



**INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA CAMPUS CABEDELLO
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO**

João Luiz Limeira Magalhães

**PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL
DO FESTIVAL TYKYRA**

CABEDELLO-PB

2025
João Luiz Limeira Magalhães

PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL DO FESTIVAL TYKYRA

Monografia apresentada ao Instituto Federal
de Educação, Ciência e Tecnologia da
Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, para a
obtenção do título de tecnólogo no Curso
Superior de Tecnologia em Design Gráfico.
Orientador(a): Profa.Dra. Raquel Rebouças Almeida Nicolau

CABEDELLO-PB
2025

Dados Internacionais de Catalogação – na – Publicação – (CIP)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

M188p Magalhães, João Luiz Limeira.
Projeto de identidade visual do festival tykyra. /João Luiz Limeira Magalhães.
- Cabedelo, 2025.
68f. il.: Color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Design Gráfico). – Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB.

Orientador(a): Profa. Dra. Raquel Rebouças Almeida Nicolau.

1. Identidade visual. 2. Cultura trance. 3. Festival rave. I. Título.

CDU 7.05:003.65(0.067)

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Cambinho, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Elaboração de Ficha Catalográfica

Assunto:	Elaboração de Ficha Catalográfica
Assinado por:	Katia Silva
Tipo do Documento:	Ficha
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Katia Felix da Silva, BIBLIOTECARIO-DOCUMENTALISTA**, em 08/08/2025 11:58:38.

Este documento foi armazenado no SUAP em 08/08/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1568225

Código de Autenticação: 708f33ceba





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

João Luiz Limeira Magalhães

Projeto de identidade visual do Festival Tykyra

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de tecnólogo(a) em Design Gráfico, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - Campus Cabedelo.

Aprovado em 14 de julho de 2025.

Membros da Banca Examinadora:

Profa. Dra. Raquel Rebouças Almeida Nicolau

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dr. Daniel Alvares Lourenço

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dra. Turla Angela Alquete de Arreguy Baptista

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2025

Documento assinado eletronicamente por:

- Daniel Alvares Lourenco, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 14/07/2025 17:03:20.
- Turla Angela Alquete de Arreguy Baptista, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 17/07/2025 20:29:37.
- Raquel Reboucas Almeida Nicolau, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 24/07/2025 16:39:56.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 10/07/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 735329
Verificador: d9d2a96eef
Código de Autenticação:



Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CABEDELLO / PB, CEP 58103-772
<http://ifpb.edu.br> - (83) 3248-5400

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer brevemente às pessoas que fizeram parte do desenvolvimento deste projeto, sem eles não teria sido possível me aprofundar dessa forma no que amo. Agradeço à minha orientadora Raquel, que desde o princípio se envolveu com o tema, se encantou pela cultura e sua estética e me orientou muito bem – pra mim foi incrível – sempre que precisei. Ao Alberto e à equipe da Tykyra, que acreditaram no meu potencial e me deram a oportunidade de participar da construção do evento, e fazer parte desse movimento cultural. Aos meus pais, que sempre me dão apoio e me orientam como podem. E aos amigos que compartilharam boas ideias sobre o projeto comigo.

MOTIVAÇÕES

Em seu livro “O Sagrado e o Profano” o teórico Mircea Eliade (1992) sugere que a prática do rito e a experiência mística têm o poder de transportar o indivíduo para um tempo fora da linearidade da civilização moderna. Nos festivais de trance, a dança contínua, as luzes multicoloridas, ritmos repetitivos e o uso de substâncias psicoativas estimulam um estado de transe coletivo, onde os limites entre indivíduo e grupo, humano e natureza, tornam-se fluidos. É importante reconhecer que existe um preconceito significativo em relação a esses ambientes, muitas vezes associado ao uso de substâncias psicoativas, legais ou ilegais, durante os eventos. No entanto, é fundamental considerar que a maioria das celebrações e festividades sociais envolve o uso de alteradores de consciência como álcool, nicotina, cannabis, e diversos outros. Além disso, em festivais de psytrance a experiência de transe pode ser alcançada naturalmente, através da imersão na música. Para uma compreensão mais aprofundada desse universo, é essencial promover mais diálogo e conhecimento sobre as substâncias psicoativas e psicodélicas

