

O EVENTO E A MARCA: UM ESTUDO SOBRE A FESTA NACIONAL DO PINHÃO

Beatriz Tomaz Ricardo Detoffol Schlögl¹

Gracielli Azeredo Carvalho²

Thiago Meneghel Rodrigues³

Resumo

A Festa Nacional do Pinhão é um festival cultural e gastronômico realizado anualmente na cidade de Lages em Santa Catarina no Brasil. A primeira festa foi um evento simples organizado pelo Departamento de Turismo da Prefeitura de Lages, com foco na comunidade local, ao longo dos anos, cresceu e se tornou uma das maiores festas tradicionalistas do Brasil. Lages é o maior município em extensão territorial de Santa Catarina, sendo bastante visitada por turistas por ser conhecida como capital do turismo rural e a terra da Festa do Pinhão. Desta forma a gastronomia é formada por comidas fortes e bem estruturadas, devido a herança dos tropeiros. O estudo deste artigo foca na relação entre a marca gráfica do festival e sua história, e tem como objetivo propor estratégias de marketing para fortalecer sua autenticidade. A pesquisa coletou dados de participantes em uma audiência pública e analisou suas percepções sobre a marca do festival. Os resultados revelaram uma insatisfação significativa com a representação e desconexão do festival. Sugere-se o realinhamento do festival com seus valores originais e o fortalecimento de sua autenticidade.

Palavras-chave: Festa do Pinhão. Estratégias de Marketing. Audiência Pública. Realinhamento do Festival.

1. Introdução

A Festa Nacional do Pinhão é um evento realizado na cidade brasileira de Lages, no estado de Santa Catarina, sua localização geográfica e rodoviária no cruzamento da BR 116 e BR 282, facilita o acesso de turistas e admiradores da serra catarinense.

Esse evento gastronômico e cultural que acontece anualmente desde 1973, celebra o pinhão, uma semente comestível que é produzida pelo pinheiro brasileiro (*Araucaria angustifolia*), árvore nativa da região serrana do estado. O

¹ Pós-graduanda em Marketing pelo IFSC Lages.

² Pós-graduanda em Marketing pelo IFSC Lages.

³ Professor orientador.

pinhão é um alimento muito nutritivo e versátil, que pode ser consumido de diversas formas e que faz parte da culinária e da identidade local. A última edição da festa atraiu mais de 20 mil visitas por dia, são visitantes que apreciam os pratos típicos à base de pinhão, como a paçoca de pinhão, o entrevero de pinhão e outros pratos à base de pinhão, criados por restaurantes especialmente para o evento. Além da gastronomia as apresentações musicais de diversos gêneros, como sertanejo, pagode, hip-hop e rock também atraem o público. A festa também valoriza as manifestações da cultura tradicionalista gaúcha, com a Sapecada da Canção Nativa.(TURISMO, 2023).

O objetivo deste trabalho é identificar a correspondência entre a marca da Festa Nacional do Pinhão 2022/2023 e seu histórico. Para isso, realizou-se uma revisão bibliográfica sobre a marca, a marca é um desenho, figura ou símbolo que representa a empresa e ou um evento e neste artigo analisamos a sua marca e a evolução da Festa Nacional do Pinhão e os símbolos que fazem parte desse evento e da cidade. Em seguida, será realizada uma análise da marca do evento de 2022, considerando principalmente os aspectos da imagem da marca perante o seu público. A marca gráfica é um elemento fundamental para a comunicação visual de um evento, pois ela expressa a sua personalidade, o seu diferencial é o seu propósito. Além disso, a marca gráfica contribui para a criação de uma imagem positiva e memorável do evento na mente dos públicos-alvo.

Por fim, será demonstrado a percepção do público presente na chamada pública que aconteceu na câmara de vereadores de Lages no dia 04/08/2023, a chamada foi anunciado em edital para os moradores da cidade de Lages, convidando a todos os interessados no evento e que teriam possíveis sugestões para as próximas festas.

1.1 Objetivo Geral

Identificar se existe correspondência entre a marca da Festa Nacional do Pinhão 2022/2023 e seu histórico, para propor estratégias mercadológicas.

1.2 Objetivo Específico

- Resgatar o histórico da Festa Nacional do Pinhão;

- Apresentar a percepção do público lageano em relação a marca Festa Nacional do Pinhão;
- Propor sugestões e melhorias;

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A marca

A marca é um desenho, figura ou símbolo que representa a empresa, é nesse sentido que Neto (2010, p. 19) afirma que “uma marca é uma figura da linguagem com que uma organização é representada/apresentada”

A criação da marca é muito importante para a estratégia do negócio, as pessoas são muito visuais e é com esse tipo de estratégia que diferenciam uma empresa da outra. O logotipo em placas, etiquetas, estampas e outros locais em um produto ajudam a criar uma relação com o público alvo que compra ou usa a marca. Para Strunck (2007, p. 18) a marca é “um nome, normalmente representado por um desenho (logotipo e/ou símbolo), que, com o tempo, devido às experiências reais ou virtuais, objetivas ou subjetivas que vamos relacionando a ela, passa a ter um valor específico”

Essa criação deve ser feita tomando muito cuidado com elementos e escrita que representam o empreendimento, com seus valores e características, pois é, provavelmente, o primeiro contato que um potencial cliente terá com a empresa. É preciso refletir a imagem que o negócio quer passar, uma marca que bem se representa, conquista mais do que uma que foi feita sem relação com os objetivos da empresa.

A comunicação de marketing permite às empresas conectar suas marcas a outras pessoas, lugares, eventos, marcas, experiências, sensações e objetos. Posicionam a marca na memória e criam uma imagem de marca, a comunicação de marketing pode contribuir com a formação do brand equity. (KOTLER; KELLER 2018, p.614)

A criação da marca de um evento regional não é diferente de uma criação de marca empresarial e, como esse tipo de evento pretende atingir pessoas que não conhecem a cultura ou a cidade, ela deve ser representativa. Pois, "muito mais do que um nome e uma logo, [uma marca] é a promessa de uma organização a um cliente para oferecer o que a marca representa não apenas

em termos de benefícios funcionais, mas também benefícios emocionais, auto-expressivos e sociais. “(AAKER, 2015, p.51)

A marca de um evento regional deve representar a sua cidade e seus pontos fortes, e para a criação dela, deve-se conhecer bem os atrativos da região para não errar na representatividade do município para seus possíveis turistas. KOTLER e KELLER, (2018, p.408) comentam que a marca "oferece benefícios funcionais e estéticos, apelando tanto para o lado racional como para o emocional”.

Esses eventos regionais têm como intenção reunir o maior número de turistas para essas festas, gerando renda para a sua cidade, desse modo, esses eventos são de grande importância na visibilidade regional e cultural e contribuem para a valorização da cultura perante seus moradores e visitantes. Segundo Cristiano Braga (2003, p. 55) “O fenômeno da globalização, apesar de massificante, enaltece os valores socioculturais regionais, que podem ser difundidos e consolidados como produtos típicos e geradores de receita”.

Para que tudo seja feito com êxito, o primeiro impacto tem que ser transmitido com precisão ao público-alvo e precisa ser compreendido também pela comunidade local. É nesse sentido que uma boa marca gráfica pode auxiliar.

