

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTE  
CURSO DE JORNALISMO**

THYERES DE MEDEIROS LIMA ROLIM

**CIRCUITO PENEDO DE CINEMA:  
CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DA EDIÇÃO DE 2017**  
(Relatório de atividade)

MACEIÓ-AL  
2021

**THYERES DE MEDEIROS LIMA ROLIM**

**CIRCUITO PENEDO DE CINEMA:  
CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DA EDIÇÃO DE 2017**  
(Relatório de atividade)

Trabalho de Conclusão de Curso como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo apresentado à Universidade Federal de Alagoas.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Manoella Maria Pinto Moreira das Neves

MACEIÓ-AL  
2021

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**  
Bibliotecária: Lívia Silva dos Santos – CRB-4 – 1670

R741c Rolim, Thyeres de Medeiros Lima.

Circuito Penedo de cinema: construção da identidade visual da edição de 2017  
(relatório de atividade) / Thyeres de Medeiros Lima Rolim. – 2021.  
63 f.:il.

Orientadora: Manoella Maria Pinto Moreira das Neves.  
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo) – Universidade Federal de  
Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes. Maceió, 2021.

Bibliografia: f. 36-37

Apêndice: f. 38-63

1. Circuito Penedo de cinema (2017). 2. Audiovisual. 3. Identidade visual. 4. Logomarca.  
5. Marketing – Evento. I. Título.

CDU: 07:659.126

**CIRCUITO PENEDO DE CINEMA:  
CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DA EDIÇÃO DE 2017**  
(Relatório de atividade)

**Banca Examinadora:**

---

Profa. Dra. Manoella Maria Pinto Moreira das Neves  
(Orientadora)

---

Profa. Dra. Janayna da Silva Ávila  
(1º examinador)

---

Relações Públicas Edsamy Dantas da Silva  
(Examinador externo)

*Depois do furacão,  
vem o arco-íris.*

## **AGRADECIMENTOS**

Aos mestres que tiveram a grandeza de compartilhar conhecimento e reafirmar minha paixão pela área da comunicação.

Aos meus pais Tereza e Robmilson, minha irmã Thanyara, primos, tias e tios que me deram apoio incondicional e suporte para alcançar mais esta conquista.

A todas as mulheres que engradeceram meus conhecimentos durante minha jornada profissional: Fabiana Barros, Sanda Peixoto, Simoneide Araújo, Janylle Bezerra, Adelaide Nogueira, Renata Pais, Maria Esther Carvalho, Vera Valério e Elenilda Oliveira.

Aos eternos amigos que a Universidade me deu e os que me acompanham desde muito antes: Jônatas Medeiros, Mariana Madeiro, Thiago Tarelli, Natália Oliveira, Camila Barbosa, Janaina Gomes, Caroline Beatrice e Ana Gabriela.

## RESUMO

O Circuito Penedo de Cinema é o maior evento do audiovisual alagoano, e nasceu da união de um evento contemporâneo de mostra universitária com o resgate de um evento histórico. Neste trabalho, fica registrado o histórico e aplicação da identidade visual da edição de 2017 do Circuito, criada para dar maior conexão do público com a cidade e com o evento em si. Para isto, foram realizadas: revisão de literatura, pesquisas na internet sobre as temáticas e simbologias das marcas, entrevistas com os responsáveis pelas atividades comunicacionais, visitas às redes de comunicação externas do evento estudado, além de informações do próprio autor, que integrou a equipe de comunicação do evento durante o período analisado. Como resultado, foi elaborada uma memória da identidade visual de 2017 do Circuito Penedo de Cinema.

**Palavras-chave:** Circuito Penedo de Cinema; Manual de identidade visual; Marca

## **ABSTRACT**

The Penedo de Cinema Circuit is the biggest audiovisual event in Alagoas, and it was born from the union of a contemporary university exhibition event with the rescue of a historic event. In this work, the history and application of the visual identity of the 2017 edition of the Circuit is recorded, created to give greater connection between the public and the city and the event itself. For this, the following were carried out: literature review, internet research on the themes and symbologies of the brands, interviews with those responsible for communication activities, visits to external communication networks of the studied event, in addition to information from the author himself, who was part of the team event communication during the period analyzed. As a result, a memory of the 2017 visual identity of the Penedo de Cinema Circuit was created.

**Keywords:** Circuito Penedo de Cinema; Visual key manual; Brand

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2. PENEDO E O FESTIVAL DE CINEMA .....</b>	<b>12</b>
<b>3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>16</b>
3.1. Conceituação de marketing .....	16
<b>3.1.1. Aplicação do conceito de marketing em eventos .....</b>	<b>19</b>
3.2. Importância da criação da identidade visual.....	20
<b>3.2.1 Criação da logomarca.....</b>	<b>22</b>
<b>4. METODOLOGIA: COMO FOI CRIADA A IDENTIDADE VISUAL DO EVENTO .....</b>	<b>25</b>
<b>4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....</b>	<b>32</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>35</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>36</b>
<b>APÊNDICE A: Memória da constituição da identidade visual de 2017 do Circuito Penedo de Cinema.....</b>	<b>38</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A identidade visual é um fator determinante para o processo de comunicação com o público, seja de um evento ou de uma organização. Isso porque essa serve para apresentar os valores da marca e promovê-la no mercado. Portanto, a identidade visual é capaz de atrair ou afastar o público e tornar a marca reconhecível. Diante disso, conforme Vásquez (2007) para funcionar adequadamente, uma marca deve desenvolver sua própria identidade, baseada em um design único e projeto gráfico bem definidos. São componentes de uma identidade visual: nome, logotipo, tipo de letra, cor e estilo de assinatura. A concepção de uma identidade visual é resultado da história de uma organização e dos valores que pretende transmitir. É essencial para uma marca se afirmar através da mídia impressa e online, sendo um dos pilares fundamentais da estratégia de comunicação de uma organização.

Um elemento chave da identidade visual é, obviamente, a logomarca. Ela permite que uma organização não seja apenas reconhecida, mas lembrada. A logomarca pode contribuir muito para o sucesso ou o fracasso de um evento. A maioria das pessoas são bastante orientadas pela percepção visual e são naturalmente atraídas por sinais e símbolos visuais. Uma logomarca permite que a marca se comunique com clientes em potencial.

Diante da importância da criação da identidade visual, este trabalho de conclusão de curso consiste em um relatório de atividade que tem como produto um registro da constituição da identidade visual do Circuito Penedo de Cinema de 2017. Esse festival é um evento consolidado e consagrado, que aumenta seu número de inscritos a cada nova edição, dura sete dias e possui uma programação diversificada e extensa. Além disso, o circuito acontece no histórico município de Penedo (AL). Esse é um dos mais importantes eventos do país ligados ao cinema. A partir da contextualização apresentada, este trabalho tem o objetivo geral de apresentar o relatório de atividade que tem como produto um registro da constituição da identidade visual do Circuito Penedo de Cinema de 2017. Especificamente, pretende-se: 1) expor as especificidades do festival de cinema em Penedo; 2) apresentar a importância da identidade visual da marca e 3) desenvolver um produto de comunicação (apêndice A) que se caracteriza como um registro de memória quanto à constituição da identidade visual do evento em 2017.

Quanto à metodologia aplicada ao trabalho, optou-se pela qualitativa de observação participante com técnica de cunho exploratório, de modo que o autor estava integrado ao grupo executor do evento e pesquisou e registrou sobre o tema a partir de dados históricos, bibliográficos e informações jornalísticas, arquivos oficiais e particulares e documentação pessoal. Por fim, o desenvolvimento desta pesquisa está embasado, principalmente, nos seguintes autores: Vásquez (2007), Araújo e Graça (2019), Teixeira; Silva e Bona, (2012), De Campos e Lima (2008).

Esse trabalho está dividido em cinco capítulos, além deste introdutório. O segundo capítulo registra sobre a cidade de Penedo e os eventos de cinema. No terceiro capítulo, busca evidenciar a fundamentação teórica que embasou a produção deste trabalho. O capítulo seguinte aponta sobre as técnicas e métodos para a criação da identidade visual do Circuito na edição de 2017, sua aplicação e o registro deste processo. No quinto capítulo, em Resultados e Discussões, destacam-se os retornos de visibilidade e repercussão da edição, potencializada pela sua identidade visual. Seguindo as Considerações Finais, tem-se o Apêndice, que se caracteriza como um registro de memória quanto à constituição da identidade visual do evento em 2017 – não sendo um manual de identidade visual, pois necessitaria apresentar detalhes sobre processos de aplicação da logomarca.

## 2. PENEDO E O FESTIVAL DE CINEMA

A cidade de Penedo foi há décadas e durante 8 anos consecutivos, um importante polo do cinema brasileiro. Entre 1975 e 1982, era realizado na cidade o Festival Brasileiro de Cinema, que, segundo a imprensa à época, era “das maiores promoções culturais já realizadas no Estado” (GA: 10/1/1975, p. 1). De acordo com o professor Ernani Mero, o festival passara a significar “a redescoberta de Penedo depois de quase 400 anos de anonimato”. Configurou-se numa “das maiores oportunidades [...] em termos turísticos e culturais” (GA: 10/1/1975, p. 8).

O desenvolvimento dessa cidade, até se tornar um marco na história do cinema brasileiro, começou junto com a história do Brasil. Um ano depois do descobrimento do país pelos portugueses, Américo Vespúcio descobriu, em 1501, a foz do Rio São Francisco. A região passou a ser conhecida pelos europeus através da Carta Geográfica de Alberto Cantino, despertando interesse para supostas minas de ouro e prata, já em 1502. Mas somente em 1560 o local foi oficialmente reconhecido pelo segundo donatário da Capitania de Pernambuco, Duarte Coelho Pereira de Albuquerque, como Penedo do São Francisco.

No século seguinte, foi elevada à categoria de Vila com o nome de Vila do Penedo do São Francisco, condição conquistada por ser considerada um centro polarizador de material humano “de primeira qualidade” e pelo refinamento de sua cultura à moda europeia, bem como seu status socioeconômico. Foi no século XVII também que a cidade foi invadida pelos holandeses, liderados por Maurício de Nassau, que dominaram a região por uma década. Mas os nativos da região criaram um movimento revolucionário para arrancar a terra da mão dos invasores holandeses, que recebeu o nome de Openeda. E foi em 19 de setembro de 1645, que Valentim da Rocha Pita comandou a batalha final no Alto do Monte Alegre, hoje, Praça Clementino do Monte e devolveu o comando da região para os portugueses. No ano de 1660, freis de ordem franciscana chegaram a Penedo e construíram o Convento e Igreja de Santa Maria dos Anjos, de pé até hoje. Em 18 de abril de 1842, Penedo torna-se cidade.

