

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN
CURSO DE DESIGN

LUÍSA CECCONELLO SOARES

FESTIVAL *METAL HEAVEN*: CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL
PARA FESTIVAL DE MÚSICA

Uberlândia - MG

2024

LUÍSA CECCONELLO SOARES

FESTIVAL *METAL HEAVEN*: CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL
PARA FESTIVAL DE MÚSICA

Trabalho de Conclusão de Curso ou
Dissertação ou Tese apresentado à Faculdade
de Arquitetura, Urbanismo e Design da
Universidade Federal de Uberlândia como
requisito parcial para obtenção do título de
bacharel em Design

Área de concentração: Comunicação
Visual, Sinalização e Branding

Orientador: Prof. Dr. João Carlos Ricco
Plácido da Silva

Uberlândia - MG

2024

AGRADECIMENTOS

Pouco tempo antes de escrever estes agradecimentos me deparei com o artigo *“Pra caso você ache que vai conseguir fazer alguma coisa sozinho”* de Karipola. Nele, cita a história da nadadora Nyad, que realizou o sonho e desafio pessoal de nadar de Flórida até Cuba (160km) em pleno mar aberto, sem descanso. Nyad havia tentado desde que tinha 20 anos até cinco vezes depois, no auge de seus sessenta e quatro anos, concluir o trajeto. Uma travessia que durou mais de cinquenta horas se movimentando por meio de braçadas sem sair da água, sendo castigada pelo sol e pelo sal.

Mas como ela conseguiu esse feito sozinha? (E o que isso tem a ver com Design? Calma, vou chegar lá)

Uma das primeiras coisas que Nyad citou quando aterrissou em Cuba foi a frase: **“Nadar pode parecer um esporte solitário, mas é um esporte em equipe”**. Nyad foi acompanhada por mais de quarenta profissionais, navegadores, biólogos, especialistas em animais marinhos, pessoas para lidar com tubarões, socorristas, barcos, foi pontualmente alimentada, hidratada, acompanhada por uma equipe que garantisse que a vida dela estivesse resguardada durante todo o trajeto. O feito de Nyad não se torna menos grandioso pelo fato de contar com o apoio de outras pessoas. Ela só conseguiu realizar algo tão inimaginável e *ultrapassar os limites da capacidade humana* graças ao apoio que teve.

Chegar a esse ponto me fez entender muitas coisas, desde que comecei a trilhar meu caminho. Me fez perceber que a jornada no Design não é uma trajetória solitária. Compreendi que o design vai muito além de um esforço individual; ele é tecido pelas trocas, pelo apoio e pelas conexões que me fortaleceram e transformaram meu conhecimento a cada etapa. Esse trabalho pode possuir meu nome na capa, mas é resultado de uma conquista compartilhada.

Agradeço primeiramente à minha família, cuja força e apoio, mesmo a 2.000 quilômetros de distância da universidade em que estou me graduando, foram os ventos que impulsionaram minha travessia. Em especial, agradeço à minha mãe, Silvana Cristina, que me ensinou o poder transformador da educação e incansavelmente, se esforçou dia após dia, para que eu pudesse sonhar. À minhas irmãs, Marina e Gabriela, que insistem em me mostrar que não estou sozinha no mar da vida.

Esse trajeto foi muito mais prazeroso com o apoio dos meus amigos Guilherme Luiz, Leonardo Koga, Milena de Cássia, Vinícios Hortolan e Thaynara Teixeira. Com eles, pude me tornar uma pessoa e um profissional melhor. A presença de cada um tornou cada passo mais leve e trouxeram sentido ao percurso, marcando para sempre minha trajetória no Design.

Agradeço profundamente aos meus professores, que tiveram a generosidade em compartilhar o conhecimento que expandiu meus horizontes e me ensinou a enxergar além das minhas limitações. Um agradecimento especial ao meu Professor orientador, João Plácido, que me ajudou a organizar e expressar minhas ideias de forma clara na reta final desse ciclo.

Meu caminho no aprendizado do Design foi como uma travessia no desconhecido, cheia de incertezas e novos aprendizados. Com muitas tentativas, muitos erros, e alguns acertos. Ao entregar este projeto, percebo que o meu feito aqui não é apenas o meu, mas de todos aqueles que acreditaram e apoiaram a minha trajetória.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo desenvolver um Sistema de Identidade Visual para um festival de rock alternativo, fundamentado em estudos de mercado e na análise de sistemas de identidade visual semelhantes. O projeto busca definir padrões e conceitos-chave que guiarão a criação da marca do evento, suas aplicações e o manual de identidade visual correspondente. A identidade visual, elemento crucial em qualquer setor, tem a função de transmitir a essência, os valores e a personalidade de uma entidade. No caso de eventos, ela é responsável por caracterizar o ambiente e comunicar o conceito do evento por meio de elementos visuais como formas, cores e tipografia, gerando expectativas e engajando o público antes, durante e após a realização.

Keywords: Identidade Visual, Guia de Identidade Visual.

ABSTRACT

This Project aims to develop a Visual Identity System for an alternative rock festival, based on market studies and the analysis of similar visual identity systems. The project seeks to define key standards and concepts that will guide the creation of the event's brand, its applications and the corresponding visual identity manual. Visual identity, a crucial element in any sector, has the function of conveying the essence, values and personality of an entity. In the case of events, it is responsible for characterizing the environment and communicating the concept of the event through visual elements such as shapes, colors and typography, generating expectations and engaging the public before, during and after the event.

Keywords: Visual Identity, Branding Guidelines.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 OBJETIVOS.....	10
2.1 Justificativa do Projeto	10
3 METODOLOGIA.....	11
4 DESENVOLVIMENTO.....	13
4.1 Fase A: Problematização	14
4.1.1 Linha do Tempo	14
4.1.2 Análise de Similares	17
4.1.2.1 Nova Rock	18
4.1.2.2 Inkcarceration	19
4.1.2.3 Rock am Ring	21
4.1.3 Público-Alvo.....	22
4.1.4 Briefing.....	23
4.2 Fase B: Concepção	24
4.2.1 Moodboard	25
4.2.2 Brainstorming - Naming.....	26
4.2.3 Geração de Alternativas.....	27
4.2.4 Definição do Partido	29
4.2.5 Solução Preliminar	30
4.3 Fase C: Especificação	31
4.3.1 Detalhamento.....	32
4.3.1.1 Logotipo	32
4.3.1.2 Cor	34
4.3.1.3 Tipografia	35
4.3.1.4 Aplicações	36
5 NOTAS CONCLUSIVAS.....	39
REFERÊNCIAS	40
APÊNDICE	42

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Metodologia de Peón (2009)	12
Figura 2- Metodologia adaptada	13
Figura 3 - Infográfico Linha do Tempo	16
Figura 4 - Festival Nova Rock	18
Figura 5 - Festival Inkarceration	19
Figura 6 - Festival Rock Am Ring	21
Figura 7 - Briefing	24
Figura 8 - Moodboard	25
Figura 9 - Estudo de fontes	28
Figura 10 - Estudo de símbolo	28
Figura 11 - Definição do partido 1	29
Figura 12 - Definição do partido 2	29
Figura 13 - Solução preliminar	30
Figura 14 - Logotipo principal	32
Figura 15 - Logotipo vertical	32
Figura 16 - Logo tipográfica	32
Figura 17 - Logo tipográfica vertical	33
Figura 18 - Áreas de proteção 1	33
Figura 19 - Áreas de proteção 2	33
Figura 20 - Aplicações P&B	34
Figura 21- Redução máxima	34
Figura 22 - Paleta de Cores	35
Figura 23 - Tipografia títulos	36
Figura 24 - Tipografia auxiliar	36
Figura 25 - Aplicação 1	37
Figura 26 - Aplicação 2	38
Figura 27 - Aplicação 3	38
Figura 28 - Aplicação 4	Erro! Indicador não definido.

1 INTRODUÇÃO

Os festivais de música emergem na sociedade contemporânea como espaços essenciais de expressão cultural e comunhão entre indivíduos e comunidades. Não se trata apenas de eventos voltados ao entretenimento; são, sobretudo, plataformas de conexão e de inspiração onde os participantes exploram e reafirmam suas identidades pessoais e coletivas. Esse crescimento reflete uma demanda crescente por encontros culturais, já que a população mundial se mostra cada vez mais inclinada a buscar vivências que transcendam o cotidiano e ofereçam uma experiência de pertencimento e autenticidade (Jones & Bartlett, 2022).

Nesse contexto, a identidade visual torna-se um elemento central para a comunicação e o posicionamento desses eventos. Cada festival, ao construir uma identidade visual única, diferencia sua proposta no mercado saturado e transmite seu espírito, valores, e cria expectativas para o público. De acordo com Wheeler (2008), o processo de identificação visual visa responder questões fundamentais de identidade, como "Quem sou eu?" e "O que represento?". Em festivais de música, onde o visual dialoga com a música e a atmosfera do evento, esses elementos criam uma coesão entre os participantes e intensificam a experiência imersiva, promovendo uma conexão emocional que persiste além do próprio evento.

Os festivais de rock, em especial, possuem um histórico de relevância social e cultural que os posiciona como símbolos de resistência, liberdade de expressão e criatividade. Eventos como Woodstock marcaram épocas e fomentaram movimentos sociais e artísticos, refletindo os anseios e as vozes de suas gerações (Bennett & Peterson, 2016). Hoje, a proliferação de festivais ao redor do mundo evidencia o apelo universal desse tipo de evento, onde as pessoas encontram um espaço propício para explorarem suas paixões e interesses culturais. No Brasil, o número de festivais voltados para o rock e seus subgêneros vem crescendo de maneira significativa, ampliando o acesso a diferentes estilos musicais e reforçando a cultura alternativa (Silva, 2020).