Dance is the answer; Because when you dance, and you really get into the dance; You lose yourself, you lose your personality; You forget your name, you forget your job, you forget your status; You forget your future, you forget your past; What you're involved in is the now; And the now is blissful; The now is really an amazing experience. (DUBDOGZ; RAJA RAM, 2024)

Meu desejo por desenvolver esse projeto surge do meu amor e admiração pela cultura psytrance. Nesse espaço a criatividade é ilimitada, é possível se expressar sem julgamentos, o

respeito e o amor mútuo florescem. O ritmo se conecta com o corpo e gera movimento, a melodia te induz ao transe, um estado de expressão e liberação de emoções por meio da dança. A estética visual e seus significados me encantam, e o design gráfico me permitiu ter um olhar profissional sobre esse universo, tenho cada vez mais interesse em desenvolver esses espaços, e fazer parte desse movimento. Este trabalho é o início da jornada.

RESUMO

Nos festivais psytrance, encontramos elementos visuais que são fontes produtoras de cultura. Buscou-se neste projeto desenvolver uma identidade visual para o festival Tykyra, um evento de música, arte e cultura psytrance nativo de João Pessoa PB, a fim de promover o cenário de cultura trance no Nordeste brasileiro. Para isso, foi feita uma pesquisa aprofundada sobre a história da música eletrônica e da cultura psytrance, e uma análise detalhada de como são construídas as marcas de festivais de psytrance na atualidade. Optou-se por usar a metodologia de Maria Luísa Peón (2009) para identidade visual, que se divide em três partes: problematização, concepção e especificação. Ao final do projeto, é alcançada uma representação visual que transmite uma estética tribal e psicodélica, em sintonia com a comunicação do evento, baseada na filosofia PLUR, que faz parte da cultura trance.

Palavras-Chave: identidade visual, cultura trance, festival rave.

ABSTRACT

In psytrance festivals, visual elements serve as sources of cultural production. This project aimed to develop a visual identity for the Tykyra Festival, a psytrance music, art, and culture event native to João Pessoa, Paraíba, Brazil, with the purpose of promoting the trance culture scene in the Brazilian Northeast. To achieve this, an in-depth research was conducted on the history of electronic music and psytrance culture, alongside a detailed analysis of how current psytrance festival brands are constructed. The methodology of Maria Luísa Peón (2009) for visual identity was adopted, which is divided into three parts: problem identification, conception, and specification. At the project's conclusion, a visual representation that conveys a tribal and psychedelic aesthetic is achieved, in harmony with the event's communication, based on the PLUR philosophy, an integral part of trance culture.

Keywords: visual identity, trance culture, rave festival.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Árvore genealógica do trance e festa em Goa na década de 1970.	13
Figura 02 - Goa Gil	14
Figura 03 - Festival ZNA Gathering	15
Figura 04 - Movimentos e instalações artísticas no Burning Man	17
Figura 05 - mainstage Ozora Festival 2024/2025	17
Figura 06 - Logo do Festival Ozora em diferentes edições	20
Figura 07 - postagens dos perfis Bugopenair, baobafestival e ziohm no instagram (2025)	21
Figura 08 - post divulgando presença como DJ na Boom 2025	22
Figura 09 - Sequência de storys do festival Adhana, edição de 2025	23
Figura 10 - Arte temática e pôster informativo do Universo Paralello	24
Figura 11 - Boomland 2023	25
Figura 12- Palcos do festival Boom 2023 em diferentes perspectivas	26
Figura 13- Algumas das intervenções artísticas realizadas na Boom 2023	27
Figura 14 - Representação da metodologia de Maria Luísa Peón	29
Figura 15 - Logo inicial	31
Figura 16 - Nuvem de palavras 01	32
Figura 17 - Nuvem de palavras 02	33
Figura 18 - Nuvem de palavras 03	33
Figura 19 - Respostas da pergunta (Idade) em gráfico de tabela	34
Figura 20 - Respostas da pergunta (Você conhece o Festival Tykyra Psy?) em gráfico de pizza	35
Figura 21 - Respostas da pergunta (Qual sua opinião sobre a limpeza/coleta de resíduos de um festival?) em gráfico de pizza	35
Figura 22 - Respostas da pergunta (Classifique os fatores listados como critérios de avaliação na hora de escolher um festival.) em gráfico de tabela	36
Figura 23 - descrição do perfil do Pulsar Festival	38
Figura 24 - publicações no feed do Origens Gathering	39
Figura 25 - Publicações no feed do Baobá Festival	40
Figura 26 - Composição gráfica oficial da sexta edição Pantheon Psy	40
Figura 27 - post no perfil do Masuni Festival	41
Figura 28 - postagem no perfil da Espiral PB	42
Figura 29- visão geral de concorrentes e similares	42
Figura 30 - Painel semântico da Identidade Visual da Tykyra	44
Figura 31 - Esboços na etapa de concepção da marca	45