A coroa portuguesa estava ciente da importância da região e tornou Penedo, em 1859, a cidade sede do Governo Imperial e a cerimônia contou com a visita do então imperador do Brasil, Dom Pedro II.

De acordo com o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), na cidade há edificações neoclássicas e até exemplares de *art nouveau* do final do século XIX e sua importância levaram o centro histórico de Penedo para o tombamento de seu conjunto histórico e paisagístico pelo Iphan, em 1996. As edificações tombadas pelo órgão federal incluem alguns dos mais importantes bens da arquitetura religiosa do Nordeste, como o Convento e Igreja Santa Maria dos Anjos, do século XVII, e as igrejas de Nossa Senhora. da Corrente e de São Gonçalo Garcia, do século XVIII, além de exemplares da arquitetura civil moderna, como o Hotel São Francisco, dos anos 1960.

Foi nesse cenário rico histórica e culturalmente que o Festival Brasileiro de Cinema surgiu na cidade. O evento era realizado no Cine São Francisco, inaugurado em 1959 em anexo ao Hotel São Francisco, que se mantém em atividade e em destaque na rede hoteleira da região, como a então “mais moderna sala de cinema do Nordeste”. O cinema, no entanto, não manteve o sucesso do hotel e acabou encerrando suas atividades poucos anos depois da última edição do Festival do Cinema Brasileiro em 1982.

O Festival era sempre realizado na primeira quinzena de janeiro, com duração de três a quatro dias e coincidia com outro evento da cidade: a Procissão de Bom Jesus dos Navegantes. O evento religioso tradicional que também se mantém até os dias atuais, conta com uma extensa programação cultural não-religiosa, como os artistas Anitta e Gabriel Diniz, presentes na edição de 2019, atraindo assim muitos turistas para a cidade, que movimentam a economia local fora das atividades sagradas.

Vinte e nove anos depois da última edição do Festival do Cinema Brasileiro, surgiu a pretensão de resgatar a tradição dos antigos festivais da cidade e entrou em cena, em 2011, o Festival de Cinema Universitário de Alagoas. O evento tem, até a atualidade, o espírito de fomentar a cultura e fazer girar o ciclo de produção cinematográfica independente com, além de troca de experiências e intercâmbio cultural, a premiação em dinheiro que faz com que os produtores e diretores vencedores voltem a investir em novas produções.

Nos festivais de cinema, além da exibição de audiovisuais, há também “formação, reflexão, promoção, intercâmbio cultural, diversidade, articulações política e setorial, reconhecimento artístico, ações de caráter social, geração de emprego e

renda, além de um crescente ambiente de negócio” (LEAL; MATTOS apud ARAÚJO E GRAÇA, 2013, p. 06).

A partir de 2011, a realização do evento se deu por iniciativa de um projeto de extensão da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), coordenado pelo professor Sérgio Onofre, em parceria com outras instituições públicas e privadas, como a Secretaria de Estado de Cultura (Secult), a Prefeitura de Penedo e o Comitê da Bacia Hidrográfica do São Francisco (CBHSF). A partir daí, o cenário local e nacional de produção audiovisual foi se fortalecendo e ganhando notoriedade na imprensa local e na comunidade não só acadêmica.

Após cinco edições do Festival de Cinema Universitário de Alagoas, nasceu, em 2016, o Circuito Penedo de Cinema - uma junção de outros eventos do audiovisual alagoano ao Festival inaugurado em 2011. A partir de 2016, então, a cidade passou a contar novamente em sua programação anual, com o Festival do Cinema Brasileiro, resgatado das décadas de 1970 e 1980, quando a cidade ribeirinha de Penedo era o palco principal do audiovisual brasileiro.

Depois de ocupações de prédios históricos da cidade nas edições anteriores da mostra universitária para a exibição de filmes, a organização do evento passou a levar uma sala de cinema climatizada própria para as margens do Rio São Francisco. Com mais espaço e capacidade técnica para exibições ampliada, o evento passou também a agregar sessões competitivas da Mostra Velho Chico de Cinema Ambiental, que traz para debate as obras com temática ambiental e as interferências humanas nos biomas; e atividades do Encontro de Cinema Alagoano, que busca discutir e realizar ações teóricas e práticas sobre o audiovisual brasileiro.

Todas as atividades são realizadas gratuitamente, com livre acesso do público e têm asseguradas as condições de acessibilidade para idosos e pessoas com alguma dificuldade de locomoção e portadores de deficiência auditiva, com tradução para libras. Respalda-se apenas a proibição de crianças em exibições de filmes cuja classificação indicativa seja 18 anos, conforme determinação do Ministério da Justiça.

Em 2017, o Circuito Penedo de Cinema foi realizado entre os dias 7 e 11 de novembro, contou, em diversas atividades, com a presença dos atores Irandhir Santos e Clarisse Abujamra, além do diretor de cinema Hilton Lacerda.

Com o crescimento do evento, tanto pela sua capacidade de público quanto pelos dias de realizações, as estratégias de marketing foram se tornando cada vez mais necessárias. A criação de uma marca que pudesse representar a característica de “guarda-chuva” do Circuito Penedo de Cinema, como um “conglomerado” de festivais que acontece simultaneamente, foi realizado antes da criação da identidade visual de 2017.

A identidade visual de 2017, por sua vez, buscava utilizar o logotipo e símbolo do evento e remeter às características da cidade para pontuar, no material gráfico, a edição daquele ano e diferenciá-las dos materiais dos anos anteriores e dos seguintes. O objetivo era criar uma identidade visual do Circuito Penedo de Cinema para a edição de 2017, de maneira visualmente atrativa e com referências para a histórica e colonial cidade de Penedo. Como o logotipo do evento já tinha sido criado anteriormente e seguiu sem alterações em sua estrutura nas edições seguintes, o projeto de 2017 foi desenvolvido para criar uma unidade visual em todas as peças gráficas (digitais e impressas), diferenciando-a das edições anteriores e das seguintes.

### 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

#### 3.1. Conceituação de marketing

O termo “marketing” é amplamente entendido como a análise do mercado para conhecer as vontades, as necessidades e o perfil dos consumidores objetivando o desenvolvimento de estratégias para melhor atender a esse mercado.

O marketing é a análise, o planejamento, a implementação e o controle de programas cuidadosamente formulados e projetados para propiciar trocas voluntárias de valores com mercados-alvo, no propósito de atingir os objetivos organizacionais. Depende intensamente do projeto da oferta da organização, em termos das necessidades e desejos dos mercados-alvo, e no uso eficaz da determinação do preço, da propaganda e da distribuição, a fim de informar, motivar e servir os mercados (KOTLER, 1978, p.20).

O conceito de marketing é baseado no aumento da capacidade de uma empresa de competir e obter o máximo de lucros ao comercializar as maneiras pelas quais ela oferece melhor valor aos clientes do que seus concorrentes. É tudo uma questão de conhecer o mercado-alvo, sentindo suas necessidades e atendê-los com mais eficácia (VÁSQUEZ, 2007).

Para ser mais claro, o conceito de marketing é imperativo, pois caracteriza como uma organização conduzirá os negócios e prosperará. Expressa que a ocupação essencial de uma organização é atender às necessidades do cliente. Isso é proficiente ao descobrir o que o setor de negócios precisa e, em seguida, ajustar o seu melhor produto ou serviço para corresponder (TEIXEIRA; SILVA; BONA, 2012).

Para atingir esse objetivo, todos na organização devem se dedicar à lealdade do consumidor. Da mesma forma, é imperativo observar que a organização também deve se beneficiar ao mesmo tempo em que atende às necessidades do cliente. Uma empresa deve ter como alvo compradores a quem possa realmente atender de forma adequada. Afinal, este é um negócio e a lucratividade provisória é geralmente tão essencial quanto a lucratividade contínua.

Mais precisamente, marketing é o processo de levar os produtos, serviços ou ideias certos para as pessoas certas, no lugar, hora e preço certos, usando as técnicas de promoção certas e utilizando as pessoas adequadas para fornecer o serviço ao cliente associado a esses produtos, serviços ou ideias (DE CAMPOS; LIMA, 2008). Esse conceito é conhecido como o princípio “certo” e é a base de toda estratégia de marketing.

De acordo com Teixeira, Silva e Bona (2012) pode-se dizer que marketing é descobrir as necessidades e desejos dos compradores em potencial (sejam organizações ou consumidores) e então fornecer bens e serviços que atendam ou superem as expectativas desses compradores. O marketing é a administração das trocas – o que não envolve apenas as financeiras, mas também as simbólicas. Uma troca ocorre quando duas partes dão algo de valor um ao outro para satisfazer suas respectivas necessidades ou desejos. Em uma troca típica, o consumidor troca dinheiro por um bem ou serviço.

Portanto, o marketing é o processo de “criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para clientes, clientes, parceiros e a sociedade em geral”. Esse processo é feito de várias maneiras diferentes; os profissionais de marketing usam um ou mais dos cinco conceitos de marketing para ganhar a confiança do consumidor e criar relacionamentos lucrativos e de longo prazo com os consumidores (TEIXEIRA; SILVA; BONA, 2012).

Conforme De Campos e Lima (2008) uma estratégia que as empresas e agências de marketing elaboram e implementam para satisfazer as necessidades dos clientes, maximizar os lucros, satisfazer as necessidades dos clientes e vencer ou superar os concorrentes. Os cinco principais incluem os conceitos de produção, produto, vendas, marketing e sociedade, e eles vêm evoluindo há décadas.

- Conceito de produção: o conceito de produção é focado em operações e é baseado na suposição de que os clientes serão mais atraídos por produtos que estão prontamente disponíveis e podem ser comprados por menos do que produtos concorrentes do mesmo tipo. Esse conceito surgiu como resultado da ascensão do capitalismo inicial na década de 1950, quando as empresas estavam focadas na eficiência da manufatura para garantir o máximo de lucros e escalabilidade.
- Conceito de produto: O conceito de produto é o oposto do conceito de produção, pois pressupõe que a disponibilidade e o preço não influenciam os hábitos de compra do cliente e que as pessoas geralmente preferem qualidade, inovação e desempenho a baixo custo. Assim, esta estratégia de marketing foca na melhoria e inovação contínuas do produto.

- Conceito de venda: O conceito de produto é o oposto do conceito de produção, pois pressupõe que a disponibilidade e o preço não influenciam os hábitos de compra do cliente e que as pessoas geralmente preferem qualidade, inovação e desempenho a baixo custo. Assim, esta estratégia de marketing foca na melhoria e inovação contínuas do produto. O conceito de venda é centrado na crença de que se deve convencer um cliente a comprar um produto por meio do marketing agressivo dos benefícios do produto ou serviço, porque não é uma necessidade.
- Conceito social: O conceito de marketing social é um conceito emergente que enfatiza o bem-estar da sociedade. Baseia-se na ideia de que os profissionais de marketing têm a responsabilidade moral de comercializar de forma consciente para promover o que é bom para as pessoas em vez do que elas desejam, independentemente das metas de vendas da empresa. Os funcionários de uma empresa vivem nas sociedades em que atuam no mercado e devem anunciar tendo em mente os melhores interesses da comunidade local.