Este projeto tem como objetivo desenvolver a identidade visual de um Festival de Rock Alternativo, previsto para ocorrer em São Paulo, no Sambódromo do Anhembi, nos dias 22 e 23 de novembro de 2025. O projeto visa a criação de uma marca que represente os subgêneros da música alternativa — como heavy metal, hard rock e nu metal — de maneira autêntica e impactante, possibilitando que o público-alvo experimente uma ligação emocional com o evento. O trabalho considera que o design gráfico, ao comunicar emoções, atitudes e

valores, exerce um papel fundamental na construção de uma experiência completa e significativa, potencializando o valor simbólico e a percepção do festival como um marco cultural e artístico.

2 OBJETIVOS

O objetivo deste projeto é construir a identidade visual da primeira edição de um festival de música focado no rock alternativo, a ser realizado anualmente na cidade de São Paulo. O evento busca se consolidar como uma referência no cenário da música alternativa, explorando o metal como uma cultura, e pretende atrair um público estimado de dezenas de milhares de pessoas.

A proposta do festival é criar uma experiência imersiva, combinando apresentações de grandes nomes da música alternativa com efeitos visuais impactantes, incluindo iluminação avançada e pirotecnia, para proporcionar um ambiente que inspire uma conexão emocional intensa. A estratégia é inserir o festival no competitivo circuito de grandes eventos musicais, com a intenção de expandi-lo futuramente para outras regiões globais, oferecendo uma experiência cultural única.

O público-alvo concentra-se em jovens profissionais entre 18 e 50 anos, que buscam experiências culturais intensas e comunitárias. A principal motivação desse público é escapar da rotina cotidiana, buscando vivências transformadoras por meio da música ao vivo. Esses indivíduos valorizam a espontaneidade e a liberdade, características que o festival pretende incorporar em sua identidade visual.

2.1 Justificativa do Projeto

A criação de uma identidade visual para um festival de rock se justifica pela popularidade crescente desses eventos, que se tornaram fenômenos culturais globais, representando uma rica expressão da cultura contemporânea. Segundo a revista VEJA (2023), festivais de música movimentam 291 bilhões de reais por ano e empregam quase 7% da força de trabalho no Brasil, atraindo consumidores em busca de experiências imersivas e conexões sociais. Com a alta concorrência no setor, é essencial que cada festival tenha uma identidade única e forte.

Este projeto visa criar uma marca que atenda às expectativas de um público fiel, valorizando experiências transformadoras que refletem a essência cultural e expressiva do rock. Samara (2011) destaca que a identidade visual deve comunicar a essência do evento e criar uma conexão emocional com o público, enquanto Frisby (2022) reforça que uma identidade eficaz gera uma experiência coesa e memorável ao longo do tempo. O projeto busca, assim, traduzir os valores do festival em uma experiência visual que cativa o público, com um visual bem estruturado ajudará a refletir a autenticidade e a expressividade do rock alternativo, promovendo o sucesso a longo prazo do evento no cenário cultural.

3 METODOLOGIA

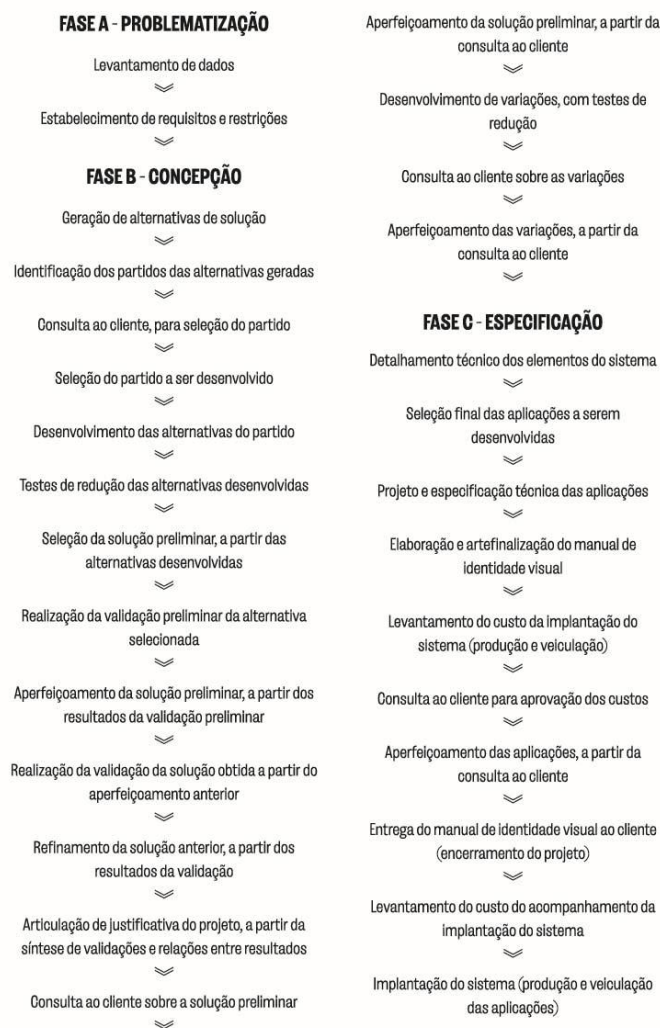
No contexto da economia moderna e da indústria cultural, a existência de uma marca sólida e reconhecível tornou-se fundamental para o sucesso de eventos, como os festivais de música. Os festivais promovem e servem como plataformas culturais que expressam identidades visuais e conceitos robustos. Assim, o design gráfico e o branding desempenham papéis estratégicos na promoção do festival e na criação de vínculos emocionais com os participantes, proporcionando uma experiência imersiva e memorável. De acordo com Aaker (2007), o branding envolve a administração de todas as formas de expressão de uma marca junto ao público, e em festivais, essa comunicação visual é crucial para transmitir a proposta do evento, sua filosofia e estética. Ao desenhar a identidade visual para um festival é importante considerar que o design gráfico vai além da simples diagramação e ilustração. Conforme Villas-Boas:

O design gráfico não é a simples diagramação de uma página, embora a diagramação possa ser uma das ferramentas de trabalho do designer. Também não é a ilustração, embora esta possa ser um dos elementos utilizados pelo profissional para a consecução de um projeto [...] ou seja: morfologicamente design gráfico é uma atividade de ordenação projetual de elementos visuais textuais e não textuais com fins expressivos para reprodução por meio gráfico. (VILLAS-BOAS, 2007, p. 30-31).

Aplicado aos festivais de música, esse processo cria uma narrativa visual que comunica a essência do festival e diferencia sua identidade no mercado competitivo de eventos musicais. Isso inclui a criação de logotipos, tipografias, paletas de cores, além de materiais promocionais como pôsteres, banners, websites e sinalização física no local do evento.

Para o desenvolvimento deste projeto foi escolhida a metodologia projetual de Maria Luísa Peón, conforme apresentado em seu livro *Sistemas de Identidade Visual* (2009). Segundo a autora, embora um projeto possa ser conduzido sem o uso de uma metodologia formal, a adoção de um método estruturado proporciona maior controle sobre as variáveis envolvidas, o que, por sua vez, reduz os riscos e facilita a tomada de decisões ao longo do processo criativo. Peón define a metodologia como um conjunto ordenado de procedimentos com o objetivo de alcançar um fim específico, sendo esta uma ferramenta essencial para o desenvolvimento de projetos visuais, especialmente aqueles que demandam consistência e coesão, como no caso de sistemas de identidade visual.

Figura 1- Metodologia de Peón (2009)



Fonte: Autora

A metodologia proposta por Peón foi amplamente adaptada ao contexto específico da criação de identidade visual e branding para um evento de rock alternativo que abrange subgêneros como o rock alternativo, metalcore e hard rock. O método foi estruturado em três grandes fases — problematização, concepção e especificação —, que guiaram o processo de criação do sistema de identidade visual. Essas etapas permitem uma abordagem estratégica e criativa assegurando consistência e coerência visual ao longo de todo o desenvolvimento do projeto.

Figura 2- Metodologia adaptada

FASE A - PROBLEMATIZAÇÃO	FASE B - CONCEPÇÃO	FASE C - ESPECIFICAÇÃO
Levantamento de dados	Geração de alternativas de solução	Detalhamento
≡	≡	≡
Estudo de contexto histórico	Moodboard	Logotipo
≡	≡	≡
Análise de Similares	Geração de Alternativas	Cor
≡	≡	≡
Definição do Público Alvo	Definição do Partido	Tipografia
≡	≡	≡
Desenvolvimento de Briefing	Solução Preliminar	Aplicações

Fonte: Autora

4 DESENVOLVIMENTO

A criação da identidade visual do *Metal Heaven* seguiu os preceitos metodológicos de Maria Luísa Peón (2012), que organiza o processo de desenvolvimento em três grandes etapas: problematização, concepção e especificação, foram consideradas algumas diretrizes teóricas de Wheeler e Rezende para garantir que a identidade visual do festival de rock alternativo fosse desenvolvida de forma e atualizada. Essa abordagem se mostrou adequada para assegurar a consistência entre o conceito do festival e sua expressão visual, seguindo uma estrutura flexível que permitiu adaptações conforme a necessidade do projeto. Esse tipo de processo metodológico é fundamental, especialmente em projetos culturais, como apontado por Wheeler (2012), ao discutir que a criação de identidade visual deve ser orientada por diretrizes que alinhem os objetivos da marca com a percepção do público.

