipografia principal do projeto	106
Figura 52: Tipografia de apoio do projeto.....	106
Figura 53: Ícones de apoio e destaque dos Stories	107
Figura 54: Foto de perfil.....	108
Figura 55: Publicação do Feed	108
Figura 56: Polo das Quadrilhas, Polo do Repente, Casa do forró	109
Figura 57: Portal da Vila do Forró	110
Figura 58: Programação do São João 2022.....	111

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1 Objetivos	13
1.2 Objetivos Específicos	13
1.3 Problema de pesquisa.....	13
1.4 Justificativa	13
2. REVISÃO DA LITERATURA	14
2.1 Memória Gráfica.....	14
2.2 Caruaru e o Ciclo Junino	17
2.3 Identidade Visual.....	20
3. METODOLOGIA	24
3.1 Classificação da Pesquisa.....	24
3.2 Procedimentos Metodológicos	25
3.3 Metodologia de Design.....	27
4. DESENVOLVIMENTO	31
4.1 Linha do tempo das Identidades Visuais.....	32
4.2 Análise dos elementos visuais de 1993 até 2019.....	36
4.3 Diretrizes Orientadoras para o Projeto	73
5. RESULTADOS.....	80
5.1 Projeto de Design Identidade Visual.....	80
5.2 Desenvolvimento da Linguagem Visual.....	84
5.2.1 Mapas Mentais e Esboços	85
5.2.2 Propostas de Marcas.....	91
5.2.3 Versões da Marca	93
5.2.4 Paleta de Cores.....	97
5.2.5 Marca Final.....	100

5.3 Apresentação e Finalização	101
5.3.1 <i>Grid, Área limite e Condições de uso</i>	102
5.3.2 <i>Tipografia</i>	105
5.3.3 <i>Aplicações de Marca</i>	107
6. CONCLUSÃO	113
REFERÊNCIAS	114

1. INTRODUÇÃO

1.1 Objetivos

Propor uma identidade visual para a festa junina de caruaru considerando as estratégias utilizadas nas edições anteriores

1.2 Objetivos Específicos

1. Reunir imagens relacionadas à cada uma das edições selecionadas e identificar quais elementos compõem sua identidade visual.
2. Analisar elementos visuais quanto a sua ocorrência e suas mudanças ao longo das edições da festa.
3. Definir diretrizes para o desenvolvimento de uma nova identidade visual

1.3 Problema de pesquisa

Como se construiu a identidade visual da festa junina de Caruaru ao longo das suas edições de 1993 à 2019?

1.4 Justificativa

A pesquisa surge da vontade de compreender como se construiu a identidade visual do São João de Caruaru – PE ao longo das suas edições. Se fez necessário a coleta dos materiais que compõem o acervo da pesquisa para uma visão mais panorâmica das edições e suas identidades, afinal não existe nenhum documento público ou reunião de artefatos gráficos que ilustre a história do São João de caruaru, nem mesmo no museu do barro, local onde existe uma extensa área sobre a história da festa na cidade. A dificuldade em encontrar os materiais mais antigos propuseram o recorte das edições entre 1993 a 2019 que estão presente nesta pesquisa. Aqui é realizada uma análise a respeito das identidades em questão afim de gerar conhecimento quanto a estética e elementos que aparecem em cada uma das edições. Com o objetivo final de propor uma identidade visual para o São João com base nos diretrizes geradas a partir da análise histórica e os conceitos de desenvolvimento de identidades visuais propostos por Rezende (1979) e Wheeler (2018).

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Memória Gráfica

Em anexo à sede da Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru encontramos o Museu do Barro, lugar onde estão dedicadas algumas salas da sua exposição aos festejos juninos e onde se preserva a história de algumas edições já realizadas. Porém o acervo falha em representar aos visitantes a história da festa, poucos são os registros encontrados *in loco* de qualquer coisa que remeta as características principais da decoração ou elementos visuais da festa, a não ser se considerarmos algumas poucas fotografias da época da rua São Roque e um cartaz publicitário convidando o público para os festejos.

Em questão de acervos públicos é insignificante o que se encontra de registros visuais da festa. Não existe uma política de preservação destes materiais dentro da prefeitura, nem mesmo pela Fundação de Cultura e Turismo. Quanto aos acervos privados tive a sorte de encontrar o fotógrafo Armando Lima que me cedeu os registros mais antigos presentes nesta pesquisa. Também tive acesso ao acervo do extinto jornal Vanguarda, onde não obtive muito sucesso.

A festa como um dos marcos principais da cidade é reconhecida e divulgada, mas a sua identidade e transformações ao longo dos anos não se encontra disponível para consulta de forma clara e objetiva. Seguindo a trajetória histórica da festa, ainda restam vários daqueles que participaram das primeiras edições, e com eles a memória resiste viva antes de virar história.

E aqui se faz interessante pensar na diferença entre **história** e **memória**, pois estas se opõem de diversas formas. Segundo Halbwachs (1990 apud Leschko *et al*, 2014) história se refere a acontecimentos que não vivemos, portanto não podemos lembrar, e é aprendido pela perpetuação de informações escritas ou orais entre as pessoas. Porém a memória possui um componente a mais, ela precisa ser vivenciada, e embora seja influenciada pelo contexto sociopolítico em que se encontra o sujeito, e construída à base do coletivo de memórias interpessoais dentro dos grupos que se está inserido, não deixa de ser uma experiência íntima. “[...] é preciso haver pessoas para

que a memória esteja presente” (LESCHKO *et al.*, 2014).

É de interesse popular e acadêmico o resgate dessa memória, enquanto ainda viva, para que esses aspectos efêmeros das edições da festa não se percam e com eles poderemos entender como se faz a identidade do São João genuinamente caruaruense. São quarenta e nove anos de São João em Caruaru, onde pelo menos desde 1993 a festa é realizada pela prefeitura e possui esse caráter espetacular que encontramos ainda hoje. A última edição que aconteceu no modelo tradicional da festa foi em 2019, devido a pandemia do Corona Vírus que acontece desde março de 2020, por isso as edições 2020 e 2021 foram impossibilitadas de serem realizadas.

Portanto nesses quase trinta anos da realização da festa pela prefeitura de caruaru é importante pensar como existe um órgão responsável pela construção da identidade da festa e de torna-la um produto vendável que movimenta a economia da cidade nos trinta dias em que acontece, sendo esse o papel da Fundação de Cultura e Turismo de Caruru. Que atua como responsável por tudo que é necessário para a festa acontecer, e conseqüentemente, pela decoração e suas placas, cartazes, peças publicitárias e etc. É importante considerar que:

[...]um projeto de design não é descolado do seu tempo ou do contexto em que foi produzido”. Está é uma noção de objeto que vai além da análise gráfica e colabora para compor um panorama social, econômico e político do tempo e para a construção de uma história contada a partir dos objetos. (LESCHKO *et al.*, 2014, p.8)

Da edição 2009 a 2015 a cor de destaque da marca do São João era vermelha, mesma cor de destaque da então gestão da prefeitura. Esse é um exemplo onde o contexto influencia diretamente os objetos de design e suas características.

A preservação da memória, e também da história, das edições do São João de Caruaru podem ser feitas a partir de pesquisa acadêmicas no campo da memóriagráfica onde essa se refere “a uma linha de estudos que pretende revisar o significado e valor de artefatos visuais, e em particular os impressos efêmeros, para estabelecer uma noção de identidade local através

do design” (FARIAS, 2014, p.1 apud Leschko *et al*, 2014). É de costume que esses materiais decorativos e informativos da festa sejam descartados ao fim de cada edição e refeitos para as edições seguintes.

Esta pesquisa assim como vários outros movimentos de preservação da história e memória gráfica acontecem em âmbito acadêmico, como o grupo de pesquisa *Memória Gráfica Brasileira: Estudos comparativos de manifestações gráficas nas cidades do Recife, Rio de Janeiro e São Paulo*, formado em 2007, proporciona um intercâmbio entre os programas de pós-graduação em Design da UFPE, PUC-Rio e SENAC-SP. O *Núcleo de Identidade Gráfica Capixaba* da UFES e o *Memória Gráfica de Pelotas: Um século de design* da UFPel / RS. E também o grupo de pesquisa *MEMORÁVEIS: manifestações gráficas afetivas* formado em 2021, reunindo pesquisadores de memória gráfica de todo o Brasil.

Quanto a trabalho defendidos para citar alguns temos ***Cinco décadas de litografia comercial no Recife: por uma história das marcas de cigarro registradas em Pernambuco*** de Edna Lúcia Cunha Lima (1998) trabalho que trata pioneiramente muitos dos temas hoje em ênfase [...], esse trabalho traz uma das primeiras discussões sobre impressos efêmeros no meio acadêmico brasileiro (AGRA JUNIOR, 2011).

Temos no corpo docente do CAA algumas professoras pesquisadoras da área com dissertações de mestrado como ***Análise mito simbólica da iconografia pirotécnica*** (SILVA, 2005), ***O frevo nos discos da Rozenblit: Um olhar de designer sobre a representação da indústria cultural*** (VALADARES, 2007), ***O mito feminino em rótulos de cachaça: o uso da sedução como estratégia publicitária*** (CAMARGO, 2007), ***A xilogravura popular nos projetos de design: um estudo sobre a compreensão e a utilização das imagens da xilogravura pelos designers*** (SOUZA, 2007) e teses de doutorado como ***A tradição do letreiramento popular em Pernambuco: uma investigação acerca de suas origens, forma e prática*** (FINIZOLA, 2015) e ***MEMÓRIA, PATRIMÔNIO, INOVAÇÃO E DESIGN: O CASO DO LADRILHO HIDRÁULICO: o design frente a preservação dos artefatos de memória e do patrimônio cultural*** (VASCONCELOS, 2017).

2.2 Caruaru e o Ciclo Junino

Também conhecida como a Princesa do Agreste, Caruaru é um dos primeiros locais a se tornar cidade no agreste pernambucano, na data de 18 de maio de 1857. Desde sua primeira configuração, antes mesmo de se tornar cidade, o local já possuía uma capela dedicada à Nossa Senhora da Conceição fundada por José Rodrigues de Jesus em meados de 1776 (CARUARU, 2021). Tal a importância religiosa na construção da identidade da cidade. Caruaru é o município mais populoso do interior do estado de Pernambuco, com uma população de 314.912 pessoas relatada pelo último CENSO realizado em 2010 (BRASIL, 2021). Situado em Pernambuco, que possui vasto território indo da costa brasileira até o interior, em linha reta, detalhe este que dificulta o acesso a suas cidades mais remotas Brasil a dentro. Caruaru está na rota comercial pernambucana, situada entre a capital e o agreste, assim se tornou polo mercantil por causa da grande quantidade de viajantes que passavam em sua área. Por consequência, se instituiu a feira de caruaru, conhecida nacionalmente pela música homônima, composta por Onildo Almeida e cantada por Luiz Gonzaga em 1957. A feira oferece os mais variados produtos, que vão de utensílios de cozinha, produtos de fabricação artesanal até peças de vestuário. *“De tudo do que há no mundo, nela tem pra vender”*, canta Luiz Gonzaga.

A feira, que hoje é patrimônio imaterial, tombado pelo IPHAN desde 2006 (BRASIL, 2021), é responsável por grande parte da renda familiar da cidade, que juntamente com Santa Cruz do Capibaribe e Toritama, municípios vizinhos, compõem o polo têxtil da região. Segundo Brasil (2021) a feira de Caruaru:

[...] é um lugar de memória e de continuidade de saberes, fazeres, produtos e expressões artísticas tradicionais que continuam vivos no comércio de gado e dos produtos de couro, nos brinquedos reciclados, nas figuras de barro inventadas por Mestre Vitalino, nas redes de tear, nos utensílios de flandres, no cordel, nas gomas e farinhas de mandioca, nas ervas e raízes medicinais. Sem a dinâmica e o mercado da feira, esses saberes e fazeres teriam desaparecido.

É importante considerar que a feira de Caruaru é composta por mais de uma feira, que se transformam e até desaparecem de acordo como a sociedade se desenvolve ao longo dos anos. Para citar algumas das feiras inseridas na feira de Caruaru, temos: Feira do Gado, Feira de Artesanato, Feira Livre, Feira da Sulanca e Feira dos Importados. Porém existem outras áreas que a compõe, como o Mercado de Farinha, Mercado de Carne, a Casa de Cultura José Condé e o Museu do Cordel Olegário Fernandes. A concentração da feira se dá no parque 18 de maio. A Feira da Sulanca, que acontece nas madrugadas de domingo para segunda, atrai clientes de todas as regiões do país, assim como a feira de artesanato que funciona a semana inteira, e é bastante visitada por turistas, possuindo instalação de alvenaria fixa e organizada pela prefeitura.

Todo esse impacto econômico das feiras e a importância delas no desenvolvimento da cidade proporcionou investimentos de cunho estadual e federal, tais como a nossa unidade da Universidade Federal de Pernambuco, o Centro Acadêmico do Agreste, em 2006, que no curso de Design, possui ênfase em Moda, pensado para o desenvolvimento tecnológico do grande mercado têxtil da região. (UFPE, 2017) Também a inauguração do Armazém da criatividade, a primeira unidade do Porto digital no interior do estado, em 2015 (PERNAMBUCO, 2021).

Esses dois projetos de interiorização são de extrema importância para o desenvolvimento da ciência e do mercado no interior.

O polo acadêmico Caruaruense, constituído pelo Campus do Agreste e a unidade da UPE, dão acesso ao ensino superior a um enorme número de estudantes residentes nas cidades circunvizinhas, que pela distância entre suas casas e Recife, a capital, torna-se inviável fazer esse percurso todos os dias.

Caruaru também é reconhecida mundialmente pelo Alto do Moura, local de nascimento e moradia do Mestre Vitalino, ceramista conhecido por suas peças de barro, que representam o dia a dia da vida no local. A fama que Vitalino obteve com seu trabalho rendeu o título de Maior Centro de Artes

Figurativas das Américas. E seu legado permanece vivo ainda hoje com a forte tradição de artesãos no Alto do Moura.

As Festas Juninas são um rito tradicional religioso originário na comemoração aos santos populares. Sendo o nascimento de São João Batista, em 24 de junho, a data mais icônica. Realizadas no Brasil graças a assimilação da cultura e religião portuguesa, acontecem em todo território nacional, com uma força histórica maior nas regiões mais ao norte do país, especificamente no Nordeste. A forte influência da igreja na construção da cultura e imaginário nessa região contribuíram para a consolidação dos festejos juninos no calendário regional e não por coincidência, as duas maiores festas juninas do mundo se encontram no Nordeste (TRIGUEIRO, 1995).

Campina Grande, na Paraíba, e Caruaru, em Pernambuco, tornaram-se as duas cidades mais influentes em festas juninas ao longo de sua história e a competição quanto as decorações, agenda turística e títulos de qualidade perduramaté os dias de hoje. Segundo Dimeron (2016), o título de Capital do Forró que Caruaru detém é tão antigo quanto o se comemorar o São João na cidade. Remetendo ao tempo em que a festa ainda era de caráter popular e organizada pormoradores, isso na década de 70.

É impressionante ver uma tradição que começa da colaboração entre vizinhos da rua São Roque, em 2018, movimentar 190 milhões de reais ao longo dos trinta dias de festa, segundo o presidente da Fundação de Cultura e Turismo da Prefeitura de Caruaru, Rubens Júnior (BARBOSA, 2019). A tradição forte dos festejos juninos na cidade faz dela o polo principal de todas as atividades promovidas no estado durante o mês de junho. Boa parte de ser caruaruense é viver a transformação, quase que completa, da cidade quando o ano vai se chegando próximo a tal data. A implementação da decoração é o prelúdio do forró que ainda está por vir. Quanto a culinária regional, segundo o Diário de Pernambuco (2019), Caruaru se diferencia por causa das várias atrações que propõe no seu circuito junino. Existem as festas das comidas gigantes, sendo elas, Chocolate Quente, Quentão, Bolo de milho, Bolo de macaxeira, Tapioca, Canjica entre outros pratos regionais. Que possuem festa própria em bairros distintos da cidade, e são organizadas

por moradores do local ou associações como a Associação dos Idealizadores das Comidas Gigantes de Caruaru. Nesses casos, as comidas são ofertadas a população e quem estiver no local pode degustar de forma gratuita.

Os dois pontos de concentração no São João de Caruaru são o Pátio do Forró Luiz Lua Gonzaga, localizado no terreno da Fundação de Cultura e Turismo, e a Vila do Forró, localizada em frente ao Grande Hotel logo no início da avenida Agamenon Magalhães. No pátio é onde se encontra o palco principal onde se apresentam as grandes atrações do calendário junino, deixando assim para a Vila do Forró a tarefa de reunir as outras expressões culturais do ciclo junino. Lá se faz presente o Pavilhão das Quadrilhas Juninas, onde acontecem o concurso de quadrilhas que realizou sua 23ª edição em 2019 e contou com 31 apresentações ao longo da festa (CARUARU, 2019). E tradicionalmente no dia 24 de junho acontece o desfile dos bacamarteiros, onde mais de 1,2 mil bacamarteiros divididos em 40 batalhões formados por integrantes da cidade e outros 15 municípios vizinhos, participaram do desfile na última edição (PERNAMBUCO, 2019).

2.3 Identidade Visual

Nossas relações sociais da vida pós-moderna são inteiramente intrínsecas ao uso de identidades visuais. Nos relacionamos com elas em todos os ambientes que estivermos, sejam eles de passagem, externos ou internos. Somos animais visuais, e mais do que nunca, vivemos na era do mundo digital, onde nos relacionamos de forma imagética com o mundo, as pessoas e nossas relações sociais de caráter físico. Por consequência, temos contato com uma enorme quantidade de informação todos os dias, de tipos e modos variados, em todas as esferas da vida social e expressamos nossos desejos e necessidades em tudo que fazemos. Pelos lugares que frequentamos, os produtos que consumimos, o que publicamos em nossas redes sociais, a que pessoas nos vinculamos profissionalmente e também pessoalmente.

Em uma dinâmica social onde tudo é escolha o tempo inteiro, as identidades visuais como marcas servem para diferenciar produtos, serviços e o que mais o mercado necessitar, e o destaque se faz na qualidade da ligação afetiva entre usuário e marca. Cada vez maiores, as marcas

ganharam uma parcela de importância na vida diária dos seus consumidores, a relação atual entre consumidor e produto / serviço ultrapassa o simples ato de compra, as marcas demonstram personalidade, posicionamentos políticos, responsabilidades com o meio ambiente e com causas sociais, por exemplo. O grau de complexidade das marcas seguiu a necessidade do desenvolvimento social e tecnológico de se tornar complexo em todos os seus âmbitos de atuação.

O surgimento das marcas, propriamente ditas, também acompanham uma necessidade essencial das relações de mercado na história humana, a identificação dos detentores de propriedade, como as queimaduras feitas no gado, ainda hoje em dia, para a identificação de seu dono e os monogramas marcados nos guerreiros medievais, com técnica semelhante à marcação do gado, para identificar a que exércitos pertenciam:

The current meaning of the word "brand", applied to an organization's trademark, goes back to a technique developed in much earlier times. The process of creating a logo out of signs and symbols was already practiced several thousand years ago. Keepers of livestock branded them with a single initial letter, or several interwoven letters, to identify the farmer or farming community to which they belonged. In the Middle Ages it was also customary for soldiers to be branded with monogram or emblem of their warlord. (MÜLLER, 2015, p. 8)¹

A revolução industrial, no século XVIII, foi responsável por várias mudanças estruturais na forma como se produziam, negociavam e distribuíam as novas mercadorias advindas das indústrias. A necessidade de mão de obra para operar as novas máquinas a vapor, causou um enorme êxodo rural. Os novos meios de produção aumentaram o quantitativo de produtos disponíveis para compra, ao mesmo tempo que esses novos trabalhadores urbanos se tornavam os consumidores desse mercado. A necessidade de um profissional que concebesse esses novos objetos, com a intenção de aumentar a procura e eventualmente o lucro do proprietário dos

¹ “O significado atual da palavra "marca", aplicada à marca registrada de uma organização, remonta a uma técnica desenvolvida muito antes. O processo de criação de um logotipo a partir de sinais e símbolos já era praticado há vários milhares de anos. Os detentores de gado os rotularam com uma única letra inicial, ou várias cartas entrelaçadas, para identificar o fazendeiro ou a comunidade agrícola a que pertenciam. Na Idade Média, também era costume os soldados serem marcados com monograma ou emblema de seu lorde guerreiro.”
– Tradução livre

meios de produção era clara.

As empresas já estabelecidas investiram na expansão geográfica de seus negócios e se tornaram fornecedores desse novo mercado de produtos, com isso necessitavam de uma distinção entre si, tendo em vista a vasta gama de produtos diferentes que ofereciam, como moveis, roupas e alimentos. Na maioria desses casos, elementos do brasão da família detentora dos meios de produção de seu negócio acabaram se tornando as primeiras Marcas Comerciais. (Müller, 2015)

A característica estética que marca essa época é o uso de elementos representativos, dispostos de forma clara e de fácil reconhecimento, a intenção dos brasões era ser chamativo. Tradicionalmente, trazia o nome da família, a sua mascote e outro elemento que informasse o negócio familiar, um ramo de trigo, por exemplo. Outro uso comum de brasões era em documentos e decoração reais, onde o rei ou imperador o utilizava como selo real e de uso exclusivo. Portanto, passou-se a entender que as marcas comerciais deviam seguir o modelo dos brasões e apresentar as características estéticas de clareza quanto ao conteúdo, destaque entre outras marcas, fácil reconhecimento e que remetesse ao proprietário ou ao produto ao qual estiver vinculado. (Müller, 2015)

Em 1950 o estilo modernista se consolida na área do design e a forma passa a carregar os atributos e significados que o proprietário pretende comunicar com seu público, cada vez mais com desenhos não-representativos. A função da forma passou a ser o elemento principal do trabalho de design, para além de um objeto ou símbolo esteticamente agradável, há uma necessidade de ele comunique com precisão. As marcas passam a serem tratadas como um artefato de estudo científico, ao invés de obras de arte, após a criação dos Sistemas Integrados de Design Corporativo.