O objetivo central do marketing é ajudar as organizações a compreender e responder às necessidades e expectativas do cliente, enquanto o mantém informado sobre como a organização pode atender a essas necessidades. Quando se usa o marketing de maneira correta, sabe que esse processo é mais fácil se estiver em contato constante com o cliente (VÁSQUEZ, 2007).

Uma organização adota o conceito de marketing quando toma medidas para saber o máximo possível sobre o consumidor, juntamente com a decisão de basear as decisões de marketing, produto e mesmo estratégia nessas informações. Essas organizações começam com as necessidades dos clientes e retrocedem a partir daí para criar valor, em vez de começar com algum outro fator, como capacidade de produção ou uma invenção inovadora. Eles partem do pressuposto de que o sucesso depende de um desempenho melhor do que os concorrentes em compreender, criar, entregar e comunicar valor aos clientes-alvo (TEIXEIRA; SILVA; BONA, 2012).

Este conceito é amplamente aceito pela comunidade empresarial há alguns anos e parece que não há outra maneira de fazê-lo. No entanto, há algumas décadas esse conceito não era o predominante. Em vez disso, as empresas estavam mais

preocupadas com o que poderiam produzir de forma barata e massiva, o que fazia parte da mentalidade e do legado da revolução industrial (TEIXEIRA; SILVA; BONA, 2012).

Então, a concepção de desenvolvimento de produtos e negócios mudou um pouco, devido a um estágio mais maduro da euforia da produção em massa. Neste ponto, muitas empresas estavam fabricando produtos em um ritmo crescente, mas o mercado não estava reagindo positivamente a eles em todos os casos. Isso criou um foco de vendas, onde as empresas despejaram muitos de seus recursos para anunciar seus produtos a fim de obter uma maior participação de mercado (TEIXEIRA; SILVA; BONA, 2012).

Por fim, o modelo centrado nas vendas se exauriu com a concorrência cada vez maior e, finalmente, nos tempos modernos, os especialistas em marketing se estabeleceram com o foco no marketing, um conceito que coloca o cliente no centro das decisões de desenvolvimento de produto. Essa filosofia incentiva as empresas a se concentrarem no desenvolvimento de formas e itens que satisfaçam as necessidades existentes dos consumidores regulares (DE CAMPOS; LIMA, 2008).

Ter sucesso atendendo às necessidades dos clientes é uma das ideias mais comuns do conceito de marketing. As organizações que abraçam esse determinado princípio reconhecem avidamente que os consumidores são a força dinâmica por trás de suas organizações. O conceito de marketing é uma peça fundamental dos arranjos de marketing. A realização está diretamente relacionada às necessidades do cliente.

### **3.1.1. Aplicação do conceito de marketing em eventos**

Na categoria de cerimônia, cada evento exige algo diferente dependendo do formato do evento, estilo de vida do público, grupo de participantes, esfera de interesse, atividade profissional etc. Como em qualquer outro evento, as cerimônias são um bom investimento e uma grande chance de aumentar o conhecimento da marca, elevar o prestígio da empresa, envolver novos parceiros e patrocinadores, impulsionar as vendas ou até mesmo levantar fundos.

A mídia social continua sendo uma das maneiras mais baratas e eficazes de promover uma cerimônia, torná-la viral e impulsionar as vendas. Além disso, é

fundamental promover uma indicação ao prêmio pela mídia e criar cobertura para isso, contatando e convidando profissionais da mídia. Assim é possível promover o evento por meio de plataformas de mídia social. Ademais é necessário fazer promoção *offline*, incluindo *pop-ups*, mídia impressa, *white papers* etc. Às vezes, pôsteres de eventos e paredes com marcas devem ser usados em locais públicos junto com outras formas de publicidade externa (VÁSQUEZ, 2007).

O marketing por e-mail impulsiona a conscientização e aumenta o envolvimento com o evento, impulsiona as vendas e fornece aos organizadores feedback útil. Além disso, o marketing por e-mail impulsiona a conscientização do evento e aumenta o envolvimento, impulsiona as vendas e fornece aos organizadores feedback útil. Se o gestor promover seus vídeos corretamente, terá uma multidão gigantesca de participantes assim que as portas se abrirem. A indústria de eventos apresenta uma grande oportunidade de promover os vídeos e atrair a atenção da mídia de formadores de opinião e patrocinadores em potencial. Por fim, é importante fazer a criação de uma identidade visual personalizada e chamativa.

### **3.2. Importância da criação da identidade visual**

A identidade visual é definida como o aspecto visual de qualquer marca, que as empresas estabelecem e criam, e qualquer identidade que inclui algo visual que expressa a marca, como design de logotipo, fontes, imagens, cor e quaisquer outros símbolos que se usa para comunicar. Isso geralmente é para o site, uniformes para funcionários, equipe administrativa e trabalhadores, cartões de visita, bem como materiais impressos como brochuras, relatórios, folhetos, banners, embalagens de produtos, etc. Portanto, para criar uma identidade, é preciso criar uma personalidade para a marca e dar um tom de voz diferenciado à sua atividade e negócio (VÁSQUEZ, 2007).

Conforme De Campos e Lima (2008), a identidade da marca envolve todas as peças móveis que juntas representam como a marca é percebida, e a identidade visual inclui os componentes visuais disso. A maneira como a empresa se apresenta visualmente é mais do que apenas cores e design. Marcas que são consistentes com sua identidade visual ressoam mais efetivamente com seu público do que aquelas que não são. A identidade visual é um reflexo exato da empresa, então se precisa

investir tempo e pesquisar para ter certeza de que ela é representada de forma precisa e positiva e que está de acordo com as mensagens faladas e escritas.

A estratégia visual realmente começa com a compreensão de quem é seu público e quem a organização está tentando atrair. Se a empresa não sabe disso, nada sobre sua marca visual, ou esforços de marketing e operacionais em geral, fará diferença. É preciso lembrar de que os aspectos visuais da marca não são para os gestores. Eles são para seus consumidores, então é preciso se certificar de ter isso em mente o tempo todo (TEIXEIRA; SILVA; BONA, 2012).

O design da identidade da marca é basicamente qualquer coisa que represente a marca visualmente. É a imagem percebida e as peças visuais que formam a marca geral. É a primeira impressão que organização causa nos clientes. Essencialmente, o design visual da marca é a imagem que se deseja representar para o mundo. É a personalidade da empresa. Além disso, deve-se projetar os valores e qualidade, as intenções e confiabilidade (VÁSQUEZ, 2007).

Ainda de acordo com o autor (2007) a marca profissional imediatamente dá às pessoas a impressão de que é uma empresa estabelecida, confiante e confiável. Por isso, ter uma marca visual forte cria um senso de unidade e coesão. Ao manter uma marca consistente e clara em todos os canais de marketing, os clientes podem reconhecer a marca de maneira fácil e instantânea. O reconhecimento da marca é alcançado apresentando repetidamente ao público uma experiência visual consistente. Relacionar-se com a unidade, garantir que o design visual da sua marca mantenha uma aparência coesa, beneficia o reconhecimento da marca com o tempo.

A marca visual de qualidade mostra que se tem orgulho do negócio. Os clientes reconhecerão o investimento que se faz no sucesso do próprio negócio e saberão que a organização se entregará com a mesma paixão quando se trata de atender às suas necessidades. atenção aos detalhes da marca - mesmo algo tão simples como um cartão de visita - pode garantir a seus clientes que se valoriza todo e qualquer aspecto do negócio. Ao falar sobre a decisão de compra de qualquer produto ou serviço que uma entidade oferece, se pretende deixar uma impressão ideal no público da marca ou negócio, deve estar atento à imagem da empresa, pois é definitivamente a primeira coisa que vai ao encontro do cliente ou, mais precisamente, da interface da empresa, e isso é o que se chama de identidade visual corporativa.

Conforme Vásquez (192007) o desenvolvimento de uma identidade de marca forte para o negócio é um fator extremamente importante para o sucesso. Uma marca eficaz pode ajudar a construir a reputação, destacar da concorrência e projetar os valores para atrair o cliente ideal. A marca é a identidade da empresa - a imagem que deseja transmitir ao mundo. É um dos ativos mais valiosos da empresa. Embora a identidade visual da marca seja importante, a marca inclui mais do que o logotipo. Uma forte identidade de marca:

- Comunica a personalidade da empresa e molda as percepções dos clientes;
- Projeta as expectativas e promessas que se estende aos clientes em termos de qualidade, serviço, confiabilidade e confiabilidade;
- Gera confiança e lealdade daqueles que fazem negócios;
- Ajuda o público a diferenciá-lo de seus concorrentes;
- Influencia positivamente nas decisões de compra, impactando diretamente a lucratividade.

### **3.2.1 Criação da logomarca**

Conforme Teixeira, Silva e Bona (2012) ao construir um negócio de sucesso, um dos principais fatores que se precisa levar em consideração é a logomarca. A criação de uma logomarca pode não estar no topo da agenda, no entanto, é um componente integral para tornar a marca bem-sucedida. Isso porque o logotipo é a primeira coisa que os consumidores verão. Atuando como a cara da empresa, é vital que se crie uma primeira impressão forte, caso contrário, os consumidores podem ir para outro lugar.

Uma logomarca bem projetada gera confiança e faz com que as pessoas permaneçam por perto. Diz aos clientes em potencial quem a empresa é, o que faz e como isso os beneficia. Ele comunica às pessoas sem nenhum conhecimento ou experiência anterior com o negócio que se faz um ótimo trabalho (TEIXEIRA; SILVA; BONA, 2012).

Ainda conforme Teixeira, Silva e Bona (2012) para que a logomarca de uma empresa seja eficaz, ele precisa ser fácil de reconhecer em letras grandes e pequenas. Os clientes precisam reconhecer a empresa com facilidade, seja ela exibida em um smartphone, um anúncio digital ou estampado em um outdoor. Para

que os consumidores identifiquem a logomarca, ele precisa ter um design simplista e não deve competir com outros logotipos de empresas. A última coisa que se deseja é veicular uma campanha publicitária e encontrar clientes que estão confundindo logotipos de marcas registradas.

