



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

MARIA GABRIELLE LOPES CRUZ

**IDENTIDADE VISUAL COMO INSTRUMENTO DE PRESERVAÇÃO
HISTÓRICA E CULTURAL DA FESTA DA PITOMBA**

**Caruaru
2022**

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

MEMORIAL DE PROJETO EXPERIMENTAL

**IDENTIDADE VISUAL COMO INSTRUMENTO DE PRESERVAÇÃO
HISTÓRICA E CULTURAL DA FESTA DA PITOMBA**

MARIA GABRIELLE LOPES CRUZ¹

Caruaru

2022

¹ Graduando em Design pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) - Centro Acadêmico do Agreste (CAA). E-mail: gabriellesepol@gmail.com

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

Cruz, Maria Gabrielle Lopes.

Identidade visual como instrumento de preservação histórica e cultural da Festa da Pitomba / Maria Gabrielle Lopes Cruz. - Caruaru, 2022.
51 : il.

Orientador(a): Maria de Fátima Waechter Finizola
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2022.

1. Identidade visual. 2. Iconografia. 3. Festa da Pitomba. I. Finizola, Maria de Fátima Waechter. (Orientação). II. Título.

760 CDD (22.ed.)

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar queria agradecer aos meus pais Jadi e Beto, obrigada por sempre terem acreditado em mim, sem a ajuda de vocês eu jamais teria chegado até aqui. Ao meu irmão Gabriel, por sempre estar ao meu lado e partilhar as melhores histórias. A minha avó Janda, por todo carinho e cuidado, e ao meu avô Ivo, que mesmo lá do céu sei que deve estar muito feliz e orgulhoso. Apesar de obrigado parecer imensamente pequeno comparado a tudo que eu realmente tenho para agradecer a vocês, eu só queria dizer obrigada por permanecerem aqui durante esses 23 anos, de longe ou de perto, o amor de vocês sempre me acompanhou. A Nicholas pelos surtos coletivos e diários, por todos os projetos e aprendizado durante o curso. A Mayara pelos 20 anos me aturando e sendo a melhor irmã que eu poderia ter. A Tamires que mesmo longe sempre estive tão perto. Agradeço também aos meus familiares e a todos que de alguma forma contribuíram para que eu conseguisse trilhar e concluir este caminho. Por fim, e não menos importante, gostaria de agradecer a Fátima, por ter acreditado em meu trabalho, e por toda paciência e dedicação não só como orientadora desta etapa, mas durante todo o curso, obrigada por todo conhecimento e partilhamento.

RESUMO

Este projeto propõe o desenvolvimento de um sistema de identidade visual para a Festa da Pitomba, realizada no município de Jaboatão dos Guararapes, incluindo a elaboração de um conjunto de ícones gráficos por meio da aplicação das ferramentas do design a fim de preservar a história e o valor simbólico e cultural desta festividade. Para o desenvolvimento do projeto a autora escolheu trabalhar com o modelo metodológico proposto por Maria Luísa Peón (2003) para o desenvolvimento de Sistemas de Identidade Visual. Inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica e análise das identidades visuais utilizadas nos últimos 10 anos do evento que levantaram dados relevantes para o projeto. Associado a isto também foram utilizados formulários online e pesquisas com o público-alvo para auxiliar na definição do Briefing e em seguida dar início ao processo criativo. Após a fase de geração de alternativas foi escolhida uma solução para ser trabalhada e aprimorada como resolução para o problema encontrado, resultando ao final em um sistema de identidade visual para a Festa da Pitomba com suas propostas de aplicações e especificações técnicas.

Palavras-chave: Identidade visual; Iconografia; Festa da Pitomba.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Pedra de fundação da igreja	17
Figura 2 –	Igreja de Nossa Senhora dos Prazeres	17
Figura 3 –	Pitomba	18
Figura 4 –	Marca da Festa da Pitomba 2012 - 2013	20
Figura 5 –	Marca da Festa da Pitomba 2014 - 2015	20
Figura 6 –	Material de divulgação digital da Festa da Pitomba	21
Figura 7 –	Palco da Festa da Pitomba de 2015	21
Figura 8 –	Marca da Festa da Pitomba 2016	22
Figura 9 –	Marca da Festa da Pitomba 2017	22
Figura 10 –	Material de divulgação digital das atrações da Festa da Pitomba 2017	23
Figura 11 –	Marcas da Festa da Pitomba de 2018 e 2019	23
Figura 12 –	Material de divulgação digital das atrações da Festa da Pitomba 2018	24
Figura 13 –	Painel semântico de marcas festivas de cidades localizadas em Pernambuco	25
Figura 14 –	Pesquisa 1	26
Figura 15 –	Resultado do público-alvo	26
Figura 16 –	Respostas coletadas do público	27
Figura 17 –	Mapa mental	29
Figura 18 –	Painel Semântico 1 - A festa da Pitomba	29
Figura 19 –	Painel Semântico 2 - Referências de identidades visuais	30
Figura 20 –	Ícones da Igreja de Nossa Senhora dos Prazeres e Pitomba	31
Figura 21 –	Ícone do Mirante Henrique Dias	31
Figura 22 –	Ícones do Parque de diversões e Feira de artesanato	31

Figura 23 – Ícone do Bosque do Pau Brasil	31
Figura 24 – Geração de Alternativas para o símbolo	32
Figura 25 – Geração de Alternativas para a tipografia	33
Figura 26 – Geração de Alternativas para a paleta de cores.	33
Figura 27 – Testes de composição visual da marca	34
Figura 28 – Escolha preliminar da marca	34
Figura 29 – Questionário 2	35
Figura 30 – Validação da marca	36
Figura 31 – Respostas coletadas do questionário 2	36
Figura 32 – Aprimoramento dos ícones da Igreja de Nossa Senhora dos Prazeres e da Pitomba.	37
Figura 33 – Aprimoramento do símbolo	37
Figura 34 – Esboço do logotipo	38
Figura 35 – Aprimoramento do logotipo	38
Figura 36 – Aprimoramento da paleta de cores	39
Figura 37 – Solução final da marca	39
Figura 38 – Assinaturas Visuais da marca	40
Figura 39 – Versão em outline	41
Figura 40 – Versão alternativa	41
Figura 41 – Malha construtiva da marca	41
Figura 42 – Área de proteção da marca	42
Figura 43 – Limite de redução	42
Figura 44 – Cores institucionais	43
Figura 45 – Versão monocromática	43
Figura 46 – Versão Grayscale	44
Figura 47 – Tipografia Institucional	44

Figura 48 –	Coleção de Ícones	45
Figura 49 –	Pattern	45
Figura 50 –	Uso incorreto 1	46
Figura 51 –	Uso incorreto 2	46
Figura 52 –	Aplicações da marca	47

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

UFPE	UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAA	CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
SIV	SISTEMA DE IDENTIDADE VISUAL

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO.....	11
1.2	OBJETIVO GERAL.....	12
1.3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
1.4	JUSTIFICATIVA.....	13
2	PROJETO.....	14
2.1	METODOLOGIA.....	14
2.1.1	Metodologia da autora Maria Luísa Peón.....	14
2.1.2	Fases do processo metodológico segundo Peón e os seus desdobramentos no projeto.....	14
2.2	DESENVOLVIMENTO PROJETUAL.....	16
2.2.1	Problematização.....	16
2.2.1.1	Festa da Pitomba.....	16
2.2.1.2	Análise das Identidades visuais utilizadas durante os últimos 10 anos do evento.....	18
2.2.1.3	Levantamento de similares.....	24
2.2.1.4	Pesquisa com o Público Alvo.....	25
2.2.1.5	Briefing.....	27
2.2.2	Concepção.....	28
2.2.2.1	Mapa Mental.....	28
2.2.2.2	Painéis Semânticos.....	29
2.2.2.3	Geração de alternativas.....	30
2.2.2.4	Análise e escolha preliminar de Alternativa.....	34
2.2.2.5	Validação da Alternativa junto ao público.....	35
2.2.2.6	Aprimoramento da Alternativa Final.....	37
2.2.2.7	Solução Final.....	39
2.2.3	Especificação.....	39
2.2.3.1	Conceito.....	40
2.2.3.2	Assinaturas Visuais.....	40
2.2.3.3	Malha Construtiva.....	41
2.2.3.4	Área de Proteção.....	42

2.2.3.5	Limite de Redução.....	42
2.2.3.6	Cores Institucionais.....	43
2.2.3.7	Versão Monocromática.....	43
2.2.3.8	Tipografia Institucional.....	44
2.2.3.9	Grafismos institucionais.....	44
2.2.3.10	Uso Incorreto.....	46
2.2.4	Propostas de Aplicações.....	47
3	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	49
	REFERÊNCIAS.....	50

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O meio em que estamos inseridos tem grande influência sobre nossas crenças e valores, e também sobre nossa formação como indivíduos, trazendo assim elementos importantes que marcam e configuram a nossa memória afetiva e cultural. Como afirma Farias,

A cultura é resultado do convívio social. Portanto, seus elementos fundamentais são necessariamente compartilhados e coletivos. A memória coletiva é parte da cultura, pois pode revelar aspectos de identidade, de crenças e valores simbólicos de um povo configurado por variados processos ao longo do tempo. (FARIAS, 2018, p. 17).

A construção de uma sociedade é definida através de suas vivências, seja por meio da música, dança, arte ou até mesmo de atividades que são realizadas em grupo, trazendo à tona fortes elementos culturais e identitários que representam cada povo ou região.