The unified company image with its specific colors, typography and imagery was gradually catching on. The designer's individual method of dealing with signs and symbols was superseded by a rational, systematic approach. Until the introduction of the design manual, many companies routinely used different and often playful variations on their logos for different media of communication, such as posters, annual reports and such like. Even so, apart from barely noticeable alterations in a very few logos, these variations had little effect.

(Müller, 2015, p. 13)²

² “A imagem unificada da empresa, com suas cores específicas, tipografia e imagens, foi gradualmente se tornando realidade. O método individual do designer de lidar com signos e símbolos foi substituído por uma abordagem racional e sistemática. Até a introdução do manual de design, muitas empresas rotineiramente usavam variações diferentes e muitas vezes divertidas em seus logotipos para diferentes meios de comunicação, como cartazes, relatórios anuais e afins. Mesmo assim, além de alterações quase imperceptíveis em poucos logotipos, essas variações tiveram pouco efeito.” - Tradução Livre

3. METODOLOGIA

3.1 Classificação da Pesquisa

Este trabalho de conclusão de curso desenvolve com uma **pesquisa de natureza aplicada**. O resultado do levantamento de dados no formato dos registros gráficos das edições juninas aqui trabalhadas e a análise realizada serviram para a construção de uma noção mais nítida da identidade do São João genuinamente caruaruense ao longo dos anos. São frutos diretos desta pesquisa os parâmetros utilizados no desenvolvimento do projeto de identidade visual proposto ao fim deste trabalho. O presente trabalho toma para si a responsabilidade de reunir artefatos gráficos identitários que fazem parte da identidade visual do São João de Caruaru dos anos 1993 até 2019, produzindo assim um acervo de fotografias e peças gráficas utilizadas em cada uma de suas edições que até então não existia.

Os objetivos da pesquisa são de **caráter exploratório e descritivo** no campo de **identidade visual**, ao que se refere o processo de levantamento desses registros citados anteriormente, assim como suas características particulares, referências visuais e abordagens propostas no processo de comunicação; e no campo da **memória gráfica**, ao que se refere a relação afetiva e simbólica da construção da identidade visual em relação aos moradores da cidade, assim como daqueles que a conhecem como turistas, a importância do resgate e da preservação dessa memória e história dos festejos juninos na cidade é de uma importância urgente, afinal não é possível separar Caruaru e o seu São João sem que alguma das partes sofra uma completa descaracterização.

Quanto à forma que o problema foi abordado possui **caráter qualitativo** no processo de análise dos registros de cada uma das edições presentes na pesquisa. O objetivo desta era compreender quais os elementos de identidade visual, tais como formas, cores, tipografias e imagens, apareciam em cada uma das edições e quais mudanças eram

percebidas ao passar dos anos, assim como quais elementos apresentavam uma recorrência de uso e qual a mensagem a ser comunicada naquela edição, por exemplo.

3.2 Procedimentos Metodológicos

Como procedimento metodológico se concluiu que o **método indutivo** era o mais adequado a ser aplicado de acordo com o material levantado. Devida a etapa de análise dos registros que compõe o acervo da pesquisa foram encontradas algumas conclusões a respeito da construção da identidade visual da festa e como ela se modificou ao longo dos anos. Definido por Francis Bacon, um filósofo inglês, o método indutivo se utiliza da observação de casos isolados e de algumas premissas para se chegar então a uma conclusão geral que é provavelmente verdadeira (MARQUES, 2020).

Sendo assim as etapas propostas por Bacon são: **Observação dos fenômenos**, que nesta pesquisa consistiu na coleta e reunião dos registros gráficos de cada uma das edições juninas trabalhada aqui; **Sistematização dos dados**, realizada durante a organização do material coletado e identificação de relações existentes entre as edições; **Elaboração de hipóteses**, que consiste na definição das características principais e determinantes, realizadas durante o processo de análise e observação; E por fim a **Conclusão**, que compreende a elaboração de diretrizes das quais o projeto de identidade proposto por este trabalho de conclusão de curso irá se basear e se fundamentar durante seu processo de desenvolvimento.

Esta pesquisa se propõe a trabalhar com três áreas de conhecimento, primeiramente de modo a dar significado e conduzir a pesquisa tratamos de **memória gráfica**, área do conhecimento que se propõe a reunir e resgatar artefatos gráficos de design, geralmente efêmeros; catalogar e categorizar esses artefatos de modo que sirvam de material para pesquisas posteriores acerca dos mesmos e preservar a sua configuração gráfica assim como seus processos de produção que tendem a desaparecer ao longo do tempo. A memória gráfica é responsável por várias vezes identificar de forma clara a identidade gráfica de uma determinada época ou região, afinal trabalha com várias amostras do que é produzido em um recorte de tempo e território.

Em consequência tratamos de **identidade visual**, de como se

constitui, quais os elementos que a compõe, que mensagem comunica e de que forma. De modo a entender a sua necessidade e o seu impacto sociocultural quando se apresenta com parâmetros bem estabelecidos. Quando bem aplicados os conceitos responsáveis pelo desenvolvimento de uma boa identidade visual, ela perdura na mente e memória daqueles com que se tem contato. E o tema a ser trabalhado por essas áreas é o **movimento cultural e midiático do São João** Nordestino, especificamente com o recorte da cidade de Caruaru. A escolha por Caruaru se dá pela importância econômica e cultura que a cidade desempenha nos festejos juninos em todo o Brasil, disputando apenas com Campina Grande, na Paraíba, o título de maior festa junina; Em Pernambuco, Caruaru é o polo principal de todos os festejos do mês de junho. Portanto é levado em conta o contexto em que a cidade de Caruaru apresenta como sociedade e a realização do ciclo junino se torna o objeto de estudo da pesquisa. Devido à dificuldade quanto ao levantamento de material para a análise, foi proposto o recorte das edições de 1993 até 2019, referente ao que fora encontrado para compor o acervo da pesquisa.

Os procedimentos técnicos utilizados foram primeiramente um **levantamento bibliográfico** que pretendia reunir o maior número possível de objetos gráficos, tais como fotografias, panfletos, cartazes e etc, que representasse uma edição junina, para que pudesse ser feito um mapeamento de como era a identidade de cada edição. Nesta etapa conseguimos o recorte de 1993 e 2019. Em seguida foi realizada uma **pesquisa de campo** com o material reunido pelo levantamento afim de compreender como foram construídas as identidades das edições anteriores e quais relações existiam entre elas. O acervo foi construído a partir de registros fotográficos, cedidos pelo fotógrafo Armando Lima, onde se constituem os registros mais antigos da festa, e encontrados em vários sites da internet, assim como os cartazes publicitários, em plataformas como o Flickr.

A análise de dados foi realizada levando em conta quatro critérios: **Forma, Cor, Tipografia e Imagem**. Forma e Cor são propostos por Wucius Wong (2001), e percebemos a necessidade de incluir a análise os critérios

Tipografia e Imagem pois são elementos fundamentais no processo de construção de identidades visuais.

Assim os critérios selecionados conseguem abranger todas as partes que compõe a comunicação de um conceito e mensagem por parte de uma identidade visual. O objetivo da análise era descrever os elementos encontrados de acordo com os critérios elaborados e assim produzir um entendimento embasado de como eram os conceitos e mensagens que as identidades se propunham a comunicar.

3.3 Metodologia de Design

A metodologia utilizada durante o projeto de identidade visual presente neste trabalho de conclusão de curso foi uma adaptação das metodologias propostas por Antonio Amaral Rezende (1979) e Alina Wheeler (2018). As etapas de desenvolvimento foram adequadas as necessidades do projeto. Rezende (1979) propõe quatro etapas de desenvolvimento em sua metodologia, sendo elas: *Plano Diretor*, *Criação da Linguagem Visual*, *Mensagens Visuais + Implantação* e *Normatização e Padronização*. Onde em sequência se referem de modo geral as etapas de Pesquisas, Desenvolvimento da Identidade, Aplicação e Usos Diversos e por fim, Criação do Manual de Identidade Visual.

Metodologia segundo Rezende (1979)

Plano diretor	Criação linguagem visual		Mensagens visuais + implantação	Normatização e padronização
Entrevistas Pesquisa Imagem externa Pesquisa Imagem interna Concorrência e ambiente Análise Mensagens visuais	Nome Diretrizes Programa	Marca Logotipo empresarial Logotipo produtos Alfabeto Cores Assinatura completa	Formulários Publicidade Embalagens Promoção de vendas Identificação externa Sinalização interna Mobiliário Arquitetura Standards Uniformes Equipamentos Veículos Diversos	Manual de identidade visual

Fonte: (REZENDE, 1979, p.26-30).

Figura 1: Metodologia segundo Rezende

Em sua metodologia, Alina Wheeler (2018) propõe cinco etapas que se assemelham as etapas propostas anteriormente por Rezende (1979), são elas: *Condução da Pesquisa*, *Classificação da Estratégia*, *Design da Identidade*, *Criação de Pontos de contato* e *Gestão de ativos*. Aqui aparece uma primeira etapa de *Pesquisa*, seguida por uma etapa de sintetização de dados obtidos pela pesquisa e elaboração de estratégias atribuída a mensagem a ser comunicada, para só depois começar o *Desenvolvimento da Identidade* que se estende por duas etapas e termina com a última etapa de preparação para o lançamento da marca e as definições de diretrizes e normas de padronização de uso e aplicações.

Metodologia segundo Wheeler (2008)

Condução da Pesquisa	Classificação da Estratégia	Design da identidade	Criação de pontos de contato	Gestão ativos
<p>Tornar claro: visão, estratégia, metas e valores</p> <p>Pesquisar as necessidades e percepções dos <i>stakeholders</i></p> <p>Concluir auditorias sobre marketing, concorrência, tecnologia, jurídica e linguagem</p>	<p>Sintetizar o que for aprendido</p> <p>Classificar a estratégia de marca</p> <p>Desenvolver uma plataforma de posicionamento</p> <p>Cocriar atributos de marca</p> <p>Escrever resumo de marca (<i>brief</i>)</p> <p>Obter aprovação</p> <p>Criar uma estratégia de nomes</p> <p>Escrever um resumo criativo</p>	<p>Visualizar o futuro</p> <p><i>Brainstorm</i> da grande ideia</p> <p>Explorar as aplicações</p> <p>Finalizar a arquitetura da marca</p> <p>Apresentar a estratégia visual</p> <p>Obter aprovação</p>	<p>Finalizar o design de identidade</p> <p>Desenvolver aparência e sentido</p> <p>Começar a proteção da marca registrada</p> <p>Priorizar e fazer o design das aplicações</p> <p>Fazer o design do programa</p> <p>Aplicar a arquitetura de marca</p>	<p>Construir sinergia ao redor da marca</p> <p>Desenvolver a estratégia e o plano de lançamento</p> <p>Lançar primeiro internamente</p> <p>Lançar externamente</p> <p>Desenvolver diretrizes de padronização e normatização</p> <p>Treinar os campeões de marcas</p>

Fonte: WHEELER, 2008, p.80-81.

Figura 2: Metodologia segundo Wheeler

Considerando as duas metodologias anteriores e aplicando suas etapas às necessidades apresentadas pelo projeto em questão foram estabelecidas três etapas de projeto: **Pesquisa e Entendimento do Problema**, **Desenvolvimento da Linguagem Visual** e **Apresentação e Finalização**. Cada uma das etapas é subdividida em objetivos a serem alcançados, permitindo assim uma maior abrangência das características do problema.

Na etapa de **Pesquisa e Entendimento do Problema** são compreendidos a *Demanda* do projeto, quais as necessidades do cliente. Em seguida o *Briefing* que é o processo de coleta de informações acerca das características do negócio, produto ou serviço em questão, assim como seu contexto de mercado, qual o objetivo do projeto e quais as possíveis aplicações da marca. A *Pesquisa* tem o papel de analisar os concorrentes existentes e elaborar um painel semântico com elementos e referências que sejam interessantes para o projeto.

Em um segundo momento, durante a etapa de **Desenvolvimento da Linguagem Visual**, são compreendidos a *Geração de Ideias* onde é realizado um processo de brainstorming para gerar conceitos a serem trabalhados no projeto, tudo isso baseado nos dados coletados pela etapa anterior. Em seguida vem a *Definição do Conceito* onde os conceitos obtidos são analisados e um deles é selecionado de acordo com sua maior afinidade com a mensagem a ser comunicada pela identidade visual. Por fim vem o *Desenvolvimento de Layout* que consiste em um processo de esboços feitos em papel para serem finalizados posteriormente de forma digital. É aqui onde as decisões finais são tomadas e a solução visual é refinada.

Uma vez que a proposta é finalizada vamos a última etapa de **Apresentação e Finalização**, onde é hora da *Apresentação* onde são expostas as soluções propostas pela etapa anterior. Aqui é apresentado ao cliente a solução finalizada, assim como a tipografia, cores e logo, assim como as possíveis aplicações de marca. Também é explicado o conceito que guia o projeto. Em seguida, se necessário, são realizadas correções que podem ser solicitadas pelo cliente e posteriormente a marca é apresentada

uma segunda vez de forma final. Por fim, e uma vez aprovado pelo cliente, o projeto segue para a *Finalização* onde é elaborado seu manual de identidade visual, contendo as normas de utilização da marca, o que pode e o que não deve ser feito a modo de preservar a sua integridade visual.

4. DESENVOLVIMENTO

Foi realizada uma análise gráfica descritiva das 18 marcas que compõe o acervo da pesquisa e ao longo dela foram encontradas algumas similaridades e recorrências de elementos visuais que permitiam um melhor entendimento do já havia sido feito ao longo das edições passadas. A maioria dos arquivos aqui analisados se referem a um monumento bastante tradicional da paisagem junina caruaruense, o arco que dá acesso a Vila do Forró, antigamente conhecida como Arraial Vitalino.

Esta estrutura gigantesca fica situada de frente para o Grande Hotel São Vicente de Paulo, logo no início da Avenida Agamenon Magalhães, ponto central da cidade. É ali onde começa a festa que se estende cidade adentro até o Pátio de Eventos Luiz Lua Gonzaga. Este artefato, por ser o totem que marca a entrada da festa foi priorizado, quando possível localiza-lo dentre os registros de uma determinada edição, por isso sua grande recorrência.

É bastante interessante pensar em como a cidade se utilizou dessas estruturas em formato de portais, seja o tradicional já citado ou outros casos onde se localizam nas rodovias que dão acesso a cidade, e como fora executada cada uma das propostas de comunicação de cada edição, pois mesmo nos casos onde a estrutura física permanecia a mesma, existia uma preocupação de se diferenciar uma edição da outra com a reformulação do arranjo de informações e elementos presentes na estrutura.

Cada registro referente a uma edição foi analisado levando em consideração os princípios definidos por Wong (2001), sendo eles Forma e Cor, e adicionados Tipografia e Imagem para atender a necessidade da pesquisa. O objetivo da análise era descrever os elementos presentes na composição de acordo com os quatro tópicos propostos pelo autor, com o intuito de identificar quais eram os elementos característicos do espírito junino estavam presentes naquela edição e qual a mensagem que a composição pretendia passar.

4.1 Linha do tempo das Identidades Visuais



Figura 3: Relação das identidades visuais de 1993 até 2001

Fonte: Acervo pessoal Armando Lima



Figura 4: Relação das identidades visuais de 2002 até 2009

Fonte: As identidades de 2002, 2005 e 2008 são do acervo cedido por Armando Lima. A edição de 2009 é de Jackson c no Flickr.



Figura 5: Relação das identidades visuais de 2010 até 2013

Fonte: A edição de 2010 é de Tassia Oliveira encontrada em seu blog pessoal. A de 2011 é da Prefeitura Caruaru encontrada em seu Flickr. A de 2012 é da Padua Campos encontrada em seu site. A de 2013 é de sjcaruaru encontrada no Flickr



Figura 6: Relação das identidades visuais de 2014 até 2017

Fonte: A edição de 2014 é de sjcaruaru2014 encontrada no Flickr. A de 2015 é de sjcaruaru2015 encontrada no Flickr. A de 2016 é de sjcaruaru2016 encontrada no Flickr. A de 2017 é de Alagoas 24horas encontrada em seu site.

2018



2019



Figura 7: Relação das identidades visuais de 2018 e 2019

Fonte: A edição de 2018 é de Sam Brasil encontrada em seu site. A de 2019 é de Metropoles encontrada em seu site.



Figura 8: Relação das identidades visuais de 1993 até 2019

Fonte: As fontes de cada uma das edições se encontram nas suas respectivas fotos na parte da análise.

4.2 Análise dos elementos visuais de 1993 até 2019

Edição 1993 (Caruaru, Capital do Forró)



Figura 9: São João em 1993

Fonte: Acervo privado Armando Lima

- a) **Forma:** Uma armação de gradis sustentando dois retângulos que servem de suporte para o nome e o slogan da marca; e uma representação de uma sanfona logo a cima dos retângulos.
- b) **Cor:** O foco de cor da marca é a "Sanfona", onde encontramos o vermelho, o amarelo, laranja e azul. Também há branco e preto, mas por questões de caracterização da sanfona, nas teclas e botões, e legibilidade, na aplicação do nome e slogan. Havendo a possibilidade de ter um "creme" na estrutura de gradis que servem de estrutura.
- c) **Tipografia:** Se apresenta em caixa alta, tanto no nome "Caruaru", quanto no slogan "capital do forró". Os tipos não possuem serifa e um caráter sóbrio e geométrico se sobressai, mesmo havendo partes arredondadas em todas as letras, além do "achatamento" do O, que lhe atribui uma forma oval.
- d) **Imagem:** A sanfona na parte mais alta da marca, ilustra a mensagem que se tenta passar. Esse elemento é essencial na caracterização da identidade visual que a festa se utiliza.

Também existe uma reafirmação da ideia, quando se utiliza a palavra "forró" no slogan.

Edição 1998 (Caruaru, São João 98 – Arraial Vitalino)



Figura 10: São João em 1998

Fonte: Acervo privado Armando Lima

- a) Forma:** Duas armações principais retangulares, servem de suporte aos elementos da identidade visual. Possuem tamanhos e formatos diferentes e se organizam de forma subordinada. A armação mais alta traz um círculo chapado e o nome da cidade, centralizados em sua estrutura. Na armação mais baixa, em amarelo, aparece a continuação da marca do São João, sendo “São João 98” o slogan, a identificação “Arraial Vitalino” que se refere ao nome dado ao local em que se encontra a estrutura e os elementos de apoio, vistos na fotografia: Balões, bandeirinhas e a fogueira.
- b) Cor:** A paleta de cores da identidade visual e seu suporte é vasta e possui um caráter harmônico agradável ao olhar. A estrutura mais ao alto, possui cor Marrom mais escura, e logo sobre ela, vemos o círculo branco, chapado, juntamente do nome “Caruaru” que também se apresenta em marrom, mas com uma aparência mais avermelhada. Esse conjunto de elementos dialogam entre si de forma calma, os contrastes foram bem aplicados. Assim como a sobreposição da segunda parte da marca “São João 98” sobre o fundo amarelo da

estrutura mais baixa, que por possui uma cor marrom avermelhada, consegue se destacar do fundo claro, sem perda de contraste considerável, em relação a sua aplicação na parte mais ao alto. Ainda na parte baixa da armação, o nome “Arraial Vitalino” apresenta uma tonalidade de marrom ainda mais avermelhada que a do nome “Caruaru, São João 98”. E devido a técnica utilizada para sua aplicação na estrutura, existem sempre a incidência de sombras projetadas sobre os tipos, atribuindo assim, uma sensação de tridimensionalidade aos mesmos, a depender da posição do sol. Quanto aos objetos figurativos, se apresentam em cores bastante saturadas, em grupos devidamente harmonizados. No balão a esquerda da fotografia, vemos as cores Branco, Vermelho, Amarelo, Verde, Laranja e Azul. E as mesmas cores, porém em ordem diferente, no balão localizado no outro extremo. As cores se repetem quanto as bandeirinhas, que se apresentam em Verde, Azul e Vermelho, nos mesmos tons das cores dos balões, com exceção do azul, que se apresenta em tom mais claro. Na fogueira, temos as cores Marrom, vermelho e amarelo. As formas e aplicações das cores varia da fogueira a esquerda e a da direita, o detalhe em amarelo aplicado na representação da chama é mais visível na do extremo a direita.

- c) Tipografia:** A identidade visual apresenta apenas uma única família tipográfica aplicada de duas formas diferentes. A parte principal da comunicação visual da marca, composta pelo nome da cidade, da festa e o ano (“Caruaru, São João 98”), está centralizada na estrutura, assim como o tamanho dos tipos visivelmente maior que a parte secundária. Aplicada sobre a estrutura, e mais ao alto, os tipos saltam ao olhar. Entretanto, a informação secundária, que dá nome ao local onde a estrutura se encontra “Arraial Vitalino” chama a atenção pela forma como foi aplicada, os tipos foram recortados da parte lisa, chapada, da estrutura em amarelo. De forma vazada, esse recorte mostra a parte de dentro da estrutura, que forma os tipos. Quanto a característica estética dos tipos, apresentam uma família sem serifas, predominam as formas geométricas que compõem os tipos e não

possui os elementos de recorte no meio das letras. São objetos chapados que pelo contorno podemos identificar de qual letra se trata.

- d) Imagem:** Todo o conjunto possui um apelo estético a simplicidade e eficácia da forma, os objetos são bastante iconográficos, simplificados. O círculo ao alto representa a Lua, já que por tradição a festa começa ao cair da noite, indo muitas vezes até o sol raiar. Então a lua, seja na forma que for, sempre está presente nos festejos. A fogueira é uma tradição que perdura até os dias de hoje, um dos principais elementos dos ritos juninos. Aparece logo a baixo do balão, que os participantes da festa ateavam fogo no seu interior e eles subiam aos céus iluminando a noite. Entre os dois ícones, temos as bandeirinhas, que da forma como estão organizadas, representam as chamas que comumente saem dos balões de São João. A escolha das cores, marrom e amarelo, para as estruturas reforça essa sensação de contraste entre a noite de festa e os artifícios utilizados para iluminar.