Na fase de *problematização*, foi realizada uma análise crítica dos desafios específicos para criar uma estética visual que capturasse a essência e a energia do rock alternativo, posicionando o festival de forma autêntica no cenário cultural. Rezende (2008) destaca que a problematização permite identificar as necessidades comunicacionais e as expectativas do público-alvo, o que é crucial para garantir a eficácia do sistema de identidade visual em eventos culturais e de entretenimento.

A etapa de *concepção* envolveu o desenvolvimento de diferentes alternativas visuais e gráficas, apoiando-se em elementos como moodboards, paletas de cores e tipografias, em um processo de experimentação criativa. Segundo Peón (2012), essa fase é essencial para garantir que a linguagem visual escolhida esteja profundamente conectada com o conceito central da marca, reforçando a imersão sensorial e a experiência emocional do público. Para Wheeler (2012), a exploração de múltiplas alternativas é uma prática essencial no design estratégico, pois oferece flexibilidade no desenvolvimento de soluções que atendem tanto às necessidades estéticas quanto funcionais da marca.

Finalmente, a fase de *especificação* focou na aplicação precisa e técnica da identidade visual, contemplando diferentes plataformas e materiais gráficos, como manual de aplicação, sinalização e materiais promocionais. Esse processo é vital para garantir que a identidade se mantenha consistente em diversas aplicações, como reforça Rezende (2008), ao discutir a importância de normas técnicas que preservem a integridade da marca em cada suporte. Peón (2012) também defende que, ao chegar nessa etapa, a identidade visual deve ser sólida o suficiente para manter sua coerência e adaptabilidade em diferentes contextos.

4.1 Fase A: Problematização

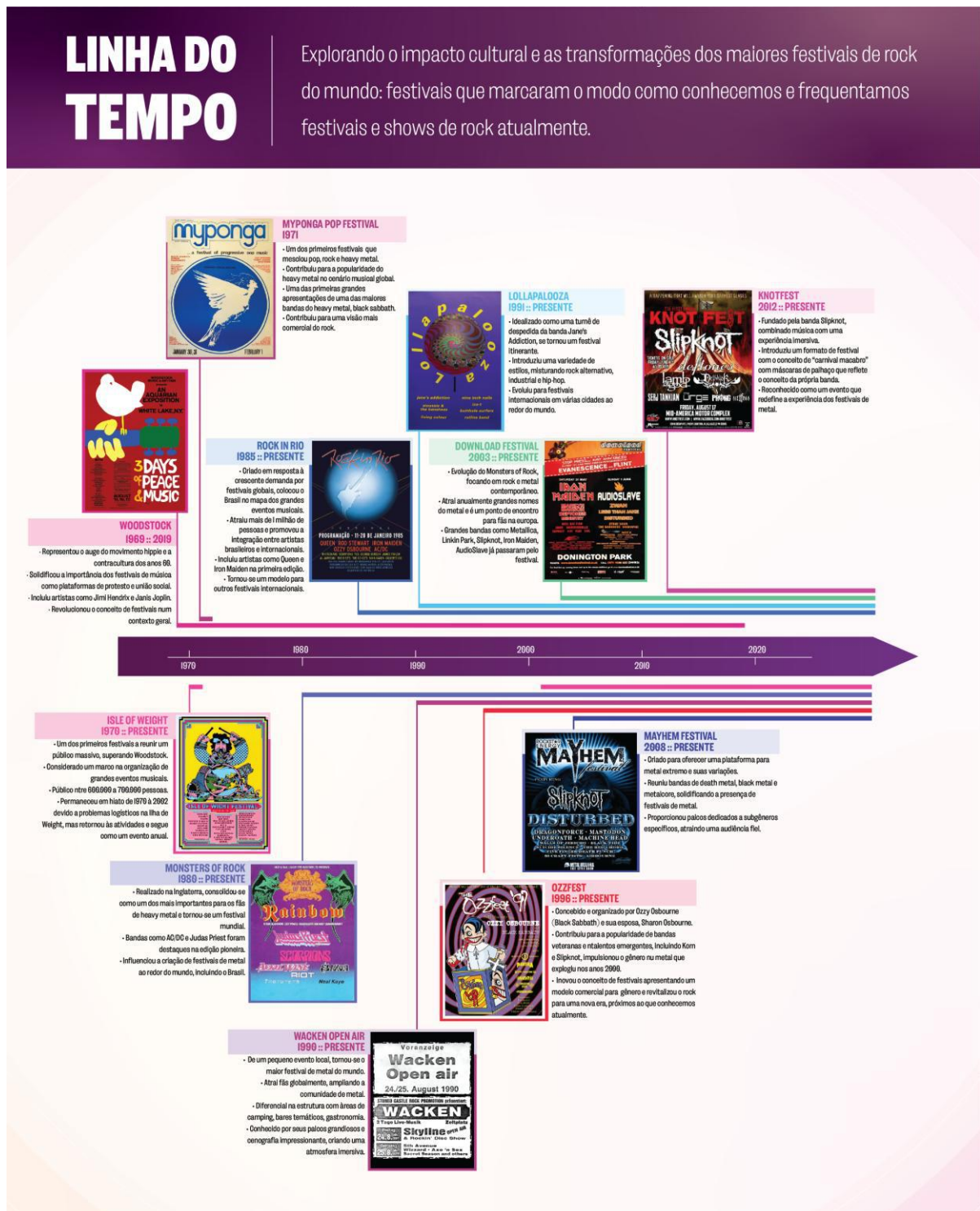
A fase inicial do processo é a problematização, responsável por levantar os dados e analisar o contexto no qual o festival está inserido. Esta etapa é crucial para a definição dos parâmetros do projeto e permite que decisões informadas sejam tomadas durante o processo criativo. Os principais elementos desta fase incluem:

4.1.1 Linha do Tempo

Para uma melhor compreensão do artefato "festival de rock", foi realizada uma pesquisa aprofundada sobre o contexto histórico que precede esses eventos, abrangendo desde suas

origens até a atualidade. Essa investigação busca revelar como os festivais de rock foram moldados por transformações sociais, culturais e musicais ao longo das décadas, refletindo as dinâmicas e aspirações de cada época. Ao examinar a evolução dos festivais, foi possível compreender suas características, formatos, e o papel que desempenham como espaços de resistência cultural, expressão artística e encontro comunitário, consolidando-se como fenômenos significativos na história da música.

Figura 3 - Infográfico Linha do Tempo



Fonte: Autora

Os festivais de rock e metal evoluíram de encontros musicais de contracultura para grandes eventos globais, moldando a forma como a música é consumida, além da movimentação econômica mundial e local. Proporcionam um espaço para performances ao

vivo, criam ambientes inclusivos que fomentam a solidariedade e a expressão cultural. A história desses festivais reflete a evolução da música, mudanças sociais e culturais ao longo das décadas. Com a crescente digitalização e as inovações em marketing, o futuro dos festivais promete novas experiências que continuarão a unir e inspirar comunidades ao redor do mundo.

4.1.2 Análise de Similares

A análise de similares é uma prática comum em processos de design e branding, que envolve o estudo de marcas, eventos ou produtos que possuem características semelhantes ao projeto em desenvolvimento. Essa etapa permite compreender como os concorrentes atuam no mercado, identificando suas estratégias visuais, posicionamento, público-alvo e possíveis lacunas que possam ser aproveitadas para diferenciar a nova proposta. De acordo com Kotler (2000, p. 278), "é o processo de identificar as melhores práticas em empresas semelhantes e aplicá-las no próprio negócio como uma forma de melhorar o desempenho".

A análise de similares tem como função orientar decisões estratégicas e criativas, garantindo que o projeto atenda aos padrões do setor e se destaque por suas inovações. No contexto de festivais de música, particularmente os dedicados ao rock alternativo e subgêneros, o estudo de outros eventos consolidados no mercado oferece insights sobre identidade visual, soluções de branding e as experiências oferecidas ao público.

Segundo Aaker (2007, p. 34), "uma marca forte é aquela que se diferencia de seus concorrentes, criando valor único para seus consumidores". Ao analisar festivais concorrentes, é possível identificar tendências de sucesso e explorar oportunidades de diferenciação que possam gerar um posicionamento único para o Metal Heaven.

Para proporcionar uma melhor compreensão dos métodos de branding e design visual apresentados neste estudo foi realizada uma análise detalhada dos festivais Nova Rock, Rock am Ring e Inkcarceration. Essa investigação permite identificar as particularidades de cada evento, suas estratégias de comunicação e os elementos que compõem suas identidades visuais. Ao examinar esses festivais, é possível compreender como suas marcas se posicionam no mercado, atendendo às expectativas de seus públicos-alvo e reforçando a conexão com a cultura do rock. Essa análise é fundamental para fundamentar decisões criativas e estratégicas no desenvolvimento de novas propostas para festivais de música.

4.1.2.1 Nova Rock

Figura 4 - Festival Nova Rock



Fonte: <https://www.oeticket.com/en/event/nova-rock-2025-pannonia-fields-ii-18822792/>

O Nova Rock Festival, fundado em 2005, é realizado anualmente na Áustria, geralmente em junho, e foca nos gêneros musicais metal, hardcore e rock alternativo. Este festival é conhecido por atrair uma grande audiência europeia que busca uma experiência intensa e imersiva no universo do rock. Além dos shows, o Nova Rock oferece áreas de camping bem estruturadas, opções gastronômicas diversificadas e merchandising exclusivo. Sua atmosfera vibrante e energética combina uma estética visual impactante com um forte compromisso com práticas sustentáveis, o que se reflete na presença de elementos visuais ligados à energia limpa, como aerogeradores.