No mundo atual, onde somos cada vez mais bombardeados por uma grande quantidade de informações visuais, podemos notar uma crescente necessidade de se comunicar e de se expressar junto ao espectador por meio de representações visuais diretas e coesas, através do uso de cores, formas ou símbolos que são rapidamente absorvidos e guardados em nossas memórias. Dessa forma surge uma necessidade de adequar as imagens e mensagens transmitidas ao observador, com o intuito de que sua primeira experiência seja positiva e marcante.

Através da identidade visual, o designer pode resgatar e trazer elementos e representações simbólicas que remetem à cultura de cada região, mantendo viva a história e os acontecimentos marcantes de cada povo e realçando aspectos da identidade local, e construindo novas experiências e memórias toda vez que o público interage com a marca. Além disso, o designer também pode desenvolver uma série de materiais gráficos (papelaria, letreiros, sinalização, embalagens, etc) que aliados a elementos básicos da identidade visual (logotipo, tipografia, símbolo, marca, paleta de cores) configuram as aplicações necessárias da marca e formam um sistema de identidade visual (SIV). Esse sistema tem grande relevância para a fidelização da marca, visto que uma aplicação correta da identidade visual em diferentes formatos gera uma comunicação correta com o público, trazendo maior reconhecimento e valorizando a marca.

A respeito do SIV, Peón (2003) destaca que “o sistema só é formado quando possui uma unidade, caracterizada pelo claro estabelecimento de elementos que o singularizem e pela repetição organizada e uniforme desses elementos. Temos, então, um sistema de identidade visual.” (PEÓN, 2003, p. 7). Diante disso, todo o projeto precisa ser bem estruturado de forma que reúna uma gama de referências visuais e se traduza em uma fácil identificação pelo público.

Em geral, “quando nos referimos a uma empresa e dizemos ‘ela não tem identidade visual’, isso significa que não há elementos visuais capazes de singularizá-la de maneira ordenada, uniforme e forte no mercado.” (PEÓN, 2003, p. 12). Por isso se faz necessária a implantação de um sistema que possua uma unidade entre os elementos de forma planejada e integrada, tornando a marca forte e difícil de ser esquecida.

Apesar da criação de identidades visuais ser uma prática de importância reconhecida pelo mundo, ainda podemos notar uma grande carência de sistemas visuais que representam ambientes fortemente ligados a nossa cultura, valorizando o espaço e aproximando o público do lugar. Este é o caso da Festa de Nossa Senhora dos Prazeres, mais popularmente conhecida como Festa da Pitomba, localizada no município de Jaboatão dos Guararapes, em Pernambuco. Completando 365 anos de existência no ano de 2022, a festa tornou-se tradição no município, se transformando em um dos maiores espaços para manifestações artísticas e culturais onde são realizadas exposições, oficinas, palestras, exibição de documentários e shows com artistas locais e nacionais. Entretanto, ao longo dos anos, o evento carece de elementos visuais bem implementados, que valorizem a cultura e ajudem a manter a tradição dessa festa popular.

1.2 OBJETIVO GERAL

Diante disso, este projeto tem como objetivo geral o desenvolvimento de um sistema de identidade visual para a Festa da Pitomba, a fim de preservar a história e o valor simbólico e cultural desta festividade e fortalecer a sua identidade perante sua cidade.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar breve levantamento histórico sobre a Festa da Pitomba;
- Resgatar as identidades visuais dos últimos 10 anos do evento e realizar breve análise sobre suas características gráficas;
- Identificar elementos relevantes para sintetizar a cultura e tradição da festa por meio de uma coleção de ícones gráficos;
- Elaborar um SIV da marca e detalhar seus aspectos técnicos por meio de um manual de Identidade Visual.

1.4 JUSTIFICATIVA

Ao observar a aplicação ainda pouco expressiva de sistemas visuais bem elaborados com o intuito de promover ações de cunho cultural na cidade de Jaboatão dos Guararapes, notou-se a possibilidade de desenvolver um projeto que utiliza-se das ferramentas do design gráfico como instrumento para preservação da história e cultura local, e que contribui para a difusão e fortalecimento de aspectos locais do município.

Por outro lado, esta pesquisa também contribui de forma metodológica para futuros projetos a serem desenvolvidos na área do design gráfico, tendo potencial para ser utilizado como modelo na aplicação de uma metodologia geral de desenvolvimento de SIVs que possa auxiliar na construção de identidades visuais com ênfase no fortalecimento de tradições e características mais culturais de locais, eventos, produtos, etc.

Para além disso, existe a motivação pessoal da autora, moradora da comunidade jaboatonense desde a sua infância e admiradora do rico material cultural enraizado na história local que tem potencial para ser mais valorizado e evidenciado, fortalecendo e incentivando o município a se tornar um ponto no mapa mais interessante a ser conhecido e visitado não só em épocas festivas, o que também pode impactar e abrir as portas para o turismo e conseqüentemente estimular a economia local.

2 PROJETO

2.1 METODOLOGIA

2.1.1 Metodologia da autora Maria Luísa Peón

Para desenvolvimento deste projeto foi utilizada como referência a metodologia “Sistemas de Identidade Visual, 2003” da autora Maria Luísa Peón. Como afirma a autora, “a metodologia é o conjunto e a ordenação de procedimentos para a realização de um dado objetivo - ou seja, o conjunto de métodos utilizados, bem como o estudo e análise destes métodos.” (PEÓN, 2003, p. 50). Por isso o seu uso se faz de suma importância, dado que uma sequência de etapas que precisam ser cumpridas levam a uma solução mais apropriada e embasada para o problema.

2.1.2 Fases do processo metodológico segundo Peón e os seus desdobramentos no projeto

A metodologia para criação de identidades visuais de Peón (2003) é dividida em três grandes etapas: problematização, concepções e especificações, que serão utilizadas durante a pesquisa como auxiliares para a resolução do problema.

Fase A - Problematização

Nesta primeira fase deve ser realizado o diagnóstico da situação em que se encontra o projeto através do levantamento de dados, que definem o caminho que precisará ser desenvolvido para se chegar a uma solução. Durante esta fase também é preciso estar atento às necessidades (objetivas e simbólicas) do público-alvo com a finalidade de evitar que a solução encontrada seja completamente ineficiente e não atenda às expectativas desejadas, estabelecendo assim os requisitos e restrições que devem ser seguidos.

No caso específico deste projeto, o levantamento de dados será realizado através de uma pesquisa bibliográfica, com o intuito de obter informações sobre a história da Festa da Pitomba que serão relevantes para o desenvolvimento do SIV. Logo após, será feito um levantamento das identidades visuais utilizadas nos 10 últimos anos do evento buscando realizar uma breve análise sobre suas

características gráficas. Nesta fase também será realizada uma pesquisa com o público alvo pela plataforma do google forms, buscando compreender as características das pessoas que frequentam a festa e quais são as suas percepções. O conjunto dessas informações resultará na definição do Briefing que irá direcionar a solução para o problema encontrado.

Fase B - Concepção

A partir desta segunda fase é dado início a elaboração da identidade visual que será concebida a partir de cinco etapas: geração de alternativas, definição do partido, solução preliminar, validação e solução (PEÓN, 2003).

Na primeira etapa de geração de alternativas temos a criação de diversas soluções desenvolvidas a partir das restrições delimitadas anteriormente na fase de problematização. Já na segunda etapa, onde temos a definição do partido, é necessário realizar uma análise de cada solução elaborada de modo que seja escolhido um esboço para ser mais explorado e aperfeiçoado, buscando chegar a solução do projeto.

Na terceira etapa, durante a solução preliminar, uma nova avaliação será realizada e escolhida uma alternativa que será trabalhada como base do projeto, que precisa continuar sendo aperfeiçoada almejando estabelecer a resolução das adequações para aplicações da marca. Na próxima etapa, denominada validação, a solução precisa ser submetida a uma avaliação através de uma pesquisa realizada na plataforma do google forms, de maneira que sejam levantadas questões ou críticas que passaram despercebidas pelo designer.

Por fim, na quinta e última etapa, temos a solução que conta com a realização de um último aperfeiçoamento da solução preliminar encontrada que deve ser validada dentro dos parâmetros anteriormente escolhidos e focados na solução e resolução do problema.

Fase C - Especificação

Na terceira fase, a solução precisa estar bem delimitada e finalizada para que o Manual de apresentação do SIV e as propostas de aplicações da marca ilustradas

através dos mockups possam ser implementados de forma correta e coesa, contando com o auxílio das especificações técnicas e sem deixar espaços para que outros designers precisem entrar em contato com o autor para esclarecer detalhes técnicos ou precisem adaptar a aplicação do sistema devido a falta de informações que são primordiais (PEÓN, 2003).

2.2 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

Após a definição da metodologia que será utilizada como guia para desenvolvimento deste projeto, neste ponto daremos início de fato ao processo metodológico, seguindo as etapas que foram apresentadas no capítulo anterior.

2.2.1 Problematização

2.2.1.1 Festa da Pitomba

A tradicional Festa de Nossa Senhora dos Prazeres, realizada no município de Jaboatão dos Guararapes, é considerada uma das manifestações religiosas e tradicionais mais antigas do Brasil, sendo realizada anualmente nos 10 primeiros dias após a semana santa, em abril. Este festejo teve sua origem em meados do século 17, quando ocorreram as Batalhas dos Guararapes que resultaram na derrota e expulsão dos holandeses. Segundo as tradições, na época em que ocorriam as batalhas, Nossa Senhora dos Prazeres fez uma aparição para os soldados brasileiros trazendo proteção e garantindo a sua vitória contra os inimigos. Como forma de agradecimento, o General Francisco Barreto de Menezes mandou erguer a igreja que foi nomeada “Igreja de Nossa Senhora dos Prazeres” (Figura 1), e ordenou que a partir daquele ano fosse celebrada anualmente uma festa em homenagem à santa e aos seus milagres. Através de um documento datado de 8 de novembro de 1656, o general autoriza a entrega da capela à Ordem Beneditina de Olinda afirmando que “neste altar deverá ser celebrada missa todos os dias santos, e todos os anos deverá exaltar Nossa Senhora dos Prazeres, com grandes festejos e muita pompa.” (VIVER.JG, 2017).