A função básica de gerar e manter vínculos dos públicos com o movimento depende, para ser bem sucedida, do cumprimento de outras funções que devem estar devidamente integradas e articuladas, tais como difundir informações, promover a coletivização, registrar a memória e fornecer elementos de identificação com a causa e o projeto. (Henriques, 2004, p. 22)

Para o desenvolvimento adequado devem ser analisadas todas as informações da cidade, principalmente a sua história, e é de extrema importância analisar todos os envolvidos.

Para compreender a criação dessa marca gráfica e sua análise é necessário começar pela história do evento e os elementos da região que fazem parte dessa ideia.

2.2 História da Festa Nacional do Pinhão

A Festa Nacional do Pinhão é um evento realizado anualmente na cidade de Lages, no estado de Santa Catarina, Brasil, sua primeira edição ocorreu em meados da década de 80.

É festa popular gastronômica, onde contempla o pinhão como o principal ingrediente de suas comidas típicas, mas também é uma festa cultural contendo atrações regionais, atualmente no primeiro final de semana do evento ocorre a Sapecada da Canção Nativa, um festival de música nativista, onde músicos artistas e intérpretes fazem competições de composições.

A Festa Nacional do Pinhão é uma festa popular gastronômica, baseada no pinhão. Atrai todos os anos mais de 350 mil visitantes durante 11 dias de duração, a maioria turistas brasileiros e argentinos. É considerada a maior festa tradicionalista do Brasil. (PINHÃO, 2023)

A primeira festa aconteceu em 1973, como uma ação de um projeto do Departamento Técnico de Turismo e Divulgação da Prefeitura de Lages. Com poucos recursos, realizada na praça João Costa, local onde atualmente é realizado outro evento que integra a festa, o Recanto do Pinhão, foi um encontro apenas da comunidade lageana, com apresentações de dança e música gaúcha, muito pinhão cozido no fogo de chão que não poderia faltar, o qual foi distribuído para as pessoas que participaram e assistiram o evento conforme imagem 1 abaixo.



Fonte: JORNAL 10 ANOS DE FESTA DO PINHÃO, 2018

A festa, que começou pequena e realizada em apenas 3 dias, tinha a ideia original de divulgar os produtos locais, artefatos de lã, couro, madeira e as

araucárias. Hoje ela é considerada uma das maiores festas tradicionalistas do Brasil, atraindo expositores, turistas e moradores da região.

Com a crescente evolução e maior recurso financeiro, a Festa Nacional do Pinhão em 1991, conforme registros de jornais, passou a ser realizada ao longo de 5 dias, tendo como destaque o concurso de maior pinha e cerveja na cuia. Com o sucesso da festa, a comissão organizadora começou a realizar divulgação em todo o estado, com cartazes, panfletos e através da televisão. É quando, pela primeira vez, aparece a figura da gralha azul como símbolo. (JORNAL 10 ANOS DE FESTA DO PINHÃO, 2018)

A gralha-azul é, uma espécie de ave imprescindível para a disseminação das sementes para novas araucárias ou pinheiro brasileiro, a ave tem uma coloração azul vivo com penas pretas na cabeça, os machos como as fêmeas são percebidas apenas pelo seu tamanho, onde as fêmeas acabam sendo menores que os machos, durante o outono, quando as araucárias frutificam, elas estocam os pinhões para se alimentarem, e das mordidas ou picadas no pinhão que elas acabam proliferando novas árvores. Conforme o site Lages + Turismo: “o símbolo da festa é a gralha-azul, espécie de ave imprescindível para a dispersão biológica do pinheiro brasileiro.”

Junto com a ampliação da divulgação do evento nasce o jingle da festa:

Letra da Música - Festa do Pinhão

Do pinheiro nasceu a pinha,
da pinha nasceu o pinhão.
Do pinhão nasceu a festa,
a festa da tradição.

Nesta festa tem churrasco,
tem cardápio de pinhão.
Tem até torneio de laço,
tem fandango de galpão.
Tem artista mui guapo,
gineteada e chimarrão.
Aceite o convite de Lages:
Venha à Festa do Pinhão.

Autor: Francisco de Assis Nunes (“Chico de Assis”)

Esta letra da música Festa do Pinhão foi registrada em cartório em Lages, no dia 15 de junho de 1992.

Em 1994 a Festa passa a ter 12 dias de festa com maior investimento em infraestrutura e uma programação diversificada para agradar jovens e adultos, neste momento a festa começa a incluir shows de porte nacional. Em 1997 o evento se torna mais grandioso e passa a ter uma programação de 15 dias.

Atualmente a festa conta com uma programação de 10 dias contemplando palcos com atrações nacionais com grandes nomes do cenário musical no Brasil, palcos com músicos regionais e locais de todos os ritmos, concurso da "Rainha da Festa" e o baile da realeza mantendo na primeira semana a programação da Sapecada da Canção Nativa, feira de produtos típicos, Festa dos Sabores de Lages com empreendedores da gastronomia local e, ainda, o Recanto do Pinhão, este evento acontece fora do parque de exposições, na Praça João Costa, no centro da cidade de Lages, popularmente conhecido como esquentado da Festa do Pinhão, já que acontece mais cedo que a abertura oficial dos portões da festa.

O superintendente da Fundação Cultural de Lages (FCL), Giba Ronconi lembra que as Sapecadas se consolidam como um dos maiores festivais de música nativista da América Latina. “Sempre temos uma grande participação nas Sapecadas, seja com os músicos e suas composições e interpretações. (Fabrício Furtado, 2023).

As primeiras festas eram pequenas e de poucos dias, essas primeiras festas eram feitas pela prefeitura e foram evoluindo em relação ao local da festa e diversificando seus estilos musicais, o que foi profissionalizando a divulgação do evento e aumentando a divulgação da festa.

Inicialmente eram servidos somente pratos e bebida típica, como o pinhão cozido ou assado nas grimpas que caem da própria araucária e quentão, atualmente foram criados diversos outros pratos, como a paçoca de pinhão, o entrevero, o x-pinhão e outros pratos criados pelos comerciantes locais, representando a culinária com ingredientes regionais. Segundo a assessoria do do Núcleo de Gastronomia de Lages:

O intuito do Núcleo ao criar o espaço Sabores de Lages é de resgatar a identidade cultural da Serra, promovendo a tradição dos temperos e ingredientes típicos. A comercialização dos produtos ocorre por meio de caixas exclusivas. O público compra o tíquete e escolhe em qual restaurante deseja provar a culinária. (LAGES, 2021).

As primeiras atrações ficam por conta de apresentações nativistas, bailes, domingueiras e outras, como torneio de laço, concursos, trovas e missa campeira (crioula).

Hoje alguns complementos foram incorporados na festa, como as atrações com shows nacionais que acabam sendo os mais esperados, esses shows são nas mais diversas áreas musicais: sertanejo, rock, pagode e funk.

Com a chegada dos shows nacionais, algumas atrações típicas da região foram tiradas do calendário da festa, restando somente a Sapecada da Canção Nativa, com artistas regionais competindo com suas lindas composições sobre a beleza do sul do País.

2.3 Símbolos Regionais

Os símbolos de uma região ou país criam uma conexão com os moradores e visitantes, seja ela emocional ou psicológica, e aí entra o estudo dos símbolos e suas ligações com a marca e o evento. (BRANDS, 2023).