Edição 1999 (São João 99, Caruaru –Arraial Vitalino)



Figura 11: São João em 1999

Fonte: Acervo privado Armando Lima

- a) Forma:** A identidade visual se apresenta em quatro partes quanto a organização da estrutura, seguindo do topo, temos: A meia circunferência e seus adornos, as três formas retangulares, o arco e os quatro pilares.
- b) Cor:** A paleta de cores é vasta, aparecem azul, verde, amarelo, vermelho e preto. E vários tons diferentes de cada cor. A maior parte da estrutura, sendo a meia circunferência e as três formas retangulares, tem uma cor amarelada e pálida; os adornos da meia circunferência são de um vermelho forte, bem saturado; o arco apresenta uma cor amarela saturada; as bandeirinhas possuem a maior variedade de cores e tons do arranjo, tendo azul, verde, amarelo, vermelho, roxo, laranja e rosa; os pilares tem duas cores, as centrais são: marrom acinzentado e as externas são marrom – madeira. Na tipografia, fora aplicado a cor preta em “São João 99” e “Arraial Vitalino”, que respectivamente comunicam o nome da festa e o nome do local onde se encontra a estrutura; na parte “Caruaru” que comunica o nome da cidade, fora aplicado um degradê do amarelo para o laranja.
- c) Tipografia:** A comunicação verbal se assemelha a utilizada no ano anterior, a família tipográfica é a mesma, as cores aplicadas também permaneceram, com exceção do degradê aplicado em “Caruaru”. Em “São João 99”, a parte que se refere ao ano da festa, brinca com suas formas e traz o numeral “9” mais alongado, e posicionado de forma sobreposta um ao outro, lembrando o uso de aspas em uma frase. Outro detalhe que difere, é a forma como foi aplicado o “Arraial Vitalino” sobre a estrutura, que agora está sobre o suporte, ao invés de ser recortado da estrutura. Toda a parte verbal da comunicação está centralizada sobre o portal, logo acima do acesso central. O nome “caruaru” está inclinado para baixo, de modo que quem passar pelo acesso consiga ler com mais facilidade o nome da cidade; além de haver um arco com o nome do local, diferenciando os acessos.
- d) Imagem:** A representação das bandeirinhas aparece novamente, assim como a meia circunferência, nesse caso, representando a noite

de São João. As bandeirinhas dessa vez, possuem formatos diferentes entre si, passando a sensação de que elas estão se mexendo. O degrade no nome “Caruaru”, juntamente com a meia circunferência causa a impressão de que o sol se põe no horizonte, dando vida a noite junina.

Edição 2001 (São João de Caruaru – Homenageado Jacinto Silva)



Figura 12: São João em 2001

Fonte: Acervo privado Armando Lima

- a) **Forma:** A estrutura se divide em duas partes, os dois arcos quadrados que sustentam a armação e a parte superior, que possui duas formas triangulares onde está aplicado o nome da festa.
- b) **Cor:** Três cores podem ser vistas na composição, por ordem de importância temos o vermelho, o amarelo e o azul. O vermelho tinge o nome da festa e os detalhes das pontas dos triângulos na parte superior, partes principais da estrutura destacadas por sua cor. Em seguida temos o amarelo que cobre toda a estrutura do portal, utilizada em maior quantidade na composição, com um tom

claro e, portanto, mais neutro. Por fim como ponto de destaque, aparece o azul no subtítulo da festa: “Homenageado Jacinto Silva”, contrastando com seu fundo amarelo, porém respeitando a hierarquia cromática da composição. Sendo ela Vermelho, azul e amarelo.

- c) Tipografia:** No título “São João de Caruaru” foi-se utilizado uma tipografia sem serifas, com letras grossas atribuindo um peso visual de destaque na composição. Aqui temos a primeira letra maiúscula em cada palavra, recurso que aparece pela primeira vez. No subtítulo utiliza-se uma tipografia, ainda sem serifa, com um caráter um pouco mais cursivo. Devido as suas ascendentes e descendentes.
- d) Imagem:** Pode-se ver duas imagens na estrutura, a primeira são os balões de festa que estão expostos em cada um dos recortes quadrados nas paredes dos portais, e de uma forma mais subjetiva, percebemos a forma triangular destacada em vermelho como sendo telhados de duas casas vizinhas. Essa escolha representativa faz referência a identidade visual da gestão política da época, onde em sua logo existem duas setas, de modo bastante semelhante a essa composição.

Edição 2002 (Parque de Eventos – Luiz Lua Gonzaga)



Figura 13: São João em 2002

Fonte: Acervo privado Armando Lima

- a) Forma:** Na estrutura encontramos um portal com caráter geométrico. Retangular em quase todas as formas que apresenta, com exceção das várias formas triangulares que representam bandeirinhas da festa. Em destaque as duas bandeiras maiores em cada um dos lados do portal. E quatro retângulos brancos que comportam as logos dos patrocinadores da festa.
- b) Cor:** O esquema de cores desta edição é parecido com a anterior. As cores predominantes são azul e amarelo, que se complementam e apresentam um ótimo contraste. O amarelo aparece em maior quantidade e tem uma tonalidade pouco saturada e bastante clara, sendo a parte central superior do portal

e as duas bandeiras que estão em sua volta. O azul é saturado e se apresenta um pouco escuro, dando assim um contraste maior entre as cores. Ele aparece nas partes laterais da estrutura e em destaque na parte superior, sendo a cor da tipografia utilizada. Logo abaixo da tipografia, temos várias bandeirinhas coloridas nas mais variadas tonalidades, pelo seu tamanho reduzido, elas não ameaçam o equilíbrio cromático da composição, que mesmo tão colorido, continua sendo majoritariamente complementar. Também na composição aparece essa cor avermelhada, parecida com laranja, na parte inferior, que dá sustentação as paredes do portal.

c) Tipografia: Nesta edição temos apenas duas linhas de texto, a definição do local onde o portal se encontra e o nome que o local recebe. A composição tipográfica é centralizada pensada de modo que as linhas se encaixem. Todo o texto presente está em caixa alta. O primeiro “L” assim como o último “A” está maior que seus caracteres vizinhos de modo a criar um espaço onde a primeira linha possa se acomodar. É incomum que a última letra de uma palavra esteja maior, seguindo as regras gramaticais. As letras possuem um caráter bastante geométrico, seguido a estética das formas. Por mais que haja uma grande diferença de espessura entre as linhas de texto, aparenta ser apenas uma única família tipográfica com letras de pesos diferentes. Podemos notar ao comparar o “A”, “N” e “U” que são as letras que se repetem em ambas as linhas.

d) Imagem: A relação entre as luzes que percorrem todas as bordas da estrutura e o azul das laterais faz referência ao céu estrelado da noite Junina.

Edição 2005 (Caruaru, A Capital do Forró – Você já está no maior e melhor São João do mundo)



Figura 14: São João em 2005

Fonte: Acervo privado Armando Lima

- a) **Forma:** O portal tem forma retangular como de costume e um detalhe arredondado na parte superior. Aparecem quatro balões juninos na composição, formados por alguns triângulos. Pode-se ver estrelas de 5 pontas sobre o nome “Caruaru” e várias bandeirinhas na extremidade superior da estrutura.
- b) **Cor:** Diversas cores aparecem na composição, porém duas delas se destacam. Sendo elas o amarelo e o marrom, que aparecem em maior quantidade. O amarelo preenche a parte superior da

estrutura, onde o marrom se limita as laterais, aparecendo em duas tonalidades, uma mais avermelhada nos pilares e uma mais escura nas bases de cada lado. A tipografia apresenta uma tonalidade escura do marrom, semelhante ao que vemos nas bases. A composição das cores é análoga entre o amarelo e os marrons. E complementar nas bandeirinhas e balões, onde há maior variedade de cores. A presença dessa diversidade maior de cores nesses elementos afeta a harmonia cromática da composição, porém não a deixa desproporcional.

- c) Tipografia:** Apresenta-se apenas uma tipografia na composição. Que utilizada de formas diferentes em cada linha deixam a composição dinâmica. Por ordem de leitura temos a primeira linha com o nome da cidade (“CARUARU”) em caixa alta e cada letra com uma rotação diferente dando uma sensação de movimento. Tal recurso não atrapalha a legibilidade. Em seguida, na segunda linha, temos o título que a cidade leva (“A Capital do Forró”), com a primeira letra de cada palavra em maiúsculo, e num tamanho menor do que as outras linhas. Por fim, na terceira linha, temos o slogan da festa (“VOCÊ JÁ ESTÁ NO MAIOR E MELHOR SÃO JOAO DO MUNDO”) também em caixa alta, com os caracteres no mesmo tamanho que a primeira linha.
- d) Imagem:** Nesta edição os elementos utilizados para ornamentar a composição foram os balões juninos e as bandeirinhas, que ocupam boa parte da estrutura. E possuem lugar de destaque, como no caso dos dois balões superiores que são objetos tridimensionais. Aparece também na composição duas estátuas sentadas que representam dois sanfoneiros, uma em cada pilar, sobre sua respectiva base. Os sanfoneiros aqui reforçam a mensagem comunicada pela tipografia, como Caruaru sendo a “Capital do Forró” e seus sanfoneiros fazem o “maior e melhor São João do mundo”

Edição 2008 (Caruaru, A Capital do Forró – Venha brincar no maior e melhor São João do mundo)



Figura 15: São João em 2008

Fonte: Acervo privado Armando Lima

- a) **Forma:** A estrutura desta edição possui dois portais, com partes arredondadas na parte superior interna. As bases são cúbicas, os pilares retangulares, com seus detalhes arredondados e formados por várias tábuas postas uma sobre a outra, e na parte superior é formada por duas partes, um trapézio alongado e em cima uma forma ondulada com a interseção de objetos pontiagudos. Aparecem na composição os balões formados por triângulos e as bandeirinhas.
- b) **Cor:** As cores principais da composição são o amarelo, marrom e cinza, todos bem saturados. A composição possui cores análogas em sua maioria e possui destaque assonante na parte superior, na cor das

bandeirinhas e dos balões. A tipografia possui coloração amarronzada e bom contraste com o fundo cinza.

- c) **Tipografia:** A composição possui duas linhas e todos os caracteres em caixa alta. Porém na primeira linha a tipografia é mais pesada e espessa. Temos na sequência o nome da cidade, o título e o slogan dessa edição.
- d) **Imagem:** Novamente são utilizados bandeirinhas e balões para representar o espírito da festa.

Edição 2009 (São João de Caruaru 2009 – Cem anos do Mestre Vitalino – Caruaru, Capital do Forró)



Figura 16: São João em 2009

Fonte: https://www.flickr.com/photos/jackson_carvalho/5205897799/

Nesta edição temos o primeiro portal localizado em frente ao Grande Hotel, um dos pontos principais da cidade, estrutura que se segue nas edições posteriores como suporte principal da marca e comunicação da festa, afinal de marca a entrada à vila cenográfica, onde podemos ver mais ao fundo da foto, que retrata a atmosfera da

pequena vila de Caruaru.

- a) Forma:** A estrutura se apresenta como um portal, sendo ele majoritariamente retangular e dividido em três partes; sendo elas, o pilar esquerdo que é estreito, porém maior em comprimento em relação ao outro pilar, o pilar direito que é largo e traz a marca da edição da festa, e a parte superior que é larga e curta, sendo suporte do nome da festa e do ano de sua realização. O pilar esquerdo possui em largura a mesma quantidade em que a parte superior possui em altura, formando equilíbrio entre as partes. O peso maior da estrutura, tanto físico como visual se encontra na parte direita, parte esta que se destaca em forma, tamanho e cor das demais. Há também um retângulo na vertical, pouco menor que o pilar esquerdo, que serve de suporte para as marcas dos patrocinadores da festa naquela edição. E cada uma das marcas presentes está inserida dentro de bandeirinhas juninas.
- b) Cor:** As cores que compõe a paleta desta edição são o vermelho e branco, *cores utilizadas na gestão da prefeitura da época*, o preto aparece abaixo do nome Caruaru, dentro da sanfona, apenas como apoio para a composição. O branco delimita a parte superior onde se encontra o título da festa e o ano em que ela ocorre. A cor da tipografia é um vermelho de tonalidade mais escura, aumentando assim o seu contraste com o fundo branco. Em sequência temos o slogan da festa, que aparece na cor branca sobre o fundo vermelho, cor que aparece em maior quantidade na estrutura. Novamente uma sobreposição de cores que favorece um bom contraste entre elas. Dentro da sanfona há duas linhas de texto, a primeira aparece “Caruaru” em vermelho na mesma tonalidade que o vermelho predominante e na segunda a tipografia é preta para que seja visível sobre a cor branca e se destacar do nome da cidade. Nesta estrutura ainda aparecem mais duas cores de destaque, o laranja que se apresenta na parte esquerda do portal e o azul escuro que aparece sobre o laranja, sendo o fundo da área onde estão as marcas dos patrocinadores da festa. Aparecem outras cores como verde e amarelo, porém em quantidade ínfima, se

limitando a marca da presidência daquele ano. O tom da composição é quente, bem iluminado e limpo.

- c) Tipografia:** A composição possui três tipografias distintas, uma delas se encontra na estrutura do portal, que compõe o nome da festa, o ano e seu slogan; e as outras duas se encontram dentro da marca da edição, sendo ela a sanfona os dizeres que aparecem dentro dela. Em ordem de leitura temos a primeira linha com: “São João de Caruaru 2009” utilizando uma tipografia sem serifas e com um bom peso visual. Apresenta formas arredondadas nos seus caracteres, porém não são exageradamente geométricos. Na segunda linha aparece a mesma tipografia da mesma linha, com as mesmas características, exceto pela cor e tamanho da fonte. Dentro da marca, na primeira linha aparece a tipografia de destaque, que representa o nome da cidade, com suas formas irregulares e textura faz referência à xilogravura, processo gráfico característica do imaginário da região nordestina. Sendo ela técnica de impressão onde as letras e desenhos são entalhados na madeira resultando num acabamento irregular com aparência de feito à mão. Por fim temos a segunda linha, onde aparece o título da cidade que se apresenta em uma tipografia sem serifas com formas mais geométricas e em caixa alta.
- d) Imagem:** Aparecem plantas em volta da estrutura que hora não aproveitadas na composição, hora chegam a atrapalhar a visibilidade das informações ali veiculadas. A estrutura com suas retas bem delineadas propõe uma seriedade a composição que não representa o espírito junino. A estrutura é enorme e se faz estática quanto as informações que carrega e a relação entre seus elementos. Percebemos a imagem principal sendo a sanfona, instrumento essencial na música junina, o forró, e elemento identitário característico adotado como a marca da festa nesta edição. Aqui é quando Caruaru começa a se apresentar como Capital do Forró, e portanto se utilizará da sanfona, como elemento identitário principal, por várias edições a seguir. Há também a presença da representação do céu junino estrelado e com fogos de artifícios, e suas bandeirinhas

tradicionais, na parte esquerda da estrutura. Por fim a composição traz uma proposta bastante diferente das demais e não segue a mesma unidade que suas estruturas mais próximas, as casinhas de época da vila cenográfica ao fundo da imagem.

Edição 2010 (São João, Caruaru – Tradição, cultura e emoção na Capital do Forró)



Figura 17: São João em 2010

Fonte: <http://tassioliveirape.blogspot.com/2010/06/sao-joao-caruaru.html>

- a) **Forma:** Aparecem três formas na composição. A forma de destaque é a sanfona por trás da mensagem principal e suas tipografias. Em seguida temos um retângulo onde aparecem a marca da Fundação

de Cultura e Turismo de Caruaru, órgão responsável por organizar as festas juninas e em seguida a marca da própria Prefeitura de Caruaru. Ao fundo da imagem, percebemos uma padronagem com algumas estrelas de cinco pontas e outras formas, porém todas compostas por pequenos losangos.

- b) Cor:** Aqui percebemos a paleta com várias cores, uma composição assonante, porém com predominância de tons quentes, em especial o vermelho, cor de destaque desde a edição anterior. O vermelho aparece em maior quantidade na textura ao fundo da imagem, nas marcas da Fundação de Cultura e Turismo e na marca da Prefeitura, na sanfona e no nome da festa, em “Caruaru” e como cor de destaque no lenço do rapaz e no laço do vestido da moça. Ao que se diz respeito a parte central da composição, a marca do São João, aparecem as cores vermelha, preta, azul e branca. Neste cartaz podemos ver como as cores da gestão da prefeitura daquele ano influencia diretamente na escolha das cores da festa. Em ambos os casos o vermelho é cor de destaque
- c) Tipografia:** Aparecem duas tipográficas diferentes nesta peça. Ambas trazem características de tipografias feitas à mão, em ordem mais desenhada na tipografia do nome da festa e mais caligráfica na tipografia do slogan. Em ordem de destaque, temos a tipografia da primeira e segunda linha, que possui formas orgânicas arredondadas e apresenta grande peso visual devido a espessura dos caracteres. Seu visual remete a formas feitas com massinha de modelar. E em seguida temos a tipografia da terceira e quarta linha, que também apresenta uma espessura mais robusta e a recorrência de traçados caligráficos, geralmente feitos por uma pena ou pincel chato. Esse visual feito à mão das tipografias escolhidas apresenta o caráter popular da festa em sua comunicação visual.
- d) Imagem:** Seguindo a hierarquia da informação percebemos primeiro o nome da festa e sua tipografia feita à mão entalhada e recortada sobre madeira, material este tradicional dos festejos juninos. A textura de madeira agrega valor à comunicação desse aspecto

artesanal e popular da festa, onde a decoração e as estruturas são feitas pelas próprias pessoas. No slogan e título da cidade aparece uma textura de jeans, material amplamente comercializado na cidade e região. Mesmo não sendo típico da festa, como os tecidos com padronagem “Xadrez”, está muito presente no dia a dia da cidade e eventualmente nas vestimentas mais contemporâneas de quem vai à festa. Logo temos a sanfona, artefato já explorado na edição anterior, elemento tradicional dos festejos juninos sendo o instrumento principal para se tocar forró. Aqui a sanfona continua sendo trabalhada, pois ainda estamos falando da mesma gestão da edição anterior, e complementando de forma a representar esse título de Capital do Forró que a cidade possui. Aqui apareça imagem de um casal de matutos, personagens que habitam o imaginário da festa, que possuem características específicas nas suas vestimentas. Na versão masculina é muito comum a utilização de chapéus de palha, como aparece na imagem e blusas “Xadrez”, neste a estampagem em questão aparece em um colete sobre uma camisa branca. A figura masculina ainda apresenta um lenço vermelho amarrado ao pescoço como acessório. Na figura feminina aparece uma flor presa aos cabelos, e um vestido com tecido “Xadrez” com alguns babados sobre o busto feitos de renda renascença, material assim como o jeans, muito comercializado na região de Caruaru. É importante perceber que em ambos os casos aparece o tecido “Xadrez” e sua padronagem se parece mesmo que em cores diferentes, há uma harmonia entre as roupas em si, assim como com o fundo da imagem, os acessórios em vermelho se destacam entre as peças de roupa e carregam a identidade visual da gestão da prefeitura. Sendo eles o lenço no homem e os laços, do cabelo e do vestido, da mulher. Ainda temos neste cartaz a imagem de fundo, várias estrelas, características da noite junina e algumas formas circulares. O cada losango que forma os elementos que aparecem apresenta uma estampagem diferente das outras ao seu redor, representando assim peças feitas com retalhos de tecido descartados dos vários fabricos

que caruaru possui.

Edição 2011 (São João, Caruaru – A Capital do Forró)



Figura 18: São João em 2011

Fonte: <https://www.flickr.com/photos/prefeituracaruaru/5805158231/>

- a) Forma:** A estrutura do portal desta edição é a mesma da edição de 2009. Um retângulo sustentado por dois pilares de larguras diferentes, sendo o lado direito maior, trazendo a marca da festa sobre si. Aparece ao lado esquerdo um retângulo pouco menor que o pilar esquerdo sobre o mesmo. Nele aparece as marcas dos patrocinadores da festa e uma sanfona, várias estrelas de cinco pontas e uma lua minguante. Elementos que se repetem do lado direito da estrutura, na forma semicircular temos novamente a sanfona, que agora encontra-se completamente aberta, seguida pela lua e as estrelas de cinco pontas.
- b) Cor:** A composição apresenta uma harmonia de cores complementares, sendo elas o vermelho e o azul, que se encontram sobre a superfície da estrutura e nas duas placas impressas, a retangular da esquerda e na semicircular da direita. Aparece em menor quantidade, tons de amarelo e

marrom, nas estelas e no fole da sanfona. O branco é usado na tipografiadesta edição.

- c) Tipografia:** Nesta edição percebemos a presença de apenas uma tipografia, usada no nome da festa, em destaque, e no título da cidade. “Caruaru”, no nome da festa, está em caixa alta. A tipografia não apresenta serifas e possui uma espessura grossa, tendo um grande peso visual. As letras possuem caráter levemente arredondado, porém suas formas são bastantes tradicionais. Aparecem quatro linhas de tipografia, as duas primeiras, em ordem de leitura, são o nome da festa “São João Caruaru” e as duas últimas são o título da cidade “A Capital do Forró”.
- d) Imagem:** Mais uma vez o elemento principal da comunicação é a sanfona. Ainda estamos sob a influência da mesma gestão e do slogan / título de Capital do Forró, por isso vemos a sanfona novamente. O tema desta edição, além da sanfona, é a noite de São João. Portanto aparecem o céu escuro, assim como outros elementos, como a lua e as estrelas.

Edição 2012 (Caruaru, A Capital do Forró – Homenagem ao centenário de Luiz Gonzaga)



Figura 19: São João em 2012

Fonte: <http://paduacampos.com.br/2012/2012/05/10/sao-joao-de-caruaru-2012-programacao-completa/>

- a) Forma:** O retângulo é forma predominante na composição, inclusive no formato deste cartaz. Eles aparecem como elementos de fundo, para enfatizar textos e a marca da prefeitura. Também com formas linhas retas, aparecem as bandeirinhas em cima da sanfona e os losangos decorativos no chapéu de couro. Como decoração e com formas mais orgânicas aparecem os arabescos nas bordas da moldura de couro da composição.
- b) Cor:** Quanto à cor, a composição apresenta um contraste bem balanceado entre cor quente, fria e neutra. Nos tons quentes percebemos o vermelho ao fundo do nome da cidade e no corpo da sanfona, o laranja ao fundo do slogan da festa e o creme no fole da sanfona. Na parte fria, ao fundo da composição, e nas listras das bandeirinhas, percebemos o azul em tonalidade mais escura. E neutro, sendo o marrom, na borda da composição e o branco na tipografia utilizada na composição, ao fundo da marca da prefeitura, nas teclas da sanfona e no chapéu de couro. Novamente, devido a mesma

gestão da prefeitura, a cor de destaque é o vermelho, aparecendo mais ao centro da composição e também nos elementos principais, a sanfona e o chapéu.