Logotipo: O logotipo do Nova Rock é simples, mas marcante, priorizando o nome do festival em uma tipografia forte e destacada. No centro do logotipo, um aerogerador simboliza o compromisso do festival com práticas sustentáveis, enfatizando seu ideal de respeito ao meio ambiente e uso de energia limpa. O uso do vermelho no logotipo simboliza a energia e a emoção associadas ao rock, reforçando a intensidade da experiência musical que o festival propõe. Essa combinação de elementos visuais não apenas destaca a identidade do festival, mas também comunica valores que ressoam com um público cada vez mais consciente e engajado em questões ambientais.

Paleta de Cores: A paleta de cores é composta por preto, vermelho e branco, criando um contraste visual que transmite poder e intensidade. Essas cores são típicas da iconografia

do rock, sendo amplamente utilizadas para representar a paixão e a força dos gêneros musicais presentes no festival.

Tipografia: A tipografia é moderna e agressiva, refletindo a atitude ousada do festival. Esse estilo tipográfico atrai um público que valoriza a intensidade e a autenticidade do rock, além de reforçar a ideia de um festival robusto e bem estruturado.

Elementos Visuais: O Nova Rock utiliza elementos visuais que remetem à sustentabilidade e à natureza, como a imagem de aerogeradores e pássaros. Esses símbolos reforçam o compromisso do festival com a energia limpa e promovem uma imagem de responsabilidade ambiental, atraindo um público consciente e engajado com questões ecológicas.

4.1.2.2 Inkarceration

Figura 5 - Festival Inkarceration



Fonte: <https://inkcarceration.com/>

O Inkarceration Festival, iniciado em 2018, é realizado anualmente no Ohio State Reformatory, uma penitenciária histórica em Ohio, Estados Unidos, e ocorre geralmente em julho. O festival combina música extrema com a cultura da tatuagem, destacando-se pelos gêneros hard rock, metal e música alternativa. Além dos shows, o Inkarceration oferece convenções de tatuagem com renomados artistas, tours pela penitenciária e uma vasta seleção de merchandising exclusivo. A atmosfera do festival é sombria e autêntica, enfatizando temas de liberdade e resistência cultural.

Logotipo: O logotipo do Inkarceration é ousado e incorpora elementos visuais que remetem à estética das tatuagens. O design do logotipo é robusto e impactante, refletindo a conexão entre a música pesada e a cultura da tatuagem, que são centrais ao festival.

Paleta de Cores: A paleta de cores inclui preto, branco e tons metálicos, que conferem ao festival um ar sofisticado e sombrio. Essas cores são bem alinhadas ao tema alternativo e criam uma atmosfera visual de rebeldia e exclusividade.

Tipografia: A tipografia utilizada no branding do Inkarceration é agressiva e estilizada, reforçando o apelo para um público que valoriza tanto o rock pesado quanto a arte corporal. A fonte espelha a identidade visual de tatuagens tradicionais, sendo atrativa para um público que se identifica com a estética alternativa.

Elementos Visuais: Além da tipografia e do logotipo, o Inkarceration incorpora gráficos que remetem à tatuagem, como agulhas e tintas. O uso de ilustrações do prédio histórico da penitenciária também contribui para a atmosfera única do festival, criando uma conexão visual com a história do local e intensificando o aspecto sombrio e autêntico da experiência.

4.1.2.3 Rock am Ring

Figura 6 - Festival Rock Am Ring



Fonte: <https://rockamring.eifelvista.com/line-up-2019/>

O Rock am Ring, fundado em 1985, é um dos maiores festivais de rock da Alemanha, realizado anualmente na pista de corrida de Nürburgring, geralmente em junho. Focado em gêneros como rock, metal e música alternativa, o festival atrai multidões de fãs que buscam uma experiência de grande escala, com performances ao vivo de bandas consagradas e emergentes. O Rock am Ring é conhecido por sua atmosfera vibrante e pela produção de alto nível, oferecendo experiências variadas, desde áreas de camping a zonas VIP e uma ampla seleção de merchandising.

Logotipo: O logotipo do Rock am Ring é simples e forte, com um design facilmente reconhecível. A simplicidade do logotipo reflete a tradição do festival, que ao longo dos anos se consolidou como um dos eventos de rock mais respeitados da Europa.

Paleta de Cores: As cores principais são preto, amarelo e vermelho, evocando energia e emoção. Essas cores refletem o espírito vibrante do festival e a paixão de seu público, além de serem tons associados ao rock, contribuindo para a criação de uma identidade visual dinâmica.

Tipografia: A tipografia é sólida e impactante, adequada para um festival que atrai grandes multidões. O estilo robusto e direto da fonte comunica a força e a tradição do Rock am Ring, destacando-se em materiais promocionais e facilitando o reconhecimento da marca.

Elementos Visuais: O festival frequentemente utiliza elementos gráficos que evocam movimento e energia, simbolizando a intensidade das performances ao vivo. Esses elementos reforçam a atmosfera eletrizante do Rock am Ring, criando uma identidade visual que é ao mesmo tempo poderosa e emocionante.

A análise visual dos componentes de marca dos festivais Nova Rock, Inkcarceration e Rock am Ring revela como cada festival utiliza elementos gráficos, paletas de cores e tipografia para comunicar sua identidade própria e atrair seu público-alvo. Essa abordagem ajuda a consolidar a imagem de cada evento na mente do público e das próprias bandas participantes.

4.1.3 Público-Alvo

O público-alvo é composto por indivíduos de 18 a 45 anos que possuem um vínculo cultural e emocional com o rock e seus subgêneros, como metal alternativo, hard rock e outros estilos dentro da cena alternativa. Esse grupo demográfico, que abrange desde jovens adultos a fãs experientes do gênero, revela uma disposição significativa em se deslocar longas distâncias para participar de festivais que satisfaçam suas expectativas de autenticidade musical e experiências imersivas.

Segundo Martins (2006), o conhecimento aprofundado do público-alvo é essencial para o desenvolvimento de estratégias que construam uma imagem de marca sólida e diferenciada, especialmente em eventos culturais onde o valor intangível, a identidade e o ambiente social compartilhado são determinantes para a fidelização. Moraes (2014) também enfatiza que a análise de mercado é fundamental para personalizar a experiência do evento, gerando uma conexão profunda com os consumidores e consolidando uma base de frequentadores fiéis.

No contexto de um festival como o Metal Heaven, essa abordagem é vital, pois o evento busca atrair grandes multidões e cultivar uma relação autêntica e duradoura com seu público. Esse vínculo, nutrido pela proposta estética e pela identidade visual do festival, fomenta uma lealdade que transcende o evento em si, fortalecendo o festival como uma referência na cena

do rock alternativo e estabelecendo-o como um destino anual imperdível para fãs que se deslocam de diferentes regiões para vivenciar essa experiência única.

4.1.4 Briefing

Consiste na coleta de informações detalhadas sobre o festival abrangendo os objetivos do evento, a visão de marca e o posicionamento de mercado. Questões como a proposta artística do festival, seus valores e o tipo de experiência que se deseja proporcionar ao público foram discutidas e documentadas. O briefing também inclui uma análise preliminar dos elementos que deverão ser refletidos no design e na comunicação visual, como o tom, a estética e a mensagem principal da identidade visual.

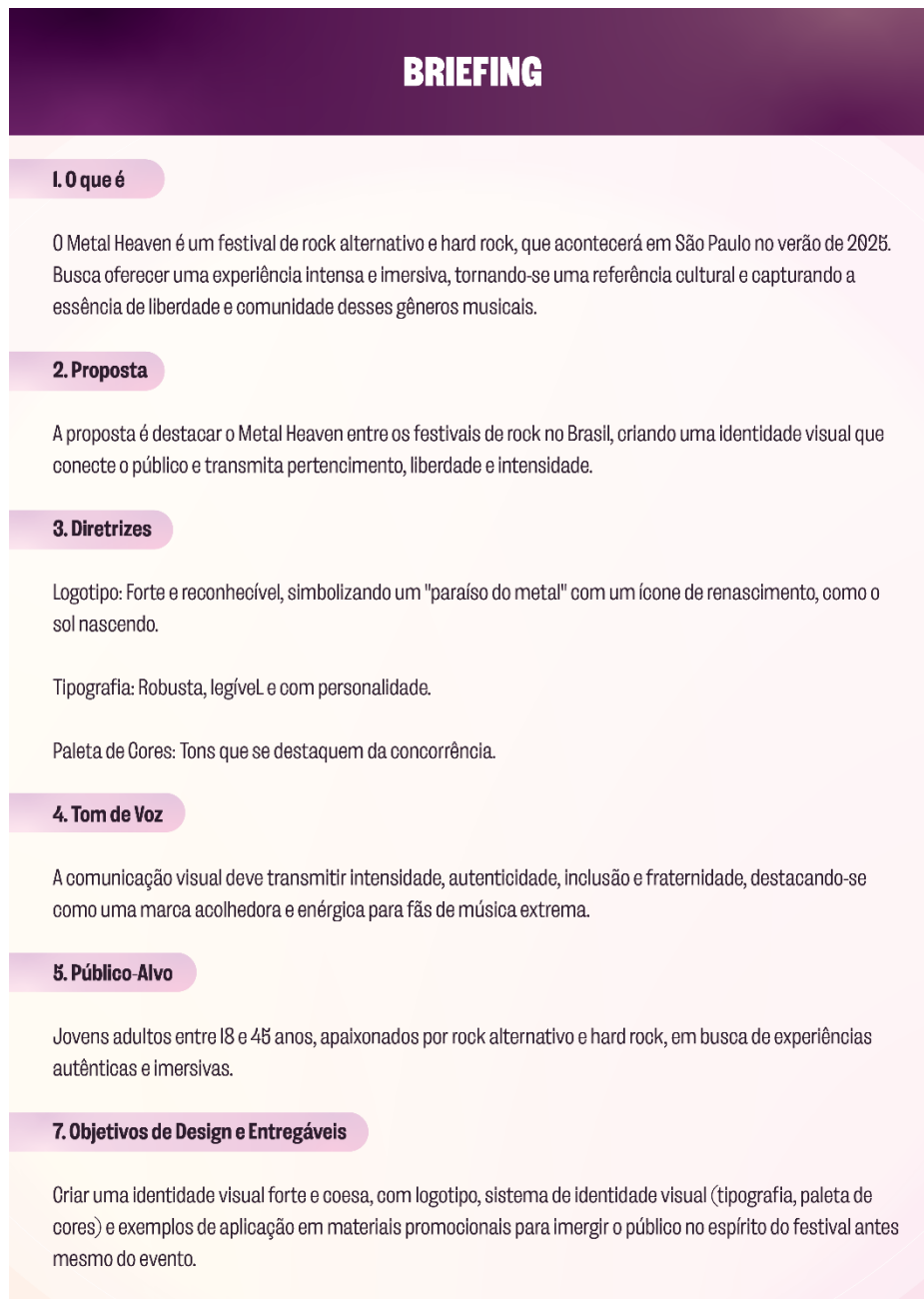
O briefing desenvolvido para o projeto “Metal Heaven” foi elaborado pela autora, que, além de atuar como designer, assume também o papel de cliente. Isso permite uma compreensão mais profunda e direta das necessidades do projeto e das expectativas em relação à marca. O objetivo principal do briefing é servir como uma ferramenta clara, completa e útil para orientar todas as etapas do desenvolvimento do projeto, desde a concepção até a finalização.