Figura 32 - Esboços de concepção unindo a gota com elementos do nordeste	46
Figura 33 - Testes de símbolo e tipografia	47
Figura 34 - Direcionamento	47
Figura 35 - Refinamento	48
Figura 36 - Desenvolvimento de grid tipográfico da marca	49
Figura 37 - Desenvolvimento dos testes de cores para a marca	49
Figura 38 - outros testes de cor	50
Figura 39 - novos testes de cor	50
Figura 40 - Definição da paleta cromática	51
Figura 41 - Processo de concepção da tipografia de apoio	52
Figura 42 - raízes de mangue	52
Figura 43 - ilustração de raízes de mangue	53
Figura 44 - pesquisa de referências de de siris para desenvolvimento de aplicações para o projeto	53
Figura 45 - rascunhos de siris ilustrados	54
Figura 46 - ilustração de siris psicodélicos	55
Figura 47 - Ilustração de siri com raízes	55
Figura 48 - estruturas geométricas presentes no evento	56
Figura 49 - rascunho de figuras geométricas	56
Figura 50 - iconografia representando edições anteriores	57
Figura 51 - iconografia de fotos	57
Figura 52 - palco da primeira edição do evento	58
Figura 53 - iconografia de montagem	59
Figura 54 - ilustrações abstratas de uma cabeça e rosto humano	59
Figura 55 - iconografia de chillout	60

Sumário

1. Introdução	10
1.1. Objetivos	11
1.1.1. Objetivo Geral	11
1.1.2. Objetivos Específicos	11
1.2. Justificativa	12
2. Cultura Trance e Psytrance	13
3. Construção de Marca em Festivais de Psytrance	19
4. Metodologia	27
4.1 Metodologia de pesquisa	27
4.2 Metodologia de projeto	28
5. Desenvolvimento do projeto	30
5.1. Problematização	30
5.1.1 Perfil do cliente (ou dados sobre o negócio)	30
5.1.2 Análise de Público Alvo	32
5.1.3 Perfil de Público Alvo	36
Faixa etária	36
Profissão e ocupação	36
Localização	36
Interesse musical e participação em festivais	36
Valores e mentalidade	37
Critérios para escolher festivais	37
Aspecto emocional e social	37
5.1.4 Contextualização simbólica	37
5.1.5 Estudo de Similares	38
5.1.6 Requisitos e restrições	43
5.1.7 Painel semântico	43
5.2. Conceção	44
5.3. Especificações	60
6. Considerações finais	60
7. Referências	60

1. Introdução

Em festivais psytrance, conhecidos como subgêneros da música eletrônica, também chamados trance psicodélico, o êxtase e os elementos lúdicos, como a música e a dança, são envolvidos pela diversidade simbólica e cultural. Buscou-se neste projeto desenvolver uma identidade visual para o festival Tykyra, um festival de psytrance nativo de João Pessoa - PB, a fim de promover o contexto cultural trance no Nordeste brasileiro. A marca foi pensada para transmitir uma estética tribal, fluida e psicodélica, em sintonia com a comunicação do evento, a qual é baseado na filosofia PLUR (Paz, Amor, União e Respeito).

De acordo com o Dicionário Tupi¹, idioma dos povos indígenas da Paraíba e região, tykyra significa gota. A última edição do evento em 2022 se chamou 'A Semente', pois representava o início de um possível grande festival de psytrance na região nordeste. A próxima será 'Raízes', esse conceito fez parte da identidade produzida. Para o projeto em questão, foi preciso entender as principais necessidades, objetivos e dificuldades do evento, descobrir os desejos e críticas do público consumidor, se debruçar sobre todos esses elementos visuais cheios de simbolismo que a marca reúne, e aplicar uma metodologia funcional e coerente para desenvolver uma comunicação visual de impacto positivo para a marca.