- c) Tipografia:** Quanto ao texto da composição, aparece apenas uma única tipografia. Utilizando tamanhos diferentes dos caracteres, a composição cria destaques e uma hierarquia visual. Todo o texto encontra-se em caixa alta. Como de costume, a tipografia possui aspecto bem encorpado, a espessura dos caracteres é grossa, dando um grande peso visual ao texto. Os caracteres apresentam suas bordas arredondadas, e trazem características de tipografias mais tradicionais, como o desenho do A e do R, com a exceção do desenho do C que possui uma abertura menor que o costume. Em destaque, está o nome da cidade, seguido pelo título da cidade, em tamanho menor e o slogan da festa mais abaixo, anunciando que nesta edição o homenageado é o cantor Luiz Gonzaga, devido ao seu centenário.
- d) Imagem:** Nesta edição, do centenário de Luiz Gonzaga, aparece o chapéu decouro, acessório característico do artista, que até então não tinha aparecido nas edições aqui analisadas. Mais uma vez aparece a sanfona, reforçando o título de “Capital do Forró”. Aparecem também bandeirinhas feitas de tecido xadrez, bastante utilizado nas vestimentas e decorações de São João. Ao fundo da imagem, percebemos a textura de um tecido Jeans, que apareceu como um mero detalhe na composição de 2010, aqui o Jeans que é mercadoria típica da região caruaruense, aparece em grande quantidade. Nas bordas da peça de jeans aparece uma moldura com a textura de couro, utilizada em calçados e acessórios, como o chapéu da composição, que são amplamente comercializados na feira de Caruaru. Toda a proposta da composição é construir a ideia de objetos costurados sobre um retalho de Jeans. Portanto o Jeans é a base da composição e sobre ele está costurado a borda de couro, as bandeirinhas de tecido xadrez, o nome da cidade e o slogan da festa, vide os detalhes como pontos de costura nas bordas das suas caixas de fundo e por fim a marca da prefeitura que está costurada sobre

todos os elementos, não respeitando a moldura de couro. A marca da prefeitura, que nesta edição segue com o mesmo aspecto, com exceção ao brasão da cidade que vem no lugar dos três “bonequinhos”. Trata-se ainda da mesma gestão organizando a festa.

Edição 2013 (O maior e melhor São João do mundo – Caruaru, A Capital do Forró)



Figura 20: São João em 2013

Fonte: <https://www.flickr.com/photos/sjcaruaru/9017713474/>

- a) **Forma:** Quanto à forma, a estrutura é a mesma desde a edição de 2009. Aparecem sobre a estrutura, uma placa com bordas formadas por várias curvas, uma sanfona e um retângulo que serve de fundo ao nome da cidade e vários outros retângulos que carregam as marcas dos patrocinadores da festa.
- b) **Cor:** Quanto à cor, a base da estrutura é vermelha. Sendo a cor que aparece em maior quantidade, atribuindo assim, um caráter quente à composição. Em contraste com o vermelho, aparece o azul, ao fundo do slogan da festa, que está dentro da placa. Quanto as tipografias presentes na composição, aparecem em duas cores, em sua maioria em Branco e no nome da cidade em vermelho. Há também vermelho no corpo da sanfona. A paleta de cores desta edição é reduzida e apresenta um grande impacto visual pela escolha de usar cores

chapadas em maior parte. A escolha do vermelho ainda segue as cores da gestão da prefeitura. Os retângulos brancos contendo as marcas dos patrocinadores auxilia a harmonização entre as cores diversas presentes na marca e o vermelho que predomina a estrutura.

- c) Tipografia:** Quanto à tipografia, aparece uma única família tipográfica em toda a composição. A dinâmica da composição é atingida pelo uso de tamanhos, espessuras e cores diferentes nos caracteres de uma mesma família. Percebamos, a primeira aparição tipográfica em ordem de leitura é no conjunto “Ministério da Cultura APRESENTA:”, no canto superior esquerdo, tratando-se de tipografias da mesma família pela semelhança na comparação entre os desenhos das letras “a” em “da” e “Cultura”, que apresentam espessuras de corpo diferentes, porém mesma forma, ambas em caixa baixa e na letra “s” de “Ministério” e “APRESENTA”, que por mais que seja uma comparação entre maiúscula e minúscula, a letra apresenta semelhanças quanto a forma. A família tipográfica não apresenta serifas e seus caracteres possuem formas arredondadas, dando uma sensação de conforto e maciez à composição. No conjunto tipográfico que está dentro da placa, aparecem duas tipografias, a mais grossa, em caixa alta, na parte superior e a mais fina, em caixa baixa, na parte inferior. A tipografia em caixa alta é a mesma que a do primeiro conjunto, “APRESENTA”, pois possui mesma espessura, porém em tamanho diferente, e o forma da letra “S” é a mesma em ambos os casos. A semelhança da tipografia em caixa baixa se dá pelo desenho das letras “a” e “s”, presente no segundo conjunto em “Farias” e no primeiro conjunto em “Ministério da”. No terceiro conjunto tipográfico, o nome da cidade, com letras vermelhas, texturizadas, contornadas e sombreadas, proposta que se destaca quanto ao resto da composição, porém ainda se trata da mesma família quando reparamos às formas do “C” deste conjunto com do primeiro conjunto, em “Cultura”, ambos possuem um detalhe arredondado na ponta superior da letra. A escolha por uma tipografia arredondada é nova nesta edição, porém o grande peso visual é recorrente ao longo dos anos. Tais características atribuem à

identidade visual da festa uma maior receptividade e emoção.

- d) Imagem:** Quanto à imagem, existem dois elementos, o da sanfona e da tábua que serve de fundo ao nome da cidade. A respeito da sanfona, é a mesma imagem das edições 2010 e 2012, que nesta edição podemos ver o corpo da sanfona inteira, estando as informações, como nome da cidade e ano da edição, abaixo dela. A composição é bem simples e básica, contando apenas com dois elementos de destaque em sua marca, sendo eles a placa emoldurada com o slogan da festa e a sanfona com o nome da cidade. A disposição dos patrocinadores da festa é diferente das demais edições, que ficavam todos à esquerda, no pilar menor. Nesta edição eles se encontram divididos em dois grupos, os patrocinadores de iniciativa privada na vertical à esquerda, e os de iniciativa pública na horizontal, abaixo do ano da edição, à direita. Os homenageados desta edição são os cantores Dominginhos e LuizVieira, e o radialista Caruaruense Agenor Farias.

Edição 2014 (Caruaru – Juntos, fazemos o maior e melhor São João do mundo)



Figura 21: São João em 2014

Fonte: <https://www.flickr.com/photos/sjcaruaru2014/14596208005/>

- a) **Forma:** Quanto à forma, a estrutura é a mesma desde a edição de 2009. Aparecem duas bandeirinhas e um balão juninos, uma sanfona e um retângulo como formas na composição. E vários retângulos menores que comportam as marcas dos patrocinadores desta edição da festa.
- b) **Cor:** Quanto à cor, novamente a cor principal da paleta é o vermelho, cobrindo toda a superfície da estrutura. Como um dos focos da composição, aparece Amarelo, Azul, Laranja e Verde nas bandeirinhas e no balão. Também aparece o Marrom no retângulo sobre a sanfona. A composição, que segue a cor da gestão da prefeitura da época, traz cores vibrantes e aspecto quente, devido a quantidade de vermelho utilizada. A tipografia utilizada nesta edição encontra-se em branco, possuindo um bom contraste com o vermelho.
- c) **Tipografia:** Quanto à tipografia, se apresentam duas tipografias nesta composição. A primeira encontra-se no canto superior direito, em branco, com duas linhas, sendo o slogan desta edição. Os caracteres não possuem serifas e apresentam formas retas e retangulares. O texto está em caixa alta. A segunda tipografia se encontra no retângulo sobre a sanfona, que informa o nome da cidade. Seu corpo maior do que a primeira tipografia faz com que esta se destaque. Seus caracteres possuem formas completamente retangulares em seu desenho, lembrando bastante a técnica de impressão com xilogravuras, onde os desenhos ou letras são talhados diretamente na madeira. Portanto as bordas retas e grossas desta tipografia dão a impressão de que ela foi entalhada sobre a tábua ao fundo. A escolha destas duas tipografias leva em consideração suas características retilíneas o que facilita a harmonia da composição.
- d) **Imagem:** Quanto à imagem, aparecem apenas três elementos na composição, as bandeirinhas, o balão junino e a sanfona. Novamente a sanfona é o símbolo principal da festa, desde a edição de 2009, pelo título de Capital do Forró que Caruaru leva, mesmo que tal informação não esteja explícita na estrutura. Nesta edição bandeirinhas, peça de decoração tradicional da festa e um balão junino, são os elementos

que acompanham a sanfona na caracterização da identidade visual desta edição. A composição se mostra simples e básica, com uma tentativa de seguir uma mesma linha estética da edição anterior, apesar dos vários elementos que mudaram nesta edição, como as tipografias, que são completamente diferentes, a imagem de fundo do nome da cidade e os elementos representativos da festa, as bandeirinhas e os balões. O que não mudou foi apenas a imagem da sanfona. Quanto ao alinhamento das marcas dos patrocinadores, a composição segue a organização proposta na edição anterior.

Edição 2015 (Caruaru – A Capital do Forró)



Figura 22: São João em 2015

Fonte: <https://www.flickr.com/photos/sjcaruaru2015/18139450189/>

- a) **Forma:** Quanto à forma, a estrutura é a mesma desde a edição de 2009. Encontramos na composição bandeirinhas juninas, luzes de pisca-pisca com formato oval, a sanfona, um trapézio, duas fitas retangulares enroladas e alguns retângulos que comportam as marcas dos patrocinadores desta edição da festa. As informações e distribuem

em três áreas sobre a estrutura, à esquerda se localizam as marcas dos patrocinadores, na parte superior os elementos que acompanham a sanfona na caracterização da identidade visual da festa e à direita, a sanfona, o nome da cidade e o slogan, que nesta edição volta a ser “A Capital do Forró”, onde desde 2013 não era mencionada.

- b) Cor:** Quanto à cor, o vermelho é a cor que cobre toda a superfície da estrutura, sendo assim a cor principal da paleta de cores dessa edição, que é composta também por Azul e Branco. Na parte superior aparecem outras cores, nas bandeirinhas e nos pisca-pisca, como Amarelo e Verde, porém em menor quantidade. Nesta edição as tipografias se apresentam em branco, com destaque ao fundo do nome da cidade que aparece em azul em contraste com a estrutura vermelha.
- c) Tipografia:** Quanto à tipografia, a composição possui três tipografias distintas. Em destaque, temos a tipografia do nome da cidade, que em caixa alta, não possui serifas e apresenta caracteres retos e duros, porém um pouco suavizados por suas bordas levemente arredondadas; seu corpo possui grossa espessura e o espaçamento entre as letras é inexistente, fazendo com que suas bordas se toquem. A falta de espaçamento não prejudica a legibilidade da tipografia, porém a escolha deste recurso não se justifica quanto a proposta do resto da identidade. O nome da cidade é sempre mudado em cada edição, não mantendo uma unidade ao longo dos anos. Logo abaixo encontramos a segunda tipografia, toda em caixa alta, que foi desenhada à mão sobre a estrutura, inscrita nas fitas e acompanhada de grafismos, não possui serifas e as formas dos seus caracteres são bastante geométricas com pouca espessura, porém com algumas formas um pouco cursivas nos casos do “P” e dos “R”s. O “DO” apresenta um “O” cortado ao meio, caractere que não existe dentro do alfabeto de tipos latinos utilizado em português do Brasil. Ainda mais abaixo encontramos a terceira tipografia, onde está escrito o ano da edição da festa, os caracteres possuem serifas, diferente das outras tipografias usadas na composição.

d) Imagem: Quanto à imagem, três elementos caracterizam a identidade desta edição, são eles as bandeirinhas juninas, a sanfona, ambos elementos tradicionais da festa e os pisca-pisca, adotados nesta edição como elemento identitário. A imagem da sanfona aparece novamente, sendo utilizadas a mesma imagem desde a edição de 2010. A falta de espaçamento do nome da cidade dá uma sensação de compressão às letras, como se elas estivessem sendo apertadas pelo trapézio que as envolve. A escolha da tipografia, fitas e grafismos do slogan da festa não apresenta harmonia com nenhum dos outros elementos, sejam eles imagens ou tipografias impressas. Como de costume das identidades realizadas por esta gestão, é escolhido algum outro elemento que acompanhe a sanfona como objeto característico da festa sobre um fundo de cor chapada e informações bastante diretas e objetivas.

Edição 2016 (Caruaru, A Capital do Forró – O maior e mais arretado São João do mundo é em Caruaru)



Figura 23: São João em 2016

Fonte: <https://www.flickr.com/photos/sjcaruaru2016/27314823403/>

- a) Forma:** Quanto à forma, a estrutura é a mesma desde a edição de 2009. Aparecem na composição um retângulo emoldurado, duas bandeirinhas, um balão junino, a sanfona e um trapézio. Também aparece vários retângulos que comportam as marcas dos patrocinadores desta edição da festa. A disposição das informações na estrutura é a mesma da edição de 2013, com os patrocinadores de iniciativa privada à esquerda, na parte superior está o slogan da festa e à direita a sanfona, o nome e título da cidade e os patrocinadores de caráter público.
- b) Cor:** Quanto à cor, o azul é a cor principal da paleta de cores desta edição. Atribuindo assim um caráter frio à composição. Aparece como cor de destaque o vermelho, em contraste com o azul, que está em parte da tipografia do slogan, no corpo da sanfona e na tipografia do nome da cidade. Ainda aparece amarelo em uma das bandeirinhas, verde no balão junino e marrom abaixo do nome da cidade. A composição possui uma paleta de cores reduzida e um bom contraste entre a azul, sua cor base e o vermelho, sua cor de destaque.
- c) Tipografia:** Quanto à tipografia, aparecem três tipografias diferentes na composição. Em ordem de leitura, temos a primeira tipografia, com espessura de corpo grossa, formato e tamanho dos caracteres irregulares e um aspecto de tipografia desenhada à mão, passando uma grande sensação de movimento e dinamismo. Quanto as cores e disposição utilizadas das linhas de texto podem dar uma certa confusão ao percurso de leitura a ser seguido. Todas as letras estão em caixa alta e o tamanho do corpo da tipografia é grande e possui boa legibilidade mesmo a distância. A segunda tipografia se encontra inscrita no trapézio sobre a sanfona, não possui serifas e seus caracteres possuem bordas retas e duras, que estão em caixa alta. A terceira tipografia se encontra em dois tamanhos e cores diferentes, presente no título da cidade, em preto em baixo do nome da cidade, e no ano da edição da festa, ainda mais em baixo. A tipografia

apresenta pouco peso visual, com seus caracteres pouco espessos, está em caixa alta, possui características bastante geométricas e não apresenta serifas. Encontra-se em preto no título da cidade e em branco no ano da edição.

- d) Imagem:** Quanto à imagem, três elementos caracterizam a identidade desta edição, sendo eles as bandeirinhas, o balão e a sanfona. As imagens utilizadas nesta composição são a mesma sanfona desde 2010 e o mesmo arranjo de bandeirinhas e balão de 2014. A caráter da composição é simples e básico, de modo a comunicar suas informações de modo direto. Vemos como de costume uma base de cor chapada, com dois ou três elementos de caracterizam a festa, o slogan da festa e o nome da cidade. Porém neste ano foi trabalho o azul ao invés do vermelho das edições anteriores, mesmo se tratando da mesma gestão da prefeitura desde 2009.

Edição 2017 (Caruaru, Cultural, O maior e melhor São João do mundo – Somos todos São João)



Figura 24: São João em 2017

Fonte: <https://www.alagoas24horas.com.br/1064618/sao-joao-de-caruaru-comeca-com-festa-em-seis-polos/>

- a) **Forma:** Quanto à forma, aparecem na composição quatro triângulos, que formam um balão junino, um círculo e um retângulo, que servem como fundo para destacar as informações textuais que o cartaz comunica. Aparecem também estrelas de cinco pontas e outras formas circulares, remetendo a flores e estrelas, estando espalhadas pelo lado direito da composição. A disposição de tais elementos forma uma espécie de malha ou padronagem.
- b) **Cor:** Quanto à cor, a composição é formada por cores bem saturadas e de tonalidade clara, garantindo um aspecto bastante iluminado e quente ao cartaz. O verde é predominante na composição, aparecendo ao fundo e na marca da festa, ao lado esquerdo. Em seguida a cor de destaque é o amarelo, aparecendo nos vestidos das matutas, na marca e no fundo do círculo, a direita. A presença de preto, nas tipografias e nas bordas dos triângulos, e de branco, também na tipografia e no retângulo, sendo pontos onde há um forte contraste com os elementos próximos e ao fundo, no caso do círculo e do texto “SOMOS TODOS SÃO JOÃO”, e pouco contraste prejudicando a legibilidade da tipografia, no caso do slogan “O MAIOR E MELHOR SÃO JOÃO DO MUNDO”. Aparece também, marrom, na tipografia dentro do círculo, e roxo, azul, vermelho e laranja, em pequena quantidade, nos detalhes dos vestidos das matutas e na roupa e chapéu dos matutos. As cores utilizadas na marca desta edição, separam o nome “CARUARU” em suas sílabas, cada uma com uma cor diferente, correspondente à uma das quatro partes que compõe o balão junino.
- c) **Tipografia:** Quanto à tipografia, se encontra em caixa alta, com exceção à linha que está dentro do retângulo branco. Ao todo a composição possui quatro tipografias diferentes entre si. Percebemos na marca, que é composta pelo nome da cidade, título, slogan e ícone, duas tipografias distintas. A primeira que aparece nas três primeiras linhas, que compõe o nome da cidade, e na quarta linha onde fica o título, possui caráter geométrico nos seus caracteres, em

destaque o A, que é um triângulo isósceles e o O que é um círculo seccionado. Esta tipografia também apresenta espessura grossa e grande peso visual, assim como secções no corpo dos seus caracteres, dando um aspecto de tipografia aplicada com a técnica de stencil, detalhe presente nas letras C, A, L e T. A segunda tipografia presente na marca se encontra nas últimas quatro linhas que compõe o slogan da edição, não apresenta serifa, possui espessura mediana e também caráter geométrico. Sobre as duas outras tipografias podemos perceber as seguintes características: primeiro a tipografia inscrita dentro do círculo, presente nas quatro linhas de texto, tendo nas duas primeiras uma espessura mediana em comparação a espessura grossa das duas últimas, não possui serifas e seus caracteres possuem a altura de x maior que o comum, dando um aspecto de alongamento vertical nas letras, outro detalhe é o espaçamento entre os caracteres das duas primeiras linhas, que é bastante estreito, agregando um caráter condensado à tipografia; em seguida a tipografia inscrita no retângulo branco, também não apresenta serifas e pelo desenho da letra “g” podemos afirmar que se trata de uma tipografia humanista, pois tenta replicar formas em que poderiam ser executadas à mão. O que difere as duas últimas tipografias citadas é o desenho da letra P, presente nas palavras “Pouquinho” em cima, e “PDF” em baixo, ambas em caixa alta, porém apresentam alturade x diferente entre si.

d) Imagem: Quanto à imagem, percebemos três categorias de representações. A primeira são as estrelas, que sem a companhia de outras menções à noite estrelada de São João, como outros elementos ou cores escuras, dão a sensação de destoar do resto da composição. Em segundo temos os balões juninos, possuindo dois desenhos distintos, um na marca da edição e o outro na padronagem. O balão da marca é composto de formas que estão soltas entre si, seguindo a proposta da tipografia seccionada, porém a rabiola do balão é curta, em comparação a outra representação de balão presente na composição, e se mistura quanto ao desenho ao fundo,

confundindo ao saber se são traços da rabiola ou do encaixe das mãos dos matutos. E por fim temos os matutos, que de uma vista superior, percebemos que eles estão dançando quadrilha, os homens com a mesma posição de braços e pernas, e as mulheres variando quanto a forma e cor dos seus vestidos. Em relação ao posicionamento dos matutos em destaque, poderia-se ter levado em consideração a legibilidade dos elementos sobrepostos, como no caso do balão que se confunde com as mãos e a tipografia branca que sobreposta à uma cor clara dificulta a leitura. Quem assina a identidade visual desta edição é o designer e estilista Ronaldo Fraga (RAFAEL, 2017).