As informações contidas no briefing foram cuidadosamente coletadas para garantir que todos os dados relevantes para o sucesso do projeto fossem considerados. Segundo Peón (2009, p. 48),

“Consiste num resumo da situação de projeto que é apresentada pelo cliente nos primeiros contatos. É importante anotar os dados fornecidos pelo cliente, elaborando então um briefing por escrito, que deve ser assinado por ele. Posteriormente, as soluções adotadas devem ser cotejadas com aqueles dados, para que sejam justificadas na defesa do projeto. O briefing deve ser aprovado e assinado pelo cliente, para que não haja equívocos posteriores que atrasem o desenvolvimento do projeto, causando prejuízos para ambos os lados.”

Para facilitar o entendimento das informações contidas no briefing, o documento foi resumido, abrangendo todas as áreas essenciais do projeto. A versão completa do briefing encontra-se no apêndice A deste trabalho, oferecendo uma visão abrangente sobre o desenvolvimento da identidade visual do festival Metal Heaven.

Figura 7 - Briefing



Fonte: Autora

4.2 Fase B: Concepção

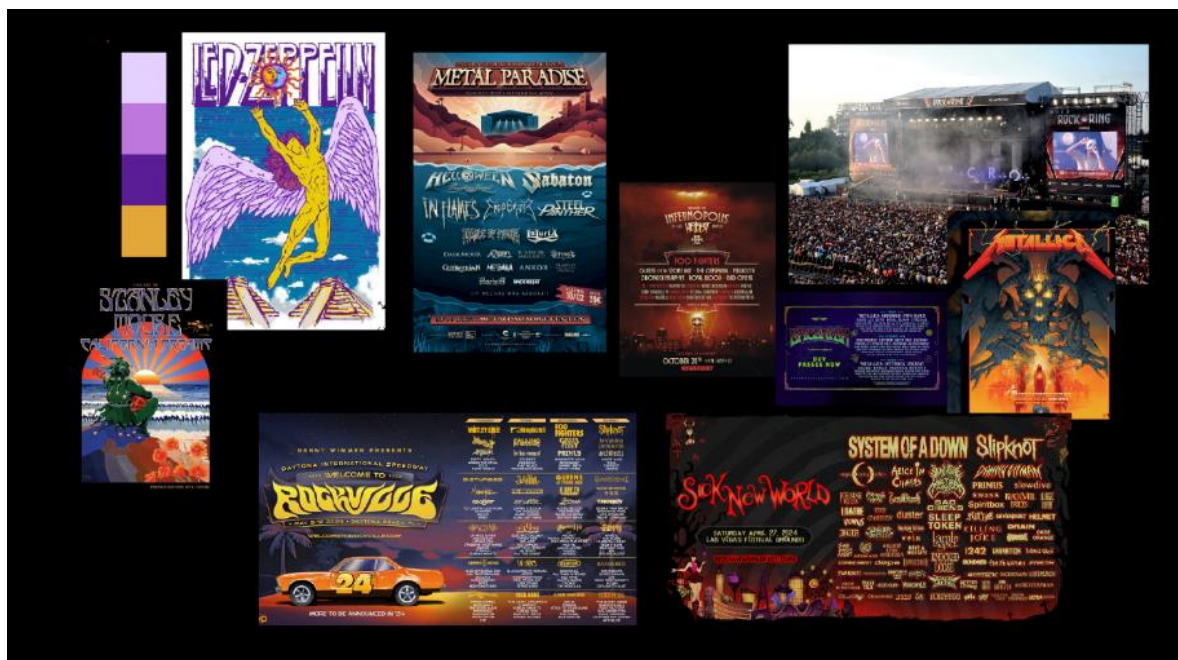
Na fase de concepção, o desenvolvimento criativo começa a tomar forma, explorando caminhos visuais que visam traduzir de forma precisa a essência do festival de rock alternativo. De acordo com Maria Luísa Peón (2012), esta fase de concepção é fundamental para transformar as informações e insights coletados durante a fase de problematização em soluções

visuais concretas. Assim, várias alternativas gráficas e visuais foram exploradas, resultando na formulação de diferentes propostas para a identidade visual do evento. Este processo criativo foi subdividido em diferentes etapas, cada uma com um papel central na construção de uma identidade visual coesa e impactante.

4.2.1 Moodboard

Como apontado por Wheeler (2017), o moodboard é uma ferramenta essencial no processo de design de identidade visual, pois organiza e sintetiza inspirações e referências visuais que ajudam a definir o estilo e o tom do projeto. Nesta fase, foi desenvolvido um moodboard que reunia imagens, cores, texturas e tipografias relacionadas ao universo do rock alternativo, ao estilo de vida de seu público e à estética de festivais de música contemporâneos. Essa compilação visual serviu como base de inspiração, orientando o desenvolvimento das propostas gráficas subsequentes, alinhadas com o conceito de proporcionar uma experiência imersiva e sensorial, como sugere Rezende (2015) ao tratar da importância da estética na construção de marcas culturais.

Figura 8 - Moodboard



Fonte: Autora

A partir da compilação visual organizada no moodboard, foi possível estabelecer uma paleta de cores-guia e definir estruturas visuais que orientaram o desenvolvimento da identidade

do festival. Essas escolhas serviram de embasamento para a seleção de tipografias, tratamento de imagens e criação de elementos gráficos, garantindo coesão e autenticidade ao projeto. A paleta de cores, cuidadosamente selecionada para transmitir a intensidade e o caráter imersivo do universo do rock alternativo, atua como um fio condutor para todas as peças gráficas. Além disso, as referências visuais do moodboard influenciaram na construção de um estilo visual que reflete a estética e os valores do público-alvo, proporcionando uma experiência que não apenas comunica, mas também envolve sensorialmente.

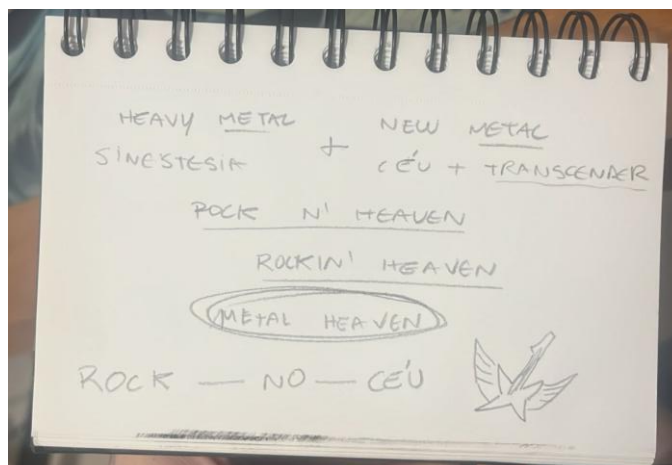
4.2.2 Brainstorming - Naming

O processo de escolha de um nome para um festival é uma etapa crucial no desenvolvimento de sua identidade, pois o nome deve refletir a essência e o posicionamento do evento. Segundo Wheeler (2008), o nome é o primeiro ponto de contato do público com a marca e tem o potencial de capturar a atenção, despertar curiosidade e transmitir uma mensagem significativa. Em festivais de música, especialmente em nichos específicos como o rock alternativo, o nome precisa evocar uma conexão emocional, comunicar o estilo musical e reforçar os valores do evento (Smith, 2019). Além disso, deve ser memorável e capaz de se destacar em um mercado saturado de eventos similares.

Para alcançar esses objetivos, a técnica de brainstorming é amplamente utilizada na fase de Naming. De acordo com Cross (2006), essa abordagem colaborativa possibilita que a equipe explore diferentes conceitos, referências culturais e palavras-chave que possam simbolizar o festival. Esse processo criativo é fundamental para que o nome final do festival comunique, de forma clara e autêntica, o universo do rock alternativo e as expectativas do público-alvo.

A seguir, são apresentadas as ideias geradas durante o brainstorming, que serviram como ponto de partida para a definição do nome do festival.