Além de aumentar o reconhecimento da marca, uma logomarca pode ser uma ferramenta eficaz para desenvolver a fidelidade à marca. Ter um logotipo que os consumidores agarrem mental e fisicamente transformará os consumidores em potencial em seguidores leais da marca. Dependendo da empresa que se administra, é possível distribuir mercadorias ou itens promocionais que apresentem a logomarca. Existem muitas empresas que distribuem gratuitamente camisetas de negócios e canetas com seu logotipo em destaque para espalhar o conhecimento da marca (TEIXEIRA; SILVA; BONA, 2012).

Conforme De Campos e Lima (2008) construir credibilidade como empresa é a chave para garantir clientes duradouros. Sem um logotipo confiável, não há negócios reais; portanto, embora um logotipo possa atuar como um pequeno aspecto das operações diárias da empresa, ele ainda é uma parte importante. No mundo moderno, os clientes em potencial sabem o que desejam, portanto, ter uma logomarca de destaque ajudará a retratá-lo como uma empresa confiável e confiável.

Por isso, a logomarca de uma pequena empresa precisa ser clara e fácil de interpretar para se conectar rapidamente com o público. É importante manter a logomarca simples para que funcione em várias plataformas de mídia e seja eficaz em qualquer tamanho. Ao contrário das grandes empresas, a maioria das pequenas marcas não tem anos de reconhecimento de marca que as pessoas associem à sua empresa ou um grande orçamento de marketing para ajudar os consumidores a entender o que a empresa faz. Portanto, a logomarca precisa comunicar claramente quem a empresa é e o que faz (DE CAMPOS; LIMA, 2008).

Uma logomarca deve ser distinta o suficiente para ser facilmente reconhecida e simples o suficiente para funcionar em várias mídias. Uma boa logomarca é memorável e causa uma ótima primeira impressão. Deve ser eficaz em qualquer tamanho - seja em um outdoor ou em uma caneta. Com logomarcas, os detalhes são extremamente importantes. Atenção especial deve ser dada a cada elemento, incluindo cores, formas e fontes. Todos esses elementos ajudam a transmitir uma mensagem sobre a marca.

De acordo com Teixeira, Silva e Bona (2012) os visuais e as imagens devem ser apropriados para a empresa para evitar qualquer discrepância ou confusão. Todas as cores, formas, imagens e fontes devem ser consistentes com a ideia a ser comunicada. É muito importante que a logomarca transmita a mensagem correta sobre a organização. Esse é o tipo de reconhecimento de marca que é possível quando se tem uma marca forte para lançar no mercado por meio de sinalização e publicidade. As pessoas reconhecerão a marca de relance e, quanto mais a virem.

Ainda de acordo com Teixeira, Silva e Bona (2012) todo empresário deseja que a empresa se destaque da multidão e tenha um lucro considerável. Neste mercado competitivo, se precisa estar um passo à frente dos concorrentes para alcançar um marco extraordinário. Um logotipo atraente da empresa pode ter um impacto significativo no mercado e chamar a atenção de clientes em potencial.

Uma logomarca bem desenhada é uma parte vital da identidade empresarial e é um espelho da empresa. Cada elemento no design, como cor, fonte, forma, fala com a personalidade da empresa de uma maneira muito interessante. O design de logomarca personalizado é uma forma de entregar o valor e a personalidade da marca às pessoas. O uso inteligente de cada elemento ao elaborar o design da logomarca pode resultar no melhor resultado.

#### 4. METODOLOGIA: COMO FOI CRIADA A IDENTIDADE VISUAL DO EVENTO

Segundo Maria Luisa Peón (2009): “considera-se como identidade visual um componente visual formado por um sistema expressamente enunciado, realizado voluntariamente, planejado e integrado por elementos visuais de aplicação coordenada” (p. 10). Para criar uma afinidade maior do público com o evento, que não apresenta temas específicos nem muitas mudanças em sua estrutura de programação, se diversificando apenas nos produtos apresentados e temas de atividades e debates, a construção de uma identidade visual anual do evento foi uma estratégia de marketing pensada para criar uma diversificação das edições anteriores e das edições futuras na memória visual e afetiva dos espectadores.

Neste caso, estamos nos referindo então a uma identidade visual institucional - tanto porque ela se refere a uma instituição (no caso, uma empresa, e não um indivíduo, por exemplo) como porque ela está institucionalizada por uma série de parâmetros que estabelecem os elementos que lhe dão essa identidade, pela forma como eles se apresentam e pelos padrões que lhe fazem ter maior pregnância. (PEÓN; 2009, p. 11).

Neste contexto, o objetivo do trabalho de construção da identidade visual da edição de 2017 do Circuito Penedo de Cinema foi utilizar um símbolo desta cidade histórica. O escolhido para a então edição foram os azulejos portugueses, facilmente encontrados nos prédios históricos da Penedo. As formas, as cores e detalhes utilizados nas peças das redes sociais e em todo o material gráfico impresso buscam lembrar o estilo artístico português do acervo histórico e arquitetônico da época colonial preservado, em partes, até os dias atuais da cidade.

Até então, as atribuições da comunicação sobre o evento eram da assessoria de comunicação da Ufal. Com o crescimento do evento e a aglutinação de programações, surgiu a necessidade de um grupo próprio de trabalho para os festivais com orçamento independente do da Universidade. Em 2016, foi constituída uma equipe de 4 pessoas: duas com a função de jornalista, uma com a função de designer e *social media*<sup>1</sup>, e mais outras duas como fotógrafas. Em 2017, a equipe cresceu e passou a contar com mais um fotógrafo, profissional este que também auxiliou nas atividades de *social media*.

Os materiais gráficos produzidos seguindo a identidade visual foram:

---

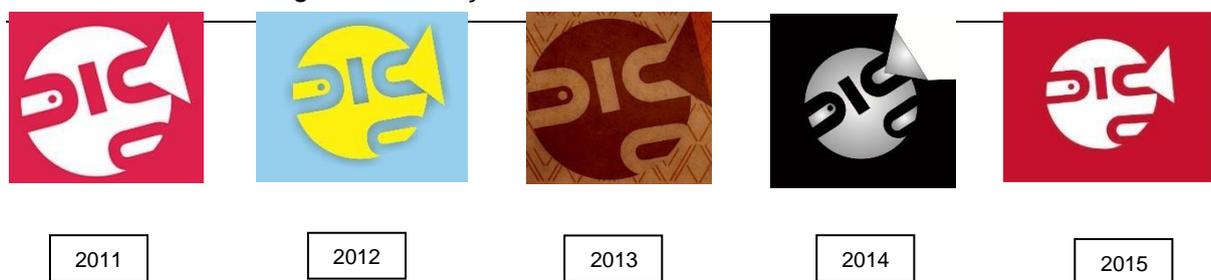
<sup>1</sup> Social Media, ou Analista de Redes Sociais, é como se denomina o profissional da comunicação responsável pela gestão de perfis de uma empresa nas redes sociais.

- Cards para redes sociais;
- Banners;
- Cartaz;
- Panfletos;
- Cartilha de programação;
- Certificados de atividades;
- Backdrop;
- Faixas de sinalização;
- VTs promocionais.

De acordo com Strunck, são quatro os elementos que compõem uma identidade visual: logotipo, símbolo, cores e alfabeto padrões. “Estes elementos são chamados de institucionais. Seu emprego, segundo um conjunto de normas e especificações, irá construir uma identidade visual”.

Nas edições anteriores do evento, com a existência exclusiva do Festival de Cinema Universitário de Alagoas, o símbolo sofreu algumas mudanças de cores e padrões ao longo dos anos.

Imagem 1: Evolução do símbolo do Festival Universitário



Fonte: Assessoria de comunicação do Circuito Penedo de Cinema

As versões de 2011 a 2015 do festival traziam uma referência estilizada de uma câmera Super-8, um equipamento comum dos filmes amadores dos anos 60 e 70, uma referência difícil de ser percebida para os usuários de sistemas mais modernos de captura. Para o Circuito Penedo de Cinema, o evento que engloba outros eventos paralelos, o logo foi pensado, sob metodologia ágil, para trazer também uma referência às câmeras, mas desta vez, as versões modernas e digitais.

## Imagem 2: Logotipo do Circuito Penedo de Cinema

---



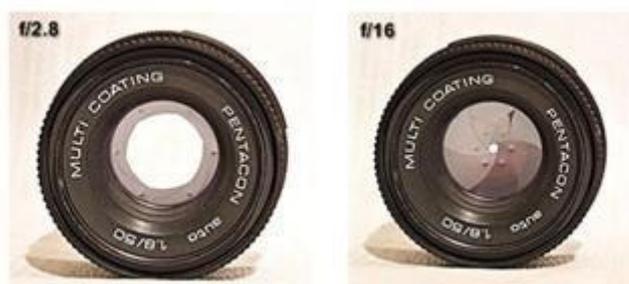
Fonte: Assessoria de comunicação do Circuito Penedo de Cinema

---

O evento passou a contar com um símbolo que faz uma referência estilizada ao diafragma das câmeras fotográficas e filmadoras modernas. De acordo com reportagem do Tecmundo, esta pequena parte da máquina fotográfica é considerada a íris das câmeras e se encontra dentro da lente. Ele tem, entre outros, um dos papéis mais fundamentais para a fotografia: controlar a profundidade de campo.

## Imagem 3: obturador de câmera

---



Fonte: Tecmundo

---

Como o evento, por sua concepção, é um conglomerado de eventos secundários, o logotipo do evento também possui uma versão em que todos eles aparecem na sua assinatura visual. Cada um desses eventos secundários traz uma referência para seu símbolo.

O símbolo do Festival do Cinema Brasileiro representa um mapa do país com um espaço de tela de cinema para representar a amplitude das origens das produções dos filmes que competem nesta mostra.

O Festival de Cinema Universitário de Alagoas traz em seu símbolo a mesma referência à câmera Super-8 dos anos anteriores. Mesmo considerando uma análise mais complexa de interpretação, já havia uma familiaridade do público com esta marca.

A Mostra Velho Chico de Cinema Ambiental tem como símbolo uma carranca estilizada. A carranca é uma escultura, feita de madeira ou barro, que apresenta um rosto com zoomorfização, que é uma mistura de características humanas e animais. Segundo o Comitê da Bacia Hidrográfica do São Francisco (CBHSF), principal patrocinador da mostra, a explicação para o uso das carrancas é mítica, pois elas eram colocadas na frente das embarcações para defendê-los de maus espíritos e enfrentar o Nego D'água, figura folclórica que habita o Rio São Francisco e que vira de cabeça pra baixo os barcos que navegam o local. Estas esculturas têm forte apelo popular, fazem parte da cultura nordestina e são comumente encontradas em Penedo para venda em lojas de artesanato em diversos tamanhos e padrões.