Figura 1: Pedra de fundação da Igreja.²



Fonte: IBGE.

De acordo com os documentos, a igreja construída inicialmente era apenas uma capela bem menor e mais simples do que a atual. Porém ao longo dos anos e das comemorações foi sofrendo várias reformas e ampliações que resultaram em sua configuração atual (Figura 2). Situada no Parque Histórico Nacional dos Guararapes, ela pode ser vista de praticamente todo o território de Prazeres, aspecto que era bastante utilizado como ponto de referência para os navegantes no período colonial, principalmente pela localização próxima ao Mirante Henrique Dias. A igreja foi tombada pelo IPHAN devido ao seu valor histórico e se tornou um Monumento Nacional.

Figura 2: Igreja de Nossa Senhora dos Prazeres



Fonte: O autor (2022).

² Transcrição do escrito na pedra: "O Mestre de Campo, General do Estado do Brasil Francisco Barreto, mandou em ação de graças edificar à vossa custa esta capela à Virgem Senhora Nossa dos Prazeres com cvio (sic) favor alcançou neste lugar as devidas memoráveis vitórias contra o inimigo holandês, a primeira em 18 de abril de 1648, no domingo de Páscoa, véspera da dita senhora. A segunda em 18 de fevereiro de 1649, em uma sexta-feira. E ultimamente em 27 de janeiro de 1654, ganhou o Recife e todas as mais praças que o inimigo possuiu 24 anos". (IBGE)

Apesar de inicialmente receber o nome de Festa de Nossa Senhora dos Prazeres, com o passar do tempo ficou popularmente conhecida como Festa da Pitomba, devido a festividade acontecer na época da safra da pitomba (Figura 3), uma fruta tropical, rica em vitamina C e composta por uma semente revestida de uma camada fina e suculenta, adocicada e um pouco ácida, bastante consumida na região e facilmente encontrada nas barracas distribuídas ao longo da festa.

Figura 3: Pitomba



Fonte: O autor (2022).

Em paralelo às atividades religiosas, a festividade conta com shows de artistas locais e nacionais, feirinhas de artesanato, oficinas, palestras, barracas de bebidas, comidas típicas e objetos religiosos, e um parque com várias opções de brinquedos para entreter as crianças.

2.2.1.2 Análise das Identidades visuais utilizadas durante os últimos 10 anos do evento

Nesta etapa foram analisadas as identidades visuais utilizadas para divulgação da Festa da Pitomba entre os anos de 2012 a 2019. Apesar de ser uma festa antiga, que completou 365 anos de existência no ano de 2022, o evento não conta com um site oficial que seja responsável pela sua divulgação, todo conteúdo encontrado sobre as marcas foi retirado de sites diversos sendo eles: fanpage no facebook, blogs e o site da Prefeitura de Jaboatão.

Os demais materiais utilizados anteriormente a essas datas não foram encontrados. Além disso, durante o período de 2020 a 2022 devido a pandemia do Covid-19 a realização do evento foi suspensa. Por esses motivos, apenas as marcas utilizadas entre os anos de 2012 a 2019 foram analisadas.

Visando estabelecer uma segmentação e análise mais completa das marcas, foram estabelecidos como parâmetros alguns fundamentos gráficos básicos estabelecidos por Peón (2003) que compõem uma identidade visual, como símbolo, logotipo, marca, mascote, cores e tipografia.

a) Símbolo: É caracterizado como um sinal gráfico que pode substituir o nome utilizado pela instituição, e carrega significados e valores em sua representação gráfica. Peón (2003) afirma que um símbolo “deve ser rapidamente identificado e associado à sua instituição”. (PEÓN, 2003, p. 30). Dessa forma ele não deve possuir um excesso de elementos e sua ligação a organização deve estar bastante clara.

b) Logotipo: É composto geralmente por letras que constituem o nome da instituição, sendo descrito por Peón (2003) como “uma combinação de letras e números que possam ser lidos.” (PEÓN, 2003, p. 33). Nesse ponto é muito importante destacar a questão da legibilidade, visto que uma modificação excessiva dos caracteres pode acabar transformando o logotipo em algo que se assemelha mais a um símbolo.

c) Marca: É o conjunto formado pela junção do símbolo e logotipo, possibilitando o arranjo da marca em diferentes versões. Para isso é fundamental manter uma proporção entre esses elementos.

d) Mascote: São definidos como personagens - animais ou objetos inanimados que recebem uma representação humanizada - utilizados geralmente com o objetivo de atingir determinado público dentro do público-alvo da instituição, causando uma identificação entre esses indivíduos e a instituição.

e) Cores: Configuram uma combinação de cores (normalmente de 2 a 3) que devem sempre ser utilizadas no mesmo tom, buscando manter uma harmonia entre os elementos e um maior reconhecimento sobre a marca.

f) Tipografia: Define qual formato e estilo as letras que constituem o nome da instituição irão aparecer, reforçando o conceito a ser transmitido pela marca.

Para que a elaboração da identidade visual seja bem construída, é necessário que o conjunto desses elementos façam sentido entre si e transmitam a mesma

mensagem ao consumidor, comunicando a ideia, os valores, o propósito e a missão almejados pela marca.

A primeira marca analisada foi utilizada entre os anos de 2012 e 2013 (Figura 4). Ela apresenta uma paleta de cores que faz referência à pitomba, fruta que deu origem ao nome da festa, que também pode ser observada nos grafismos das folhas e no próprio personagem ilustrado em formato de pitomba. Associado a isso, faz o uso de formas mais arredondadas que trazem maior suavidade à marca e dispõe de uma fonte tipográfica sem serifa e com boa legibilidade, transmitindo um visual mais limpo e moderno e agregando um ar mais descontraído à marca.

Figura 4: Marca da Festa da Pitomba 2012 - 2013



Fonte: Blog Lagoa olho d'água (2012).

Não foram encontrados demais materiais que demonstrem a aplicação da marca, tanto na divulgação das atrações do evento de forma digital ou impressa, quanto no espaço em que ocorre a festa.

Já a segunda marca foi utilizada entre os anos de 2014 e 2015 (Figura 5). Mais uma vez podemos observar a presença de uma paleta de cores que faz alusão a fruta típica da festa, e que dessa vez utiliza de uma ilustração para substituir a letra "O" da palavra Pitomba. Também podemos notar o uso de cores mais vibrantes e alegres associadas a uma tipografia mais desenhada e novamente sem serifa, e que transmite uma imagem mais jovem e divertida. Nesta marca foi inserido o nome da Festa de Nossa Senhora dos Prazeres e o ano de comemoração da festividade.

Figura 5: Marca da Festa da Pitomba 2014 - 2015



Fonte: Adaptado do Blog Sabores da Isy (2014).

Em material digital encontrado sobre a divulgação da festa (Figura 6), é possível notar que a marca possui uma boa legibilidade e apresenta uma fácil leitura, entretanto não dispõe da aplicação de elementos de um SIV, como padronagens ou ornamentos, que estejam ligados a marca.

Figura 6: Material de divulgação digital da Festa da Pitomba



Fonte: Blog Sabores da Isy (2014).

O mesmo problema é encontrado em sua aplicação sobre o palco do evento (Figura 7), que fica resumida basicamente ao uso da marca, sem explorar demais elementos no ambiente como sinalização ou iconografias.

Figura 7: Palco da Festa da Pitomba de 2015.



Fonte: Fanpage no Facebook da Festa da Pitomba (2015).

Na marca utilizada no ano de 2016 (Figura 8), é possível notar uma transição da representação da pitomba, que deixa de ser um personagem e passa a ser retratado figurativamente como a fruta. A paleta de cores entre o verde e o marrom se mantém, e a tipografia é substituída por uma fonte mais cursiva que apresenta um problema de legibilidade na letra “b” da palavra pitomba, e pode ser facilmente confundida com a letra “v”. Além disso, a marca não apresenta um alinhamento demarcado, e enquanto alguns elementos estão alinhados à esquerda, outros estão centralizados, ficando bastante confusos. Também não foram encontrados demais materiais que demonstrem a aplicação desta marca.

Figura 8: Marca da Festa da Pitomba 2016



Fonte: Fanpage no Facebook da Festa da Pitomba (2016).

A marca seguinte foi utilizada no ano de 2017 (Figura 9), e traz o azul como uma nova cor adicionada à paleta de cores. Podemos observar também o uso de uma representação mais realista da pitomba, enquanto nas demais marcas o símbolo apresentava características de ícone ou mascote, além disso foi empregado uma predominância de formas mais arredondadas trazendo maior suavidade a marca, e o uso de uma tipografia sem serifa e bem dinâmica, que traz maior destaque à palavra pitomba. Mais uma vez o nome da Festa de Nossa Senhora dos Prazeres e o ano de comemoração da festividade foram acrescentados à marca.

Figura 9: Marca da Festa da Pitomba 2017



Fonte: Adaptado da fanpage no Facebook da Festa da Pitomba (2017).

A identidade visual aplicada em material de divulgação (Figura 10), se apresenta de forma clara e legível sem demonstrar maiores problemas. Nesse material também é possível notar o acréscimo de ornamentos que trazem referência a marca e a paleta de cores utilizadas.

Figura 10: Material de divulgação digital das atrações da Festa da Pitomba 2017



Fonte: Fanpage no Facebook da Festa da Pitomba (2017).