Figura 9- Brainstorming Naming



Fonte: Autora

4.2.3 Geração de Alternativas

Para o desenvolvimento da identidade visual do festival Metal Heaven, o conceito foi construído com base na ideia de "metal que vem do céu," associando a música a uma experiência de transcendência e sinestesia que eleva o público a um estado de paixão e intensidade. Esse conceito busca capturar a essência de um festival de rock, onde sentimentos de liberdade, subversão, comunidade e fraternidade são amplamente vivenciados. Esses valores são parte essencial da cultura dos festivais de música, especialmente os de rock e metal, que atraem um público em busca de experiências autênticas, de escape da rotina e de expressão pessoal.

O festival, projetado para ocorrer ao ar livre ("open air"), reforça ainda mais esses sentimentos ao oferecer um espaço onde a natureza e o ambiente externo ampliam a sensação de liberdade e conexão. Em um contexto de "open air," o público tem a oportunidade de se envolver em um ambiente que promove a união e a solidariedade entre os participantes, características fundamentais na construção de uma comunidade de fãs de rock. Essa configuração proporciona uma atmosfera de espontaneidade e comunhão coletiva, onde a música é o elo que conecta pessoas de diferentes origens em um sentimento de fraternidade e pertencimento.

Durante a fase de Geração de Alternativas, foi essencial traduzir esses valores e emoções em elementos visuais que representassem o espírito rebelde, subversivo e ao mesmo tempo acolhedor que define o Metal Heaven. Como enfatiza Peón (2012), a diversidade de alternativas

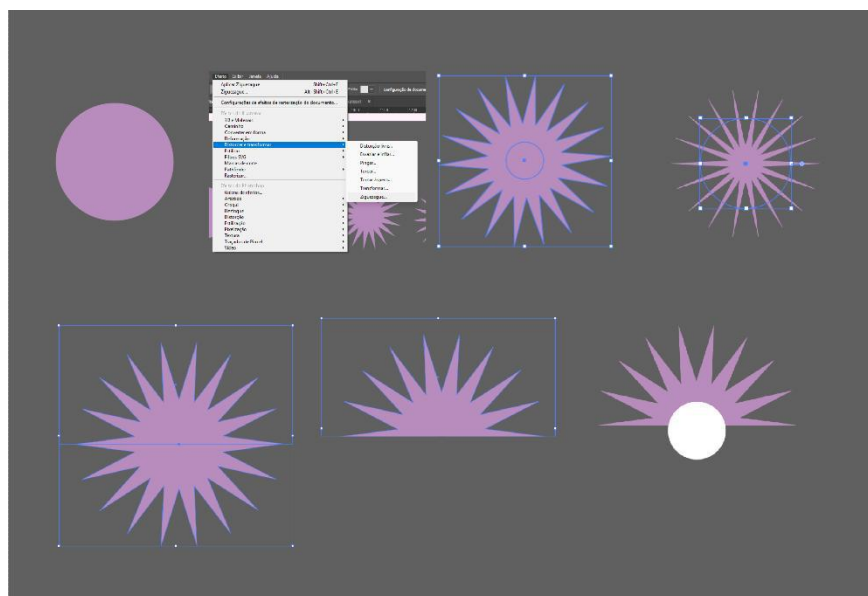
visuais permite uma exploração profunda e criativa das possibilidades de expressão, e nesse caso, buscou-se dar forma à liberdade e à autenticidade que permeiam o universo dos festivais. As cores, tipografias e formas foram cuidadosamente selecionadas para simbolizar essa atmosfera de integração e intensidade emocional, em uma identidade visual que ressoe com o público e destaque o Metal Heaven como um espaço de celebração coletiva e de resistência cultural.

Figura 10 – Estudo de fontes

METAL HEAVEN METAL HEAVEN
METAL HEAVEN METAL HEAVEN

Fonte: Autora

Figura 11 - Estudo de símbolo



Fonte: Autora

Com a geração de alternativas, foi possível identificar direções promissoras e definir uma linguagem visual que encapsule a essência do Metal Heaven. Essa etapa permitiu refinar elementos gráficos e estabelecer um padrão estético coerente com o espírito alternativo e imersivo do festival. Combinando a energia crua do rock com uma identidade visual marcante, tornou-se possível delinear uma linguagem que se adapta tanto a materiais promocionais e digitais quanto à sinalização do evento, garantindo uma experiência coesa e impactante para o

público. Assim, foi estabelecida uma base sólida para os próximos passos do projeto, permitindo a evolução da identidade com clareza e propósito.

4.2.4 Definição do Partido

A definição do partido, como descrito por Peón (2012), envolve uma análise crítica das alternativas geradas, com o objetivo de selecionar a proposta mais alinhada com os objetivos estratégicos do festival. A proposta escolhida deveria criar uma conexão autêntica com o público-alvo e refletir com precisão o espírito e a essência do festival. Wheeler (2017) sugere que uma identidade visual eficaz deve ser construída com base em uma narrativa clara e autêntica, algo que foi levado em consideração ao refinar a proposta escolhida para garantir que ela representasse de forma singular o festival, diferenciando-o de outros eventos do gênero.

Figura 12 - Definição do partido 1

METAL HEAVEN

Fonte: Autora

Figura 13 - Definição do partido 2



Fonte: Autora

Nesse estudo foi possível alinhar os primeiros elementos gráficos, como tipografia e composição visual. No entanto, a cor predominante inicial ainda não capturava plenamente os princípios e a essência do festival. Após uma análise crítica, foi necessário refinar os elementos e a paleta cromática para garantir que ela transmitisse de maneira mais eficaz a energia e a atmosfera única do Metal Heaven. Este ajuste visou reforçar a conexão com o público-alvo e refletir a autenticidade e intensidade características do festival, alinhando todos os elementos visuais com a narrativa e os valores centrais do evento.

4.2.5 Solução Preliminar

A proposta selecionada foi desenvolvida com maior profundidade, para o desenvolvimento de marcas culturais, nas quais é necessário testar e validar os elementos gráficos em diferentes contextos. Nessa etapa, foram combinados e testados, de maneira específica, as cores, tipografias e formas que melhor se adequassem ao conceito visual. O objetivo era garantir a coesão visual da identidade nos materiais promocionais e na sinalização do evento.

Figura 14 - Solução preliminar



Fonte: Autora

Nessa fase, houve um aprimoramento da paleta de cores, que passou a expressar com maior clareza o espírito vibrante do festival, embora tenha ocorrido um retrocesso na composição visual, exigindo ajustes mais aprofundados. Esse processo gerou insights importantes sobre a necessidade de refinamento do logotipo: uma versão simplificada seria essencial para materiais de divulgação com um tom mais corporativo, garantindo clareza e legibilidade em diferentes mídias.

Além disso, definiu-se que o guia de aplicação da marca permitiria certa flexibilidade na representação artística do logotipo, desde que utilizado para a divulgação do festival e respeitando o tom de voz da marca. Essa abordagem visa manter a consistência visual e a autenticidade do Metal Heaven, mas também oferece aos parceiros criativos a liberdade de explorar versões adaptadas que reflitam a energia e o caráter do evento, fortalecendo, assim, a conexão com o público e promovendo a identidade visual do festival de maneira dinâmica e cativante.

4.3 Fase C: Especificação

A última fase do processo consiste na especificação técnica da identidade visual, assegurando sua correta aplicação em diferentes plataformas e meios. Os principais elementos dessa fase são:

Os elementos constituintes de um sistema de identidade visual (SIV) podem ser organizados em diferentes categorias, de acordo com sua função e relevância dentro da comunicação de uma marca ou evento. No contexto de um festival de rock alternativo, esses componentes são essenciais para garantir uma presença visual coesa e impactante, alinhada ao estilo musical e ao público-alvo do festival. A aplicação de um SIV bem estruturado promove uma comunicação visual consistente que reforça o conceito do evento e potencializa seu reconhecimento, como discutido por Peón (2013).

A partir da geração de alternativas, foi possível chegar a uma conclusão final quanto ao logotipo do projeto, buscando uma solução que refletisse a identidade e o propósito do Metal Heaven de maneira impactante e autêntica. Após um processo de análise e refinamento das opções visuais, o logotipo foi refinado, o símbolo mais bem trabalhado, até capturasse a energia e a intensidade do rock criando uma identidade que ressoa com o público-alvo e simboliza a atmosfera única do festival.

O resultado dessa definição estratégica foi um logotipo que transmite o espírito do festival de maneira singular, diferenciando-o dos demais eventos do gênero. O logotipo final manteve o conceito do sol nascente como símbolo proposto durante a geração de alternativas, representando um novo começo e a força da comunidade do rock. Além disso, adotou uma tipografia forte e legível, que facilita a flexibilidade de aplicação em diversos formatos e plataformas, incluindo materiais promocionais, produtos de merchandising, sinalização e mídias digitais, seguindo as recomendações de Wheeler (2017) sobre a importância de uma identidade visual versátil e consistente.

4.3.1 Detalhamento

4.3.1.1 Logotipo

O logotipo para festivais exige uma abordagem tipográfica mais dinâmica e versátil do que uma marca tradicional, devido à ampla gama de aplicações e à necessidade de expressar a essência do evento de forma impactante.

No caso do Metal Heaven Festival, o logotipo utiliza uma tipografia central que permite flexibilidade em seu uso, podendo ser adaptado para diferentes formatos e contextos visuais. No entanto, qualquer modificação deve manter a coerência com os padrões visuais estabelecidos, garantindo a integridade e reconhecimento da identidade da marca.