Optou-se por usar a metodologia de Maria Luísa Peón (2009) para sistemas de identidade visual. O método se divide em três grandes fases: A Problematização, quando

¹ <https://dicionariotupi.com.br/palavras/tykyra-2/>

são reunidos todos os dados possíveis sobre a marca, história, objetivos, desafios, concorrentes, público alvo etc; A próxima etapa, Concepção, é o momento de desenvolver os conceitos que vão guiar o projeto e produzir alternativas, aplicar parâmetros de avaliação, ter contato direto com o cliente (evento) para confirmar todas as decisões, refinar e testar aplicações e reduções; A última fase, Especificações elabora-se o manual de identidade visual, especificando o uso correto dos elementos visuais produzidos.

Seguindo a metodologia escolhida, foi feita uma pesquisa de público-alvo aprofundada, com a aplicação de um questionário online, para obter melhores resultados nas representações visuais. Com a pesquisa, pudemos observar que os frequentadores de espaços como a Tykyra se identificam profundamente como comunidade, e buscam significados que vão além da música. Esse público está em busca de conexões de qualidade, sociais e com a natureza. Interação baseada no respeito e no amor, na oportunidade de exercer a liberdade num ambiente sem julgamentos. Todos esses significados fazem parte da filosofia PLUR que é a essência da cultura em questão. A marca deve estar ligada tanto à comunidade quanto ao evento em si.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo Geral

Desenvolver a Identidade visual do Festival (rave) Tykyra

1.1.2. Objetivos Específicos

- Apresentar o contexto cultural, seus aspectos simbólicos e estéticos pela ótica do design gráfico.
- Evidenciar a particularidade simbólica do festival a partir de uma linguagem visual coerente com o contexto inserido.
- Construir uma identidade ligada ao conceito tribal, por meio de elementos visuais orgânicos.

1.2. Justificativa

O cenário da música psytrance no Nordeste brasileiro passa por um crescimento significativo, impulsionado por uma comunidade que valoriza não apenas a música, mas também a conexão com a natureza, o espírito coletivo e as filosofias alternativas, como a PLUR (Paz, Amor, União e Respeito). O festival Tykyra se destaca nesse contexto, atuando como um ponto de encontro para entusiastas do psytrance e se consolidando como um evento que reflete a identidade cultural e a criatividade dessa cena.

Desenvolver uma identidade visual que responda às expectativas de um público que busca experiências intensas e imersivas é um desafio não apenas de dimensão cultural, mas também para a prática do design, já que a comunicação entre festival e público possui caráter profundo de pertencimento a uma comunidade. Ao criar uma proposta visual para o festival Tykyra, este projeto contribui para a consolidação de uma linguagem gráfica própria da cultura psytrance, fortalecendo a imagem do evento e estimulando o engajamento da comunidade. Assim, o trabalho não só promove o cenário musical regional – tornando-o mais visível e valorizado – como também serve de referência para profissionais do design gráfico, que poderão explorar novas formas de comunicação visual alinhadas a uma cultura em ascensão.

Em suma, a relevância deste estudo está na sua capacidade de integrar elementos culturais, sociais e visuais para criar uma identidade que dialoga com os valores e expectativas de uma comunidade que busca autenticidade e conexão. Essa síntese contribui para o fortalecimento do mercado de psytrance no Nordeste brasileiro e amplia os horizontes dos estudos no campo do design gráfico, evidenciando o potencial transformador do design na construção de marcas e na promoção cultural.

2. Cultura Trance e Psytrance

O trance e o psytrance fazem parte da grande variedade de estilos que compõem a cultura EDM (Electronic Dance Music), que vem se desenvolvendo com muita força desde os anos 80 (Aguiar, 2020). Com a popularização de instrumentos musicais eletrônicos, cada vez mais acessíveis, houve uma democratização da produção musical, acelerando o mix de culturas musicais.