Já o símbolo do Encontro de Cinema Alagoano é uma figura de um olho estilizado sobreposto em diversos formatos geométricos nas cores do símbolo do Circuito Penedo de Cinema.

Imagem 4: logotipo e símbolo do Circuito Penedo de Cinema



10º FESTIVAL  
DO CINEMA  
BRASILEIRO



7º FESTIVAL DE  
CINEMA UNIVERSITÁRIO  
DE ALAGOAS



4ª MOSTRA  
VELHO CHICO DE  
CINEMA AMBIENTAL



7º ENCONTRO  
DE CINEMA  
ALAGOANO

Fonte: Assessoria de comunicação do Circuito Penedo de Cinema

Para as peças gráficas e toda a identidade visual do Circuito Penedo de Cinema em 2017, foi tomado como ponto de partida, a azulejaria portuguesa. Segundo reportagem do National Geographic, o azulejo português é, em sua essência, uma placa de cerâmica quadrada, de pouca espessura, geralmente nas medidas 15x15 cm ou em menores formatos. Este artefato tem uma das faces decoradas e vidradas, resultado da cozedura de um revestimento geralmente dominado como esmalte, tornando-se impermeável e brilhante. Ainda segundo o jornalístico, a sua utilização é também comum em países como Espanha, Itália, Holanda, Turquia, Irã e Marrocos.

---

Imagem 5: Exemplar de azulejo português em São Luís - MA

---



---

Fonte: IPHAN

---

Imagem 6: Exemplar de ladrilho encontrado em igreja de Penedo - AL

---



---

Fonte: Assessoria de comunicação do Circuito Penedo de Cinema

No caso da imagem 6, é possível observar um exemplar de ladrilho hidráulico europeu, que surgiu em meados do século XIV, em uma das igrejas do Centro Histórico de Penedo. Apesar de não ser necessariamente no mesmo estilo de técnica e arte dos azulejos portugueses, este tipo de decoração foi levado em consideração e serviu também de inspiração para a concepção do projeto.

Com a colonização europeia nas américas e em diversas partes do mundo, características da arquitetura estão presentes em diversos locais, como é o caso de Penedo, em Alagoas. As igrejas seculares do Centro Histórico da cidade ribeirinha possuem referências arquitetônicas da Europa e uma parte destas referências foi utilizada para inspirar o material gráfico.

Para criar as peças gráficas impressas e digitais, diversos programas de edição digital foram usados, como o CorelDraw, Photoshop e Illustrator. Todo o processo de criação foi pensado para agregar o logotipo do evento, já criado em 2016, a uma nova “roupagem”, sem perder as características da marca.

Sendo assim, foi criado um padrão, que remetesse à azulejaria portuguesa, para ser adaptado em diferentes materiais. Com isto, foram selecionadas também as cores, presentes no padrão, que serviriam de referência para todo o material gráfico, como mostram as figuras abaixo e o apêndice.

Segundo Michelena Munhoz (2009), o rigor na padronização da identidade visual não deve ser confundido com o excesso de regras. “A padronização ocorre com mais eficácia quando segue princípios fundamentais e regras simples. Quanto mais flexíveis forem as definições da identidade visual, mais fácil será aplicação”.

Imagem 7: Padrão de azulejaria utilizado



Fonte: Próprio autor

Imagem 8: Cores e informações técnicas das tonalidades

	<b>AZUL ESCURO</b> HEX #39478E CMYK 100   93   9   2 RGB 53   66   146
	<b>AZUL MÉDIO</b> HEX #C5CAEA CMYK 100   93   9   2 RGB 197   202   234
	<b>AZUL CLARO</b> HEX #E0EEF7 CMYK 51   4   0   0 RGB 237   238   247

Fonte: Próprio autor

---

Imagem 9: Família tipográfica utilizada nas peças gráficas

---



---

Fonte: Próprio autor

---

No caso do Circuito Penedo de Cinema, o logotipo e o símbolo já estavam definidos e consolidados, portanto, não passaram por grandes mudanças a cada realização, atualizando apenas o número da edição de cada evento sob seu “guarda-chuva”.

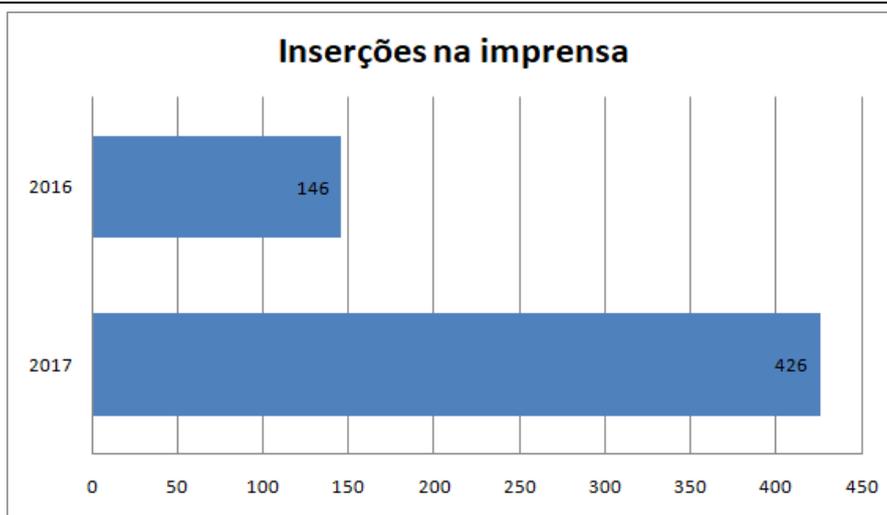
Coube, então, a este projeto, aliando à assinatura visual do evento, desenvolver os padrões, cores e tipografia de apoio para as peças gráficas da edição de 2017, como ilustrado no apêndice.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em 2017, as estratégias de comunicação e marketing puderam ser traçadas com mais tempo de trabalho que na edição anterior, já que foi a primeira edição a contar com equipe de comunicação própria do evento. Na primeira edição do Circuito Penedo de Cinema, a equipe foi formada em julho e com ações do evento em andamento e próximo do prazo de finalização das etapas iniciais.

Com o planejamento correto, vieram os bons resultados. De acordo com o relatório geral publicado pelo próprio evento, foram registradas, por meio de clipagem, 426 inserções de releases e sugestões de pauta do evento na imprensa alagoana, um crescimento de quase 200% em relação a 2016, quando foram registradas 146 inserções.

Imagem 10: Gráfico comparativo de inserções na imprensa



Fonte: Assessoria de Comunicação do Circuito Penedo de Cinema

Somente nas emissoras de TV alagoanas (TV Gazeta, TV Pajuçara, TV Ponta Verde, TV Educativa e TV Mar), o relatório estima que, se cobradas, as inserções na programação seriam equivalentes a um valor de R\$ 116.647,26.

Pela primeira vez, o evento também passou a contar com apoio cultural de dois grupos de comunicação de Alagoas. O Pajuçara Sistema de Comunicação (PSCom) fez 46 inserções do VT promocional do Circuito Penedo de Cinema na TV Pajuçara e 90 inserções do spot promocional do evento na Rádio Pajuçara. Se tivessem sido veiculadas de modo tradicional, via aquisição de espaço nos intervalos,

as 116 inserções que foram ao ar na rádio e TV custariam ao evento R\$ 115.404,00. Outro importante apoio cultural na divulgação promocional foi o Instituto Zumbi dos Palmares (IZP), que colocou todos os seus veículos para divulgar, diariamente, o Circuito. A TV Educativa, Rádio Educativa FM e Rádio Difusora AM fizeram seis inserções diárias do material promocional entre 26 de outubro de 2017 e 11 de novembro de 2017, totalizando 306 inserções entre VT's para a emissora de televisão e spots para as rádios. Por ser um grupo de comunicação público, que não oferece planos comerciais para seus intervalos, não foi possível mensurar quanto custariam as inserções caso pudessem ser adquiridas.

Com a identidade visual desenvolvida para o ano, foram produzidas 17 imagens para marketing digital, 07 peças gráficas impressas para livre distribuição e 4 peças para sinalização do evento.

Na edição anterior, em 2016, o evento não teve tempo hábil para planejar suas ações de marketing e não adotou uma identidade específica, utilizando de referências mais gerais e relativas ao cinema, sem referências diretas à cidade ou ao evento em si.

Imagem 11: Imagem de divulgação do evento



Fonte: Assessoria de comunicação do Circuito Penedo de Cinema

Com estratégias de marketing bem definidas, como a estruturação da identidade visual do evento, foi possível aferir e perceber o crescimento de resultados positivos em relação à comunicação do evento. O público pôde, portanto, gerar uma maior afinidade com o evento em todas as suas perspectivas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A criação de uma identidade visual para o Circuito Penedo de Cinema em 2017 foi fundamental para o sucesso da comunicação do evento. Com um conceito pré-estabelecido e com dedicação para execução de todas as atividades seguindo o que preconizam as teorias da comunicação, não havia como ter um resultado diferente. Isso é demonstrado no apêndice desta pesquisa, que se caracteriza como um registro de memória quanto à constituição da identidade visual do evento em 2017, uma vez que um manual de identidade visual apresenta detalhes sobre processos de aplicação da logomarca. Nesta parte da pesquisa é possível visualizar o símbolo, o tipo e a assinatura virtual da identidade visual da marca. Além disso, pode-se também verificar as logos e símbolos utilizados ao longo do tempo no Circuito Penedo de Cinema e as suas respectivas relações com os movimentos históricos da cidade.

Os desafios de fomentar a cultura através do audiovisual se espelham também na dificuldade em trabalhar com a comunicação de eventos como o Circuito Penedo de Cinema. A falta de espaço na mídia tradicional e o desinteresse do público por um conteúdo menos “populista” são superadas com a criatividade da equipe em todas as etapas da realização do evento, e não seria diferente na comunicação. Mesmo com orçamento algumas vezes limitado, conseguimos, com uma equipe reduzida, porém própria, em 2017, criar uma identidade visual para o evento capaz de fazer o evento ser lembrado e de remeter às características da cidade de Penedo.

Diante da importância da identidade visual para o Circuito Penedo de Cinema, no Apêndice A é possível visualizar o registro de memória da constituição dos elementos visuais desse festival. Isso porque o final deste trabalho acadêmico apresenta detalhe sobre os processos de aplicação da logomarca, do elemento de história do circuito e de memória técnica da produção gráfica

## REFERÊNCIAS

AGENDA A. **Cinema mais famoso de alagoas ganha reforma de R\$ 5 milhões; veja o que vai funcionar no lugar.** 2016. Disponível em: <<https://www.agendaa.com.br/negocios/gente-e-gesto/5443/2016/05/25/cinema-mais-famoso-de-alagoas-ganha-reforma-de-r-5-milhes-veja-o-que-vai-funcionar-no-lugar>>. Acesso em 21 de julho de 2019.