Os símbolos regionais desempenham um papel importante ao caracterizar e representar uma determinada região ou localidade. Eles não apenas refletem a identidade cultural e histórica, mas também podem gerar um forte senso de pertencimento e orgulho entre os habitantes locais. Além disso, esses símbolos regionais podem ser eficazes na promoção do turismo e na construção de uma imagem positiva da região, contribuindo para a interação emocional e a formação de uma conexão especial entre as pessoas e o local.

2.3.1 Cultura

A cultura lageana não pode ser falada sem começarmos pela história da cidade, Lages foi fundada em 1766, habitada até então por índios, mas com a construção das estradas e rotas do Rio Grande do Sul a São Paulo. Lages estava no meio, servindo inicialmente apenas como rota comercial, principalmente na passagem de gado dos campos gaúchos para alimentar os trabalhadores de extração de ouro de Minas Gerais. (TURISMO, 2023)

Seu nome veio devido a abundante pedra laje que existia na região, ficando inicialmente como Nossa Senhora dos Prazeres dos Campos das Lajens, mudando depois para Lages. (TURISMO, 2023)

Lages é o maior município em extensão territorial de Santa Catarina, sendo bastante visitada por turistas por ser conhecida como capital do turismo rural conforme Alesc Lei nº12.593 de 03 de julho de 2003, revogada em pela Lei nº16.722/2015, passou a ser conhecida popularmente pelo berço do turismo rural e a terra da Festa do Pinhão.

Lages é a maior cidade em extensão de Santa Catarina, com localização geográfica privilegiada, formada por montanhas, campos, vales e rios, sendo o maior município em extensão de Santa Catarina. Com população estimada em 180 mil habitantes, encontra-se em franco crescimento e figura entre 10 principais economias do Estado, segundo IBGE 2010.

Lages preserva a cultura da fazenda e suas tradições, nas manhãs ou fins de tarde facilmente se encontram pessoas tomando um chimarrão e, em alguns eventos culturais, como a semana farroupilha, temos habitantes com vestimentas a caráter em seus cavalos, cavalgando e mostrando nossa cultura ao povo e aos visitantes (LOCKS,2023).

Lages com seus encontros culinários, cavalgadas e fogos de chão, consegue nos trazer muitas histórias que foram vividas por seus habitantes, e isso faz parte da sua cultura; em contrapartida, o município ainda está em pleno desenvolvimento, com muitas áreas ainda verdes e sem construções, que acaba sendo um grande atrativo para o turismo, devido suas lindas paisagens ainda virgens.

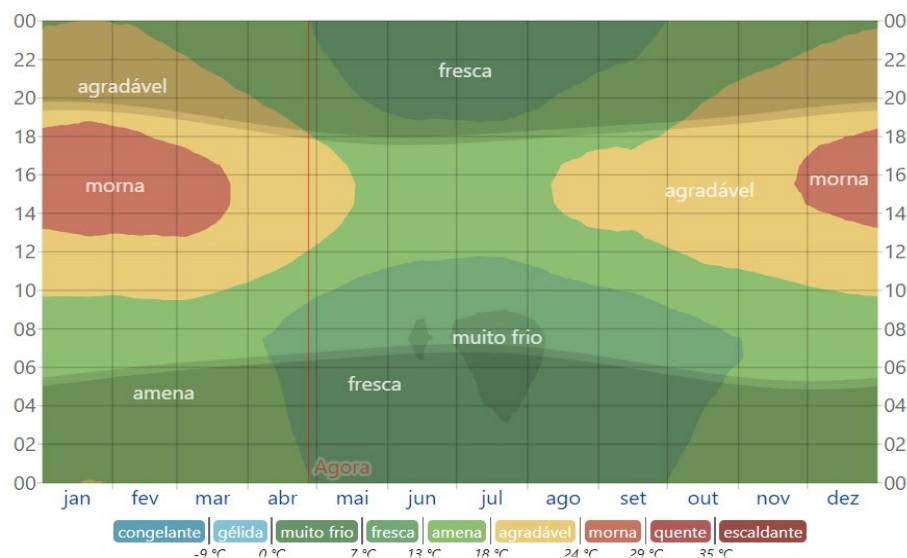
Terra de povo simples e acolhedor, mesmo com o desenvolvimento Lages não perdeu os ares de cidade pequena e tranquila. É comum ver famílias inteiras passeando sem preocupação à noite, tamanha é a sensação de tranquilidade e segurança. O município possui ampla estrutura para receber os turistas e é referência macrorregional nas áreas de Saúde, Educação, Logística e Comércio. (LAGES, 2021).

2.3.3 Clima

A cidade oferece qualidade de vida urbana e rural, clima subtropical. No verão a temperatura é agradavelmente amena, por sua localização ser no sul do País, já o verão dura pouco na região, com temperaturas não tão altas como na maioria dos locais brasileiros.

A Festa do Pinhão geralmente é realizada no mês de Junho, onde o inverno é predominantemente frio e úmido, durante esta estação ocorrem massas de ar polar que derrubam mais ainda as temperaturas que chegam a ser negativas e, as sensações térmicas, ainda mais frias, dessa forma a região tem ocorrência de geadas e ocasionalmente neve, que é mais um dos atrativos turísticos da região. (Lages 2023)

Conforme a imagem 2 abaixo podemos verificar a variação média de temperatura de cada mês do ano para cada hora do dia.



Fonte: Weatherspark

2.3.4 Araucária

A araucária é uma árvore símbolo de vários municípios, especialmente no sul do Brasil, é dela que vem o pinhão, semente extraída da planta, e uma fonte de renda para muitas famílias. (TURISMO, 2023)

A araucária tem vários nomes, pinheiro-do-paraná, curi, pinheiro-brasileiro e pinho-do-paraná, ela pode atingir até 50 metros, sendo macho ou fêmea, as fêmeas produzem pinhão, já os machos apenas existem, suas folhas são espinhosas e espetam como agulhas, mudando sua coloração dependendo da estação, no inverno fica verde escuro, em outras épocas fica marrom e caem dos seus galhos. (JORNAL 10 ANOS DE FESTA DO PINHÃO, 2018)

Krügel (1992) afirma que é possível encontrar em cada pinha cerca de 60 a 80 sementes; Aproximadamente 125 a 200 pinhões, proporcionando o equivalente a 1kg.

Essa árvore vive cerca de 200 anos com a produção do pinhão apenas no seu vigésimo aniversário, já foi por muitos anos alvo de exploração, e por isso hoje está classificada como espécie em extinção.

A árvore e seu fruto são símbolos de Lages, as araucárias proporcionam belas paisagens e o pinhão faz parte da nossa cultura, como ingrediente principal da gastronomia típica da região, dando origem ao nome da festa cultural da cidade de Lages. (JORNAL 10 ANOS DE FESTA DO PINHÃO, 2018)

2.3.5 Culinária

A culinária lageana tem uma forte ligação com a cultura desde a época dos tropeiros e todos que visitam e experimentam viram fãs dos sabores que os pratos proporcionam.