Figura 15 - Logotipo principal



Fonte: Autora

Figura 16 - Logotipo vertical



Fonte: Autora

Figura 17 - Logo tipográfica



Fonte: Autora

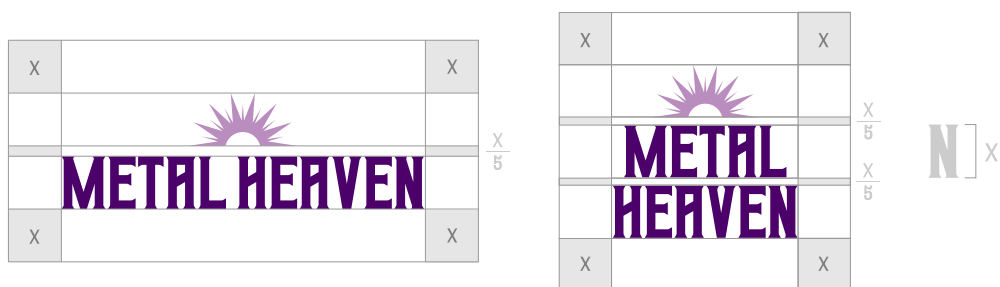
Figura 18 - Logo tipográfica vertical

**METAL
HEAVEN**

Fonte: Autora

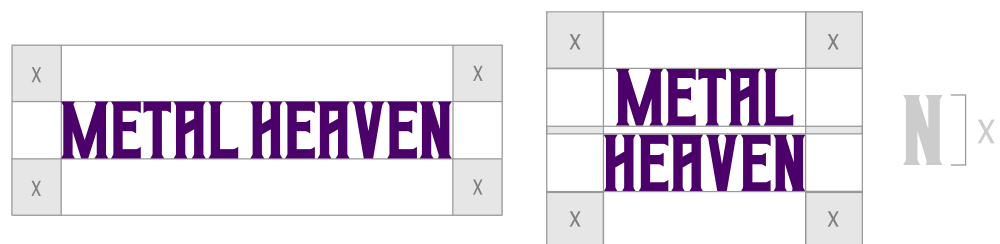
A área de proteção definida se delimita a margem branca, que equivale a altura total da fonte aplicada. Trata-se de um espaço que possa proteger a aplicação do logotipo de ser invadido.

Figura 19 - Áreas de proteção 1



Fonte: Autora

Figura 20 - Áreas de proteção 2



Fonte: Autora

Figura 21 - Aplicações P&B



Fonte: Autora

A redução máxima para todas as variações de logo é de 2cm de largura.

Figura 22 - Redução máxima



Fonte: Autora

4.3.1.2 Cor

A paleta de cores escolhida para a identidade visual do festival de rock foi elaborada para refletir a energia e a expressividade do rock alternativo, ao mesmo tempo que promove uma conexão emocional com o público jovem. A cor Palatinate (#5A0350) representa a intensidade e a autenticidade do gênero musical, enquanto o Eminence (#6C3082) adiciona uma elegância sofisticada, simbolizando transformação e individualidade. O African Violet

(#B88CBD) traz leveza e promove um sentimento de comunidade e inclusão, características essenciais para o ambiente festivo.

O Cosmic Latte (#FFF8E7) atua como uma base equilibrante, garantindo clareza e legibilidade, enquanto o Mimi Pink (#FFD4EE) adiciona um elemento de alegria e frescor, refletindo a celebração típica do festival. Juntas, essas cores criam uma experiência visual coesa e harmoniosa, representando a autenticidade do rock alternativo e estabelecendo uma identidade visual memorável que ressoa com as expectativas do público.

Figura 23 - Paleta de Cores

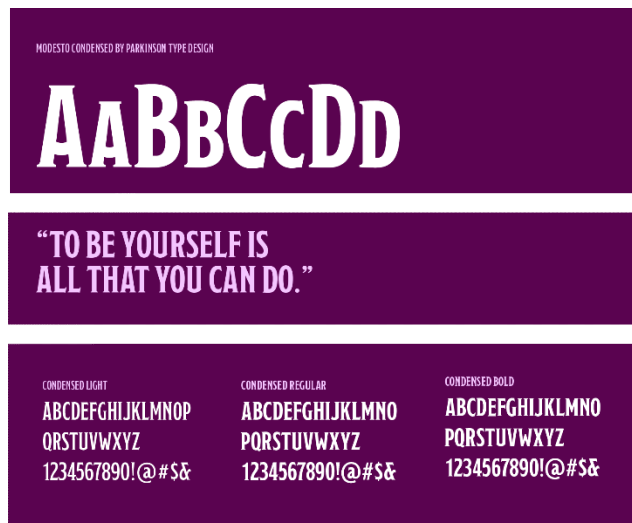


Fonte: Autora

4.3.1.3 Tipografia

Para títulos e manchetes, a fonte principal da marca é a família Modesto Condensed. Apresentando muitos detalhes serifados e anatomia incomum, o tipo de letra impactante deve chamar atenção para informações importantes como datas e site de compras.

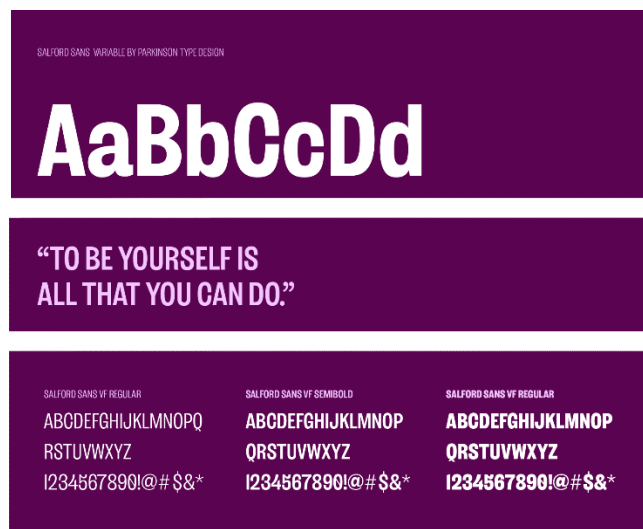
Figura 24 - Tipografia títulos



Fonte: Autora

Para textos corridos, a família utilizada é a Salford Sans Variable. Sem serifa e com aspectos alongados assim como as outras fontes utilizadas, Salford traz uma leitura mais dinâmica e modernidade para o visual da marca.

Figura 25 - Tipografia auxiliar



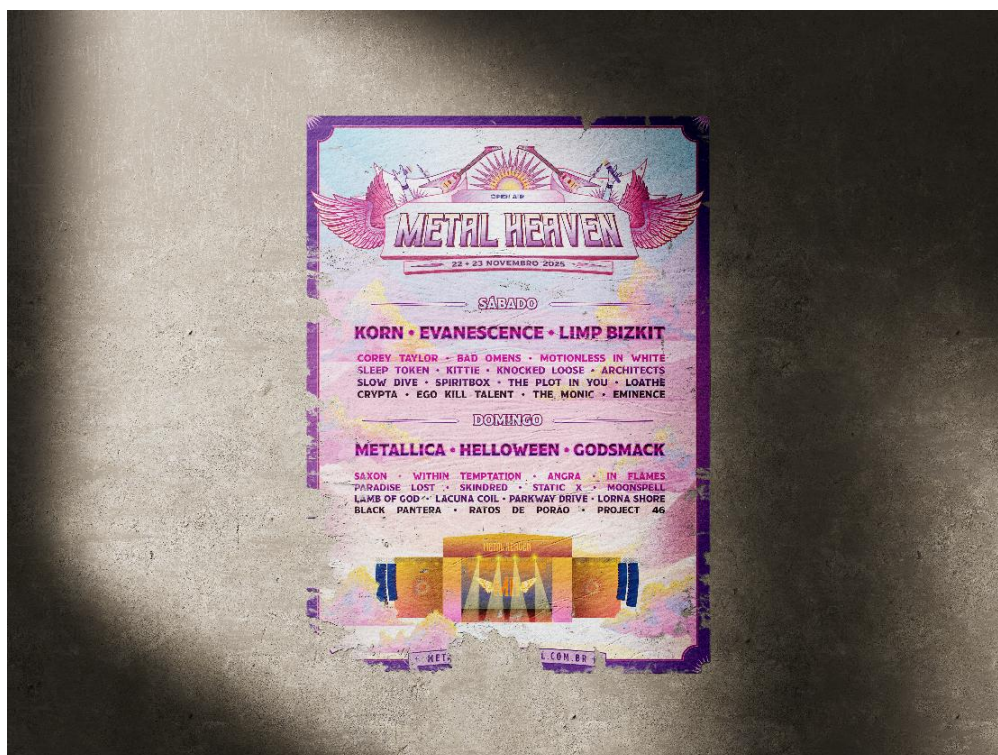
Fonte: Autora

4.3.1.4 Aplicações

Para proporcionar uma melhor visualização da aplicação da identidade visual do festival, foram realizadas simulações em diversos materiais e contextos. Essas simulações

incluem a criação de cartazes, outdoor, ingressos, publicações em redes sociais e crachás permitindo uma compreensão abrangente de como a paleta de cores e os elementos visuais interagem em diferentes formatos. Essas aplicações reforçam a experiência imersiva que o evento proporciona.