ARAÚJO, Sérgio Onofre Seixas de; GRAÇA, Ándelli D'mara Santos da. Os festivais de cinema de Penedo (1975-1982): impactos para o turismo local. **XXVII Simpósio Nacional de História**, Rio Grande do Norte, 2013. Disponível em: <[http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1371158946\\_ARQUIVO\\_ArtigoAndelli-SergioOnofre-Revisado\\_09-04-2013\\_01.pdf](http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1371158946_ARQUIVO_ArtigoAndelli-SergioOnofre-Revisado_09-04-2013_01.pdf)>. Acesso em 24 de julho 2019.

CBHSF. **Os tipos de carrancas.** 2016. Disponível em: <[https://cbhsaofrancisco.org.br/noticias/cultura\\_blog/os-tipos-de-carrancas/](https://cbhsaofrancisco.org.br/noticias/cultura_blog/os-tipos-de-carrancas/)> Acesso em 01/06/2020.

DE CAMPOS, Jorge Lucio; LIMA, Carlos Alberto Soares. **Olhares gráficos: design, conceito e identidade visual.** 2008.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing.** São Paulo, 1998.

GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO. **Ladrilho Hidráulico em Pernambuco.** Disponível em: <https://issuu.com/ladrilhohidraulico/docs/ladrilho-06-abril-2016-singlepages>. Acesso em 12 de julho de 2021.

MORESI, Eduardo et al. **Metodologia da pesquisa.** Brasília: Universidade Católica de Brasília, v. 108, n. 24, p. 5, 2003.

MUNHOZ, Daniella Michelena. **Manual de identidade visual.** Rio de Janeiro, 2009.

NATIONAL GEOGRAPHIC. **Esta é a história por trás do azulejo português.** 2020. Disponível em: <<https://www.natgeo.pt/historia/2020/02/esta-e-historia-por-tras-do-azulejo-portugues>>. Acesso em 03 de julho de 2020.

PENEDO-AL. **IPHAN.** Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/110>>. Acesso em 13 de agosto de 2019.

PEÓN, Maria Luisa. **Sistemas de identidade visual.** Rio de Janeiro, 2009.

STRUNCK, Gilberto. **Como Criar Identidades Visuais para Marcas de Sucesso.** Rio de Janeiro, 2001.

TECMUNDO. **Fotografia: diafragma e obturador, os olhos da câmera.** 2011. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/internet/8354-fotografia-diafragma-e-obturador-os-olhos-da-camera.htm>>. Acesso em 03/06/2020.

TEIXEIRA, Felipe Colvara; SILVA, RDO; BONA, Rafael José. **O processo de desenvolvimento de uma identidade visual**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUL. 2012.

VÁSQUEZ, Ruth Peralta. **Identidade de marca, gestão e comunicação**. Organicom, v. 4, n. 7, p. 198-211, 2007.

**APÊNDICE A: MEMÓRIA DA CONSTITUIÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DE 2017  
DO CIRCUITO PENEDO DE CINEMA**



# IDENTIDADE VISUAL

CIRCUITO PENEDO DE CINEMA - 2017

# O EVENTO

PELA SEGUNDA VEZ

Nascido da junção de outros grandes e consagrados eventos do cinema alagoano, o Circuito Penedo de Cinema desembarcava pela segunda vez às margens do Rio São Francisco como um conglomerado de festivais.

O evento tem até hoje o espírito de fomentar a cultura e fazer girar o ciclo de produção audiovisual independente através do Festival do Cinema Brasileiro, do Festival de Cinema Universitário de Alagoas, Mostra Velho Chico de Cinema Ambiental e do Encontro de Cinema Alagoano.



# SÍMBOLO

O símbolo do Circuito Penedo de Cinema foi criado para fazer uma referência ao diafragma das câmeras fotográficas e filmadoras digitais. As cores remetem à diversidade, tanto da imagem em si, como dos temas abrangentes abordados pelas produções.



# TIPO

A tipografia mais simples traz ao conjunto mais harmonia ao símbolo tão detalhado. O peso diferente das palavras busca dar destaque ao ponto principal do evento, o cinema.

**CIRCUITO PENEDO  
DE CINEMA**

# ASSINATURA VISUAL

Nesta versão exclusiva do evento, a assinatura visual é menos utilizada, cabendo seu uso para representar as ações ou peças que englobem vários, mas não todos, eventos em uma mesma ação. Também utilizada em planos de fundo para trazer mais familiaridade com o símbolo.

**CIRCUITO PENEDO  
DE CINEMA**





# **EVENTOS SECUNDÁRIOS DA ASSINATURA CONJUNTA**

# CIRCUITO PENEDO DE CINEMA



10º FESTIVAL  
DO CINEMA  
BRASILEIRO



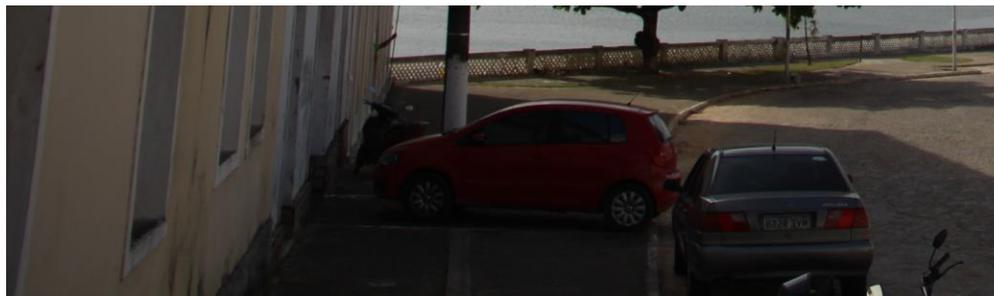
7º FESTIVAL DE  
CINEMA UNIVERSITÁRIO  
DE ALAGOAS



4ª MOSTRA  
VELHO CHICO DE  
CINEMA AMBIENTAL



7º ENCONTRO  
DE CINEMA  
ALAGOANO



# LOGO E SÍMBOLO

O símbolo do Festival do Cinema Brasileiro representa um mapa do país com um espaço de tela de cinema para representar a amplitude das origens das produções dos filmes que competem nesta mostra.



**10º FESTIVAL  
DO CINEMA  
BRASILEIRO**

# LOGO E SÍMBOLO

O Festival de Cinema Universitário de Alagoas traz em seu símbolo a mesma referência à câmera Super-8 dos anos anteriores. Mesmo considerando uma análise mais complexa de interpretação, já havia uma familiaridade do público com esta marca.



**7º FESTIVAL DE  
CINEMA UNIVERSITÁRIO  
DE ALAGOAS**

# LOGO E SÍMBOLO

A Mostra Velho Chico de Cinema Ambiental tem como símbolo uma carranca estilizada. A carranca é uma escultura, feita de madeira ou barro, que apresenta um rosto com zoomorfização, que é uma mistura de características humanas e animais. Segundo a mitologia, as carrancas eram utilizadas em embarcações para protegê-las de maus espíritos.



**4ª MOSTRA  
VELHO CHICO DE  
CINEMA AMBIENTAL**

# LOGO E SÍMBOLO

O símbolo do Encontro de Cinema Alagoano é uma figura de um olho estilizado sobreposto em diversos formatos geométricos nas cores do símbolo do Circuito Penedo de Cinema.



**7º ENCONTRO  
DE CINEMA  
ALAGOANO**

# ASSINATURA VISUAL CONJUNTA

Nesta versão conjunta, a assinatura visual é mais utilizada para destacar a pluralidade do evento. Seu uso cabe em todas as peças ou momentos em que todos os eventos estejam envolvidos na ação.

## CIRCUITO PENEDO DE CINEMA



10º FESTIVAL  
DO CINEMA  
BRASILEIRO



7º FESTIVAL DE  
CINEMA UNIVERSITÁRIO  
DE ALAGOAS



4ª MOSTRA  
VELHO CHICO DE  
CINEMA AMBIENTAL



7º ENCONTRO  
DE CINEMA  
ALAGOANO

A nighttime photograph of a church facade in Penedo, Brazil. The church is illuminated with warm yellow lights, highlighting its ornate Baroque architecture, including a central cross and decorative scrollwork. The facade features three arched windows and a central entrance with a semi-circular arch. In the foreground, a large crowd of people is seated on white plastic chairs, facing the church. The scene is decorated with strings of colorful starburst lights (green, blue, and white) that create a festive atmosphere. The ground is paved with cobblestones, and the overall setting is a public square or courtyard.

# A CIDADE DE PENEDO

As igrejas seculares presentes no centro histórico da cidade, onde é realizado o evento, são o ponto de destaque da região.