Edição 2018 (Caruaru – #somostodosãojoão)



Figura 25: São João em 2018

Fonte: <https://sambrasil.net/turismoecultura/2018/06/04/caruaru-comecou-o-maior-sao-joao-do-mundo/>

- a) **Forma:** Quanto à forma, a estrutura possui dois pilares, em formato de paralelepípedo, e um arco que liga um ao outro. O arco não se posiciona de forma convencional, sobre as partes mais altas dos sólidos, encontrando-se um pouco mais a baixo que o comum. Aparecem também, no arco da estrutura, formas circulares, que representam os fogos de artifício e quatro formas em X, representando casais de matutos dançando juntos.
- b) **Cor:** Quanto à cor, o que predomina a estrutura é azul, que em conjunto com os fogos de artifício, representa a noite de São João. Também aparece Roxo, Vermelho, Verde, Laranja e Amarelo nos fogos de artifício, tanto nos pilares quanto no arco, dando a composição uma harmonia assonante. A sobreposição dos casais de matutos dançando, sobre o fundo em que estão os fogos de artifício, faz com que as cores se confundam, diminuindo bastante a legibilidade de suas formas. O nome da cidade é dividido por cores, tal como se soletram suas silabadas, em quatro partes, sendo suas cores Azul, Verde, Laranja e Amarelo. É importante destacar que as cores utilizadas na marca desta edição da festa diferem das cores utilizadas na edição passada. A marca da festa que se encontra na parte superior de ambos os pilares segue o mesmo esquema cromático que o nome da festa sobre o arco. Os dois matutos em destaque, trazem em suas vestimentas, Vermelho e Azul no caso do homem, e Amarelo e Magenta, no caso da mulher.
- c) **Tipografia:** Quanto à tipografia, aparecem três conjuntos de texto, o primeiro são as primeiras quatro linhas nos pilares, o segundo é a marca da edição que segue as características estabelecidas na edição passada e o terceiro é o letrero que se encontra centralizado, sobre o arco, com o nome da cidade. As tipografias do primeiro e segundo conjunto possuem um corpo muito pequeno para uma boa legibilidade. No caso do primeiro conjunto é impossível ler o que se encontra escrito, e no caso do segundo, é possível apenas ler a tipografia com o corpo maior entre as outras que compõem a marca, nela lemos “CARUARU 2018”, nela se repete a marca da edição passada, exceto

pelo ano da edição da festa que aqui se faz presente. Por fim, temos o letreiro com o nome da cidade, que apresenta a mesma tipografia utilizada na marca da edição passada.

d) Imagem: Quanto à imagem, a composição traz um formato diferente, dos anos anteriores, em sua estrutura. Percebemos duas zonas de foco quanto ao ritmo das informações apresentadas: A zona externa, formada pelos dois pilares, é calma e objetiva, possuindo predominância de uma tonalidade fria e bom contraste com as tipografias e marcas sobrepostas a si. Ornamentada por apenas alguns fogos de artifício e um matuto em destaque, que dão movimento à zona. A zona interna, formada pelo centro da composição, onde encontramos a maioria dos fogos de artifícios e os casais dançando, é agitada e frenética quanto ao uso de suas cores e formas, que acabam por se misturar e confundir, formando uma grande massa difusa de elementos ilegíveis, precisando que se pare um tempo para que se entenda o que está acontecendo. Tal recurso não favorece o letreiro com o nome da cidade, muito menos o espírito junino da festa, que é uma festa noturna com estrutura mais tranquila. Em uma leitura rápida, parece uma proposta mais adequada à fruição febril presente no carnaval. Nesta edição a proposta de identidade visual da festa é reutilizada da edição anterior, ambas assinadas por Ronaldo Fraga, criando um vínculo entre as edições. Os matutos se apresentam aqui de perfil, ao invés da vista superior utilizada na edição anterior. Quanto às informações textuais, a escolha foi deixar a marca dos patrocinadores apenas no pilar esquerdo ao invés de repeti-las no direito, fato que acontece com a marca da festa.

Edição 2019 (Caruaru – O maior e melhor São João do mundo)



Figura 26: São João em 2019

Fonte: <https://www.metropoles.com/entretenimento/caruaru-milho-assado-e-danca-na-maior-festa-de-sao-joao-do-mundo>

- a) **Forma:** Quanto à forma, a estrutura é a mesma que a da edição anterior, com exceção da parte que liga ambos os pilares, que neste ano é reta ao invés do arco da edição passada. Aparecem estrelas de cinco pontas, sobre formas arredondadas que se remetem a nuvens, na parte central da estrutura.
- b) **Cor:** Quanto à cor, aparecem quatro cores na composição, são elas Verde, Vermelho, Amarelo e Azul. Também aparecem figuras feitas em xilogravura, em Preto e Branco, como tradição. Branco também foi utilizado nas marcas e informações textuais presente nos dois pilares, em contraste com o verde para uma melhor legibilidade, respeitando também a harmonia de cores da composição. Nos pilares encontramos Verde nas suas faces frontais e Vermelho nas laterais. No centro da composição aparece Azul, em tons diferentes de acordo com cada uma das camadas da noite junina e Amarelo nas estrelas. No letreiro, o nome da cidade está dividido em três

parte, temos Vermelho em “CA”, Amarelo em “RUA” e Verde em “RU”, a divisão do nome, este ano, não segue a divisão silábica dos anos anteriores, possibilitando assim o uso de uma paleta mais básica, pois necessita de menos cores.

- c) Tipografia:** Quanto à tipografia, novamente temos informações em corpo tipográfico muito reduzido, impossibilitando a sua leitura. A única tipografia que se é possível ler é a do nome da cidade que apresenta as mesmas características das festas anteriores, afinal trata-se da mesma gestão desde 2017, portanto há uma preocupação com continuidade da marca da festa ao longo dos anos, sem que haja muitas alterações.
- d) Imagem:** Quanto à imagem, esta edição apresenta um caráter mais sóbrio e básico quanto a quantidade de elementos e cores presentes. Com grandes blocos de cor chapada, toda a composição segue a estética simples dos desenhos xilográficos do mestre J. Borges, que aparecem na estrutura e é quem assina a identidade visual desta edição da festa. (RAFAEL, 2019) Aparecem quatro xilogravuras na estrutura, que ocupam metade da altura dos pilares, e aparecem da esquerda pra direita, na face frontal um tocador de zabumba, na face interna, um casal dançando forró segurando copos sobre a cabeça, na outra face interna, outro casal na mesma posição, e na face frontal um tocador de triângulos. Também aparece nos pilares, bordas pretas com losangos amarelos, emoldurando cada uma das faces como uma única chapa de madeira, utilizada no processo de impressão das xilogravuras. A proposta da estrutura é homenagear a noite junina, pois a parte central é o céu estrelado e as figuras que aparecem dizem respeito a um forró, seus músicos e o público que dança agarradinho. As informações quanto a marca da festa e dos patrocinadores aparece, de forma espelhada, na parte superior de cada pilar.

4.3 Diretrizes Orientadoras para o Projeto

Compilação dos elementos mais significativos da análise para obtenção das diretrizes visuais para o projeto:				
Elementos visuais X Edição festa junina	FORMA	COR	TIPOGRAFIA	IMAGEM
1993	Quadrada; Retangular; Semicircular;	Amarelo; Branco; Azul; Vermelho;	Feita à mão Arredondada;	Gradil; Sanfona;
1998	Circular; Retangular;	Amarelo; Branco; Marrom; Vermelho;	Geométrica;	Balão; Bandeirinha; Fogueira; Lua;
1999	Arco; Retangular; Semicircular;	Amarelo; Cinza; Laranja; Preto; Vermelho; Rosa; Verde; Roxo;	Geométrica;	Bandeirinha; Lua;
2001	Retangular; Triangular;	Amarelo; Azul; Vermelho;	Caligráfica; Sem Serifa Bold;	Balão; Casa;
2002	Retangular;	Amarelo; Azul; Laranja;	Sem serifa Contraste; Sem serifa Light;	Bandeirinha;
2005	Retangular; Semicircular;	Amarelo; Marrom; Preto; Laranja; Rosa; Verde; Azul; Vermelho;	Sem Serifa Bold;	Balão; Bandeirinha; Estrela; Sanfoneiro;
2008	Arco; Ondulado; Retangular; Triangular;	Amarelo; Marrom; Cinza; Verde; Laranja; Vermelho; Azul;	Sem serifa Bold;	Balão; Sanfoneiro;
2009	Retangular;	Branco; Vermelho; Azul; Preto;	Sem serifa Bold; Sem serifa Recortada;	Bandeirinha; Sanfona;
2010	Semicircular; Retangular; Orgânica;	Amarelo; Vermelho; Preto; Marrom; Azul; Verde; Laranja;	Feita à mão Bold; Caligráfica;	Matutos; Retalhos; Xadrez; Sanfona;
2011	Retangular; Semicircular;	Laranja; Azul; Branco; Amarelo;	Sem serifa Arredondada;	Estrela; Lua; Sanfona;
2012	Retangular; Semicircular; Arabesco;	Vermelho; Branco; Azul; Marrom; Laranja;	Sem serifa Arredondada;	Bandeirinha; Chapéu de couro; Couro; Jeans; Sanfona; Xadrez;

2013	Retangular; Semicircular; Arabesco;	Vermelho; Azul; Branco;	Sem serifa Arredondada Bold; Sem serifa Arredondada Light;	Sanfona;
2014	Retangular; Semicircular;	Vermelho; Branco; Amarelo; Azul; Verde;	Sem serifa Quadrada Bold; Sem serifa Recortada Bold	Balão; Bandeirinha; Sanfona;
2015	Retangular; Semicircular;	Vermelho; Branco; Azul; Amarelo; Verde;	Sem serifa Arredondada Bold; Caligráfica Light; Serifada;	Bandeirinha; Pisca-pisca; Retalhos; Sanfona;
2016	Retangular; Semicircular;	Azul; Vermelho; Branco; Marrom; Preto; Verde	Feita à mão Bold; Sem serifa Quadrada Bold; Sem serifa Regular;	Balão; Bandeirinha; Sanfona;
2017	Circular; Malha; Triangular; Diagonal; Retangular;	Verde; Amarelo; Azul; Rosa; Branco; Vermelho; Preto;	Geométrica Stencil; Sem serifa Regular; Sem serifa Bold;	Balão; Estrela; Matutos;
2018	Retangular; Arco; Diagonal;	Azul; Vermelho; Amarelo; Verde; Rosa; Roxo; Laranja;	Geométrica Stencil;	Fogos de artifício; Matutos;
2019	Retangular; Arco; Orgânica;	Verde; Vermelho; Azul; Amarelo; Preto; Branco;	Geométrica Stencil;	Estrela; Matutos; Trio de forró;
Compilação dos elementos significativos:	Quadrada; Retangular; Semicircular; Circular; Arco; Triangular; Ondulado; Arabesco; Malha; Diagonal; Orgânica;	Azul; Branco; Vermelho; Amarelo; Marrom; Cinza; Laranja; Preto; Rosa; Verde; Roxo;	Feita à mão Arredondada; Geométrica; Caligráfica; Sem serifa Bold; Sem serifa Contraste; Sem serifa light; Sem serifa Recortada; Feita à mão Bold; Sem serifa Arredondada; Sem serifa Arredondada Bold; Sem serifa Arredondada Light; Sem serifa Quadrada Bold;	Gradil; Sanfona; Balão; Bandeirinha; Fogueira; Lua; Casa; Estrela; Sanfoneiro; Matutos; Retalhos; Xadrez; Chapéu de couro; Jeans; pisca- pisca; Trio de forró;

			Sem serifa Recortada Bold; Geométrica stencil; Sem serifa Regular;	
--	--	--	---	--

Este foi o resultado da aparição dos elementos gráficos de cada uma das edições analisadas, sua recorrência e pôr fim a compilação do espectro daquilo que foi trabalho em todas as edições até a última. E segundo a análise podemos fazer algumas observações quanto ao espírito junino caruaruense. Em um primeiro momento, podemos dividir o grande grupo das 18 edições em três grupos menores, em ordem de aparição eles são o primeiro grupo que vai de 1993 até 2008, caracterizado pelo uso de elementos mais simples, o segundo grupo que vai de 2009 até 2016, caracterizado por trabalhar em cima da marca “*Caruaru, a Capital do Forró*” e o terceiro grupo que vai de 2017 até 2019, caracterizado por uma identidade visual mais padronizada com novos elementos e abordagens mais dinâmicas.

Já no primeiro registro, ainda em 1993, aparece a marca que será trabalhada mais à frente de forma exaustiva, Caruaru, a Capital do Forró. A composição é bem direta quanto a sua mensagem, aparece o nome da cidade, o título que ela recebe como capital e uma sanfona num formato bastante interessante, um objeto com volume e transparência suficiente para que seja iluminada de dentro para fora. Aqui falamos de um portal que se localiza em frente a coletoria, local próximo de onde geralmente fica o portal nas edições posteriores. Nos anos de 1998 e 1999 são utilizadas tipografias geométricas que remetem a Art Decó, com seu grande peso visual e alto contraste, nestas edições é trabalhada a ideia da noite junina, com a aparição de formas circulares que fazem referência a lua.

Aqui é importante pontuar o caso da reforma da catedral de Nossa Senhora das Dores, localizada na Avenida Rio Branco, demolida em 1964 e reconstruída em 1973. (LIMA, 2016) A igreja fazia parte do projeto arquitetônico juntamente com o Palácio do Bispo, que fica vizinho a catedral, ambos apresentavam um estilo barroco. Entre os motivos que levaram a demolição, estava uma falha na estrutura de uma das torres, uma rachadura, que veio a condenar toda estrutura.



Figura 27: Antiga catedral de Nossa Senhora das Dores

Fonte: Tv Asa Branca

A nova catedral é bastante diferente da antiga, possui forma bastante geométrica e linhas retas se mostram base da estrutura triangular em que se apresenta. A torre do sino é longa e fina, com formas pontiagudas na parte superior.



Figura 28: Nova catedral de Nossa Senhora das dores

Fonte: Cecília Moraes / G1 Caruaru

Esse é um exemplo de prédio público que segue o estilo Art Déco na paisagem urbana da cidade.

Em 2009 e 2010 temos dois pontos importantes dentro da cronologia

da festa. Primeiro aparece a estrutura do portal que ficará de pé, servindo apenas de suporte para a identidade da festa durante sete anos, em 2009, e em seguida aparece em 2010 a imagem da sanfona que será a mesma utilizada até 2016, com exceção da edição de 2011. Sendo assim, a estrutura, a sanfona e a cor vermelha se repetem durante este intervalo de tempo, estabelecendo um padrão entre as edições.

Elementos como tipografia e imagens identitárias, tais como balões e bandeirinhas que aparecem em algumas edições, variam de edição para edição a depender da mensagem que se quer passar. Também varia a aparição do título da festa, "*Caruaru, a Capital do Forró*" e o slogan "*Maior e melhor São João do mundo*". Neste segundo grupo, é importante também citar duas edições em especial, a de 2012 pelo seu tema ser diferente das demais, a homenagem ao centenário de Luiz Gonzaga, trazendo assim o chapéu de couro a composição, e a edição de 2016 que contraria as suas antecessoras e se utiliza do azul como cor de base da estrutura, diferenciando-se assim das demais e marcando assim a transição entre gestões da prefeitura, que desde 2009 era a mesma.

Em seguida temos o terceiro grupo de identidades visuais, as edições de 2017 até 2019, onde existe uma intenção clara de se estabelecer uma identidade padronizada que perdure entre as edições seguintes. Aqui foi estabelecido uma tipografia específica para a marca do São João, assim como sua paleta de cores e ícone, o balão junino. As edições de 2017 e 2018 foram assinadas pelo estilista e designer Ronaldo Fraga e tratam do mesmo conceito, as quadrilhas juninas que são características dos festejos de junho. (RAFAEL, 2017) O ano de 2019 segue com a mesma marca já estabelecida e trabalhada nas duas edições anteriores, mas se utiliza de outros elementos identitários, desta vez é trabalhada a arte de xilogravuras do mestre J. Borges. (RAFAEL, 2019)

De todas as observações levantadas ao longo da análise foram estabelecidas algumas diretrizes para trabalhar na proposta de identidade deste trabalho de conclusão de curso. Devido ao impacto histórico e de memória da cidade de Caruaru foi definido que a identidade de 2022 deveria conter aspectos de Art déco, remetendo-se as edições mais antigas onde a

festa era mais descentralizada e possuía caráter mais popular e a arquitetura constituinte da cidade que já foi mencionada anteriormente.

A abordagem a ser utilizada no projeto proposto por este trabalho é de uma retomada da festa de forma mais humanizada e mais tradicional possível, já que se passaram duas edições em que a festa não pode ser realizada devido a pandemia do Covid-19. Se mostrando assim uma oportunidade de trabalhar outras facetas da festa para além do título *Capital do Forró*.

Quanto a solução cromática foi estabelecida uma paleta de cores considerando a recorrência das mais utilizadas e será trabalhado uma harmonia entre elas que atenda às necessidades do conceito.

5. RESULTADOS

5.1 Projeto de Design Identidade Visual

Para realizar o projeto da proposta de identidade visual para o São João de 2022 foi utilizada uma adaptação de duas metodologias de projetos, uma proposta por Rezende (1979) e outra por Wheeler (2018). Dividida em três grandes etapas, a metodologia elaborada para este projeto em questão contempla as partes projetuais principais dos dois autores e sintetiza seu escopo às necessidades aqui encontradas. Aqui se compreende as necessidades básicas de entendimento do problema a ser resolvido pela metodologia, realizado por meio de pesquisas, análises e o Briefing. Em seguida o desenvolvimento das soluções visuais a serem proposta devidamente embasadas nos resultados obtidos na etapa de entendimento do problema. E uma última etapa de finalização do projeto, onde são realizadas as diversas aplicações da linguagem visual desenvolvida e é feita a apresentação formal da proposta.

Fizeram parte do projeto os resultados obtidos na etapa anterior de análise das dezoito identidades visuais aqui selecionadas. Assim como a ocorrência de elementos gráficos, cores e conceito proposto. É importante ter esse material a ser avaliado durante a etapa de definição de diretrizes para que o projeto se encaminhe de uma forma que haja consideração do que já foi feito antes. Isso previne que a identidade proposta seja, por acidente, igual as outras já realizadas, ou até mesmo completamente destoante dos limites estabelecidos das possibilidades de abordagem estabelecidos ao longo das várias edições da festa.

Pesquisa e Entendimento do Problema

Nesta etapa introdutória do projeto são levantados dados e informações sobre as características do problema a ser resolvido. No nosso caso o problema é

desenvolver uma identidade visual que contemple a possível edição de 2022 do São João de Caruaru. Esta edição em específico, se assim a houver, será

uma edição histórica, pois marcará a primeira realização da festa após ser cancelada por dois anos consecutivos devido as novas normas sanitárias estabelecidas para conter a propagação da pandemia de Covid-19 que se iniciou em março de 2020. Outro detalhe importante é que esta será a quarta edição da festa a possuir uma identidade visual oficial estabelecida e desenvolvida segundo métodos clássicos de design, com características tais como padronização de tipografias, estabelecimento de logo e aplicações diversas contendo a o arranjo visual oficial.

Aqui se faz necessário entender qual a demanda que a situação apresenta. A festa de São João é um evento de grandes proporções, onde milhões de pessoas participam dos festejos juninos que acontecem em vários dos polos propostos pela prefeitura. Portanto a identidade visual deve ser simples e de fácil compreensão por parte do público, afinal o perfil de quem frequenta a festa varia bastante. Porém ao que se diz respeito ao público, podemos separá-los em duas grandes categorias, aqueles que moram em Caruaru ou nas regiões circunvizinhas, ao qual entendemos por *matutos* assim chamados os que participam dos festejos juninos, pois estes estão em contato com a festa a vários anos e já conhecem bem como ela se apresenta. Seria esse o nosso público especialista. E em seguida temos o segundo grupo, que seria o dos *turistas*, aqueles que viajaram até Caruaru para conhecer a festa e estão em contato com ela pela primeira ou talvez segunda vez. Este público, por costume, não possui grande repertório cultural e visual acerca dos movimentos que acontecem durante a festa.

Então sabemos com isso de que é necessária uma identidade de fácil acesso ao público, que contemple ambos os níveis de repertório visual, no sentido de representar a cultura local, mas que não a transforme em um clichê sem personalidade. Ao passo que compreendemos a demanda inicial, partimos para o desenvolvimento de um *briefing*, documento este que sintetiza o escopo do projeto e o que será necessário ser entregue na etapa de apresentação. Aqui procura-se entender de uma forma mais ampla quais as particularidades que esse projeto precisa resolver. Além dos tipos de público sabemos também que o São João de Caruaru é conhecido em todo o território nacional como uma das maiores festas juninas do Nordeste e que já é uma tradição estabelecida a realização desta poressas bandas.

São João de Caruaru 2022
Briefing de Marca

Conceito
Uma noite de Junho

Propósito Principal:
Nós existimos para ...
Celebrar a Cultura do Nordeste

Atributos:
Nós Somos ...

Tradição
A festa é realizada desde a década de 70*

Forró
Caruaru leva o título de Capital do Forró com 30 dias de festa

Fogo
Festeja a noite junina com suas formas e cores dos fogos de artifícios e com o calor da fogueira

Milho
12 milhões de espigas de milho vendidas em 2018 pelo Ceasa - PE**

Quadrilhas
Dança coletiva bailada em pares em homenagem aos três santos juninos

Santos
13, 24 e 29 de junho dia de Santo Antônio, João Batista e Pedro

Público Alvo Primário



Matutos
Para eles o São João já faz parte do calendário. Sempre ficam de olho nas atrações de cada ano. São residentes da própria Caruaru ou região. Comemoram os dia de santo fazendo uma fogueira e reunindo a família para um arraial.

Valor Percebido
O São João é uma época de reunir a família em volta da fogueira e soltar fogos com as crianças, e mais tarde ir forrozar no pálio do forró.

Público Alvo Secundário



Turistas
Souberam de Caruaru pela fama que a cidade tem. Vieram não só para conhecer Caruaru, como também vivenciar o ciclo junino. Se aventuram nas comidas típicas da região. E se impressionam com as cores e passos das quadrilhas.

Valor Percebido
O São João é a celebração da cultura nordestina tradicional, se exaltam as comidas, as danças, as cores, e o forró, que é muito contagiante.



Posicionamento: O que nos torna diferente?
Somos a capital do forró, responsável por realizar a tradicional maior e melhor festa junina de todo o Brasil. Somos o centro cultural e turístico dos festejos juninos do estado de Pernambuco. E movimentamos sozinhos 54,83% da receita turística de todo o estado em 2018.***

Fontes: * Juizhe Nascimento do G1 Caruaru ** Eduardo Barbosa da Folha de Pernambuco *** Eduardo Barbosa da Folha de Pernambuco

Figura 29: Briefing da proposta de Marca

Fonte: Autoria Própria

Aqui foi realizada uma proposta de briefing baseada no exemplo dada por Wheeler (2018) em seu livro. Aqui se apresentam algumas partes fundamentais para a etapa de entendimento do problema, como o **conceito** primário, do qual se estabelecerá ao longo de todo o projeto ou poderá sofrer mudanças na etapa de desenvolvimento, o **propósito principal** da festa, seu motivo de existir; os **atributos** que definem as características fundamentais que dão significado a festa, o **público alvo** primário e secundário, e o **posicionamento** que a festa toma, o que a difere de sua concorrente direta em Campina Grande na Paraíba.