A gastronomia é formada por comidas fortes e bem estruturadas, devido a herança dos tropeiros que precisavam de alimentos que dessem condicionamento por um longo período de tempo, proporcionando energia para que pudessem realizar seu trabalho. (LAGES, 2019)

Entendendo que os pratos típicos também são uma parte importante da experiência dos turistas para vivenciar um destino, o festival conta com a participação de 30 restaurantes com pratos exclusivos e que tragam um toque serrano em sua composição. (Aline Tives, 2021)

Essa herança trouxe o arroz carreteiro, feijão tropeiro e o Camargo; com muitas receitas à base de pinhão, além desses pratos ainda tem a herança gaúcha com o churrasco, podendo este ser preparado com, frescal um ingrediente pouco conhecido, tendo ainda a carne de ovelha que é bastante apreciada na região. (LAGES, 2019)

O pinhão é ingrediente de vários pratos típicos e tem diversas formas de ser produzido, o pinhão cozido, assado no fogão a lenha ou de outra forma mais campeira, muitas vezes, com direito a histórias lageanas sendo contadas ao redor do fogo alimentado pelas grimpas que a araucária solta, temos também a famosa paçoca de pinhão, que antigamente era feita com carne de tatu, mas foi adaptada com carne de gado, porco e linguiça calabresa com bacon moídos e, ainda, o prato principal, o entrevero, que é o pinhão inteiro com pedaços de carne de gado e porco com mandioca, formando a culinária de Lages. (LAGES, 2019)

A culinária tem muitas vertentes e não podemos esquecer de aperitivos muito apreciados, como o queijo serrano, o mel de bracatinga, morcilha, linguiça seca, cachaça pura ou com losna, mentruz e frutas da região. (LAGES, 2019)

Todos esses ingredientes e pratos você pode encontrar nos restaurantes e bares ou mercado público da cidade, que podem proporcionar essa experiência gastronômica a quem visita a região. (LAGES, 2019)

3 MÉTODO

O objetivo deste estudo foi alcançado por meio da realização de uma pesquisa de campo empregando uma abordagem metodológica quantitativa, ou seja, informações numéricas e mensuráveis. As informações foram coletadas durante a Audiência Pública promovida pela Câmara de Vereadores do Município de Lages no dia 04 de agosto de 2023. A referida audiência abrange toda a população de Lages e interessados pelo assunto em questão, teve como objetivo debater o modelo da Festa Nacional do Pinhão, conforme requerimento 150/2023.

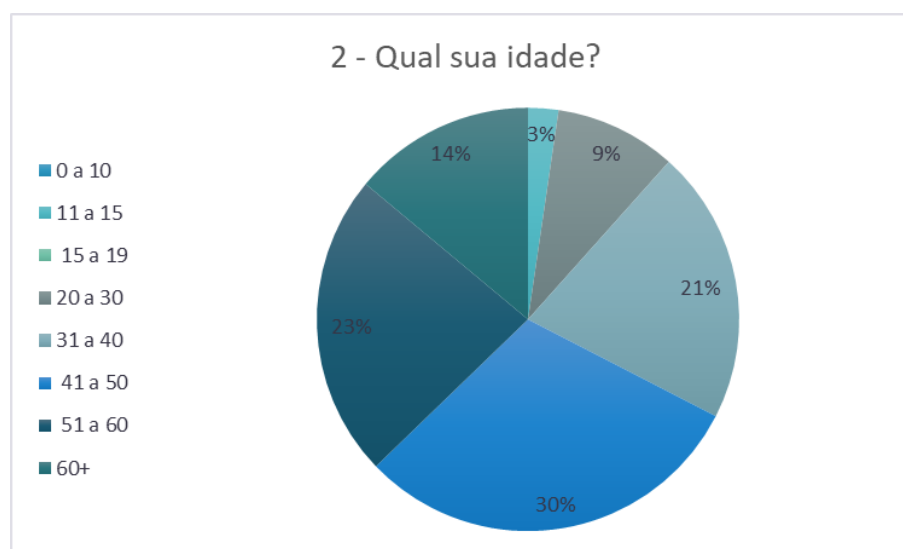
O formulário de coleta de informações foi composto de 11 perguntas objetivas e 1 pergunta discursivas na qual o respondente poderia deixar um comentário sobre a marca ou outro aspecto da Festa Nacional do Pinhão. A pergunta discursiva foi formulada com o intuito de obter opiniões claras e detalhadas sobre o evento por parte dos participantes da chamada pública, essa abordagem visa complementar as respostas objetivas.

O uso do método quantitativo possibilitou a identificação da percepção dos presentes, contribuindo para uma compreensão mais profunda e objetiva do objetivo de análise. Cabe ressaltar que a pesquisa foi aplicada à população lageana que se fez presente na mencionada audiência e o fato de terem se deslocado até o plenário da Câmara de vereadores demonstra que são pessoas interessadas e para as quais a Festa possui valor. Os resultados obtidos por meio dessa pesquisa forneceram insights valiosos que contribuíram para alcançar os objetivos propostos.

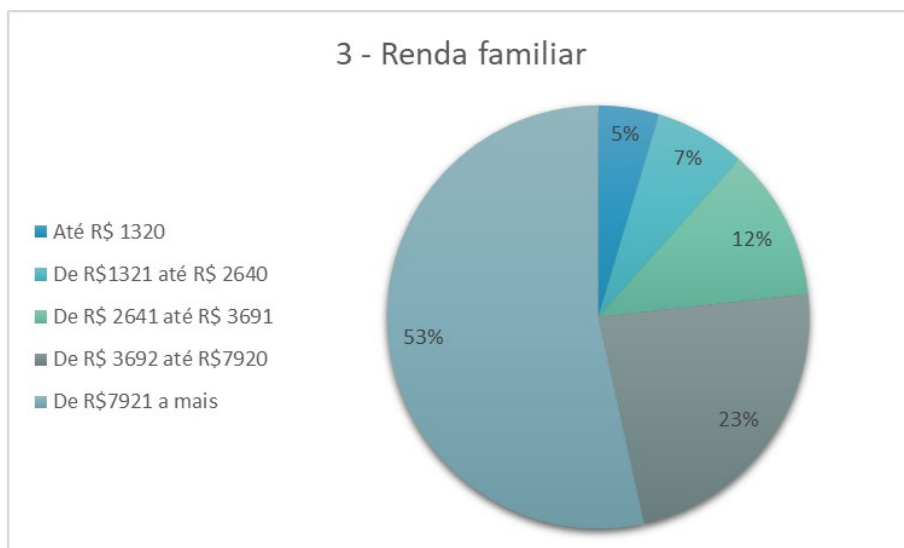
4 RESULTADO

A análise estatística contou com o total de 43 respondentes, permitindo uma compreensão mais detalhada do instrumento de análise em questão entre os participantes, houve uma distribuição de gênero da seguinte forma: 37% do sexo feminino, 56% do sexo masculino e 7% optaram por não responder quanto ao seu gênero.

Conforme o gráfico abaixo podemos identificar que a idade de 74% dos respondentes está entre 31 e 60 anos, onde 21% deles possuem de 31 à 40 anos, 30% possuem de 41 à 50 anos e 23% possuem de 51 à 60 anos. Esta faixa etária corresponde a faixa etária que frequenta a Festa Nacional do Pinhão e, provavelmente, a mais de 1 edição.