Com o fim da Disco Music, a cena do Hip Hop ganhou força na América. Nesse contexto, as batalhas de rima e a atuação dos DJs substituíram as bandas, fragmentando e misturando músicas para criar sons exclusivos. Segundo Aguiar (2020), esse movimento foi influenciado pelo funk, soul e música latina, além de se inspirar em bandas como o Kraftwerk, pioneira da música eletrônica popular e experimental da Alemanha, com uma pegada futurista e robotizada.

A invenção de novos instrumentos eletrônicos, como os Drum Machines² e os Samplers³, proporcionou maior controle na produção musical, sendo uma peça-chave para o surgimento da House Music, seguida pelo Techno, as primeiras vertentes da EDM (Aguiar, 2020). Desde então, novas vertentes vêm surgindo rapidamente, influenciadas pelas culturas locais.

O trance se desenvolveu após a chegada do Techno à Europa na década de 90, trazendo um estilo dançante e hipnótico, com influências do Acid House (Aguiar, 2020). Apresentava, ainda, elementos psicodélicos experimentais, justificando o termo “trance”.

As primeiras gravações realizadas começaram não exatamente com a cena trance, mas pelo acid house do Reino Unido, mais precisamente pela banda The KLF. Eles utilizaram o termo ‘pure trance’ para designar algumas gravações que, na verdade, eram versões e fizeram grande sucesso comercial em 1991. (Aguiar, 2020, 1:39:07).

² Uma drum machine é um instrumento musical eletrônico concebido para imitar sons de bateria e outros instrumentos de percussão.

³ Instrumento eletrônico que permite gravar, alterar e reproduzir trechos sonoros. = SAMPLEADOR

Já o psytrance surgiu a partir do Goa Trance (figura 01), um movimento ligado à contracultura hippie dos anos 60. Os jovens da época pregavam ideais de paz, amor livre, vida simples e respeito à natureza (Delfini, 2022).

Figura 01 - Árvore genealógica do trance e festa em Goa na década de 1970.



fonte: <https://www.instagram.com/p/DHjVFAcxt06/>
https://allthatsinteresting-com.translate.google/goa-hippie-movement? x_tr_sl=en& x_tr_tl=pt& x_tr_hl=pt & x_tr_pto=tc#31 acessado em abril de 2025

Em busca de elevação espiritual, muitos viajaram ao Oriente na década de 80. Com conhecimento em produção musical e influenciados pelo uso de psicoativos, esses jovens mesclaram elementos orientais, mantras indianos e sons tribais com acid house, techno e trance. Um dos pioneiros desse movimento foi o americano Gilbert Levey, conhecido como Goa Gil (figura 02), além de lendas vivas como Raja Ram, produziram músicas que fazem sucesso até os dias atuais.

Foi apenas nos anos 80 que DJs como Goa Gil, Fred Disko e Ray Castle começaram a promover a música de Goa com influência da música

eletrônica europeia. Nascia ali o Goa Trance, filho do rock psicodélico com o Acid House, concebido nas terras sagradas da Índia. (Neto, 2021.)

Figura 02 - Goa Gil



fonte: <https://mixmag.net/read/psytrance-pioneer-go-gil-dies-aged-72-news> acessado em abril de 2025

Com a popularização do Goa Trance, turistas de diversos países viajaram à Índia para vivenciar esse estilo. Inicialmente experimental e influenciado por outros gêneros, o som se tornou mais autêntico, orgânico e psicodélico, e deu origem a grandes festivais que integram elementos culturais hindus, xamânicos e hippies (figura 03). Surgem então subgêneros como o fullon e progressive psytrance e psytech, com muita influência cultural israelense. Artistas como Astrix, Captain Hook, Modus e Dekel são referências mundiais desse cenário, produzindo sonoridades que provocam estados naturais de transe, induzem conexão com o ritmo, melodias e vibrações que misturam sons da natureza, elementos psicodélicos e muito mais.

Figura 03 - Festival ZNA Gathering



fonte:

https://www.reddit.com/r/psytrance/comments/816647/zna_gathering_2017_goa_trance_festival_portugal/?rdt=44679 acessado em abril de 2025

Nesse contexto, nasceram os festivais *rave*⁴. Aguiar (2020) aponta que, inicialmente, eram pequenas festas realizadas em locais abandonados, escondidos e afastados das cidades, devido ao estigma associado à contracultura desde os anos 70. Na Europa e América, essas festas ocorriam em fábricas, galpões e espaços abertos; no Oriente, aconteciam em meio à natureza, reforçando o caráter místico, transcendental e psicodélico do psytrance.