Figura 26 - Aplicação 1



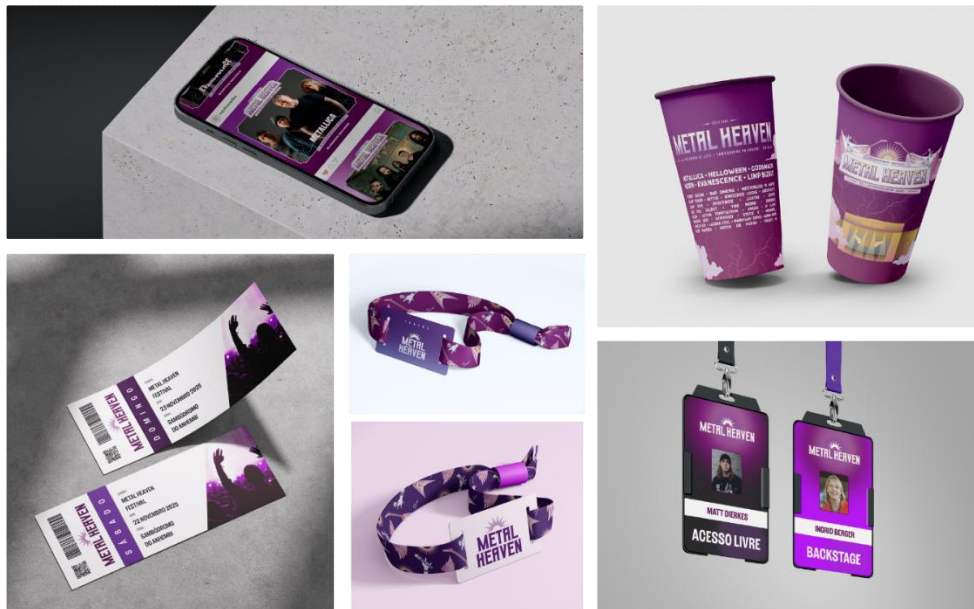
Fonte: Autora

Figura 27 - Aplicação 2



Fonte: Autora

Figura 28 - Aplicação 3



Fonte: Autora

5 NOTAS CONCLUSIVAS

O trabalho possibilitou a criação de uma identidade visual robusta para o festival "Metal Heaven", utilizando a metodologia proposta por Maria Luisa Peon, que se destaca pela ênfase na pesquisa e no entendimento profundo do contexto e do público-alvo. Esta abordagem se revelou fundamental para garantir que a identidade visual desenvolvida capturasse a essência do rock alternativo e proporcionasse uma experiência imersiva aos participantes.

A partir da análise das necessidades e expectativas do público jovem, juntamente com o estudo de referências visuais relevantes, foi identificado que o festival demandava um Design que comunicasse de forma clara seus valores e sua missão. O resultado foi uma marca que se destaca pela sua originalidade e força, capaz de criar um vínculo emocional com o público e de diferenciar o evento em um mercado competitivo.

O sistema de identidade visual criado atende às demandas levantadas no briefing e contribui para a construção de uma experiência coesa e memorável. Como frisam os estudos de Samara (2011) e Frisby (2022), uma identidade visual bem estruturada é essencial para a criação de um sentido de comunidade entre os participantes, o que é especialmente relevante em festivais de música que promovem conexões sociais.

Portanto, conclui-se que o projeto "Metal Heaven" representa uma contribuição significativa para o cenário dos festivais de rock, reforçando a imagem do rock alternativo como um fenômeno cultural que continua a evoluir. O método de Peon demonstrou ser uma ferramenta eficaz no processo de design, ajudando a estabelecer um percurso linear que permitisse uma conclusão assertiva do projeto.

REFERÊNCIAS

- AAKER, David. *Construindo marcas fortes*. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- ALTERNATIVA, C. *História dos Festivais de Música no Brasil*. Cultura Alternativa, 6 agosto 2024. Disponível em: <https://culturaalternativa.com.br/historia-dos-festivais-de-musica-no-brasil/>.
- BENNETT, Andy; PETERSON, Richard A. *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press, 2016.
- BOURDIEU, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press, 1984.
- COOPER, A. *The Inmates Are Running the Asylum: Why High-Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity*. Sams, 1999.
- DICKINSON, Kay. *Off Key: When Film and Music Won't Work Together*. Oxford: Oxford University Press, 2015.
- JONES, Michael; BARTLETT, Sarah. *Festivals as Cultural Expressions in the 21st Century*. London: Routledge, 2022.
- FRITH, Simon. *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.
- GOMEZ, Ricardo; PERASSI, Sílvia. *A importância da comunicação visual no branding*. São Paulo: Editora XYZ, 2007.
- HESMONDHALGH, David. *Why Music Matters*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2013.
- HOLLIS, Richard. *História do design gráfico*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- KAHN-HARRIS, Keith. *Extreme Metal: Music and Culture on the Edge*. Oxford: Berg Publishers, 2007.
- KARIPOLA, *Pra caso você ache que vai conseguir fazer alguma coisa sozinho*. Substack.com, n.d. Disponível em: <https://substack.com/@tavarefletindo/p-141382077>.

MARTIN, George. *Festivals: A Cross-cultural Reflection*. London: Routledge, 2014.

MARTINS, J. L. *Gestão estratégica de marcas: Como construir e sustentar marcas fortes*. São Paulo: Saraiva, 2006.

MORAES, C. *Análise de Mercado: Como conhecer seu público-alvo*. Entrevista concedida ao Sebrae em 2014.

PEÓN, Maria Luísa. *Sistemas de identidade visual*. 2ª ed. São Paulo: Editora Blucher, 2012.

REZENDE, C. *Branding e Gestão de Marcas*. São Paulo: Editora Atlas, 2015.

ROSZAK, Theodore. *The Making of a Counter Culture: Reflections on the Technocratic Society and Its Youthful Opposition*. Berkeley: University of California Press, 1995.

SILVA, João. O crescimento dos festivais de música alternativa no Brasil. *Revista Brasileira de Cultura e Música*, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 45-60, 2020.

SMITH, Lauren. *Music Festivals and Collective Identity: A Global Perspective*. New York: Springer, 2019.

ZATMARY, David P. *Rockin' in Time: A Social History of Rock and Roll*. 8. ed. Upper Saddle River: Pearson, 2014.

VILLAS-BOAS, Rodrigo. *Design gráfico: conceitos e práticas*. São Paulo: Edições ABC, 2007.

WHEELER, Alina. *Designing Brand Identity*. 4ª ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2017.

ZWIRTES, A. M.; SOUSA, R. P. L. DE. *Mídia e design gráfico no processo de comunicação do evento cultural festival de dança de Joinville*. *Projetica*, v. 6, n. 1, p. 151, 2015.

APÊNDICE

APÊNDICE A

Briefing

O que é

O "Metal Heaven" é um festival de música voltado para rock alternativo e hard rock, previsto para acontecer em São Paulo no verão de 2025. O festival reunirá grandes bandas e tem como proposta oferecer ao público uma experiência sensorial intensa e autêntica. Nossa missão é que o festival seja mais do que um evento, mas uma referência cultural, com uma identidade visual que capture a essência da música extrema e o espírito rebelde e comunitário desses gêneros.

Proposta

Precisamos que o "Metal Heaven" seja identificado como um dos mais impactantes festivais de rock alternativo e hard rock do Brasil, com uma identidade visual que destaque o evento em meio aos demais festivais do gênero. A identidade deve criar uma conexão com o público-alvo, reforçando a sensação de pertencimento, liberdade e intensidade que o festival propõe.

Diretrizes

Logotipo

O logotipo precisa ser marcante e facilmente reconhecível, refletindo a energia crua do rock alternativo. A ideia é que ele represente visualmente o conceito de um "paraíso do metal" de forma intensa, ousada e acessível. Pensa-se em um símbolo que evoque força e intensidade, como o sol nascendo (representando renascimento ou um novo começo) para capturar o ideal de uma experiência transformadora.

Estilo: Forte, direto e com traços que evoquem autenticidade.

Aplicabilidade: Precisa ser flexível o suficiente para permitir variações simplificadas em materiais promocionais e corporativos, além de possibilitar uma aplicação artística em alguns casos.

Tipografia

A tipografia deve ter uma pegada robusta e legível, com um estilo que comunique intensidade sem renunciar à clareza. Ela deve refletir o tom de voz da marca, sendo ousada e fácil de aplicar em diferentes contextos, desde banners grandes até materiais menores como adesivos e posts digitais.

Paleta de Cores

A paleta deve transmitir energia e rebeldia, com tons escuros e intensos, que contrastem para capturar a essência dos gêneros musicais representados. A cor principal deve evocar a intensidade do evento, sendo flexível para aplicações tanto em mídias digitais quanto em materiais impressos.

Tom de voz

A linguagem visual precisa comunicar intensidade e autenticidade. O "Metal Heaven" deve se destacar como uma marca inclusiva e coletiva, que acolhe fãs de música extrema com uma experiência visual enérgica, autêntica e emocionante.

Características do tom: Energética, expressiva, autêntica, e que sugira liberdade e fraternidade, rebeldia.

Público-alvo

O público do "Metal Heaven" consiste principalmente de jovens adultos entre 18 e 40 anos, apaixonados por rock alternativo e hard rock. Eles buscam uma experiência imersiva e visceral, e são indivíduos que valorizam a autenticidade e o escapismo oferecidos pela música ao vivo.

Perfil e interesses:

- Fãs de música extrema e festivais ao vivo.
- Engajados em comunidades musicais.
- Preferem experiências visuais intensas e ambientes que valorizem a energia coletiva.

Para referência visual e de posicionamento, considere festivais como Knotfest, Louder Than Life, e Sonic Temple. Estes eventos estabelecem uma estética visual forte e de alto impacto, que comunica a energia da música de forma instigante e envolvente.

Entregáveis

O design deve criar uma identidade visual coesa e impactante, que faça com que o público sinta a intensidade do festival mesmo antes de chegar ao evento.

- Logotipo e variações para diferentes aplicações (incluindo versão simplificada).
- Sistema de Identidade Visual: Tipografia, paleta de cores e padrões gráficos.
- Aplicações em materiais promocionais e sinalização (exemplos de layout de pôsteres, banners, posts digitais, entre outros).