Também buscamos obter informações sobre a renda familiar dos participantes e identificamos que 53% dos participantes tem uma renda familiar acima de 6 salários mínimos. Esse dado aponta que os participantes da audiência pública possuem poder aquisitivo acima da média da população lageana. De toda forma, como os ingressos da Festa na última edição tinham valores de ingressos a partir de R\$70,00, essa capacidade de renda familiar também demonstra que os respondentes configuram público-alvo da Festa.



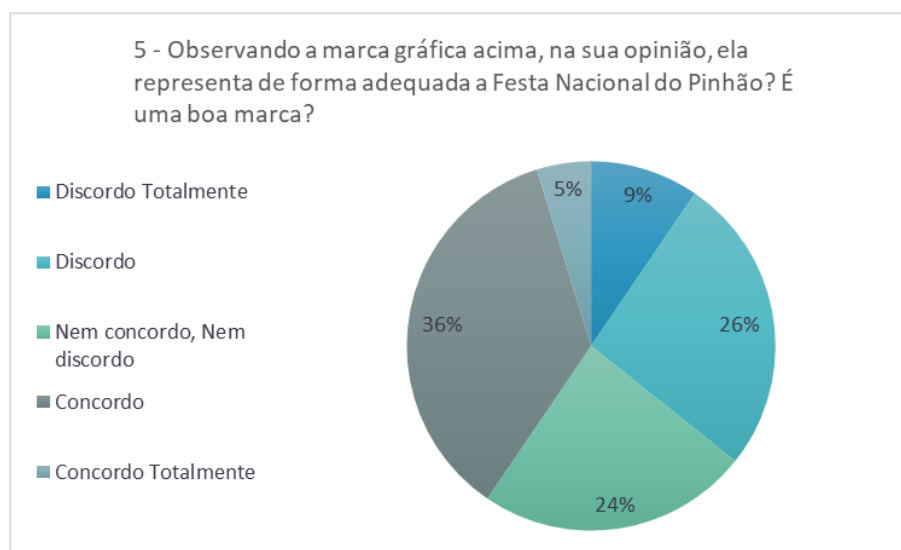
Além das informações acima, identificamos que 100% dos respondentes são moradores da cidade de Lages SC.

A imagem 3 abaixo foi disponibilizada aos participantes da pesquisa em preto e branco, para entender a percepção que eles têm da marca e como a sua identidade visual está gravada em suas memórias.



Fonte: <https://www.festadopinhao.com> - com adaptações das autoras

Com base na pergunta 5 é possível perceber que os respondentes estão divididos em relação a adequação da marca gráfica a Festa. 35% não consideram a marca adequada (9% dos respondentes discordam totalmente, 26% discordam) enquanto 41% consideram a marca adequada (36% concordam e 5% concordam totalmente) e 24% nem concordam e nem discordam.



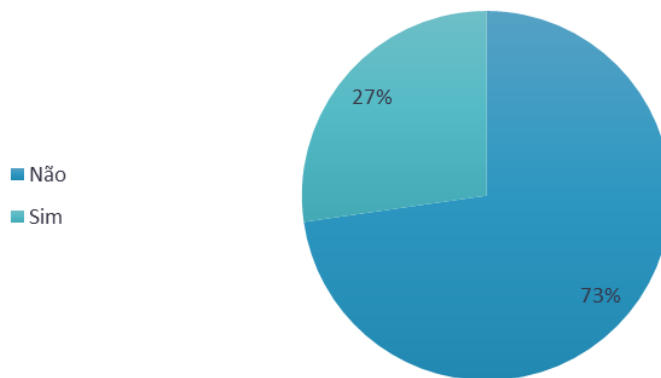
Considerando a marca gráfica disponibilizada acima em preto e branco perguntamos aos participantes se saberiam responder qual a cor da marca oficial do festa? Logo, 73% dos respondentes afirmam não recordar da cor, 27% dos participantes responderam sim; No entanto, ao serem solicitados a indicar a cor, as respostas variaram amplamente, incluindo cores como verde, marrom, roxo, azul e vermelho.

Portanto, podemos considerar que os entrevistados não têm de forma consciente a imagem da marca gravada em suas memórias.

Mudar o fundo da marca todos os anos acaba não criando de forma adequada uma imagem de marca na mente das pessoas. O valor da marca gráfica está justamente na quantidade de pessoas que a conhecem e reconhecem. Apesar de a marca “Festa do Pinhão” ser consideravelmente conhecida, isso se predominantemente pelo seu nome e não pelo logotipo como aponta a pesquisa.

Manter uma constância na marca gráfica e definir estratégias de para sua divulgação e consolidação na mente das pessoas são ações importantes para a sua valorização.

6 - A marca acima está em Preto e Branco, mas a versão oficial é colorida. Sem consultar o celular ou qualquer dispositivo, você se recorda de qual é a cor da atual marca da festa?



Na pergunta 7 realizamos uma investigação para compreender para qual finalidade os respondentes acreditavam que a marca é adequada, as respostas obtidas indicam uma distribuição equilibrada de opinião entre os participantes, demonstrando uma proximidade proporcional e equilibrada.

Dos dados coletados 19% acreditam que a marca corresponde a uma identidade gastronômica, associando a eventos culinários e com sabores característicos, 21% responderam que corresponde a uma festa tradicionalista, uma festa que valoriza e preserva a tradição, a cultura e os costumes locais. Por outro lado, 17% dos respondentes acreditam que corresponde a um festival de música, outros 21% dos pesquisados consideram a uma festa nacional, associada a shows de grande porte e 22% respondentes não encontram correspondência a nenhuma das opções apresentadas.

Essa falta de clareza na percepção da marca indica que a estratégia de branding e comunicação da festa pode estar enfrentando desafios na transmissão de sua identidade e propósito de maneira eficaz. Para fortalecer a identidade da marca e alinhá-la melhor com seus objetivos e propósitos, podem ser tomadas algumas medidas:

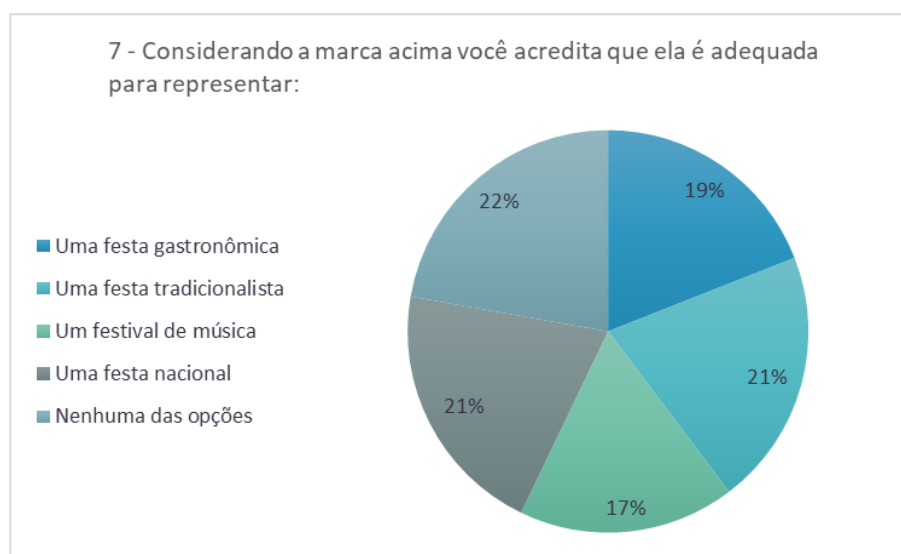
Definir uma Identidade Clara: É essencial que a festa defina uma identidade clara e distinta que reflete seus valores, tradições e objetivos. Isso pode envolver a identificação de elementos-chave que representam a essência da festa.