Para além do *briefing*, precisamos de uma referência visual de como a festa era realizada em edições passadas para podermos nos situar melhor em quais são as possibilidades a serem trabalhadas nesse projeto. Com essa abordagem honramos o legado da festa ao mesmo tempo que observamos quais elementos já foram trabalhados e o que pode ser

resgatado das estratégias utilizadas anteriormente. Esta etapa de pesquisa e definição das diretrizes foi realizada no capítulo anterior de desenvolvimento de forma mais completa, porém se faz necessário um pequeno resumo neste momento. As diretrizes definidas foi a intenção de se utilizar das edições mais antigas da festa, as edições de 1998 e 1999, e trabalhar a mesma ideia tipográfica utilizada nelas, formas mais geométricas que remetam ao movimento de Art Déco que se faz presente em vários prédios públicos da cidade. Ainda de referência a essas edições, foi aproveitado o conceito de noite junina e suas formas circulares em que se remetem à lua. De forma excludente, foi considerado que nesta edição de retomada pós-Covid, não seria abordado o título da cidade de *Capital do Forró* pelo uso recorrente ao longo das edições mais antigas, que não as últimas. Também foi descartado o slogan de *maior e melhor São João do mundo* pelo mesmo motivo.

A intenção central por trás do projeto era tornar a mensagem do São João mais alinhada com as características específicas da Cidade de Caruaru e com as competências de uma marca simples e versátil, de modo a diferenciar a festa daqui das outras festas que acontecem em outras localidades. O objetivo é comunicar esse caráter histórico da lembrança das edições mais antigas e de um recorte no tempo onde certos elementos foram abordados em menor número ao longo das edições da festa.

Por fim, ainda nesta etapa, é realizado o levantamento de referenciais visuais que possam contribuir para a elaboração do universo imagético que será necessário na etapa de desenvolvimento logo mais a frente. Aqui foi realizado uma série de painéis semânticos de referência visual para o conceito do projeto. Aqui é o exemplo de um deles, realizado na plataforma *Pinterest*:

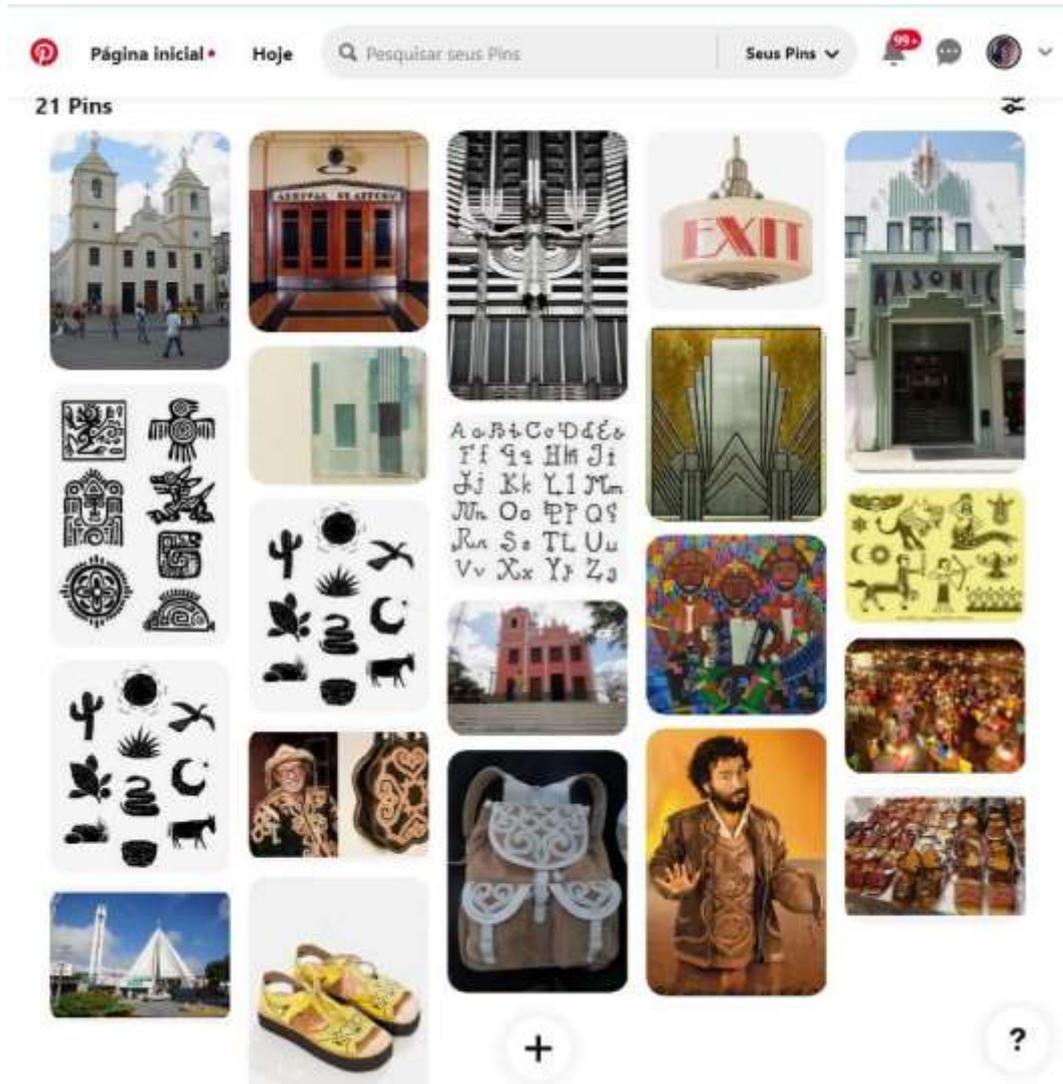


Figura 30: Painel semântico do projeto no Pinterest

Fonte: <https://br.pinterest.com/desycaus/s%C3%A3o-jo%C3%A3o-2022/estilo/>

O objetivo desta técnica é expandir os horizontes acerca das possíveis abordagens gráficas possíveis e se inspirar com projetos e elementos identitários utilizados em outros lugares. Neste caso foram feitos quatro painéis como esse apresentado aqui, cada um para um elemento específico da marca a ser desenvolvida, como a logo e as cores, por exemplo.

Com isso temos material o suficiente para avançar para a próxima etapa de *Desenvolvimento da Linguagem Visual*.

5.2 Desenvolvimento da Linguagem Visual

Aqui o projeto sai do âmbito teórico e vai ganhando cada vez mais um caráter prático, no que se inicia esta segunda etapa da metodologia. O primeiro passo aqui é realizar alguns mapas mentais com a técnica de *brainstorm*, começando assim o processo de estruturação visual das informações. Foram trabalhadas as características encontradas na etapa de pesquisa de modo a gerar conceitos mais concretos e condizentes com a história visual do São João. Os mapas mentais tem como objetivo criar conexões de conceitos e palavras-chave de uma forma visual produzindo assim um documento que, literalmente, mapeia as redes de relações entre as informações inseridas. É uma ótima ferramenta para se projetar, já que ela auxilia na descoberta de conceitos derivados de informações já conhecidas e incentiva as associações de significados e relações entre elementos que fazemos.

5.2.1 Mapas Mentais e Esboços

O foco do primeiro mapa mental era qual a mensagem que a identidade visual deveria comunicar, qual o conceito base que iria guiar as decisões acerca da comunicação desta edição da festa. Após tudo realizado até aqui, chegou-se na ideia de que esta possível edição do São João devia ser mais humanizada e centrada nas pessoas participam e fazem a festa. Esta edição marca a retomada do costume junino e também o retorno as interações sociais que a dois anos foram impedidas de acontecerem por causa do contexto pandêmico em que vivemos.

Portanto dizemos que a festa deveria ser *feita por pessoas e para pessoas*. O resultado é o seguinte:

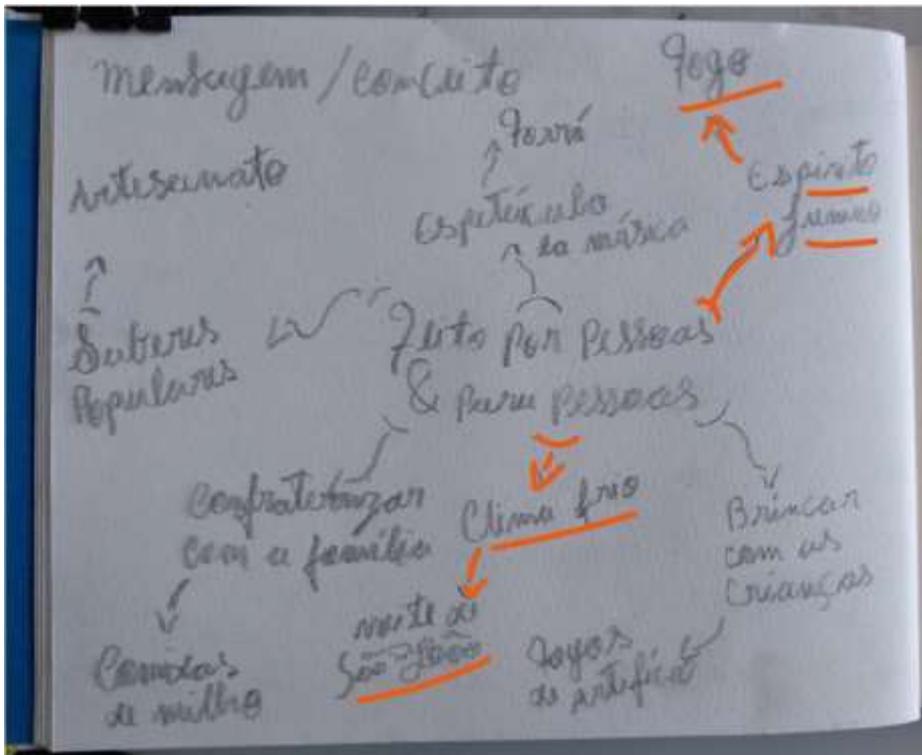


Figura 31: Mapa mental sobre a mensagem a ser comunicada

Fonte: Autoria própria

A partir da mensagem foram se encontrando os significados principais que montam o costume de comemorar o São João. Apareceram palavras como *confraternizar com a família* e *brincar com as crianças* que faz parte do caráter mais caseiro e individual da festa, limitado as famílias e familiares em volta das fogueiras. Também apareceram características fundamentais como *os saberes populares* e o *espetáculo da música* que é celebrada nesta época do ano. Foram destacados como elementos a serem explorados durante o desenvolvimento a ideia do *espírito junino* e a *noite de São João*. A noite é um elemento já explorado em outras identidades visuais, e define o tom de toda a festa, que é quase exclusivamente noturna e o culto ao fogo que está presente desde antes da assimilação pela igreja católica e a disseminação pelos portugueses dos costumes aqui no Brasil. Hoje cultuamos o fogo quando com ele realizamos toda a culinária típica da época junina, quando acendemos nossas fogueiras e nossos filhos brincam com os fogos de artifícios.

Em seguida era necessário definir qual a imagem que deveria ser

veiculada pela identidade visual a ser desenvolvida, para isso, foi feito mais um mapa mental:

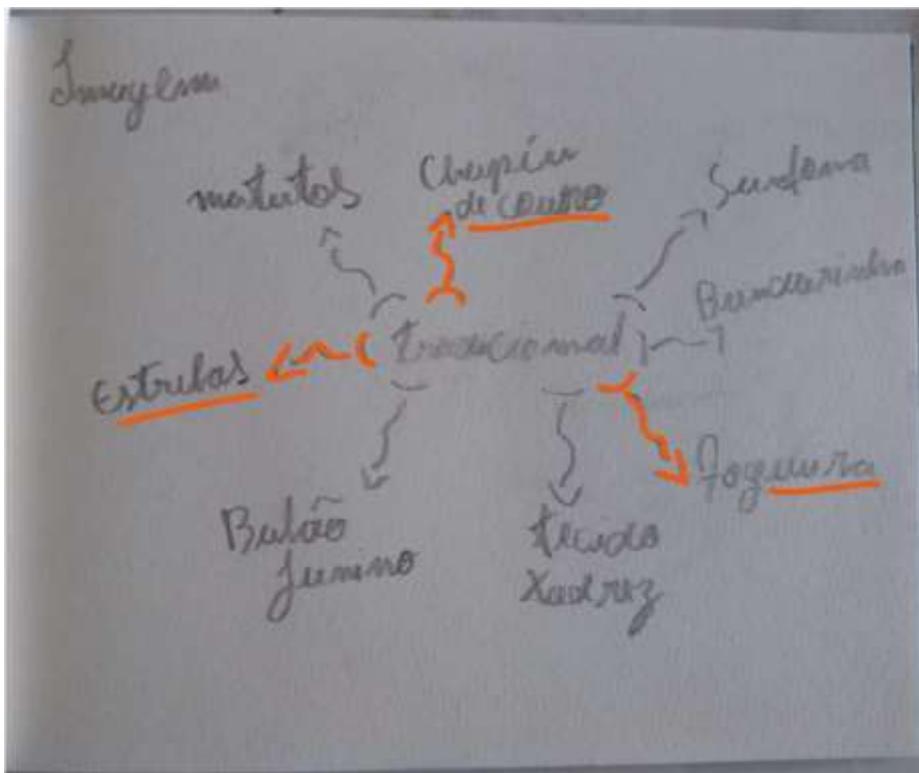


Figura 32: Mapa mental sobre a imagem a ser explorada

Fonte: Autoria própria

Os elementos destacados neste resultado são os mesmos encontrados na análise feita no capítulo de desenvolvimento deste trabalho. São eles os que se repetiram ao longo dos anos e que foram explorados dentro dos conceitos e mensagens propostos anteriormente. Foram selecionados três elementos levando em conta aqueles que foram já encaminhados pelo mapa mental anterior, sendo as estrelas referente a noite do São João e a fogueira ao Espírito Junino e o culto ao fogo. O chapéu de couro foi selecionado também por ter sido trabalhado poucas vezes ao longo das edições, sendo assim um elemento com algumas possibilidades novas de ser abordado.

Por fim, um último mapa mental foi realizado a ponto de explorar quais outras configurações poderiam ser pensadas como tema do São João de 2022. Quais eram possíveis de se atribuir a festa junina em Caruaru com outras linhas de pensamento, mas que ainda assim caracterizassem a festa

como genuinamente típica e caruaruense. Em seguida o resultado:

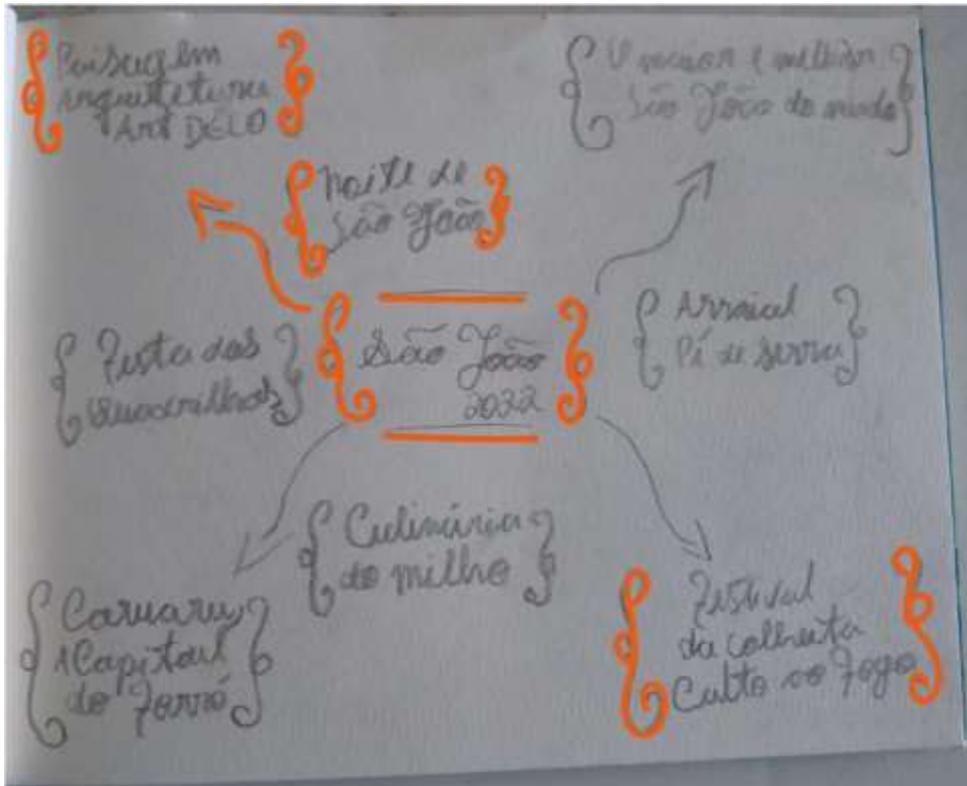


Figura 33: Mapa mental sobre o tema central do São João 2022

Fonte: Autoria própria

Aqui aparecem elementos em que a festa já se utilizou como principal característica identitária em outras edições, como *o maior e melhor São João do mundo*, *Caruaru, a capital do forró* e as *quadrilhas* que estampam as identidades de 2017 e 2018. Novamente foram selecionadas três abordagens que reforçam o conceito que vem sendo construído ao longo dos mapas mentais, com a noite de São João, a diretriz estabelecida anteriormente de se utilizar da estética de Art Déco presente na arquitetura histórica da cidade e uma nova proposta que foi abordada pelos mapas mentais que é a do culto ao fogo, esse elemento importante nos festejos, mas que não fora abordado de forma mais explícita.

Agora com os resultados encontrados com os mapas mentais, as informações levantadas pelo briefing e o acervo visual reunido pelos painéis semânticos, podemos começar os esboços, selecionar os elementos identitários que irão compor a marca e os testes de cores e tipografia que

fazem parte da linguagem visual a ser desenvolvida. Primeiro vamos aos esboços:

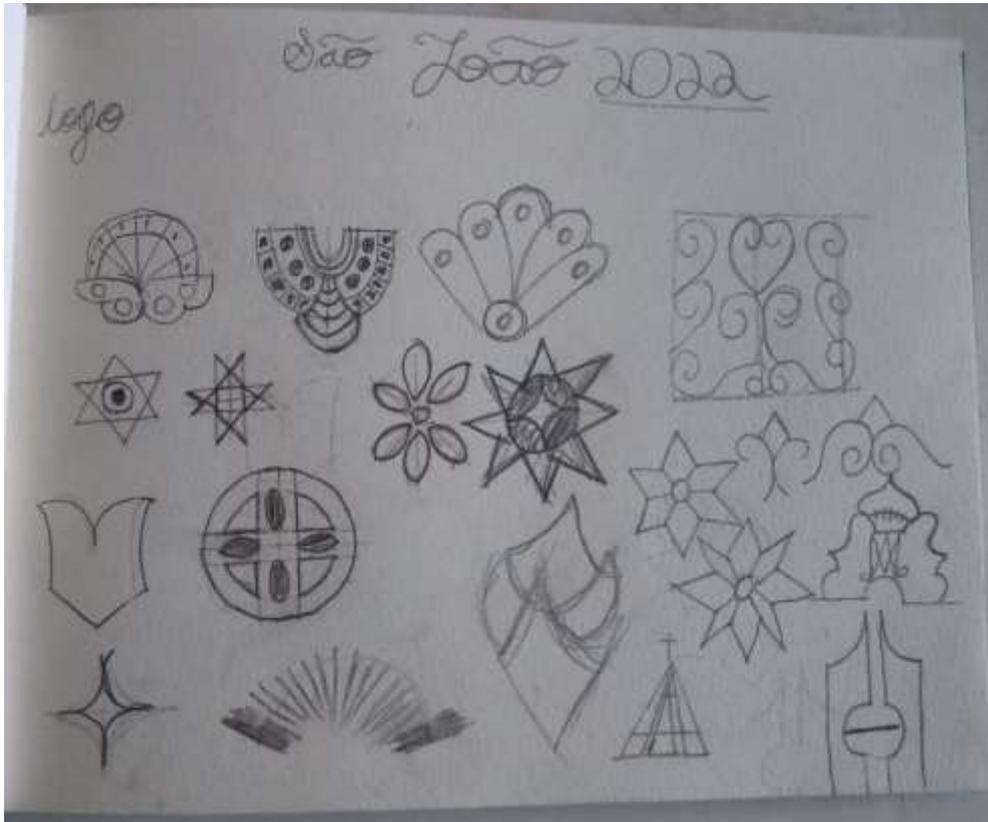


Figura 34: Esboços de elementos para compor a logo da marca

Fonte: Autoria própria

Como de costume em todas as edições anteriores, a marca do São João era composta por um nome, um slogan e um logo ou elemento gráfico que simbolizava aquela edição em especial. Portanto a decisão de projetar uma logo específica para o projeto se fez necessária. Esses esboços foram feitos a partir dos painéis semânticos criados na etapa de *pesquisa e entendimento do problema*. Aqui foram exploradas as formas presentes em chapéus de couros de cangaceiros e do rei do baião como estrelas, ornamentos de costura e elemento decorativos. Assim como parte da arquitetura em Art Déco presente na catedral de Nossa Senhora das Dores. Também foram exploradas formas mais simples como uma chama, reduções lineares de formas geométricas agrupadas e arabescos presente na Igreja de Nossa Senhora da Conceição, no marco zero de Caruaru. O objetivo aqui era

destacar as formas e configurações visuais para que assim pudessem ser selecionadas algumas delas para servirem como um ponto de partida no desenvolvimento da logo final.