A última marca analisada foi utilizada entre 2018 e 2019 (Figura 11), e retoma o uso de uma tipografia sem serifa com aspecto mais geométrico, e que faz referência às fontes mais góticas e apresenta uma boa legibilidade, associada a uma tipografia mais cursiva que faz uma quebra na transmissão de uma imagem muito séria, e torna a marca mais divertida e descontraída. Além da imagem figurativa da pitomba, nesta marca foram adicionados alguns ornamentos em forma de traços chamando atenção para o nome da festa. Como diferença entre as marcas podemos visualizar o acréscimo da cor verde à tipografia no ano de 2019, além da aplicação de uma sombra hachurada a palavra “pitomba”, e a troca do ano e comemoração da festividade.

Figura 11: Marcas da Festa da Pitomba de 2018 e 2019



Fonte: Adaptado do site da Prefeitura de Jaboatão (2018 e 2019).

No material de divulgação das atrações de 2018 (Figura 12), podemos perceber uma boa aplicação da marca que apresenta uma boa legibilidade, entretanto podemos encontrar o mesmo problema relacionado a falta de elementos complementares que dêem apoio a marca.

Figura 12: Material de divulgação digital das atrações da Festa da Pitomba 2018



Fonte: Site da Prefeitura de Jaboatão (2018).

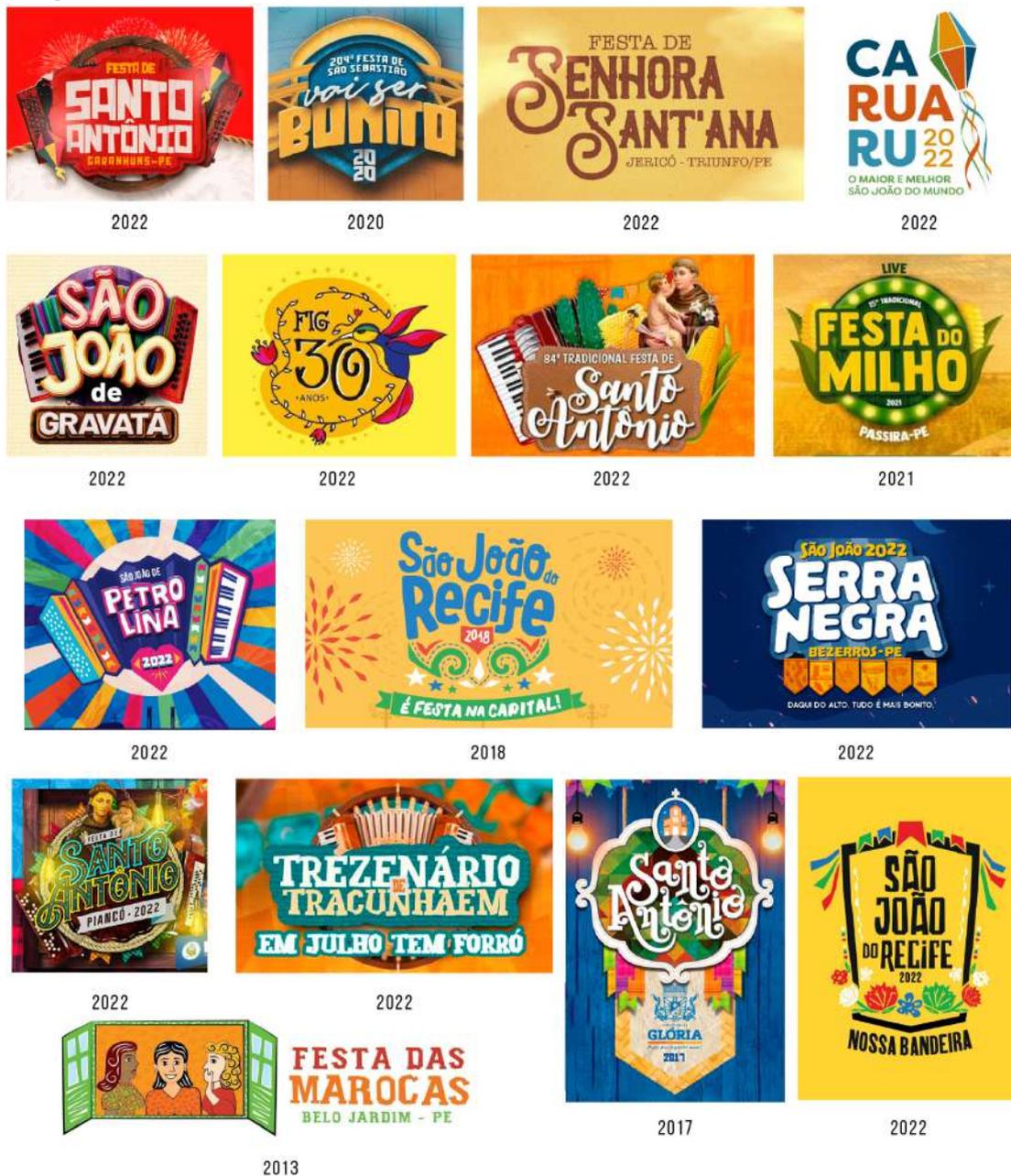
Após essa análise podemos verificar que apesar de não apresentar falhas muito graves na configuração das marcas, não existe uma elaboração mais estratégica para criação das identidades visuais e todo conceito fica resumido apenas à representação da pitomba. Além disso, todo o sistema carece de elementos secundários que dão apoio a marca, bem como a definição de uma paleta de cores a ser seguida e a construção de um SIV que possa ser bem implementado, já que todo material encontrado estava condensado basicamente ao logo.

É notório que a criação das marcas passou por diversos profissionais que utilizam de maneiras diferentes para comunicar o conceito da identidade visual sem estabelecer um padrão a ser seguido em sua implementação, o que dificulta a fidelização e reconhecimento da marca, afetando também uma maior valorização desta festividade.

2.2.1.3 Levantamento de Similares

A utilização de identidades visuais com o intuito de representar e valorizar ambientes fortemente ligados à nossa cultura vem crescendo a cada dia, e é notória a mudança na percepção desses espaços. Neste tópico foram levantados alguns exemplos de materiais similares de marcas festivas de cidades localizadas em Pernambuco (Figura 13), que demonstram na prática esta valorização da cultura no intuito de compor um painel semântico para servir como referência para desenvolvimento deste projeto, sem a intenção de realizar uma análise mais profunda.

Figura 13: Painel semântico de marcas festivas de cidades localizadas em Pernambuco.



Fonte: O autor (2022).³

2.2.1.4 Pesquisa com o Público Alvo

Com o objetivo de coletar dados sobre o público-alvo que participa desta festividade e conhecer melhor suas características, seus comportamentos e suas percepções sobre a Festa da Pitomba foi elaborado um questionário online através da plataforma do Google forms. A pesquisa foi dividida em duas partes (Figura 14), onde na primeira etapa foram levantadas informações que seriam relevantes sobre o

³ Painel de similares criado a partir de imagens coletadas no Facebook via www.facebook.com.

público, e na segunda etapa informações referentes à percepção do público sobre a festividade, dando espaço para a discussão e exposição do tema com a utilização de algumas perguntas abertas.

Figura 14: Pesquisa 1.

PARTE 1 Conhecendo um pouco sobre você	PARTE 2 Sobre a Festa da Pitomba	
<p>1 - Você é? a) Mulher, cis ou trans b) Homem, cis ou trans c) não binário</p> <p>2 - Quantos anos você tem? a) Menos de 18 anos b) Entre 19 e 26 anos c) Entre 27 e 36 d) Entre 37 e 50 e) Mais de 50 anos</p> <p>3 - Você é residente da cidade de Jaboaão dos Guararapes? a) Sim b) Não</p> <p>4 - Caso não seja, de onde você é? (resposta aberta)</p>	<p>5 - Você já ouviu falar sobre a Festa da Pitomba? a) Sim b) Não</p> <p>6 - Alguma vez já visitou a Festa da Pitomba? a) Sim b) Não</p> <p>7 - Como você teve conhecimento sobre a Festa da Pitomba? a) Através de amigos ou conhecidos. b) Internet c) rádio d) divulgação em sites ou redes sociais e) jornal f) nunca ouvi falar</p> <p>8 - Como você classificaria o nome mais popularmente conhecido dessa festividade? a) Festa da Pitomba b) Festa de Nossa Senhora dos Prazeres c) Não conheço</p>	<p>9 - Quais as principais lembranças que surgem na sua mente ao lembrar da Festa da Pitomba? (Resposta aberta)</p> <p>10 - Quais palavras vêm a sua mente quando você pensa sobre a Festa da Pitomba? (Resposta aberta)</p> <p>11 - Na sua opinião, como o evento contribui culturalmente para a cidade? (Resposta aberta)</p> <p>12 - Marque os pontos que você considera como positivos no evento: (múltipla escolha) a) atrações artísticas; b) valorização da cultura jaboatonense; c) a estrutura do evento d) os temas sociais organizados durante a realização do evento; e) outros (aberto a resposta)</p>

Fonte: O autor (2022).

O questionário foi respondido por 56 participantes, sendo divulgado através das redes sociais da pesquisadora e ficando no ar pelo período de 4 dias. Abaixo é possível observar, na Figura 15, um resultado geral sobre o público-alvo.

Figura 15: Resultado do público-alvo.



Fonte: O autor (2022).

As respostas coletadas trazem uma riqueza de informações que serão de suma importância para a construção da identidade visual e do SIV. Quando questionados sobre quais eram as suas principais lembranças ligadas à festividade, foi possível observar a recorrência do uso das palavras: alegria, fé, parque de diversões, pitomba, comemoração e procissão. Na Figura 16, é possível observar

algumas das respostas coletadas que reforçam a necessidade de valorizar e evidenciar esses espaços que estão ligados à cultura e memória afetiva do público.