Comunicação Coerente: Garantir que a mensagem e a comunicação da festa sejam consistentes e alinhadas com sua identidade definida é fundamental, isso inclui o uso consistente e permanente de cores, imagens, slogans e outros elementos de branding.

Engajamento do Público: Incentivar o envolvimento do público na definição da identidade da festa pode ser benéfico e pode ser feito por meio de pesquisas, grupos focais e feedback direto dos participantes.

Avaliação Contínua: Realizar pesquisas regulares e coletar feedback é fundamental para monitorar a percepção da marca ao longo do tempo e fazer ajustes conforme necessário.

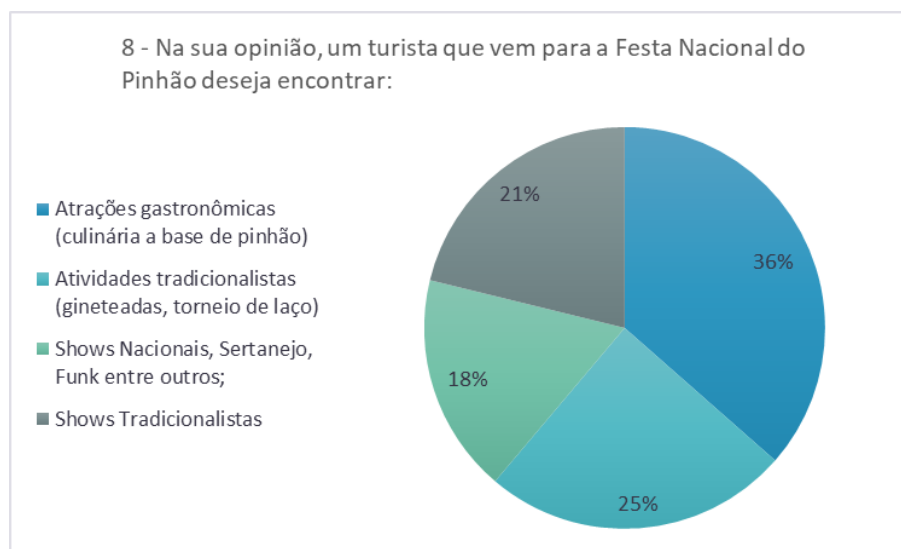
A partir dessas medidas, a festa pode trabalhar na construção de uma identidade sólida e coesa que ressoe com seu público-alvo e que atraia e envolva os participantes de maneira mais eficaz. Assim ajudará a criar uma marca mais definida com posicionamento certo e memorável.



A Festa Nacional do Pinhão desempenha um papel significativo ao impulsionar o turismo e promover uma troca cultural. Com base no gráfico 8 podemos afirmar que os interesses dos turistas que frequentam o evento são diversos e abrangem várias áreas e experiências.

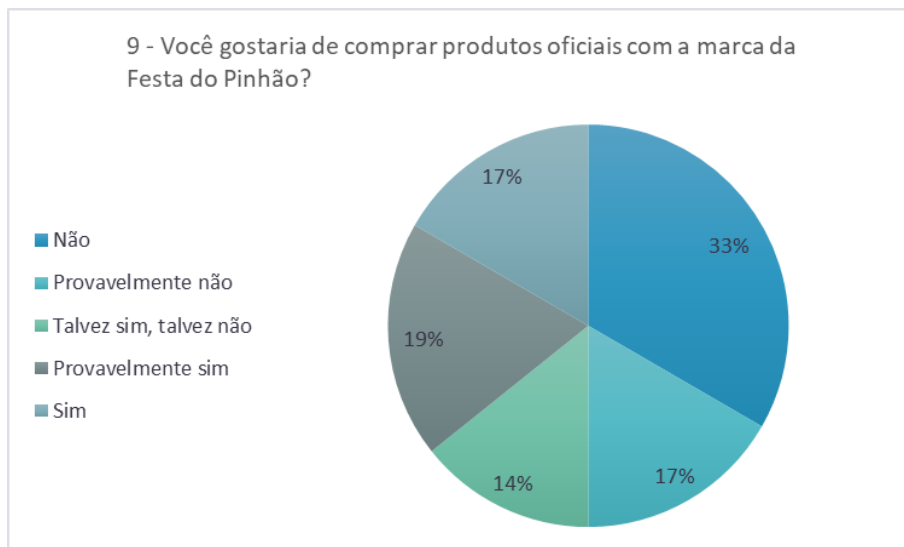
De acordo com os dados, 36% dos turistas vem para a festa desejam encontrar uma experiência gastronômica com base pratos típicos a base de pinhão, isso indica que a culinária local desempenha um papel importante na atração dos visitantes, 25% responderam, que os turistas gostariam de encontrar

gineteadas, torneio de laço e atividades relacionadas a este estilo, proporcionando uma visão autêntica da cultura local, 18% acham que o turista que vem para a festa gostaria de ver shows nacionais, atendendo um público que gosta de entretenimento em grande escala, e 21% dos respondentes consideram que os turistas buscam shows tradicionalistas, mostrando que há um interesse na representação e preservação das raízes culturais e tradicionais da região.



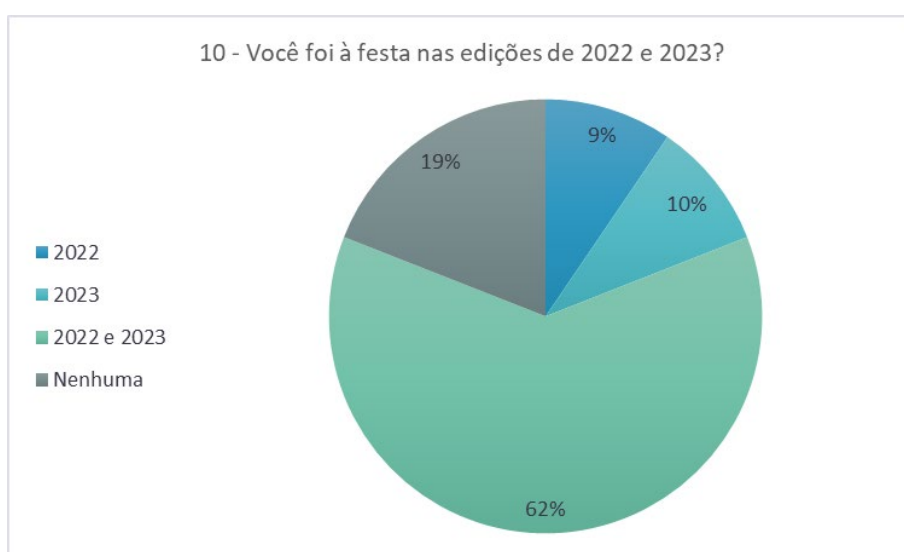
Quando indagado sobre o interesse de adquirir itens e produtos identificados com a marca da festa nacional do pinhão, como por exemplo: camisetas, chaveiros e canecas, o resultado da pesquisa revela que 33% dos participantes não comprariam esses itens indicando uma falta de interesse em produtos relacionados à festa, 17% provavelmente não teriam interesse em produtos com a marca do evento, 14% talvez sim, talvez não, deixando em aberto a possibilidade de considerar a aquisição, os dados também revelaram 19% dos respondentes provavelmente sim comprariam algum produto relacionado a festa indicando um nível moderado de interesse e aceitação e 17% responderam sim mostrando um forte interesse em adquirir produtos relacionado à festa como uma forma de lembrança ou apoio ao evento.