Buscando sempre essa liberdade e contato com a natureza, os hippies fugiam da sociedade, reunindo-se em locais ligados diretamente à natureza para também prestigiá-la e se isolarem cada vez mais de uma sociedade consumista.” (Delfini, 2022, p.20)

Hoje, grandes festivais de música eletrônica, como o Burning Man (figuras 04), reúnem milhares de pessoas. Apesar de abrangerem diferentes subgêneros, esses eventos mantêm valores contraculturais como liberdade de expressão, paz, amor, união e

⁴ Festa com muitos participantes e de longa duração, geralmente num espaço amplo, com música eletrônica de dança.

respeito. Entre os maiores festivais de psytrance estão o Boom Festival⁵ (Portugal) e o Ozora Festival⁶ (Hungria). Desde os anos 90, o Boom Festival promove uma comunidade alternativa com o objetivo de transformar pessoas e regenerar a terra (Boom Festival, 2024).

Figura 04 - Movimentos e instalações artísticas no Burning Man



fonte: https://www.instagram.com/p/DISKS9DKYQ-/?img_index=1 acessado em abril de 2025

Nos festivais, as pessoas encontram um espaço de experimentação de suas potencialidades por meio da arte, da expressão corporal e da imaginação. Oficinas como criação de mandalas, atividades com malabares e performances são oferecidas para estimular a criatividade, além de permitir que os participantes "brinquem" com suas identidades (Pamplona, 2016). Esse ambiente celebra a liberdade, permitindo a expressão genuína de cada indivíduo, como observado no Universo Paralello⁷, um dos maiores festivais de psytrance do Brasil. Esses eventos têm uma estética plural, mesclando geometria, futurismo, tribalismo, psicodelia e transcendência. Utilizando elementos multicoloridos, estruturas orgânicas e técnicas sustentáveis, o festival Ozora (figura 05) é uma das maiores referências na construção desse cenário.

⁵ <https://www.boomfestival.org/>

⁶ <https://2025.ozorafestival.eu/> acessado em abril de 2025

⁷ <https://www.universoparalello.org/> acessado em abril de 2025

Figura 05 - mainstage Ozora Festival 2024/2025



fonte: <https://trancentral.tv/2024/11/psytrance-mixes-week-47-2024/>
<https://europebookings.com/festival/ozora-festival/> acessado em abril de 2025

As festas trance são celebrações onde se atravessa diferentes estados espirituais sob o efeito estimulante das cores, luzes e movimentos, sendo realizadas em lugares considerados centros energéticos, como praias, florestas, ruínas, etc. A decoração alude a divindades totêmicas, egípcias, pré-hispânicas, hindus, psicodélicas e cósmicas. (Pamplona, 2016)

Ao se entregar à experiência estética e sensorial dos festivais, Neves (2019) aponta que os participantes se deslocam de uma visão utilitária da existência para uma realidade mais subjetiva, lúdica e ritualística. Isso resgata práticas ancestrais em que o ser humano buscava significados profundos por meio de ritos, danças e música, similar às sociedades pré-modernas.

Nossa história agora está enraizada em movimentos que desafiam o status quo e buscaram novas formas de convivência e expressão. Inspirados pela psicodelia, pelo amor, pela arte e pela música, criamos um ambiente onde a criatividade e a ousadia florescem, e o respeito pela natureza e pelo próximo são alicerces primordiais. Um espaço onde cada um se expressa plenamente, celebrando a diversidade que nos enriquece e a unidade que nos fortalece. (Universo Paralelo, 2025)

Dessa forma, o psytrance não apenas promove um retorno simbólico às origens místicas da humanidade, mas também serve como uma plataforma para a busca de valores de liberdade, sustentabilidade, paz e conexão espiritual. Esses festivais revelam como a música eletrônica pode ir além do entretenimento, assumindo um papel de transformação social e cultural. A partir desse entendimento, vamos agora observar como esses festivais se comunicam para criar uma relação com o público, e constroem uma marca que muda ao longo do tempo, mas nunca perde sua essência.