Figura 16: Respostas coletadas do público.

Na sua opinião, como o evento contribui culturalmente para a cidade?

56 respostas

- É a única festa pública na cidade com exceção do réveillon que é bem divulgada e oferece atrações para todos os públicos.
- É uma tradição histórica
- Mostrando as atrações da nossa cidade
- Laser e cultura para todos jaboatonense
- Contribuiu na preservação da memória histórica que aquele lugar representa para o povo de Jaboaão e do Brasil.
- Remete a fatos históricos importantes para cidade.
- Ponto turístico para os desconhecidos

Fonte: Adaptado do google forms (2022).

Por fim podemos concluir que a festividade está fortemente ligada à cultura e memória do povo jaboatonense, destacando a importância de preservar a história e o valor simbólico e cultural desta festividade para sua cidade.

2.2.1.5 Briefing

A festa da Pitomba, realizada no município de Jaboaão dos Guararapes, é considerada uma das manifestações mais antigas do Brasil, completando 365 anos de existência no ano de 2022. Além das celebrações religiosas, a festa se transforma em um espaço de manifestações artísticas e culturais que conta com exposições, oficinas, palestras, exibição de documentários, e shows com artistas locais e nacionais para todo o público. O evento também apresenta uma política cultural educativa direcionada para estudantes de escolas públicas ofertando oficinas culturais com temas diversos como percussão, frevo, reciclagem, educação patrimonial e ambiental, fotografia e ainda saúde bucal.

A festividade apresenta grande importância para os moradores da região, abrindo as portas para o turismo e consequentemente estimulando a economia local, além de manter e levar adiante a tradição da cultura jaboatonense, por isso se faz necessário fortalecer e preservar a transformação desse lugar em uma marca.

O objetivo principal deste projeto é desenvolver um sistema de identidade visual para a Festa da Pitomba que seja de fácil entendimento e reconhecimento pelo público, resgatando elementos históricos importantes e mantendo viva a memória afetiva dos moradores, incentivando também o município a se tornar um ponto no mapa a ser conhecido não só em épocas festivas.

Ao final do processo de criação, o SIV deve apresentar e facilitar uma aplicação correta da marca, mostrando suas possibilidades de uso e contando com o auxílio das especificações técnicas, sem deixar espaços para que haja a necessidade de outros profissionais realizarem adaptações na aplicação do sistema devido a falta de informações.

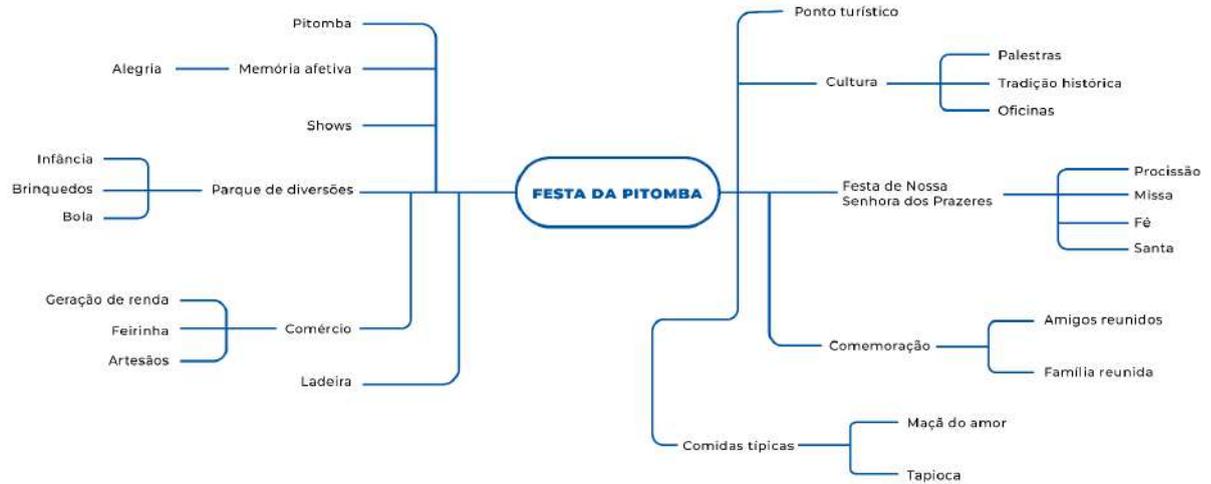
2.2.2 Concepção

Esta fase se caracteriza pelo desenvolvimento prático do sistema de identidade visual, e dá início a geração de alternativas. No entanto, inicialmente, serão introduzidos como recursos criativos um mapa mental sintetizando os dados que foram obtidos através do questionário e informações levantadas sobre a festividade, e painéis semânticos que buscam traçar a identidade da marca.

2.2.2.1 Mapa Mental

O mapa mental foi desenvolvido com a ideia de sintetizar e organizar visualmente as informações obtidas durante o levantamento de dados e o questionário aplicado com o público-alvo, deixando mais evidente informações que serão relevantes para criação da marca. A palavra “Festa da Pitomba” deu início à construção do mapa (Figura 17), seguida por palavras que possam ser associadas e fazem referência à palavra-chave principal. O mapa foi produzido inicialmente de forma manual pela autora buscando deixar livre todo o processo de criatividade e logo depois foi organizado de forma digital para uma melhor visualização.

Figura 17: Mapa mental.



Fonte: O autor (2022).

2.2.2.2 Painéis semânticos

Neste tópico foram idealizados dois painéis semânticos com o objetivo de apresentar referências que possam servir para desenvolvimento deste projeto e ajudem a estimular a geração de ideias na elaboração da nova marca.

O primeiro painel (Figura 18) reúne imagens referentes a igreja de Nossa Senhora dos Prazeres e a Festa da Pitomba, buscando evidenciar alguns valores simbólicos e culturais da região.

Figura 18: Painel Semântico 1 - A Festa da Pitomba.



Fonte: O autor (2022).

No segundo painel (Figura 19) foram levantadas identidades visuais que trabalham com um conceito mais minimalista e que serviram como modelos para ajudar a traçar a identidade que será utilizada na nova marca.

Figura 19: Painel Semântico 2 - Referências de identidades visuais.



Fonte: O autor (2022).⁴

2.2.2.3 Geração de Alternativas

A criação de ideias para desenvolvimento da nova marca da Festa da Pitomba e da coleção de ícones gráficos foi definida através de um conceito estético mais minimalista com referência visual nos materiais apresentados anteriormente.

a) Coleção de Ícones Gráficos

O processo criativo do sistema de identidade visual para a Festa da Pitomba se iniciou pelo desenvolvimento de uma pequena coleção de ícones gráficos que mais adiante foram incorporados tanto na identidade visual como nas aplicações do próprio SIV. Para criação dos ícones foram utilizadas algumas imagens como referência e vetorizadas de forma totalmente digital. Foi escolhido trabalhar com um aspecto mais minimalista com o objetivo de padronizar a coleção e de facilitar sua aplicação posteriormente. A escolha dos ícones a serem trabalhados se deu pela relevância de itens pontuados através do questionário realizado com o público, destacando elementos que fazem parte da Festa da Pitomba, e da região ao redor onde ocorre a festa. A Coleção conta com 6 ícones que podem ser observados nas imagens logo abaixo.

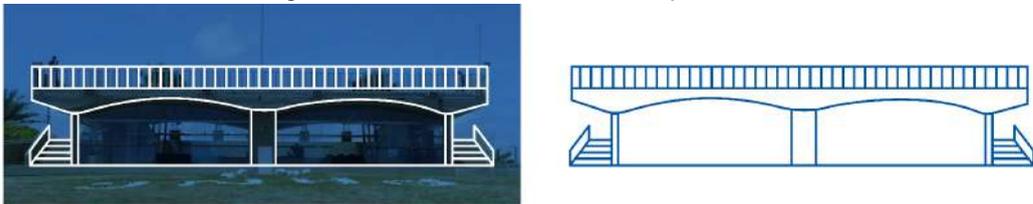
⁴ Painel semântico criado a partir de imagens coletadas no site do behance via www.behance.net.

Figura 20: Ícones da Igreja de Nossa Senhora dos Prazeres e Pitomba.



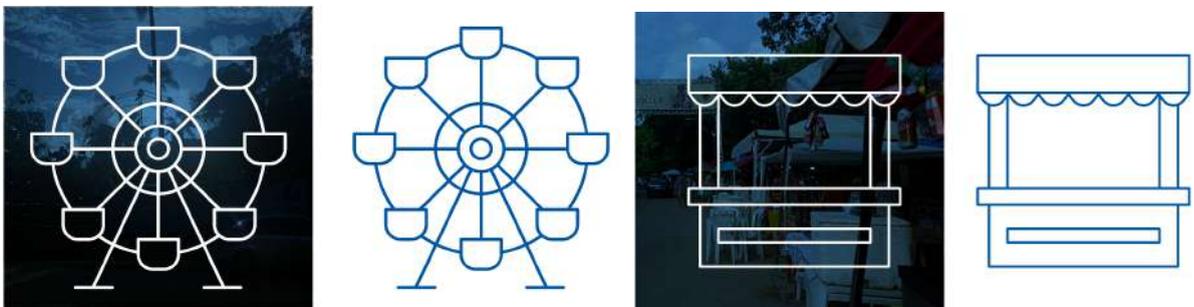
Fonte: O autor (2022).

Figura 21: Ícone do Mirante Henrique Dias.



Fonte: O autor (2022).

Figura 22: Ícones do Parque de diversões e Feira de artesanato.