O desinteresse na compra de produtos com a marca do evento demonstra que apesar do orgulho dos lageanos pela festa, isso não se traduz em um prestígio elevado na sua marca gráfica.



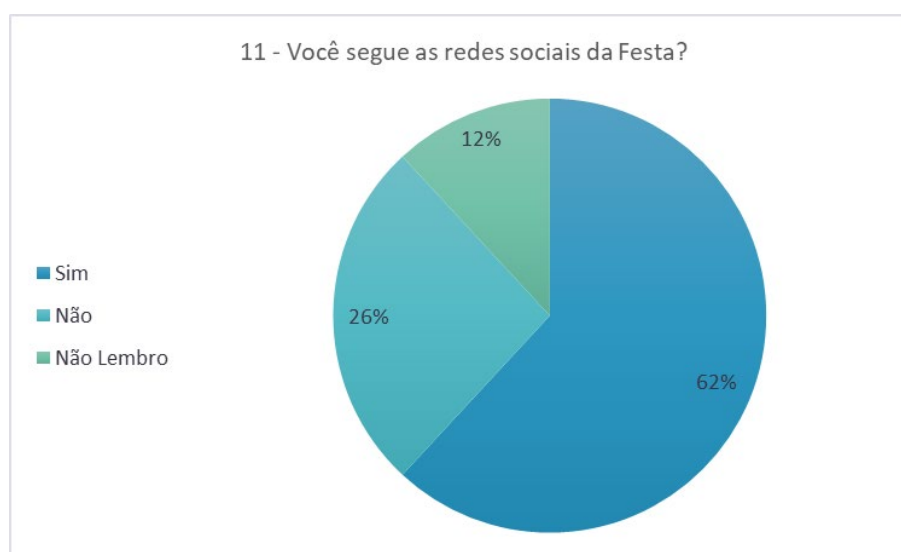
Com relação à frequência com que os respondentes participaram das últimas edições da Festa Nacional do Pinhão, os resultados da pesquisa apontam para um grande engajamento nas edições do evento.

Dos participantes, 9% relataram ter participado exclusivamente da edição de 2022, além disso 10% participaram somente da edição de 2023. E uma parcela significativa de 62% dos respondentes afirmam ter participado de ambas as edições (2022 e 2023) indicando um forte interesse no evento, por outro lado 19% não participaram de nenhuma das edições, demonstrando não ter envolvimento direto com o evento nas últimas edições.



Os dados sobre a faixa etária apresentados acima sugere que o evento tem a participação ativa de um público maduro e que tem grande participação na e frequência na festa, por este motivo perguntamos se os respondentes seguem as redes sociais da festa, para medir a participação e engajamento nas redes.

Logo 62% de sim, este número sugere que uma parcela considerável do público está ativamente envolvida com o evento, 26% não seguem as redes sociais, isso pode representar um grupo que não esteja tão engajado com a rotina virtual/online ou que busque informações sobre o evento e 12% dos participantes responderam que não lembram.



A última pergunta foi um espaço aberto para comentários, onde revelou um tema recorrente entre os participantes da pesquisa, com a maioria expressando o desejo do retorno das tradições e características culturais como parte da Festa Nacional do Pinhão.

Para obter melhorias para a imagem da marca da festa poderiam se implementar estratégias como:

- Bailes Tradicionalistas: A inclusão de bailes tradicionalistas poderia proporcionar uma oportunidade para os participantes vivenciarem a cultura e a dança regional, reforçando o aspecto tradicional da festa.
- Gineteada: A colaboração com o Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) poderia trazer expertise e autenticidade à realização da gineteada, um evento tradicionalista muito apreciado.

- Torneio de Laço: Poderia celebrar a habilidade e a tradição dos peões e cavaleiros, mantendo viva essa prática tradicional.
- Resgate ao Tradicionalismo: Promover o resgate de outras tradições culturais locais, como danças folclóricas por exemplo chula e a invernada, música regional e culinária típica, poderia enriquecer a experiência dos participantes.
- Ao implementar essas melhorias, a festa poderá integrar o tradicionalismo à sua essência, enriquecendo a experiência dos participantes e construindo uma imagem forte e autêntica da marca. É fundamental avaliar continuamente a resposta do público com pesquisas de satisfação e feedback e ajustar as estratégias conforme necessário para alcançar o objetivo de fortalecer a imagem da festa e aumentar seu impacto cultural e social.

Dessa forma, a Festa Nacional do Pinhão pode continuar a evoluir e a atender às expectativas do público, mantendo-se relevante e valorizada como um evento cultural e tradicional de destaque.

5 CONCLUSÃO

Com base nos dados coletados durante a pesquisa realizada com os participantes presentes na audiência pública 150/2023, podemos afirmar que os respondentes valorizam e sentem falta das tradições que faziam parte da Festa Nacional do Pinhão. Essa percepção é um indicativo que o público associa fortemente a tradição e autenticidade cultural, a identidade da festa pode proporcionar uma experiência mais autêntica e significativa aos participantes do evento.

Percebe - se que pela pesquisa que a marca Festa Nacional do Pinhão possui valor perante seu público mas na atualidade esta desassociada do seu histórico, o que é visto como algo negativo pelos respondentes.

Envolver ativamente os participantes, ter engajamento e feedback, ouvindo suas opiniões e sugestões para aprimorar a festa, pode ser feito por meio de pesquisas pós-evento, enquetes online ou grupos de discussão.

Os resultados também nos mostram que os participantes têm orgulho da festa, porém sua identidade visual e posicionamento não está sendo eficaz pois não está alcançando um espaço na mente do seu público alvo, embora haja um sentimento pela festa, logo existe uma oportunidade de melhorar a forma com ela é percebida e compreendida pelos participantes.

A inclusão de programações tradicionalistas em editais de licitações pelo poder público também poderá auxiliar para suprir esta carência de representatividade; No entanto, é crucial que a fiscalização seja rigorosa para assegurar o cumprimento das exigências estipuladas nos editais como:

Definição Clara dos Requisitos: Os editais devem estabelecer requisitos específicos relacionados à inclusão de programações tradicionalistas, como a realização de determinados eventos ou a presença de elementos culturais tradicionais. Esses requisitos devem ser claramente definidos para que os organizadores entendam suas obrigações.

Acompanhamento e Avaliação: As autoridades responsáveis pela fiscalização devem acompanhar de perto o andamento da festa e avaliar se as programações tradicionalistas estão sendo devidamente implementadas. Incluindo inspeções regulares e coleta de feedback do público.

Sanções por Não Conformidade: Devem ser estabelecidas penalidades claras para os organizadores que não cumprirem as exigências estipuladas nos editais. Isso pode incluir multas ou outras medidas corretivas.