3. Construção de Marca em Festivais de Psytrance

Wheeler (2019) aponta que a marca é a união entre uma promessa e as expectativas que residem na mente do consumidor a respeito de um produto, serviço ou empresa. O design desempenha um papel essencial na criação de marcas, ele diferencia e representa os elementos intangíveis que mais importam para os consumidores. Uma simples forma pode despertar lembranças e emoções, e a identidade da marca é uma comunicação constante dos valores fundamentais para a empresa. Ao discorrer sobre a construção de marca em seu livro *Sistemas de Identidade Visual*, Peón (2009) explica que a imagem corporativa abarca tudo aquilo que vai formando a posição da empresa na sua relação com o público. A identidade visual, estratégias de marketing, arquitetura, decoração, localização e a organização dos eventos, são essenciais para construir uma imagem adequada e fidelizar consumidores. De acordo com Peón (2009), podemos considerar um sistema de identidade visual como:

Sistema de normatização para proporcionar unidade e identidade a todos os itens de apresentação, por meio do aspecto visual de um dado objeto. Este objeto pode ser uma empresa, um grupo ou uma instituição, bem como uma ideia, um produto ou serviço (Peón, 2009, p.13).

Peón (2009) afirma que a identidade visual é o que diferencia a empresa a partir de seus elementos visuais, ela interfere na percepção do público e desencadeia associações a respeito da marca. Uma identidade visual forte nos faz lembrar de tal produto, empresa ou serviço quando virmos novamente, fortalecendo sua pregnância.

Quando se trata de festivais de psytrance, é comum que a marca se transforme, ela não é permanente. A cada edição, é elaborado um novo sistema de identidade ligado ao tema proposto, e a logo do evento também pode sofrer alteração, sem que a marca perca sua essência. Wheeler (2019) afirma que uma marca sustentável tem a habilidade de perdurar em um ambiente de constante mudança. Quando uma nova identidade é lançada, ela se torna integrada na cultura da corporação como uma lembrança visual do significado da marca.

No contexto de eventos de psytrance, é comum o desenvolvimento de sistemas de identidade completos, que demandam instruções para a aplicação dos elementos gráficos desenvolvidos, como logo, símbolo, cores e grafismos. Além disso, a marca deve assumir uma forma dinâmica e flexível, sendo alterada constantemente para corresponder ao tema proposto.

A necessidade dessas entidades de se apresentarem devidamente adaptadas aos ambientes conectados, que por sua vez estão em constante evolução, sugere que essas marcas confirmam, em seus sistemas de interação entidade-público, a possibilidade de adequar diferentes formas de serem visualizadas nos suportes dinâmicos. A identidade visual mais dinâmica e flexível é requisito para que entidades se apresentem contextualizadas às possíveis aplicações nos ambientes virtuais e móveis (SILVA, 2019).

A Ozora Festival exemplifica essa flexibilidade ao modificar anualmente o “O” central de sua logo, substituindo-o por uma mandala complexa criada por diferentes artistas visuais (figura 06). Essa constante reinvenção valoriza a imagem da comunidade e fortalece a conexão emocional com o público.

Figura 06 - Logo do Festival Ozora em diferentes edições



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=z7QqEQ79HEM>>

<<https://www.goabase.net/fr/festival/ozora-festival-2012/63559>>

<<https://www.goabase.net/festival/ozora-festival-2015/85697>> acessado em outubro de 2024

O tema que envolve uma rave diz muito a respeito das vertentes que serão tocadas na edição, e sobre as sensações que serão transmitidas. Se será algo mais lúdico, são utilizadas cores, formas e elementos direcionados para esse intuito, como na primeira edição de 2025 da Bug Open Air, intitulada “O Templo de Khepri” (figura 07). Se for algo mais tribal, místico, psicodélico, ligado ao prog⁸ e psytech⁹, utiliza-se elementos que carregam essas características, como no exemplo da divulgação de Dekel na figura 07. O festival Baobá transmite essa sensação tribal ao utilizar uma paleta de cor esverdeada e uma tipografia orgânica, que nos lembra as antigas runas germânicas, além de efeitos visuais que constroem um ambiente místico, como na Z-Freak. Já a edição de 2024 da Ziohm (figura 07), transmite características obscuras e psicodélicas, utilizando uma

⁸ Carinhosamente chamado de “Prog”, “psyprog” ou “Prog-trance”, e Progressive Psy-trance é uma variação do Psytrance, geralmente com BPMs bem mais baixos, entre 130-140.