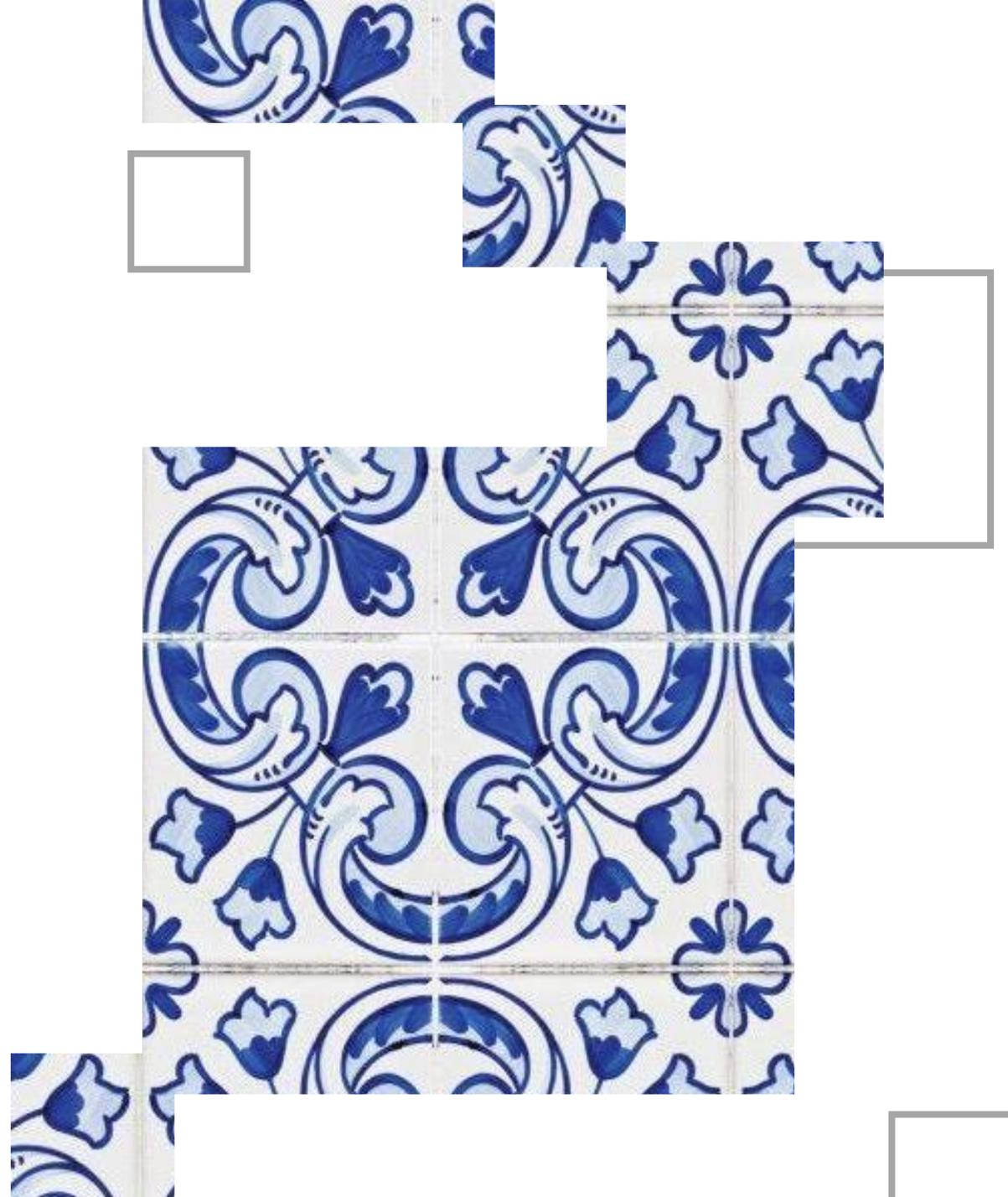


**REFERÊNCIAS DA  
ARQUITETURA**

# AZULEJOS HISTÓRICOS

UM MARÇO ARQUITETÔNICO  
DA REGIÃO QUE INSPIROU  
A IDENTIDADE VISUAL

A construção da identidade visual da edição de 2017 do Circuito Penedo de Cinema foi utilizar um símbolo desta cidade histórica. O escolhido para a então edição foram os **azulejos portugueses**, facilmente encontrados nos prédios históricos da Penedo, principalmente nos pisos das igrejas seculares. As formas, as cores e detalhes utilizados nas peças das redes sociais e em todo o material gráfico impresso buscam lembrar o estilo artístico português do acervo histórico e arquitetônico da época colonial preservado, em partes, até os dias atuais da cidade.





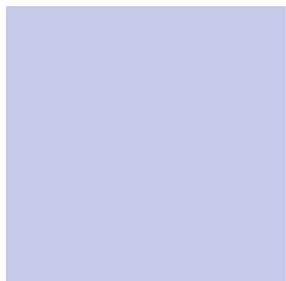
**PADRÃO DE  
TEXTURA**

## CORES E FONTES



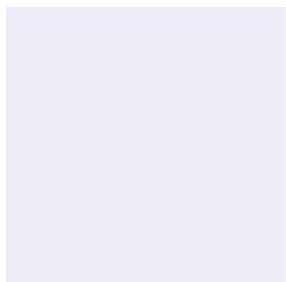
### AZUL ESCURO

HEX #39478E  
CMYK 100 | 93 | 9 | 2  
RGB 53 | 66 | 146



### AZUL MÉDIO

HEX #C5CAEA  
CMYK 100 | 93 | 9 | 2  
RGB 197 | 202 | 234



### AZUL CLARO

HEX #EDEF7  
CMYK 5 | 4 | 0 | 0  
RGB 237 | 238 | 247

Uni Sans Heavy CAPS

**PENEDO - ALAGOAS**

Uni Sans Heavy Italic CAPS

***PENEDO - ALAGOAS***

Uni Sans Thin CAPS

PENEDO - ALAGOAS

Uni Sans Thin Italic CAPS

*PENEDO - ALAGOAS*



**CAMISETA  
PARA STAFF**

# CIRCUITO PENEDO DE CINEMA



---



10º FESTIVAL DO CINEMA BRASILEIRO



7º FESTIVAL DE CINEMA UNIVERSITÁRIO DE ALAGOAS



4ª MOSTRA VELHO CHICO DE CINEMA AMBIENTAL



7º ENCONTRO DE CINEMA ALAGOANO

## 6 A 11 DE NOVEMBRO

### CENTRO HISTÓRICO DE PENEDO-AL

EXIBIÇÃO DE FILMES  
SHOWS | WORKSHOPS  
MOSTRAS COMPETITIVAS  
RODAS DE CONVERSA



**MASTER CLASS COM O CINEASTA DOC COMPARATO**



**DEBATE COM A ATRIZ DE 'COMO NOSSOS PAIS' CLARRISSE ABUJAMRA**



**DEBATE COM A PRESIDENTE DA ANCINE DEBORA IVANOV**



**DEBATE COM O ATOR DE 'TATUAGEM' IRANDHIR SANTOS**



**DEBATE COM O DIRETOR DE 'TATUAGEM' HILTON LACERDA**

# PROGRAMAÇÃO

\*sujeita a alterações

**CIRCUITO PENEDO .COM.BR**

[@/CIRCUITOPENEDO](https://www.instagram.com/circutopenedo)

SEGUNDA 6/11	TERÇA 7/11	QUARTA 8/11	QUINTA 9/11	SEXTA 10/11	SÁBADO 11/11
<p><b>Cerimônia de abertura</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 18h</p> <p><b>Mostra de Longa-metragem: Como Nossos Pais</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 20h</p>	<p><b>Oficina de vídeo ambiental</b> ☉ CEU ☉ 9h</p> <p><b>Oficina "O Uso da Cor Como Ferramenta Narrativa"</b> ☉ Casa de Aposentadoria ☉ 9h</p> <p><b>Oficina "Panorama do Audiovisual Alagoano"</b> ☉ CEU ☉ 9h</p> <p><b>Mostra Velho Chico de Cinema Ambiental</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 14h</p> <p><b>Master Class "O audiovisual dos anos 80 à virada do século"</b> ☉ Casa de Aposentadoria ☉ 14h30</p> <p><b>Mostra Sururu de Cinema Alagoano</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 16h</p> <p><b>Mostra Competitiva - Festival de Cinema Universitário de Alagoas</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 19h</p> <p><b>Mostra de Longa-metragem: Lamparina da Aurora</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 20h30</p>	<p><b>Mostra de Cinema Infantil</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 9h</p> <p><b>Oficina de vídeo ambiental</b> ☉ CEU ☉ 9h</p> <p><b>Oficina "O Uso da Cor Como Ferramenta Narrativa"</b> ☉ Casa de Aposentadoria ☉ 9h</p> <p><b>Oficina "Panorama do Audiovisual Alagoano"</b> ☉ CEU ☉ 9h</p> <p><b>Mostra Velho Chico de Cinema Ambiental</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 14h</p> <p><b>Mesa-redonda "Cinema apesar de tudo"</b> ☉ Casa de Aposentadoria ☉ 14h</p> <p><b>Bate-papo com realizadores dos filmes</b> ☉ CAPESPE ☉ 16h</p> <p><b>Mostra Competitiva - Festival de Cinema Universitário de Alagoas</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 19h</p> <p><b>Mostra Competitiva - Festival do Cinema Brasileiro</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 20h30</p>	<p><b>Mostra de Cinema Infantil</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 9h</p> <p><b>Oficina de vídeo ambiental</b> ☉ CEU ☉ 9h</p> <p><b>Oficina "O Uso da Cor Como Ferramenta Narrativa"</b> ☉ Casa de Aposentadoria ☉ 9h</p> <p><b>Oficina "Panorama do Audiovisual Alagoano"</b> ☉ CEU ☉ 9h</p> <p><b>Mostra Velho Chico de Cinema Ambiental</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 14h</p> <p><b>Mesa-redonda "O mercado e a carência de profissionais para o audiovisual brasileiro"</b> ☉ Casa de Aposentadoria ☉ 14h</p> <p><b>Bate-papo com realizadores dos filmes</b> ☉ CAPESPE ☉ 16h</p> <p><b>Mostra Competitiva - Festival do Cinema Brasileiro</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 19h</p> <p><b>Mostra Competitiva - Festival de Cinema Universitário de Alagoas</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 19h</p> <p><b>Show musical</b> ☉ Palco Penedo ☉ 22h</p>	<p><b>Mostra de Cinema Infantil</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 9h</p> <p><b>Master Class com Hilton Lacerda</b> ☉ CAPESPE ☉ 9h</p> <p><b>Mostra Cineclubes Axé</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 14h</p> <p><b>Mesa-redonda "Panorama do Cinema Brasileiro"</b> ☉ Casa de Aposentadoria ☉ 14h</p> <p><b>Bate-papo com realizadores dos filmes</b> ☉ CAPESPE ☉ 16h</p> <p><b>Mostra Competitiva - Festival do Cinema Brasileiro</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 19h</p> <p><b>Mostra de Longa-metragem: Joaquim</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 21h30</p> <p><b>Show musical</b> ☉ Palco Penedo ☉ 23h</p>	<p><b>Apresentação de trabalhos acadêmicos</b> ☉ Casa de Aposentadoria ☉ 8h</p> <p><b>Reunião dos cineclubes alagoanos</b> ☉ CAPESPE ☉ 8h</p> <p><b>Conferência "Políticas Públicas para o Audiovisual"</b> ☉ Casa de Aposentadoria ☉ 14h</p> <p><b>Bate-papo com realizadores dos filmes</b> ☉ CAPESPE ☉ 16h</p> <p><b>Mostra de Longa-metragem: Tatuagem</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 19h30</p> <p><b>Cerimônia de premiação</b> ☉ Sala de Exibições ☉ 22h30</p> <p><b>Show musical</b> ☉ Palco Penedo ☉ 23h</p>
<p><b>REALIZAÇÃO</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">     </div>					

# PANFLETO

**CIRCUITO PENEDO DE CINEMA**

10º FESTIVAL DO CINEMA BRASILEIRO | 7º FESTIVAL DE CINEMA UNIVERSITÁRIO DE ALAGOAS | 4ª MOSTRA VELHO CHICO DE CINEMA AMBIENTAL | 7º ENCONTRO DE CINEMA ALAGOANO

