



O DESIGN DE IDENTIDADE VISUAL COMO TRIBUTO À VALORIZAÇÃO DO TURISMO NA CIDADE DE CATAGUASES - MG

The Visual Identity Design as a Tribute to the Valorization of a Tourism in the City of Cataguases - MG

SOUZA, Fernanda do Carmo

Bacharela em Design. Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)
carmnostudio@gmail.com

MENDES, Rodrigo Bicalho

Mestre em Arquitetura e Urbanismo. Universidade Federal de Viçosa (UFV)
rodrigo.mendes@uemg.br

ALVES, Taís

Doutoranda em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
taisalvesuba@gmail.com

100

RESUMO

Ao observar a escassez de materiais visuais no âmbito turístico sobre uma cidade considerada modernista e referência nacional, desenvolveu-se este estudo, com o intuito de promover a atuação do design gráfico na criação de uma identidade visual que contribua com a valorização da cidade e com o acesso as informações históricas e culturais locais, à título turístico. Para a fundamentação da proposta foi pesquisado a história do município brasileiro de Cataguases, situado no estado de Minas Gerais. O estudo objetivou o entendimento da origem da cidade desde a sua concepção até a chegada da era moderna em meados de 1940. Para a realização deste trabalho, fez-se necessário compreender todo o histórico, a criação das instalações modernas, a opinião pública a respeito do tema, o simbolismo por detrás de painéis localizados em fachadas

e as produções culturais ligadas ao meio; foi-se necessário viajar no tempo para redescobrir mais evidências sobre Cataguases, com um novo olhar sobre a mesma paisagem. Novas perspectivas trouxeram substâncias significativas para a geração de uma nova identidade visual, a qual irá permitir que os indivíduos obtenham uma nova proposta em perceber a cultura local. Após este embasamento, foi desenvolvido um símbolo, por meio da metodologia do design de identidade; optou-se pelo uso da imagem da pomba, pois semioticamente, tal imagem pode estar conectada com a percepção de liberdade através do ato de voar, subjetivamente pode representar algo próspero, associado a paz, e por fim, também pode significar ser um animal mensageiro, ligado a comunicação. Além destes fatos, há um outro símbolo implícito, fruto descoberto que originou todo o conceito deste projeto: para além de um olhar. Evidencia-se, assim, o propósito de, por meio do desenvolvimento de um produto visual, restituírem-se a valorização e o potencial turístico desta cidade moderna. A finalidade da presente pesquisa configura-se como parte do trabalho de conclusão de curso em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais, campus Ubá. Apresentado em 11 de março de 2021.

Palavras-chave: Design de Símbolo; Semiótica; Design Gráfico; Identidade Visual; Turismo.

Referências

BDMG Cultural. **Modernismo Reinventado: História e Cultura em Cataguases.** Disponível em: <<https://bdmg-cultural.mg.gov.br/artigos/titulo-do-artigo-ou-ensaio-21/>>. Acesso em: 17 de Julho de 2021.

BERGER, Arthur A. **Seeing is believing: An introduction to visual communication.** Mountain View, CA: Mayfield, 1989.

BRIDGEWATER, PETER. **Introdução ao Design Gráfico**.1ª ed. Lisboa: Editorial Estampa, 1999.

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Editora Elsevier, 2010.

COSTA, Joan. **Imagem corporativa em el siglo XXI**. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

CRUZ, A. R. P. M. **Turismo e Criatividade no Algarve: Uma análise da oferta turística regional como elemento de atração da classe criativa**. Dissertação de Mestrado. Universidade do Algarve, Faro, 2010.

CSILLAG, Paula. **Comunicação com cores: uma abordagem científica pela percepção visual**. São Paulo: SENAI-SP Editora/ ESPM, 2015.

DONDIS, Donis. **A Sintaxe da Linguagem Visual**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ECO, H. **Signo**. 2. ed. Trad. Francisco S. Cantarell. Barcelona: Editorial Labor, 1988

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.134

IAU.USP. **Fotomontagem, Política E Surrealismo: relações perceptivas em uma arte de transformação**. Disponível em: <<https://www.iau.usp.br/pesquisa/grupos/nelac/wp-content/uploads/2016/01/FOTOMONTAGEM-POL%C3%8D-TICA-SURREALISMO-1.pdf>>. Acesso em: 12 de Fevereiro de 2022.

JUNG, C. G. **O homem e seus símbolos**. 6ª Ed. Trad. Maria Lúcia Pinho. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2002.

JOLY, Martine (1994). **Introdução à Análise da Imagem**, Lisboa, Ed. 70, 2007 – Digitalizado por SOUZA, R.

LANZIERI, C.; FRADE, I. **Muitas Cataguases: novos olhares acerca da história regional**. Juiz de Fora-MG: Editar Editora, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica?** 19ª Ed. São Paulo: Brasiliense, 2003.

SARTRE, J. P. **A imaginação**. Trad. Paulo Neves. Porto Alegre: L&M, 2009. STRUNCK, G. **Identidade visual: A direção do olhar**. Rio de Janeiro: 1989.