Fonte: O autor (2022).

Figura 23: Ícone do Bosque do Pau Brasil.

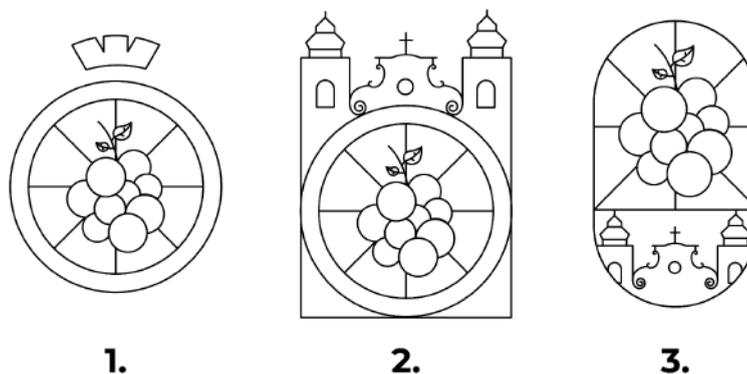


Fonte: O autor (2022).

b) Alternativas para o símbolo da marca

A elaboração de esboços para o símbolo utilizado na composição da marca da Festa da Pitomba se deu inicialmente tendo em vista a ideia de trabalhar de forma diferente das marcas apresentadas nos anos anteriores da festividade, fugindo um pouco do conceito de usar como representação exclusivamente a Pitomba. Dessa forma foram criados esboços utilizando traços mais simples e minimalistas, pensando também na redução da marca e em sua aplicação em materiais diversos. Por fim foram escolhidas 3 alternativas que podem ser observadas logo abaixo (Figura 24).

Figura 24: Geração de Alternativas para o símbolo.



Fonte: O autor (2022).

O primeiro esboço foi baseado na ideia de trabalhar com a Pitomba em evidência, seguida pelo vitral que foi retirado como referência da frente da igreja de Nossa Senhora dos Prazeres e por fim o uso da coroa fazendo uma alusão à santa. Já no segundo e terceiro esboço, mais uma vez foi utilizada a Pitomba em evidência, seguida pela igreja apresentada como background no esboço 2, e de forma mais discreta no esboço 3 dando maior destaque para a Pitomba.

c) Alternativas para o Logotipo da marca

Para construção do logotipo que será utilizado no nome da marca, foram pensadas em outras 3 alternativas que estão demonstradas logo abaixo (Figura 25). As tipografias foram escolhidas levando em consideração o não comprometimento da legibilidade visto que a marca poderá ser aplicada em tamanho reduzido.

Figura 25: Geração de Alternativas para a tipografia.



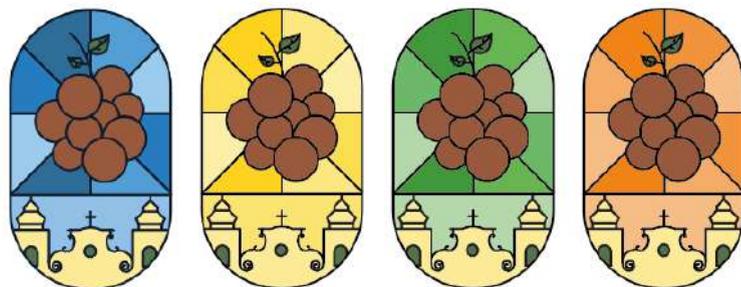
Fonte: O autor (2022).

A primeira opção apresenta um visual mais simples com formas retas e que trás um aspecto mais limpo e moderno. A segunda opção também utiliza de formas mais retas, entretanto traz a combinação de duas tipografias, com uma fonte mais retrô, que traz algumas características do estilo art deco, utilizada na palavra principal trazendo mais identidade para o logotipo. Na terceira opção também foi trabalhado com uma combinação de tipografias, dessa vez trazendo uma fonte mais elegante para a palavra principal. As 3 opções utilizam de fontes mais condensadas devido ao tamanho da palavra “Pitomba” e com o intuito de criar maior harmonia entre as proporções do símbolo e logotipo.

d) Alternativas para a paleta de cores

Também foram geradas algumas paletas de cores (Figura 26), com intuito de realizar um teste cromático que pudesse melhor se adequar ao objetivo proposto pela marca. A preferência foi dada pelos tons mais alegres que pudessem quebrar um pouco uma imagem tão séria, e transmitir uma mensagem mais harmônica entre o símbolo e o logotipo.

Figura 26: Geração de Alternativas para a paleta de cores.



Fonte: O autor (2022).

e) Alternativas para a marca

Logo após esse processo foi realizado um teste utilizando as combinações entre os símbolos e logotipo (Figura 27), com o intuito de visualizar a composição como um todo e auxiliar na escolha da versão preliminar.

Figura 27: Testes de composição visual da marca.



Fonte: O autor (2022).

2.2.2.4 Análise e escolha preliminar de Alternativa

Após os testes realizados anteriormente, foi escolhida uma das alternativas geradas que está apresentada logo abaixo (Figura 28). Esta opção possui uma combinação mais harmônica entre os elementos, passando o conceito apresentando inicialmente e trazendo maior contraste para o Logotipo. A paleta principal foi definida entre os tons de azul, marrom, verde e amarelo, cores que estão fortemente ligadas à Santa, a pitomba e a igreja.

Figura 28: Escolha preliminar da marca.



Fonte: O autor (2022).

2.2.2.5 Validação da Alternativa junto ao público

Com a escolha preliminar definida, nesta etapa foi desenvolvido um novo formulário através do google forms (Figura 29), com o objetivo de obter informações sobre a percepção do público em relação a apresentação da nova marca e também levantar questões que possam ter passado despercebidas pelo designer.

Figura 29: Questionário 2.

QUESTIONÁRIO 2
Validação da marca

<p>1 - Você é designer? a) Sim b) Não</p> <p>A imagem abaixo se caracteriza como uma nova proposta para a marca da Festa da Pitomba.</p> <div style="text-align: center;">  </div>	<p>2 - Você aprovaria o uso desta marca para representação da Festa da Pitomba? a) Sim b) Não</p> <p>3 - Quão marcante você achou a marca? a) muito b) indiferente c) pouco</p> <p>4 - Quão moderna você achou a marca? a) muito b) indiferente c) pouco</p> <p>6 - Quais pontos POSITIVOS você consegue visualizar na marca? (resposta aberta)</p> <p>7 - Quais pontos NEGATIVOS ou que precisam de melhoria você consegue visualizar? (resposta aberta)</p>
---	--

Fonte: O autor (2022).

O questionário foi divulgado através das redes sociais da autora e ficou no ar por 3 dias, obtendo respostas de 37 participantes que se dividiram entre 32,4% (12 participantes) de profissionais do design e 67,6% (25 participantes) composto pelo público-alvo.

No geral a marca apresentou uma boa aceitação pelo público, tendo apenas 8,1% (3 participantes) que afirmaram não aprovar o uso da marca como representação da Festa da Pitomba (Figura 30). Além disso, 78,4% do público (29 participantes) definiu a identidade visual como marcante e 81,10% (30 participantes) como moderna.

Figura 30: Validação da marca.



Fonte: Adaptado do google forms (2022).

Apesar de apresentar um resultado positivo, alguns pontos foram levantados e levados em consideração, visto que demonstram um grande potencial para melhoria e aprimoramento da marca (Figura 31). Alguns participantes fizeram uma pontuação sobre o cacho de pitomba estar mais parecido com um cacho de uva, o que poderia confundir o público. Outro ponto levantado foi em relação a paleta de cores que poderia não contrastar tanto com o ambiente, já que o evento acontece predominantemente na parte da noite. E por fim outros participantes relataram não achar que a tipografia utilizada representava tão fortemente a tradição da festividade e poderia ser melhorada.

Figura 31: Respostas coletadas do questionário 2.

Quais pontos NEGATIVOS ou que precisam de melhoria você consegue visualizar na marca?
37 respostas

Eu gostei da marca em si, porém na construção iconografia achei que a pitomba se apagou no fundo azul. Como sugestão: dá mais contraste pra que a o vetor da pitomba se destaque mais do fundo. Também é importante considerar que grande parte do evento acontece a noite e aí fica o questionamento se a marca vai se ressaltar considerando a luminosidade do ambiente.

poderia mudar algo na tipografia. Deixa a cor mais marcante também

Está parecendo um cacho de uva.

Não sei como ficaria com cores diferentes, mas penso que o tom das cores ficaria melhor se fossem mais vivos.

A tipografia usada na marca foge um pouco da ideia de uma festividade que é tradição e vem de anos e anos. Acredito que a escolha da tipografia trouxe um ar muito moderno para o evento, como se fosse algum tipo de evento exclusivo. Outro ponto negativo é que o cacho de pitomba está mais parecido com um cacho de uva.

Fonte: Adaptado do google forms (2022).

2.2.2.6 Aprimoramento da Alternativa Final

a) Aprimoramentos dos ícones

Um novo ícone representando o cacho de pitomba foi desenhado, visando tornar o símbolo mais parecido com o real. Além disso, alguns elementos da igreja foram simplificados, como o espiral e detalhes da lateral, e a cruz foi aumentada (Figura 32), uma vez que esses itens poderiam ter sua legibilidade comprometida com a redução do tamanho, e os demais ícones foram mantidos em sua configuração inicial.

Figura 32: Aprimoramento dos ícones da Igreja de Nossa Senhora dos Prazeres e da Pitomba.