Seguindo com a etapa de esboços e testes físicos feito no papel, foi estabelecido um parâmetro de tipografia ideal e duas paletas de cores, com harmonias que tivessem um bom contraste entre as cores e que comunicassem o conceito até aqui estabelecido. Lembrando que nessa etapa ainda são suposições afim de estruturar o projeto para que sejam refinados durante o processo de digitalização dos elementos e de escolha da família tipográfica. Assim se apresenta o resultado:

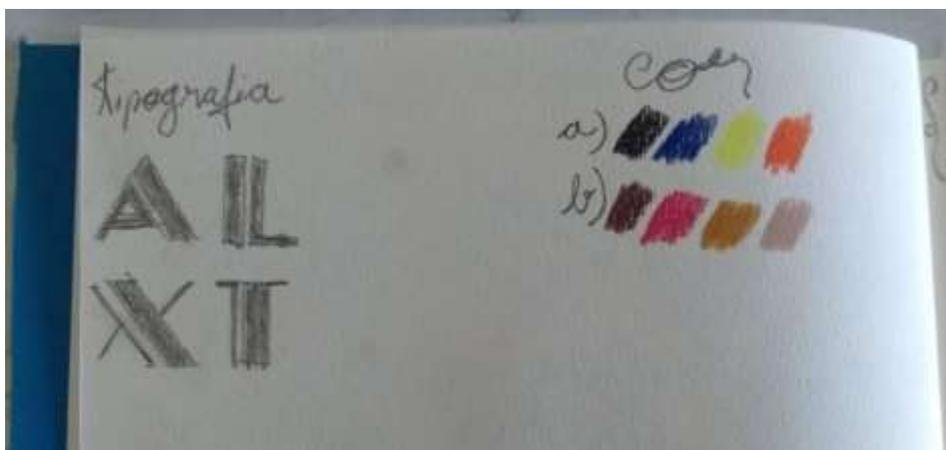


Figura 35: Esboço da forma tipográfica e da paleta de cores

Fonte: Autoria própria

Na tipografia é onde foi pensado a aplicação da estética Art Déco, com essas letras retas e com um grande contraste entre suas partes finas e grossas. Essa característica de grande peso visual atrelado a uma certa delicadeza na forma foi pensada no processo de esboço dessas letras. A intenção é encontrar, posteriormente na etapa de digitalização, famílias tipográficas que atendam esses requisitos ou propor uma tipografia desenhada especificamente para esse projeto.

Quanto as paletas de cores, foram levados em conta dois cenários propostos pelos conceitos desenvolvidos ao longo dos mapas mentais. Primeiramente o conceito da *noite junina* e os elementos que a compõe e em sequência o *fogo* que está presente de forma implícita em todo a festa.

Portanto foi proposta a paleta A) para o primeiro conceito, com suas cores escuras e azul representando o breu do céu, o amarelo com a luz da lua e das estrelas e o laranja como a chama das fogueiras. Em contraponto foi proposta, atrelada ao segundo conceito, a paleta B), onde são explorados dois tons de marrom com ênfase no vermelho para representaro fogo vivo do espirito junino. Uma composição com menos contraste entre cores, com um caráter mais sóbrio e neutro com apenas uma cor de destaque.

5.2.2 Propostas de Marcas

Uma vez esboçadas as ideias e feitas as primeiras decisões passamos para a parte de desenvolvimento do layout. A partir de agora foi usado o meio digital para a manipulação das imagens e formas de modo a acelerar o processo de composição. Com base nas características exploradas na etapa anterior de esboços, puderam ser feitas três propostas iniciais de configuração visual distintas para compor a linguagem visual da marca. Foram elas as seguintes:



Figura 36: Propostas de marca inicial

Fonte: Autoria própria

Aqui apresentadas temos três abordagens para os conceitos desenvolvidos e formas aprendidas com os processos de pesquisa e teste prévio com esboços. É importante pontuar que nenhuma das três marcas possuem slogans, devido a sintetização dos elementos que recorreram ao longo das edições. A ideia é comunicar a festa de forma direta e mais simples possível. Por isso aparece apenas composições com apenas o nome da cidade, o nome da festa e o ano em que ocorre. Outra característica comum entre as marcas é que elas foram pensadas levando em

consideração parâmetros modernistas, onde o uso de formas chapadas com grande contraste entre figura e fundo eram tidas como a melhor forma de se projetar. Foi desconsiderado o uso de marcas com sombras e texturas, pois para além da influência modernista, a marca do São João tem caráter multiplataforma, onde as formas mais simples se adequam melhor aos diversos suportes e composições possíveis.

A marca que aparece primeiro à esquerda, a proposta seria trabalhar apenas o conceito do fogo, onde o logo representa a chama de uma fogueira. A tipografia se ateuve as características de contraste entre partes finas e grossas, estabelecidas pela estética Art Déco, porém de forma sutil.

Em sequência temos a marca central, onde são trabalhados dois conceitos juntos, a noite junina e o fogo com o elemento do chapéu de couro. A logo não se apresenta à parte da tipografia, aqui elas compõem a marca de forma conjunta.

Temos três formas na composição, a primeira na parte superior, se apresenta em azul, uma forma circular que lembra a silhueta de um chapéu de couro, acessório característico da cultura nordestina, e em seguida temos as estrelas que estão inscritas na forma azul e as formas mais a baixo que representam duas chamas. Aqui a forma superior, ao mesmo tempo que representa o chapéu de couro com sua silhueta, remete ao céu junino, com as estrelas que estão sobrepostas a ela, a extremidade circular também faz menção a lua, como foi representada nas edições de 1998 e 1999. As formas inferiores são representações clássicas de chamas dispostas de forma simétrica na marca. A tipografia utilizada nesta marca segue o mesmo protocolo de referência ao contraste da Art Déco, porém o representa com mais clareza e se assemelha bastante as formas esboçadas anteriormente. É uma família tipográfica claramente Art Déco.

Por fim, temos a marca à direita, onde a proposta é bastante diferente das demais. Aqui é escolhida uma tipografia contrária a estética estabelecida, porém levando em consideração as tipografias que foram trabalhadas nas edições anteriores, sempre grossas e sem serifas. Aqui também a logo é parte integrada da marca, de forma que ela aparece emoldurando a tipografia que leva o nome da marca. Essas formas

circulares são comuns às costuras feitas nas peças de couro, inclusive os chapéus. As cores são utilizadas de forma bem direta, onde o azul da tipografia é para fazer menção ao céu junino e o marrom da costura ser a representação do couro.

5.2.3 Versões da Marca

Das três marcas iniciais concebidas, a que foi selecionada para ser refinada foi a marca central, por sua melhor adequação aos conceitos estabelecidos, assim como a estética de sua tipografia e paleta de cores proposta. É ela que foi desenvolvida a seguir:



Figura 37: Desenvolvimento das versões da marca até a marca final

Fonte: Autoria própria

O ponto de partida da construção desta marca foi a tipografia, já estava decidido que a iríamos usar, afinal ela transmitia a mesma ideia estética dos prédios históricos de Caruaru com seu ar Art Déco. E também funcionava bem como tipografia para títulos e marcas de acordo com seu contraste e formato das letras mais geométrico. Neste primeiro momento foi trabalhado o desenvolvimento em preto e branco afim de se perceber melhor as formas e os contrastes que a marca apresenta em cada uma de suas versões e evitando que cores influenciem essa primeira etapa

de construção. Na primeira versão da marca, aparecem os elementos organizados de forma ainda exploratória e experimental. Temos apenas o necessário para comunicar a mensagem estabelecida junto ao conceito, que é uma noite junina juntamente ao fogo presente na festa.

Portanto começa-se explorando o nome *Caruaru* em arco, sob as estrelas e uma forma que remete a lua cheia nascendo no horizonte, por detrás de outros objetos. Aqui o nome da cidade se destaca e os elementos que apresentam o conceito aparecem quase de modo ornamental. Na outra metade da marca temos *São João 2022* dispostos de maneira simples como título e subtítulo, cercados de três formas que representam as chamas do fogo junino. A intenção era destacar a tipografia e fazer com que os elementos gráficos ornamentassem a marca, porém ainda havia muito trabalho a ser feito.



Figura 38: Primeira versão da marca

Fonte: Autoria própria

Já na segunda versão, esta presente junto as outras propostas de abordagens que foram apresentadas anteriormente, a forma que representa a lua cresce e é refinada de modo a também representar o chapéu de couro, quase num movimento *gestaltiano*. As estrelas permanecem na mesma posição pois agora já fazem parte de dois sentidos, as estrelas no céu que acompanham a lua e as mesmas estrelas que estão dispostas em chapéus de couro, encontradas na mesma posição em que estas estão na marca. O nome *Caruaru* ainda possui destaque, porém agora ele está inscrito na forma lua/chapéu, criando uma interação mais forte entre as mensagens. Na parte

inferior a tipografia é diminuída de modo a se encaixar de forma agradável a parte superior, uma das chamas é descartada, deixando assim uma base reta na marca e as outras chamas que restaram se encaixam ao *São João 2022*. Aqui a marca já aparenta estar bem mais harmônica, porém o contraste das formas cria um destaque não intencional na parte superior da marca. Deixando as chamas quase que escanteadas dentro do arranjo.



Figura 39: Segunda versão da marca

Fonte: Autoria própria

Na terceira versão da marca, a parte superior permanece intacta e todas as alterações dizem respeito a parte que ainda estava destoante, a inferior. O recurso de inscrever a tipografia em uma forma é abordado e o ano da edição é diminuído de modo a destacar o nome *São João* nesta parte do arranjo. A forma criada para a parte inferior é a junção das duas chamas sobrepostas dispostas de modo a abraçar a forma lua/chapéu. Aqui o desequilíbrio nos contrastes é corrigido e as formas elaboradas apresentam uma boa interação entre si. O arranjo aparenta ser bastante harmônico, mas ainda não está finalizado. A um segundo olhar, as chamas sobrepostas perdem sua forma, prejudicando o seu entendimento. Precisamos de mais uma versão.



Figura 40: Terceira versão da marca

Fonte: Autoria própria

Na quarta versão são ajustados os tamanhos do nome *Caruaru*, as estrelas e a forma lua/chapéu de modo a dar mais espaço para a tipografia respirar, pois antes estava muito próxima das bordas da forma lua/chapéu. Melhorando a harmonia entre esses elementos. Na parte inferior foi proposta uma outra forma à esquerda para acompanhar a chama, pontiaguda fazendo menção à forma da chama. Assim a composição ganha um caráter assimétrico. O nome *São* é aumentado de modo a destaca-lo e *João* é disposto de modo concavo, criando uma harmonia entre a ele e *Caruaru* pois ambos estão escritos em curva. O *2022* sai da chama e aparece na parte externa da figura, seguindo o alinhamento concavo do nome *João*. Aqui a marca está praticamente finalizada, a disposição geral dos elementos é satisfatória e os conceitos podem ser percebidos de maneira clara. Porém é realizada mais uma etapa de refinamento da marca afim de explorar um outro arranjo das informações.



Figura 41: Quarta versão da marca

Fonte: Autoria própria

Nesta versão final, experimentamos novamente duas chamadas na composição, porém de formas separadas, dando um aspecto simétrico a marca. O nome *São* segue o alinhamento concavo do nome *João* criando uma harmonia interessante entre os três nomes presentes na marca. O 2022 volta a ser centralizado e permanece na parte externa das formas. Também foi revisto o espaçamento entre as formas permitindo que elas se encaixem de uma maneira mais orgânica, respeitando a distância entre as bordas deixando a marca leve. Agora temos a marca finalizada quanto as suas formas e tipografia. A disposição simétrica dos elementos é mais agradável ao olho e a marca possui movimento quanto as informações apresentadas.



Figura 42: Versão final da marca

Fonte: Autoria própria

Com a marca finalizada quanto aos seus elementos formais, seguimos para próxima etapa de tomada de decisões que é a escolha da paleta de cores.

5.2.4 Paleta de Cores

Para a escolha das cores utilizadas na marca final tivemos várias fontes de inspiração e contexto histórico, como a recorrência do vermelho ao longo das edições de 2009 e 2015, e também a paleta proposta em tom de sugestão na etapa física de esboços feita anteriormente. Areladas diretamente ao conceito estabelecido, e os elementos que se busca representar, algumas cores apareceram de forma natural e espontânea. Por

mais que houvesse algumas poucas possibilidades, devido a abordagem representativa da marca, as cores já estavam quase decididas, faltava apenas uma etapa de refino quanto a harmonia e interação entre os matizes e os tons finais.

As cores que compuseram esse espectro de possibilidades cromáticas foram cores quentes, por causa do fogo, como o vermelho e o laranja. Cores frias, por causa do céu noturno, tons de azul mais escuros e preto. E cores neutras, por causado chapéu de couro, das estrelas e da lua, como marrom e creme. O objetivo era chegar em uma composição de cores que passassem a mesma sensação composta pela cena criada a partir do conceito, uma noite iluminada pela luz das estrelas, da lua e da fogueira. Portanto a marca deveria apresentar um aspecto de clareza ao mesmo tempo que se contrasta com o breu, a predominância de cores mais claras era fundamental.

Alguns testes foram feitos afim de se chegar à paleta final:



Figura 43: Testes de paleta de cores

Fonte: Autoria própria

Com estes testes pudemos medir a interação direta das cores, assim como seu contraste. A priori o vermelho foi pensado para representar as

chamas e as harmonias foram sendo feitas a partir dele. Primeiro testamos marrom para representar o chapéu e o creme pra representar as estrelas e o nome *Caruaru*; junto ao vermelho a paleta mostra uma interação interessante das cores, porém perdemos a referência ao céu, que é azul e ao formato da lua. É importante perceber que as cores mais claras estão presente na tipografia e nos elementos sobrepostos, as estrelas, pois a cor chapada das figuras de fundo pede uma cor clara para que ela se destaque com um contraste adequado à leitura. Essa escolha também dá uma sensação de tudo aquilo que está na cor creme fora recortado da forma base.

Em seguida testamos o azul no lugar do marrom para remeter a ideia de céu, deixando assim a forma do chapéu implícita apenas na forma. Esta escolha se mostra bastante interessante e possui um bom contraste entre as cores fortes, azul e vermelho. Aqui estava quase finalizada a escolha da paleta, porém ainda faltava levar em consideração as cores recorrentes ao longo das edições anteriores, e por isso, o vermelho foi substituído na composição pelo laranja, cor que ao mesmo tempo que representa o fogo, se mostra mais clara do que o vermelho utilizado até então. O uso do vermelho já estava desgastado devido ao seu uso exaustivo nas versões anteriores. Portanto chegamos a essa última composição de cores, onde o azul também foi trocado por um tom mais claro, pois assim ficaria mais harmônico com a clareza do laranja.

O resultado aqui é satisfatório, porém há um contraste muito grande entre as cores, quase como uma briga por atenção entre o azul e o laranja. Assim, invertamos as cores da parte superior da marca, ficando assim a forma lua/chapéu com a cor creme e a tipografia e as estrelas com a cor azul. Resultando assim em uma composição bastante clara, com o laranja em destaque, o creme simbolizando a lua e remetendo a tons de chapéus de couro mais claros e o azul como cor de detalhe da composição.



Figura 44: Paleta de cores final

Fonte: Autoria própria

5.2.5 Marca Final

Este é o resultado final da marca, seus elementos formais e sua paleta de cores:



Figura 45: Marca finalizada

Fonte: Autoria própria

Esta marca final representa todas as qualidades gráficas embasadas no conceito estabelecido e no histórico de uso de cor e formas levantado pela pesquisa realizada no capítulo de desenvolvimento deste trabalho. Desmembrando seus elementos gráficos, se apresentam as três formas já conhecidas:

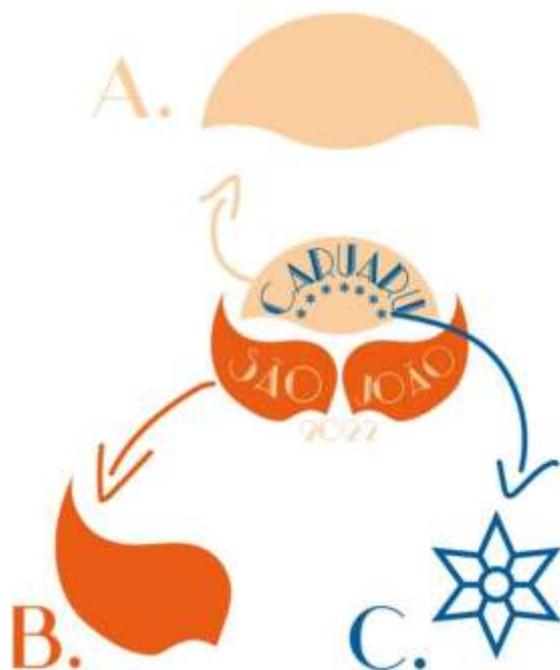


Figura 46: Esquema de componentes da marca

Fonte: Autoria própria

Em A. se encontra a forma híbrida lua/chapéu, que agora devidamente colorida faz menção ambígua à lua e ao chapéu demandada pelo conceito. Em B. se encontra a chama e seu formato simplificado de modo a representar o fogo do conceito a ser trabalhado, que fora utilizada de modo duplicado e em C., em destaque, aparece uma das estrelas que compõe a constelação inscrita na forma lua/chapéu. É importante salientar que o formato da estrela não é o convencional trabalhado nas outras edições, pois aqui foi feita referência as estrelas presentes nos chapéus de couro de cangaceiros e nos do Rei do Baião.

5.3 Apresentação e Finalização

Uma vez finalizada a marca partimos para a etapa de criação de diretrizes de uso e manuseio da marca de modo que suas aplicações futuras

respeitem a linguagem visual desenvolvida até aqui. Pontos como margens de segurança e possibilidades de uso são estabelecidos nessa etapa. Afinal sempre que um projeto de identidade visual é finalizado, em conjunto, é produzido um manual de marca que aborda todas essas questões de normatização e aplicação da marca para que sempre a estética e harmonia seja priorizada e a coisa não vire um *Frankenstein*.

5.3.1 Grid, Área limite e Condições de uso

Primeiramente estabelecemos a malha de reprodução e construção da marca e as distâncias dos elementos que a compõe:

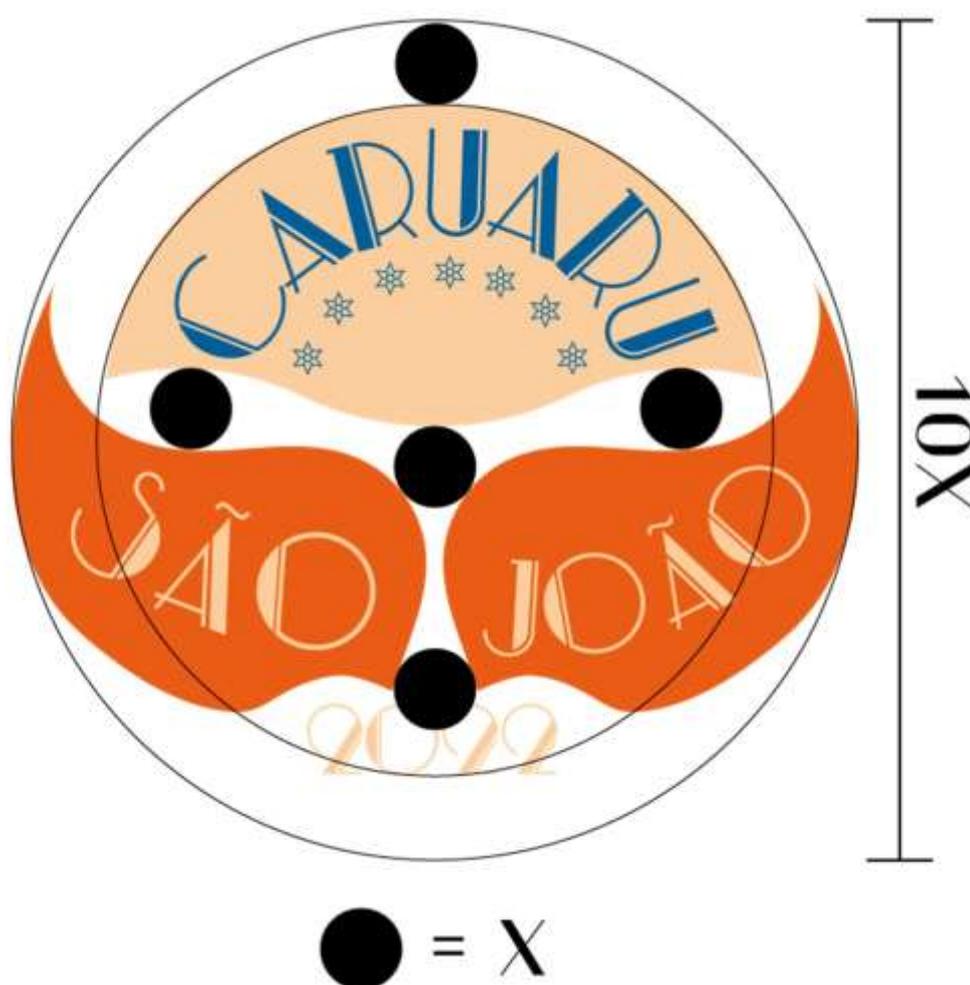


Figura 47: Malha de construção

Fonte: Autoria própria

Aqui a marca é desenvolvida a partir de um grid circular, que determina todas as distâncias utilizadas para localizar os elementos e construir todos eles, com exceção às chamadas, que foram desenhadas de forma orgânica, por isso não apresentam malha de construção. Ao estabelecermos um círculo x , podemos construir o círculo maior, constituído de 10 unidades de x e que define o tamanho das chamadas em relação ao círculo menor. Com 8 unidades de x temos o círculo menor que define o tamanho da forma lua/chapéu e a base de onde ficará o 2022 na marca. As três distâncias entre as chamadas e a forma lua/chapéu também são estabelecidas por uma unidade de x como mostra a figura 46.

Ainda com a mesma unidade de x , estabelecemos a área de respiro da marca, ou seja, a distância mínima a ser respeitada entre a marca e outros elementos gráficos como figuras e tipografias. São utilizadas duas unidades de x para definir essa distância.



Figura 48: Área de respiro da marca

Fonte: Autoria própria

Como a marca será trabalhada em diversas plataformas, formatos e suportes, é interessante que se faça um teste de redução para ver como a marca se comporta diante dessas mudanças drásticas de tamanho nas aplicações e com isso foi

estabelecido a seguinte regra:



Figura 49: Teste e parâmetro de redução da marca

Fonte: Autoria própria

É prioritário o uso da marca em 100% do seu tamanho de uso, o que aqui corresponde a 10 cm, pois assim podemos garantir que todas as suas formas e informações permaneçam legíveis. Caso seja necessária uma redução, sugerimos que ela não ultrapasse o valor de 50% do tamanho de uso, que aqui corresponde à 5 cm. Mesmo com esta redução é possível ler as informações com certa facilidade. Reduzir a marca ainda mais, como no caso dos 25%, o que aqui corresponde a 2,5 cm, percebemos que suas características gerais permanecem legíveis, porém as informações comunicadas pela tipografia sofrem grande perda de legibilidade, aqui poderá ser utilizado uma versão da marca sem as tipografias inscritas na forma. O 2022 neste caso é completamente ilegível. E exagerando ainda mais a redução, em 10% do tamanho de uso, aqui sendo 1 cm, a marca se mostra completamente ilegível, apresentando apenas alguns borrões de cor sobrepostos. É desaconselhado se utilizar da marca com reduções menores à 25% de tamanho de uso, como mostra o teste na figura 48.