Transparência: É importante manter um processo transparente em todo o ciclo de licitação e execução do evento. Isso ajuda a prevenir práticas não éticas e a garantir que as empresas ou entidades escolhidas para organizar a festa estejam comprometidas com a preservação das tradições culturais.

Participação da Comunidade: Incentivar a participação da comunidade local na fiscalização e no monitoramento do cumprimento das exigências criando um senso de responsabilidade compartilhada e promovendo uma maior transparência.

Ao implementar essa abordagem como estratégia, o poder público pode desempenhar um papel importante na promoção e preservação das tradições culturais na Festa Nacional do Pinhão. Ajudando a garantir que o evento continue a refletir de maneira autêntica a identidade cultural da região, ao mesmo tempo

em que oferece oportunidades para o envolvimento da comunidade e o desenvolvimento sustentável do evento.

Referências

AAKER, David. **On Branding: 20 Princípios que Decidem o Sucesso das Marcas**. Porto Alegre, Bookman, 2015. ISBN 978-85-8260-304-8.

BATEY, Mark. **O significado da marca: como as marcas ganham vida na mente dos consumidores**. Rio de Janeiro: Best Business, 2010. ISBN 978-85-7684-321-4.

BRANDS, T. **A psicologia das formas no design de logotipos** Disponível em: <https://www.tailorbrands.com/pt-br/logo-maker/formas-de-logotipo>

BRAGA, Cristiano. A cultura nas políticas e programas do SEBRAE. **Políticas Culturais para o Desenvolvimento: uma base de dados para a cultura**. Brasília: UNESCO Brasil, 2003.

CALDER, Bobbr J; TYBOUT Alice M. **Marketing**. São Paulo, Saraiva, 2013. ISBN 978-85-02-21360-9.

HENRIQUES, Márcio Simeone. **Comunicação e estratégias de Mobilização Social**. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2013. SBN 978-85-7526-122-4.

JORNAL 10 ANOS DE FESTA DO PINHÃO. Lages/Sc: Museu Thiago de Castro, v. 1, 2018.

KLEIN, Naomi. **Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido**. Tradução de Ryta Vinagre. 2. ed Rio de Janeiro: Record, 2002. 543 p. Bibliografia: p. [527]-528. ISBN 8501062626.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo : Pearson Education do Brasil, 2018. ISBN 978-65-5011-047-5.

KRÜGEL, E. Reflorestar é preservar. Florianópolis: Souza Cruz, 1992. 46p.

LAGES, Prefeitura Municipal de (2019). **Gastronomia típica e de qualidade na Festa do Pinhão com o Sabores de Lages:** são 14 estabelecimentos participantes que servem os mais variados pratos utilizando ao menos um dos itens da cultura local. Assessorias de Imprensa ACIL e CDL / Catarinas Comunicação. Disponível em: <https://www.lages.sc.gov.br/noticia-descricao/121/gastronomia-tipica-e-de-qualidade-na-festa-do-pinhao-com-o-sabores-de-lages>. Acesso em: 01 maio 2023.

LAGES, Prefeitura Municipal de (2023a). **Sapecadas da Canção Nativa e da Serra Catarinense 2023:** organização define jurados: Ao longo da semana serão divulgadas as datas e local da seletiva (triagem) das músicas inscritas. Disponível em: <https://www.lages.sc.gov.br/noticia-descricao/4980/sapecadas-da-cancao-nativa-e-da-serra-catarinense-2023:-organizacao-define-jurados>. Acesso em: 01 maio 2023.

LAGES, Prefeitura Municipal de. **Festival Sabores de Lages exalta o turismo gastronômico da Serra Catarinense:** o festival acontece de 20 de julho a 10 de agosto. São 30 pratos exclusivos, valorizando o melhor dos ingredientes regionais. Os valores variam entre R\$24,90, R\$34,90 e R\$44,90. Disponível em: <https://www.lages.sc.gov.br/noticia-descricao/2525/festival-sabores-de-lages-exalta-o-turismo-gastronomico-da-serra-catarinense> . Acesso em: 01 maio 2023.

LAGES, Prefeitura Municipal de (2023c). **33ª Festa Nacional do Pinhão: seletiva (triagem) das Sapecadas da Canção Nativa e da Serra acontece neste fim de semana:** as Sapecadas estão programadas de 4 a 6 de junho, no Parque de Exposições Conta Dinheiro, durante a 33ª Festa Nacional do Pinhão. Disponível em: [https://www.lages.sc.gov.br/noticia-descricao/5065/33%C2%AA-festa-nacional-do-pinhao:-seletiva-\(triagem\)-das-sapecadas-da-cancao-nativa-e-da-serra-acontece-neste-fim-de-semana](https://www.lages.sc.gov.br/noticia-descricao/5065/33%C2%AA-festa-nacional-do-pinhao:-seletiva-(triagem)-das-sapecadas-da-cancao-nativa-e-da-serra-acontece-neste-fim-de-semana). Acesso em: 01 maio de 2023.

http://leis.alesc.sc.gov.br/html/2003/12593_2003_Lei.html. Acesso em: 13 novembro 2023.

LOCKS, G. A. **A persistência do passado em práticas sociais contemporâneas na serra atarinense:** um estudo acerca da fazenda de criação de gado. Disponível em:

<http://docente.ifsc.edu.br/luciane.costa/MaterialDidatico/IAA/GERALDO%20LOCKS%20FINALLEA%20PERSIST%C3%8ANCIA%20DO%20PASSADO%20EM%20PR%C3%81TICAS%20SOCIAIS%20CONTEMPOR%C3%82NEAS%20NA%20SERRA%20CATARINENSE%20UM%20ESTUDO%20ACERCA%252.pdf>. Acesso em: 04 abril 2023.

MEEUS, Jean. **Clima e condições meteorológicas médias em Lages no ano todo Brasil**: temperatura média em lages. Temperatura média em Lages. Disponível em: <https://pt.weatherspark.com/y/29806/Clima-caracter%C3%ADstico-em-Lages-Brasil-durante-o-ano#Figures-ColorTemperature>. Acesso em: 20 abr. 2023.

NETO, Belmiro Ribeiro da Silva. **Comunicação Corporativa e Reputação**: Construção e defesa da imagem favorável. São Paulo : Saraiva, 2010. ISBN 9788502109353.

PINHÃO, Festa do. **Notícias**. 2023. Disponível em: <https://www.festadopinhao.com/noticia/1/33%C2%AA-festa-nacional-do-pinhao>. Acesso em: 01 maio 2023.

PREDEBON, José. **Criatividade**: Abrindo o lado inovador da mente. São Paulo, Pearson Education do Brasil, 2013. ISBN 978-85-8143-526-8.

RODRIGUES, Delano. **Naming**: o nome da marca. Rio de Janeiro: 2AB, 2013. 118p., il., 18cm. (Oficina). Bibliografia: p. [99]-103. ISBN 9788586695544 (broch.).

STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. 3. ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.

TAVARES, Mauro Calixta. **A força da marca**: como construir e manter marcas fortes. São Paulo: Harbra, 1998. 220 p. ISBN 8529401069.

TURISMO, Lages. **Sobre Lages**. Disponível em: <https://www.lagesturismo.com.br/sobre-lages>. Acesso em: 01 maio 2023.