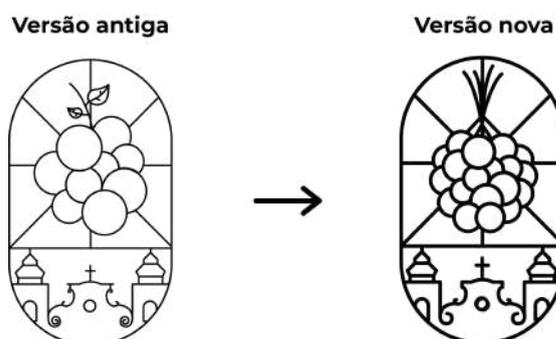


Fonte: O autor (2022).

b) Aprimoramento do símbolo

Os ícones apresentados no tópico acima também foram aplicados no aprimoramento do símbolo (Figura 33), com o intuito de gerar um maior reconhecimento pelo público.

Figura 33: Aprimoramento do símbolo.

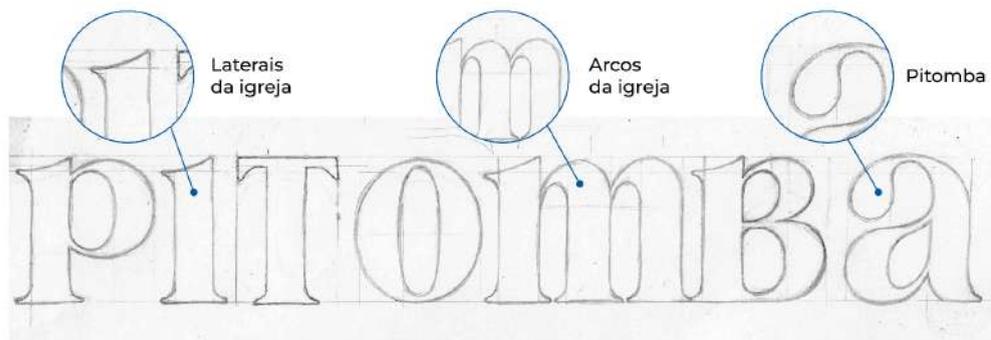


Fonte: O autor (2022).

b) Aprimoramento do logotipo

Para o logotipo foi pensado em trabalhar com uma nova proposta (Figura 34), trazendo referências da arquitetura da Igreja de Nossa Senhora dos Prazeres que deixam a marca mais relacionada com a tradição da festividade. Dessa forma foi realizado um esboço da construção da tipografia utilizando como parâmetro os arcos da igreja, as serifas baseadas nas laterais da igreja e o terminal da letra A em formato arredondado fazendo alusão a pitomba.

Figura 34: Esboço do logotipo.



Fonte: O autor (2022).

Em seguida, o esboço foi vetorizado de forma digital e realizado os ajustes necessários entre as letras buscando deixar o logotipo mais harmônico (Figura 35), e a tipografia Montserrat usada no texto “Festa da” foi mantida.

Figura 35: Aprimoramento do logotipo.

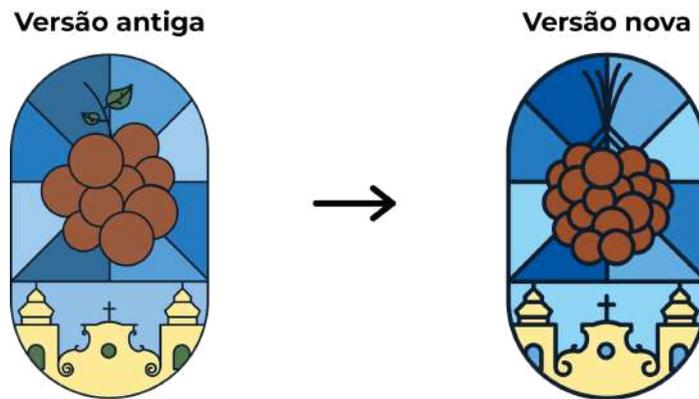
FESTA DA
PITOMBa

Fonte: O autor (2022).

c) Aprimoramento da paleta de cores

Por fim, foi realizado um ajuste na paleta de cores (Figura 36), deixando os tons mais vivos, trazendo maior destaque para a identidade visual, já que a festa é realizada predominantemente na parte da noite e poderia ter um comprometimento da sua legibilidade.

Figura 36: Aprimoramento da paleta de cores.



Fonte: O autor (2022).

2.2.2.7 Solução Final

A Figura 37 apresenta a solução final para o problema levantado inicialmente durante a fase de problematização, trazendo um resultado visual mais harmônico e representando os conceitos estabelecidos para a nova identidade.

Figura 37: Solução final da marca.



Fonte: O autor (2022).

2.2.3 Especificação

Com a Solução final do sistema de identidade visual estabelecido, foi dado início a elaboração do manual de apresentação do SIV, que teve como objetivo apresentar as definições conceituais da identidade visual da Festa da Pitomba e orientar a utilização e implementação dos elementos que compõem a marca, devendo ser utilizado como um guia para garantir uma aplicação correta e transmissão de uma imagem coesa da marca.

2.2.3.1 Conceito

A marca foi elaborada levando em consideração o uso de elementos que sintetizam a cultura local e traduzem em um fácil reconhecimento pelo público, fortalecendo a transformação de marcas com aspectos mais culturais e trazendo uma experiência positiva e marcante.

A junção da Pitomba com a Igreja de Nossa Senhora dos Prazeres traz uma referência que está diretamente ligada com a memória afetiva do público, representando e valorizando este ambiente que está fortemente relacionado à cultura jaboatonense.

2.2.3.2 Assinaturas Visuais

a) Assinaturas da marca

As assinaturas da marca se apresentam tanto no formato vertical quanto horizontal, além de contar com suas versões separadas utilizando apenas o símbolo ou apenas o logotipo (Figura 38).

Figura 38: Assinaturas Visuais da marca.



Fonte: O autor (2022).

b) Versão em outline

A marca também pode ser utilizada em sua versão apenas com outline, quando não há a possibilidade do uso das cores (Figura 39).

Figura 39: Versão em outline.



Fonte: O autor (2022).

c) Versão alternativa

Também foi acrescentada uma versão opcional utilizando a tagline com os anos de comemoração da festividade, sendo recomendado o seu uso nos materiais de divulgação (Figura 40).

Figura 40: Versão alternativa.



Fonte: O autor (2022).

2.2.3.3 Malha construtiva

A malha foi construída com o intuito de proteger e guiar a estrutura da marca, principalmente na reprodução de materiais com aplicação manual (Figura 41).

Figura 41: Malha construtiva da marca.



Fonte: O autor (2022).

2.2.3.4 Área de proteção

É necessário manter uma área de proteção em torno da marca, estabelecendo como distância mínima a largura da letra “I” da própria palavra Pitomba. (Figura 42).

Figura 42: Área de proteção da marca.



Fonte: O autor (2022).

2.2.3.5 Limite de redução

A marca utilizada em projeto impresso deve obedecer ao limite máximo de redução de 25x10mm em sua versão horizontal, de 18x5mm em sua versão utilizando apenas a tipografia, e de 5x10mm em sua versão utilizando apenas o símbolo. Já no projeto digital, a marca deve obedecer ao limite máximo de redução de 72x28mm em sua versão horizontal, de 51x14mm em sua versão utilizando apenas a tipografia, e de 16x28mm em sua versão utilizando apenas o símbolo (Figura 43).

Figura 43: Limite de redução.

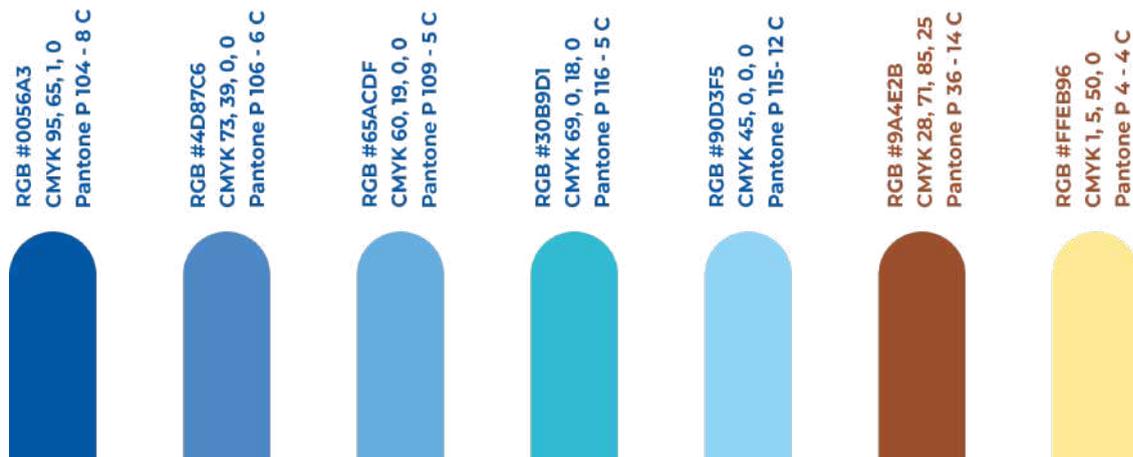


Fonte: O autor (2022).

2.2.3.6 Cores institucionais

A paleta principal foi definida entre os tons de azul, marrom e amarelo, cores que estão fortemente ligadas à Santa, a pitomba e a igreja, (Figura 44).

Figura 44: Cores institucionais.