De forma a dinamizar as possibilidades de uso da marca em fundos coloridos, foi proposto versões da marca simplificada com monocromia. Nestes casos as tipografias ficam na cor branca, a não ser pelo 2022 que assume a cor dos outros elementos. Assim ficam as versões simplificadas:



Figura 50: Marca em monocromia

Fonte: Autoria própria

5.3.2 Tipografia

A respeito da questão tipográfica, o projeto propõe duas tipografias distintas. A Park Lane NF³ que está presente na marca e seu uso é sugerido em títulos e informações de destaque e a Athena Regular⁴ usada como tipografia de apoio, uso sugerido em corpo de texto e subtítulos. A tipografia principal traz em si as características estéticas da Art Déco, tendo sido projetada justamente para usos com esse objetivo de representar o movimento artístico. Suas letras possuem contraste entre as partes fina e grossas, sempre com um espaço entre elas, característico da estética Art Déco. Nesta tipografia estão disponíveis letras apenas em caixa alta, porém existem letras com acentos diversos, bastante utilizados nas línguas latinas. A escolha por uma família tipográfica já existente em detrimento de se projetar letras específicas para esse projeto foi decidida devido ao curto tempo de realização deste trabalho. Mesmo assim os resultados se mostram satisfatórios.

³ A autoria da fonte é de **Nick's Fonts**. Disponível em: <https://www.dafont.com/fr/parklane.font>

⁴ A autoria da fonte é de **Ellen Luff** Disponível em: <https://www.dafont.com/fr/athena.font>

TIPOGRAFIA PARK LANE TF
 A B C D E F G H I J K L M N
 O P Q R S T U V W X Y Z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! \$ %
 & () [] Á É Í Ó Ú Ã Ö

Figura 51: Tipografia principal do projeto

Fonte: Nick's Fonts. Disponível em: <https://www.dafont.com/fr/parklane.font>

A tipografia de apoio Athena Regular supri a necessidade de uma tipografia mais sóbria e simples para ser usada como apoio, em corpo de texto e subtítulos. Afinal tipografias com menos elementos decorativos se mostram melhores em quesito de legibilidade. Nesta tipografia ainda foi mantido o recurso visual de contraste entre parte finas e grossas na forma das letras, porém de forma mais sutil. Aqui a Athena Regular possui letras maiúsculas e minúsculas, também com variedade de acentuações.

Tipografia Athena Regular
 A B C D E F G H I J K L M N
 O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n
 o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ #
 \$ % & * () [] á é í ó ú ã ö

Figura 52: Tipografia de apoio do projeto

Fonte: Ellen Luff. Disponível em: <https://www.dafont.com/fr/athena.font>

Agora com todos os elementos formais estabelecidos e devidamente regidos pelas regras de uso que foram apresentadas anteriormente, podemos seguir para as aplicações de marca.

5.3.3 Aplicações de Marca

O São João de Caruaru é um espetáculo a céu aberto de valorização da cultura nordestina, e o *forrozear* não poderia ficar de fora das redes sociais, por isso a prefeitura desde 2017 criou redes oficiais nas redes para comunicar sua publicidade e quando em época de São João, informar a matutos e turistas sobre as atrações. Por isso a marca apresenta a necessidade de ser veiculada em redes sociais e aparelhos digitais para que atinja um público maior, tamanha é a capacidade de propagação das redes.

Levando em consideração os parâmetros do Instagram, foi sugerido uma foto de perfil, três fotos para os destaques dos *Stories* e um modelo de publicação do *Feed*. Para essas e outras aplicações houve a necessidade de se projetar elementos complementares a marca, de modo a enriquecer a comunicação. Esses ícones são um apoio visual e decorativo a marca finalizada já apresentada. São eles três estrelas que compõem o céu junino e seriam cada um deles uma imagem de destaques *Stories*:



Figura 53: Ícones de apoio e destaque dos *Stories*

Fonte: Autoria própria

A ideia de construção desses ícones de apoio se baseia justamente nas variações de forma dos elementos decorativos presente nos chapéus de couro. Também foram levados em considerações as bandeirinhas tradicionais na construção da estrela central.

Devido ao tamanho reduzido a foto de perfil foi pensado uma simplificação da marca, onde esta aparece sem a tipografia inscrita nas formas, apenas o 2022.

Ficando da seguinte maneira:



Figura 54: Foto de perfil

Fonte: Autoria própria

Para a publicação do *Feed* foi proposto uma primeira mensagem de chamada para o São João, a proposta era instigar os seguidores para a festa que ainda está por vir. Aqui ainda podemos ver a foto de perfil aplicada em um *mock-up* para termos uma noção melhor de como ficaria na prática.



Figura 55: Publicação do Feed

Fonte: Autoria própria

Outras aplicações necessárias seriam os letreiros que nomeiam os polos de concentração do São João. Nas últimas edições foram utilizadas armações de ferro bastante usadas em shows que já são pré-montadas, onde é fixado a essa estrutura uma lona com o material gráfico. Por já ser comum o uso deste tipo de configuração as aplicações foram projetadas de maneira semelhante. Em destaque temos o *Polo das Quadrilhas* e o *Polo do Repente*, juntamente a *Casa do Forró*, todos situados ao longo do portal de entrada e a estação ferroviária. Assim ficaram os resultados:



Figura 56: Polo das Quadrilhas, Polo do Repente, Casa do forró

Fonte: Autoria própria

A parte principal de exposição da marca do São João, como apresentado ao longo de todo o trabalho e sendo o objeto de estudo da análise, é incontestavelmente o portal que se localiza na entrada da Vila do Forró. Devido a sua importância na construção da comunicação visual da festa foi proposto uma aplicação da marca e layout da estrutura:

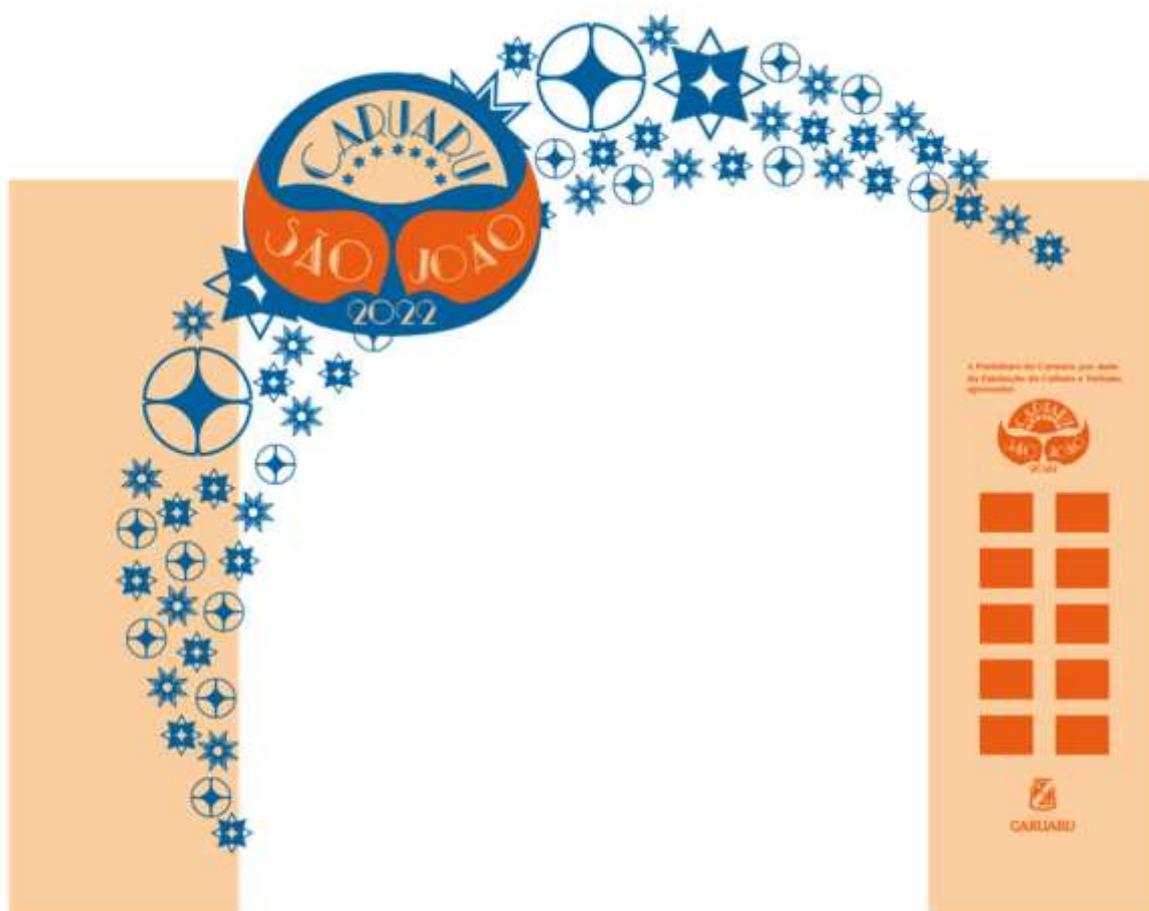


Figura 57: Portal da Vila do Forró

Fonte: Autoria própria

De modo a servir de ponto de partida as últimas três edições da festa foram utilizadas durante o desenvolvimento desse layout. Aqui permaneceram as duas torres retangulares laterais, onde sobre elas estão um pequeno texto onde a prefeitura apresenta o São João, seguido da marca desta edição em monocromia e das marcas que patrocinam e apoiam a festa. A marca principal de destaque está sobre o arco inclinado formado por estrelas vazadas. A ideia aqui é representar o céu estrelado de onde surge a marca do São João numa posição de destaque. É comum das três últimas edições essa estrutura de arco, quase como um portal mágico que recebe os participantes da festa e os leva a outro mundo.

E por fim, chegamos a última aplicação, o documento mais importante e mais aguardado de todas as edições da festa, a programação oficial do

Pátio de Eventos Luiz Lua Gonzaga. Todos os anos a prefeitura produz este documento que informa todas as datas de shows e eventos realizados neste que é o palco principal da festa. Para essa edição foi pensado um layout mais dinâmico e diferente dos apresentados nas edições anteriores. O resultado foi o seguinte:



Figura 58: Programação do São João 2022

Fonte: Autoria própria

Aqui foi explorado um *grid* circular, onde as informações se apresentam orbitando as duas áreas de destaque da composição, que são a marca da edição e a marca da prefeitura. O layout propõe que a quem o manuseie gire o folheto ou peça digital para que possa ler as informações com maior facilidade. Para a composição do fundo foi escolhida a estrela circular para uma maior harmonia entre as formas. O alto contraste entre o laranja e o azul foi explorado na tipografia que informa o nome das atrações, deixando o destaque para a data do evento, de modo que a navegação pelo documento seja mais fluida.

6. CONCLUSÃO

Chegando ao fim deste trabalho foram realizados um levantamento histórico com as edições do São João de caruaru, uma análise descritiva a respeito das características e elementos gráficos presentes nas identidades visuais e a definição de diretrizes baseadas na análise seguida do desenvolvimento de uma nova proposta de identidade visual embasada pela bibliografia levantada pela pesquisa.

Daqui vemos que as dúvidas apresentadas no início deste trabalho foram respondidas de forma satisfatória, assim como o **Problema de Pesquisa**. O **Objetivo Geral** foi alcançado devido a diversidade de composições gráficas apresentadas pelo acervo da pesquisa. A proposta de identidade visual teve um embasamento estético e teórico firme, englobando propostas já trabalhadas no sentido de se prestar certa homenagem à história da festa, porém com uma abordagem atual e dinâmica quanto aos seus usos e aplicações. Os três **objetivos específicos** são contemplados por este trabalho de pesquisa, produzindo, além da proposta de identidade visual, um acervo visual e histórico das identidades das edições passadas da festa de modo a ampliar as possibilidades de possíveis trabalho futuros acerca do objeto de estudo deste trabalho.

Por se tratar de um evento caráter público organizado por entidades governamentais o processo de briefing foi realizado de acordo com as características encontradas nas outras edições da festa, a análise foi fundamental no processo de entendimento das necessidades da festa e quais as mensagens que era preciso comunicar. O levantamento do acervo desta pesquisa se mostrou bastante tortuoso de ser encontrados nas fontes disponíveis caruaruenses, sejam elas públicas ou privadas. A falta de interesse em preservar e contar a história da festa pelo poder público gerou as maiores barreira encontradas pela pesquisa.

Contudo as etapas de pesquisa e análise foram realizadas sem dificuldades.

A identidade visual aqui proposta apresenta um cuidado com a construção imagética e simbólica das formas e tipografias utilizadas no projeto. O conceito foi explorado por todos os aspectos formais da marca

finalizada. Legibilidade e fácil compreensão da mensagem veiculada pela marca foram os critérios principais durante as etapas de desenvolvimento. O resultado finalizado apresentado foi satisfatório de acordo com as necessidades encontradas no processo de briefing. Características essenciais como representatividade dos elementos culturais e identitários tradição junina foram trabalhadas de forma clara e dinâmica.

Esta pesquisa se propôs a reunir e pavimentar os caminhos acerca da identidade visual do São João de Caruaru, sendo a primeira a tratar o tema e realizar o levantamento dos registros gráficos que compõe o acervo da pesquisa. A intenção aqui é apresentar a necessidade histórica, social, cultural e acadêmica do resgate desses registros gráficos para que se possa contar a história da característica mais identitária da cidade de Caruaru. Assim poderão ser realizadas pesquisas que expandam o universo de edições contempladas por esta já trabalhada.

Por fim foi uma experiência muito gratificante ter tido a oportunidade de aplicar os conhecimentos acumulados ao longo da graduação para a realização de um sistema de identidade visual baseado no São João de Caruaru. Conseguir desenvolver conceitos e ver eles criarem forma ao longo do processo criativo é sempre um empurrãozinho de motivação para a finalização do projeto de forma satisfatória. Fazer parte da linha de pesquisa em memória gráfica e desenvolver um trabalho como esse que pode reunir registros antes engavetados e esquecidos é de uma satisfação imensa. Poder fazer parte da construção identitária e imagética da história da cidade de Caruaru é um sonho se realizando.

REFERÊNCIAS

AGRA JUNIOR, Jarbas Espíndola. **Memória Gráfica Pernambucana: indústria e comércio através dos impressos litográficos comerciais recifenses [1930-1965]**. 2011. 224 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Departamento de Design, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011. Cap. 1.

BARBOSA, Eduarda. **Economia de Pernambuco já entra no ritmo de São João: expectativa do governo de pernambuco é que a receita turística do são joão em 2019 supere os r\$ 346,5 milhões da receita do ano passado. Expectativa do Governo de Pernambuco é que a receita turística do São João em 2019 supere os**

R\$ 346,5 milhões da receita do ano passado. 2019. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/economia/economia-de-pernambuco-ja-entra-no-ritmo-de-sao-joao/105971/>. Acesso em: 21 out. 2021.

BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Ministério do Turismo. **Feira de Caruaru**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/61>. Acesso em: 29 out. 2021.

BRASIL. INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Feira de Caruaru é revalidada como Patrimônio Cultural do Brasil**: revalidação do título foi aprovada pelo conselho consultivo do patrimônio cultural. Revalidação do título foi aprovada pelo Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/iphan/pt-br/assuntos/noticias/quatro-bens-sao-revalidados-como-patrimonio-cultural-do-brasil>. Acesso em: 29 set. 2021.
BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. Ministério da Economia. **Panorama**. 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/caruaru/panorama>. Acesso em: 31 out. 2021.

CAMARGO, Andréa Barbosa. **O mito feminino em rótulos de cachaça**: uso da sedução como estratégia publicitária. 2007. 102 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3583>. Acesso em: 17 nov. 2021.

CARUARU, Prefeitura de. **Polo das Quadrilhas terá 31 apresentações até o dia 30 de junho**: primeira etapa do concurso de quadrilhas ocorre neste sábado (09). Primeira etapa do Concurso de Quadrilhas ocorre neste sábado (09). 2019. Elaborada por Comunicação. Disponível em: <https://caruaru.pe.gov.br/polo-das-quadrilhas-tera-31-apresentacoes-ate-o-dia-30-de-junho/>. Acesso em: 06 nov. 2021.

CARUARU. UFPE. Universidade Federal de Pernambuco. **Sobre o CAA**. 2017. Disponível em: <https://www.ufpe.br/caa/sobre-o-cao>. Acesso em: 29 set. 2021.

CARUARU. PREFEITURA DE CARUARU. **Sobre Caruaru**. Disponível em: <https://caruaru.pe.gov.br/historia/>. Acesso em: 29 set. 2021.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO (Pernambuco). **Confira o calendário das comidas gigantes em Caruaru**. 2019. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2019/05/confira-o-calendario-das-comidas-gigantes-em-caruaru.html>. Acesso em: 29 set. 2021.

DIMERON, Walmiré. **Conheça a história do São João de Caruaru, das ruas ao 'Pátio do Forró'**. 2016. Elaborada por Joalline Nascimento. Disponível em: <http://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/sao-joao/2016/noticia/2016/05/das-ruas-ao-patio-do-forro-conheca-historia-do-sao-joao-de-caruaru-pe.html>. Acesso em: 21 out. 2021.

FINIZOLA, Maria de Fátima Waechter. **A tradição do letreiramento popular em Pernambuco**: uma investigação acerca de suas origens, forma e prática. 2015. 321 f. Tese (Doutorado) - Curso de Design, Departamento de Design, Universidade

Federal de Pernambuco, Recife, 2015. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/17371/1/Tese_COMPLETA_Finizola_BC.pdf. Acesso em: 28 nov. 2021.

LESCHKO, Nadia Miranda *et al.* Memória Gráfica Brasileira: notícias de um campo em construção. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 11., 2014, Gramado. **Proceedings [...]**. Gramado: Blucher, 2014. v. 4, p. 1-12.

LIMA, Kamylla. **Após 52 anos, demolição da Catedral de Caruaru ainda gera divergências:** diferentes versões históricas contam derrubada do prédio original, em 1964. antiga catedral tinha estilo barroco; rachadura teria sido pivô da demolição.. Diferentes versões históricas contam derrubada do prédio original, em 1964. Antiga Catedral tinha estilo Barroco; rachadura teria sido pivô da demolição.. 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/noticia/2016/05/apos-52-anos-demolicao-da-catedral-de-caruaru-ainda-gera-divergencias.html>. Acesso em: 10 nov. 2021.

MARQUES, Mayanna. **MÉTODO INDUTIVO**. 2020. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/filosofia/metodo-indutivo>. Acesso em: 11 nov. 2021.

MÜLLER, Jens. Logo. In: MÜLLER, Jens; WIEDEMANN, Julius. **Logo Modernism**. [S. l.]: Taschen, 2015.

PERNAMBUCO, Folha de. **Desfile de bacamarteiros marca o Dia de São João em Caruaru:** ciclo junino segue até o próximo domingo (30) na cidade do agreste pernambucano. Ciclo Junino segue até o próximo domingo (30) na cidade do Agreste pernambucano. 2019. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/noticias/desfile-de-bacamarteiros-marca-o-dia-de-sao-joao-em-caruaru/108755/>. Acesso em: 06 nov. 2021.

PERNAMBUCO. Universidade de Pernambuco. Secretaria Estadual de Educação. **Caruaru ganha primeira unidade do Porto Digital do interior do Estado**. Disponível em: <http://www.upe.br/noticias/caruaru-ganha-primeira-unidade-do-porto-digital-do-interior-do-estado.html>. Acesso em: 29 set. 2021.

RAFAEL, Romero. **J. Borges assina identidade visual do São João de Caruaru 2019**. 2019. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/social1/2019/05/09/j-borges-assina-identidade-visual-do-sao-joao-de-caruaru-2019/index.html>. Acesso em: 10 out. 2021.

RAFAEL, Romero. **Ronaldo Fraga cria identidade visual do São João de Caruaru junto ao Núcleo de Design da UFPE**. 2017. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/social1/2017/04/13/ronaldo-fraga-cria-identidade-visual-do-sao-joao-de-caruaru-junto-ao-nucleo-de-design-da-ufpe/index.html>. Acesso em: 10 out. 2021.

REZENDE, Marco Antonio Amaral. Identidade visual: conceitos e práticas. Revista Marketing Paulista, n. 65, Março/79.

SILVA, Sophia de Oliveira Costa e. **Análise mito simbólica da iconografia pirotécnica**. 2005. 103 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Antropologia, Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/888>. Acesso em: 17 nov. 2021.

SOUZA, Rosângela Vieira de. **A xilogravura popular nos projetos de design: um estudo sobre a compreensão e a utilização das imagens da xilogravura pelos designers**. 2007. 138 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Departamento de Design, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/3363/1/arquivo4355_1.pdf. Acesso em: 28 nov. 2021.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Festejos juninos e os ritos de origem agrária. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 153-156, jul. 1995. Trimestral.

VALADARES, Paula Vivana de Rezende e. **O frevo nos discos da Rozenblit: um olhar de designer sobre a representação da indústria cultural**. 2007. 202 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Departamento de Design, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3367>. Acesso em: 17 nov. 2021.

VASCONCELOS, Camila Brito de. **MEMÓRIA, PATRIMÔNIO, INOVAÇÃO E DESIGN: O CASO DO LADRILHO HIDRÁULICO**: o design frente a preservação dos artefatos de memória e do patrimônio cultural. 2017. 201 f. Tese (Doutorado) - Curso de Design, Departamento de Design, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/29332/1/TESE%20Camila%20Brito%20de%20Vasconcelos.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2021.

WHEELER, Alina. **Designing Brand Identity**: an essential guide for the whole branding team. 5. ed. New Jersey: John Wiley & Sons, 2018. 339 p.

WONG, Wucius. **Fundamentos del diseño**. 4. ed. Barcelona: Gustavo Gili, Sa, 2001. 349 p.