**EXIBIÇÃO DE FILMES | SHOWS  
APRESENTAÇÕES DE TRABALHOS  
OFICINAS | WORKSHOPS**

**6 A 11 DE NOVEMBRO DE 2017**  
CENTRO HISTÓRICO DE PENEDO/AL

**CIRCUITOPENEDO.COM.BR**  
f @ /CIRCUITOPENEDO

**REALIZAÇÃO**  
IECPS | Secretaria da Cultura | ALAGOAS | UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

**PATROCÍNIO**  
CBHSF | PENEDO | Sesi

**APOIO**  
TV PAJUÇARA | IZP | IPHAN | Sesc | FSAL

**CARTAZ**



## LISTA DE FILMES

## 10º Festival do Cinema

- Em Algum Lugar, Amanhã (Paraná | Direção: André Siqueira)
- Enzo (Goiás | Direção: Daniel Souza Duarte de Sens)
- Eu Sou Bixiga (São Paulo | Direção: João Dias, Adriana Terra e Adeline Haverland)
- Flecha Dourada (Santa Catarina | Direção: Cíntia Domit Bittar)
- Frequências (Pernambuco | Direção: Adalberto Oliveira)
- Manifesto Porongos (Rio Grande do Sul | Direção: Thiago Köche)
- Os Desejos de Miriam (Alagoas | Direção: Nuno Balducci)
- Quando Parei de me Preocupar com Canilhas (São Paulo/Goiás | Direção: Tiago Vieira)
- Super Frente, Super-8 (Sergipe | Direção: Moema Pascoini)
- Teresa (Alagoas | Direção: Nivaldo Vasconcelos)
- Tiro no Pé (Rio de Janeiro | Direção: Raissa Tâmis)
- Tupi or Not Tupi (Alagoas | Direção: Nara Normande, Renata Claus e Erivelto Souza)
- Uma Balada Para Rocky Lane (Pernambuco | Direção: Djalma Galindo)

## 7º Festival de Cinema U

- A Bailarina (Rio Grande do Sul | UFSM | Direção: Lucas Argenta)
- A Rua Das Casas Surdas (Rio Grande do Sul | PUC-RS | Direção: Flávio Costa e Gabriel Mayer)
- A Vida Que Não Cabe (Sergipe | UFS | Direção: Baruc Carvalho Martins)
- Angelita (Alagoas | Ufal | Direção: Jéssica Conceição e Mare Gomes)
- As Melhores Noites de Veroni (Bahia | UFRB | Direção: Ulisses Arthur)
- Autofagia (Pernambuco | UPE | Direção: Felipe Soares)
- Clausura (São Paulo | CAV-São Bernardo do Campo | Direção: Mariana França e Gildo Antonio)
- Desaparecido (São Paulo | USP | Direção: Guilí Minkí)
- Fervendo (Bahia | UFRB | Direção: Camila Gregório)
- Filme de Apartamento (Goiás | UEG | Direção: Rafael Simões e Vitória Melo)



## LISTA DE FILMES SELECIONADOS

## 10º Festival do Cinema Brasileiro de Penedo

- Em Algum Lugar, Amanhã (Paraná | Direção: André Siqueira)
- Enzo (Goiás | Direção: Daniel Souza Duarte de Sens)
- Eu Sou Bixiga (São Paulo | Direção: João Dias, Adriana Terra e Adeline Haverland)
- Flecha Dourada (Santa Catarina | Direção: Cíntia Domit Bittar)
- Frequências (Pernambuco | Direção: Adalberto Oliveira)
- Manifesto Porongos (Rio Grande do Sul | Direção: Thiago Köche)
- Os Desejos de Miriam (Alagoas | Direção: Nuno Balducci)
- Quando Parei de me Preocupar com Canilhas (São Paulo/Goiás | Direção: Tiago Vieira)
- Super Frente, Super-8 (Sergipe | Direção: Moema Pascoini)
- Teresa (Alagoas | Direção: Nivaldo Vasconcelos)
- Tiro no Pé (Rio de Janeiro | Direção: Raissa Tâmis)
- Tupi or Not Tupi (Alagoas | Direção: Nara Normande, Renata Claus e Erivelto Souza)
- Uma Balada Para Rocky Lane (Pernambuco | Direção: Djalma Galindo)

## 7º Festival de Cinema Universitário de Alagoas

- A Bailarina (Rio Grande do Sul | UFSM | Direção: Lucas Argenta)
- A Rua Das Casas Surdas (Rio Grande do Sul | PUC-RS | Direção: Flávio Costa e Gabriel Mayer)
- A Vida Que Não Cabe (Sergipe | UFS | Direção: Baruc Carvalho Martins)
- Angelita (Alagoas | Ufal | Direção: Jéssica Conceição e Mare Gomes)
- As Melhores Noites de Veroni (Bahia | UFRB | Direção: Ulisses Arthur)
- Autofagia (Pernambuco | UPE | Direção: Felipe Soares)
- Clausura (São Paulo | CAV-São Bernardo do Campo | Direção: Mariana França e Gildo Antonio)
- Desaparecido (São Paulo | USP | Direção: Guilí Minkí)
- Fervendo (Bahia | UFRB | Direção: Camila Gregório)
- Filme de Apartamento (Goiás | UEG | Direção: Rafael Simões e Vitória Melo)

## CIRCUITO PENEDO DE CINEMA



## LISTA DE FILMES SELECIONADOS

## 10º Festival do Cinema Brasileiro de Penedo

- Em Algum Lugar, Amanhã (Paraná | Direção: André Siqueira)
- Enzo (Goiás | Direção: Daniel Souza Duarte de Sens)
- Eu Sou Bixiga (São Paulo | Direção: João Dias, Adriana Terra e Adeline Haverland)
- Flecha Dourada (Santa Catarina | Direção: Cíntia Domit Bittar)
- Frequências (Pernambuco | Direção: Adalberto Oliveira)
- Manifesto Porongos (Rio Grande do Sul | Direção: Thiago Köche)
- Os Desejos de Miriam (Alagoas | Direção: Nuno Balducci)
- Quando Parei de me Preocupar com Canilhas (São Paulo/Goiás | Direção: Tiago Vieira)
- Super Frente, Super-8 (Sergipe | Direção: Moema Pascoini)
- Teresa (Alagoas | Direção: Nivaldo Vasconcelos)
- Tiro no Pé (Rio de Janeiro | Direção: Raissa Tâmis)
- Tupi or Not Tupi (Alagoas | Direção: Nara Normande, Renata Claus e Erivelto Souza)
- Uma Balada Para Rocky Lane (Pernambuco | Direção: Djalma Galindo)

## 7º Festival de Cinema Universitário de Alagoas

- A Bailarina (Rio Grande do Sul | UFSM | Direção: Lucas Argenta)
- A Rua Das Casas Surdas (Rio Grande do Sul | PUC-RS | Direção: Flávio Costa e Gabriel Mayer)
- A Vida Que Não Cabe (Sergipe | UFS | Direção: Baruc Carvalho Martins)
- Angelita (Alagoas | Ufal | Direção: Jéssica Conceição e Mare Gomes)
- As Melhores Noites de Veroni (Bahia | UFRB | Direção: Ulisses Arthur)
- Autofagia (Pernambuco | UPE | Direção: Felipe Soares)
- Clausura (São Paulo | CAV-São Bernardo do Campo | Direção: Mariana França e Gildo Antonio)
- Desaparecido (São Paulo | USP | Direção: Guilí Minkí)
- Fervendo (Bahia | UFRB | Direção: Camila Gregório)
- Filme de Apartamento (Goiás | UEG | Direção: Rafael Simões e Vitória Melo)

# PAPEL TIMBRADO

## BORA VIAJAR?

**CIRCUITO PENEDO DE CINEMA**

**CHEGOU A HORA DE INFORMAR OS DADOS DE QUEM VIRÁ A PENEDO REPRESENTAR O FILME!**

- 1** PREENCHA A FICHA EM ANEXO E RESPONDA ESSE EMAIL COM O ARQUIVO ANEXADO. DÊ UMA OLHADA TAMBÉM NAS NORMAS.
- 2** AGORA RELAXA QUE É TUDO POR NOSSA CONTA. PASSAGENS AÉREAS, TRASLADO ATÉ PENEDO, ALIMENTAÇÃO E HOSPEDAGEM!
- 3** SURTIU AQUELE PROBLEMA? ENTRE EM CONTATO ATRAVÉS DO 82 98808-3292 OU POR NOSSAS REDES SOCIAIS.

[CIRCUITOPENEDO.COM.BR](http://CIRCUITOPENEDO.COM.BR)  
f @ /CIRCUITOPENEDO

## BORA VIAJAR?

**CIRCUITO PENEDO DE CINEMA**

**CHEGOU A HORA DE INFORMAR OS DADOS DE QUEM VIRÁ A PENEDO REPRESENTAR O FILME!**

PREENCHA A FICHA EM ANEXO E RESPONDA ESSE EMAIL COM O ARQUIVO ANEXADO. DÊ UMA OLHADA TAMBÉM NAS NORMAS.

AGORA RELAXA QUE É TUDO POR NOSSA CONTA. PASSAGENS AÉREAS, TRASLADO ATÉ PENEDO, ALIMENTAÇÃO E HOSPEDAGEM!

SURTIU AQUELE PROBLEMA? ENTRE EM CONTATO ATRAVÉS DO 82 98808-3292 OU POR NOSSAS REDES SOCIAIS.

[CIRCUITOPENEDO.COM.BR](http://CIRCUITOPENEDO.COM.BR)  
f @ /CIRCUITOPENEDO

## BORA VIAJAR?

**CIRCUITO PENEDO DE CINEMA**

**CHEGOU A HORA DE INFORMAR OS DADOS DE QUEM VIRÁ A PENEDO REPRESENTAR O FILME!**

PREENCHA A FICHA EM ANEXO E RESPONDA ESSE EMAIL COM O ARQUIVO ANEXADO. DÊ UMA OLHADA TAMBÉM NAS NORMAS.

AGORA RELAXA QUE É TUDO POR NOSSA CONTA. PASSAGENS AÉREAS, TRASLADO ATÉ PENEDO, ALIMENTAÇÃO E HOSPEDAGEM!

SURTIU AQUELE PROBLEMA? ENTRE EM CONTATO ATRAVÉS DO 82 98808-3292 OU POR NOSSAS REDES SOCIAIS.

[CIRCUITOPENEDO.COM.BR](http://CIRCUITOPENEDO.COM.BR)  
f @ /CIRCUITOPENEDO

# E-MAIL MARKETING



**BACKDROP DO  
PALCO MUSICAL**



**ENTRADA SALA  
DE EXIBIÇÕES**

# CIRCUITO PENEDO DE CINEMA



10º FESTIVAL  
DO CINEMA  
BRASILEIRO



7º FESTIVAL DE  
CINEMA UNIVERSITÁRIO  
DE ALAGOAS



4ª MOSTRA  
VELHO CHICO DE  
CINEMA AMBIENTAL



7º ENCONTRO  
DE CINEMA  
ALAGOANO