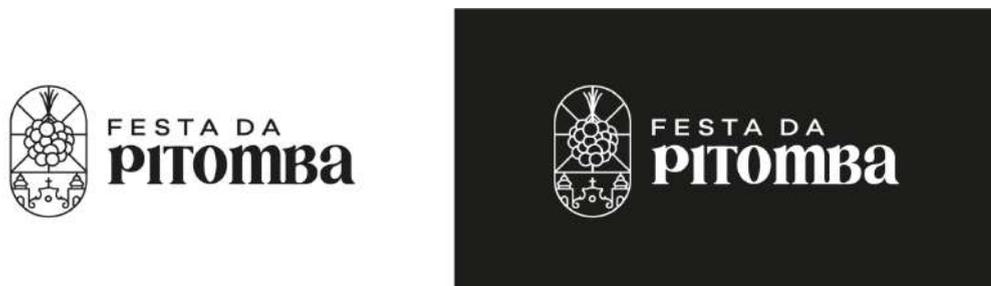
Fonte: O autor (2022).

2.2.3.7 Versão monocromática

a) Positivo e negativo

As versões monocromáticas devem ser aplicadas quando não há a possibilidade do uso das cores, podendo ser utilizada em sua forma negativa ou positiva (Figura 45).

Figura 45: Versão monocromática.



Fonte: O autor (2022).

b) Grayscale

Outra opção é utilizar a marca em grayscale, composta por tons de cinza, que simula com mais fidelidade os conceitos da marca (Figura 46).

Figura 46: Versão Grayscale.



Fonte: O autor (2022)

2.2.3.8 Tipografia Institucional

A fonte Montserrat foi escolhida como tipografia institucional padrão com o intuito de uniformizar os textos de peças de comunicação da marca. Deve-se usar de seus pesos e variações para dar mais ou menos destaque às informações como títulos, textos e legendas (Figura 47).

Figura 47: Tipografia Institucional.

Montserrat

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X W Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x w y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? ! @ & % \$; . , " < [] { }

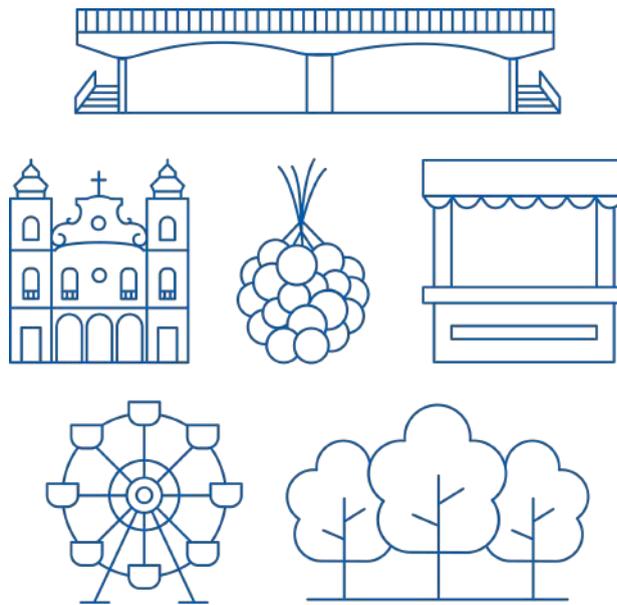
Fonte: O autor (2022)

2.2.3.9 Grafismos Institucionais

a) Coleção de Ícones

Conforme apresentado anteriormente, a identidade visual conta com uma coleção de ícones que servirão para dar apoio a marca e que pode ser usado na criação de materiais diversos (Figura 48).

Figura 48: Coleção de Ícones.

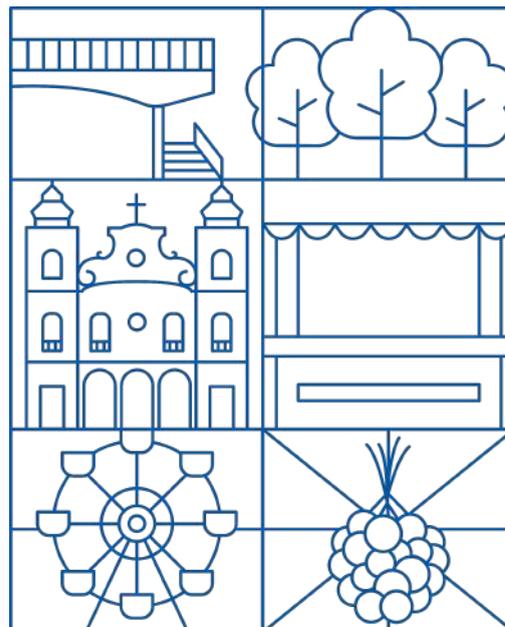


Fonte: O autor (2022)

b) Pattern

Os patterns são uma outra opção de grafismo que podem ser utilizados como elemento de apoio da marca. Foi construída uma proposta a partir da junção dos ícones apresentados anteriormente, e que deve ser sempre aplicada utilizando a paleta de cores institucionais (Figura 49).

Figura 49: Pattern.



Fonte: O autor (2022)

2.2.3.10 Uso incorreto

A marca da Festa da Pitomba não deverá sofrer nenhuma alteração, e sua aplicação deve seguir exatamente as diretrizes contidas abaixo. Qualquer modificação feita na marca pode afetar a sua legibilidade, mudar o significado, e transmitir uma mensagem errada ao público-alvo, diminuindo o impacto da marca.

a) O que não fazer em relação a marca

Figura 50: Uso incorreto 1.



Fonte: O autor (2022).

b) O que não fazer em relação a aplicação de fundos coloridos e imagens

Figura 51: Uso incorreto 2.





Fonte: O autor (2022).

2.2.4 Propostas de aplicações

Foram desenvolvidos alguns materiais com a aplicação da marca e o sistema de identidade visual, com o intuito de visualizar como seria sua execução na prática. Por se tratar de uma marca voltada para um evento festivo, a identidade foi utilizada em peças de publicidade, sinalização, fardamento da equipe e brindes (Figura 51).

Figura 52: Aplicações da marca.





Fonte: O autor (2022).

Para visualizar o Manual da marca na íntegra basta acessar o link: www.issuu.com/gabriellesepol/docs/manual_da_marca_-_festa_da_pitomba.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esta pesquisa retrata o olhar do designer diante de projetos voltados à transformação e valorização de marcas com aspectos mais culturais, lidando com os desafios de encontrar um posicionamento que represente e valorize a cultura desses espaços. Além disso, também foi possível validar a eficácia na utilização de ferramentas do design gráfico como instrumento para preservação da história e cultura local.

Como resultado foi obtida a criação de um sistema de identidade visual para a Festa da Pitomba, junto a elaboração de um conjunto de ícones gráficos e a construção de um manual de aplicação da marca. A proposta apresentada teve o objetivo de fugir das concepções utilizadas nos anos anteriores da festividade, trazendo componentes que fazem referência a festa e são de fácil reconhecimento pelo público-alvo, unindo assim os dois principais elementos que estão ligados a festividade - a pitomba e a igreja de Nossa Senhora dos Prazeres, que não foi levada em consideração na construção das marcas anteriores, visto que a festa passou a ser popularmente conhecida como Festa da Pitomba.

O desenvolvimento do SIV cumpre com o objetivo geral do projeto, e os objetivos específicos foram alcançados fazendo uso das etapas do processo metodológico de Peón (2003) sem encontrar maiores dificuldades. Esta pesquisa também apresentou potencial para contribuir de forma metodológica com futuros projetos do design gráfico a serem desenvolvidos com ênfase no fortalecimento de tradições e características mais culturais.

Ao final desta pesquisa, é possível sugerir como futuros desdobramentos deste projeto a apresentação desta proposta para os órgãos responsáveis pela festividade, viabilizando uma possível produção e aplicação dos materiais elaborados para o evento.

Por fim, diante dos resultados exibidos, pode-se concluir que este projeto apresenta um material rico sobre a cultura jaboatonense e atende a todos os objetivos propostos ao início do projeto, se mostrando efetivo para finalização desta etapa da graduação.

REFERÊNCIAS

Blog Lagoa olho d'água. 2012. Disponível em:
<<https://www.lagoaolhodagua.com.br/2012/04/jaboatao-divulga-programacao-da-festa.html>>.
Acesso em: 28 ago. 2022.

Blog Sabores da isy. **Blogspot**. Disponível em:
<<http://sabores-da-isy.blogspot.com/2014/04/festa-da-pitomba.html>>. Acesso em: 28 ago. 2022.

DESLANDES, S. F.; GOMES, R.; MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28. ed. Petrópolis - RJ : Vozes, 2009.

Fanpage Festa da Pitomba. **Facebook**. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/festadapitomba>>. Acesso em: 21 ago 2022.

FARIAS, Priscila; BRAGA, Marcos da Costa (Orgs.). **Dez Ensaios Sobre Memória Gráfica**. São Paulo: Blucher, 2018.

IBGE. **Biblioteca IBGE**. Disponível em:
<<https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo.html?id=445316&view=detalhes>>. Acesso em: 08 maio 2022.

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

VIVER.JG. **Festa da Pitomba**. 2017. Disponível em:
<<https://viver.jaboatao.pe.gov.br/festa-da-pitomba-2>>. Acesso em: 05 abr. 2022.

Site prefeitura de jaboatão. Disponível em:
<<https://jaboatao.pe.gov.br/?s=festa+da+pitomba>> Acesso em: 28 ago. 2022.

ANEXO E



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

**PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA DE
PROJETO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN DE**

MARIA GABRIELLE LOPES CRUZ

***“Identidade Visual como instrumento de Preservação Histórica e Cultural
da Festa da Pitomba”***

Memorial descritivo do projeto

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera a aluna MARIA GABRIELLE LOPES CRUZ.

APROVADA

Conforme defesa realizada por videoconferência.

Caruaru-PE, 08 de novembro de 2022.

Prof. Dr^a Maria de Fátima Waechter Finizola - Orientadora

Prof. Dr^a Camila Brito de Vasconcelos - 1^o Avaliadora

Prof. Dr^a Rosângela Vieira de Souza - 2^o Avaliadora