⁹ Psytech é um estilo musical que combina elementos de psytrance com um groove forte e uma vibe techno. Também é conhecido como bush techno na Austrália.

paleta de cor verde neon e verde escuro, e ilustrações complexas. Esse evento é caracterizado por tocar vertentes como dark psy, psy core, hi tech e fullon.

Figura 07 - postagens dos perfis Bugopenair, baobafestival e ziohm no instagram (2025)



fonte: <https://www.instagram.com/p/DDxf8iwyl9d/>
https://www.instagram.com/p/C_jWIEgylBu/?img_index=1 <https://www.instagram.com/p/DDhezy3RI7x/> .
<https://www.instagram.com/baobafestival/>
https://www.instagram.com/p/C_jWIEgylBu/?img_index=1

Acesso em: fevereiro de 2025.

É importante que a arquitetura e decoração do festival estejam de acordo com o tema escolhido, para influenciar o imaginário do público, pois como se trata de um cenário lúdico cheio de possibilidades, o tema influencia diretamente na escolha de vestimenta dos consumidores, que se tornam personagens de uma história imaginada por eles mesmos.

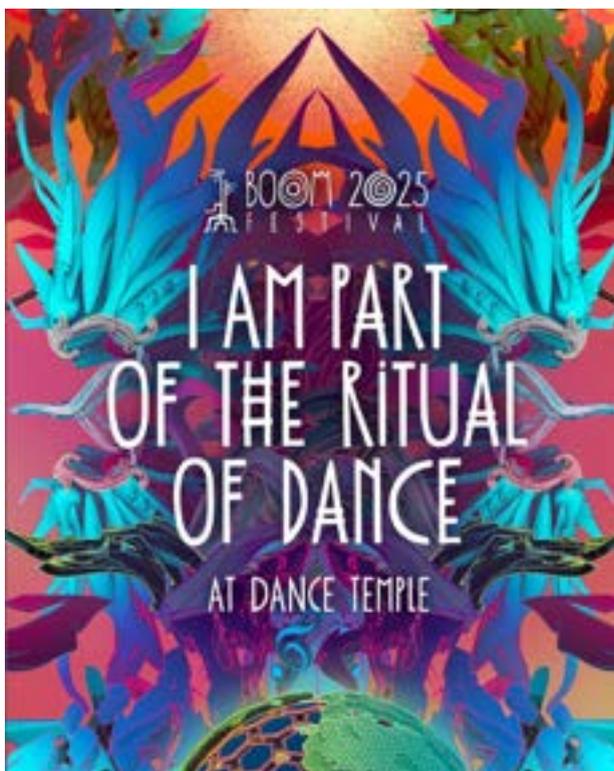
Atualmente, a comunicação entre as festas de Psytrance e os consumidores acontece em sua maioria por meio das redes sociais. O instagram é onde os eventos divulgam suas atrações, os DJs que estarão presentes em cada edição, localização da festa, prévias de estrutura e palco, dentre outros assuntos. Nes (2012) afirma que esse espaço digital permite que as marcas criem em torno de si um ambiente que conecta pessoas que compartilham desejos e ideais semelhantes:

Marcas têm se tornado plataformas onde pessoas que pensam semelhante se juntam, e experiências que criam apego emocional. Marcas precisam constantemente adaptar-se a este ambiente de rápida mudança para sobreviver. Internet, redes sociais e revoluções técnicas têm proporcionado às marcas a oportunidade de se comportarem como organismos vivos. (Nes, 2012, p. 6) [tradução nossa]

No mundo dos negócios as marcas servem para nutrir e fortalecer comunidades, grandes festivais de psytrance criam uma narrativa que faz os consumidores se sentirem

parte de algo maior, de uma comunidade que valoriza a música, a dança e a liberdade de expressão. A edição da Boom 2025 intitulada “The Ritual of Dance” constrói essa narrativa, onde os participantes do evento, produtores, DJs e público, fazem parte da grande experiência que será o ritual da dança (figura 08).

Figura 08 - post divulgando presença como DJ na Boom 2025

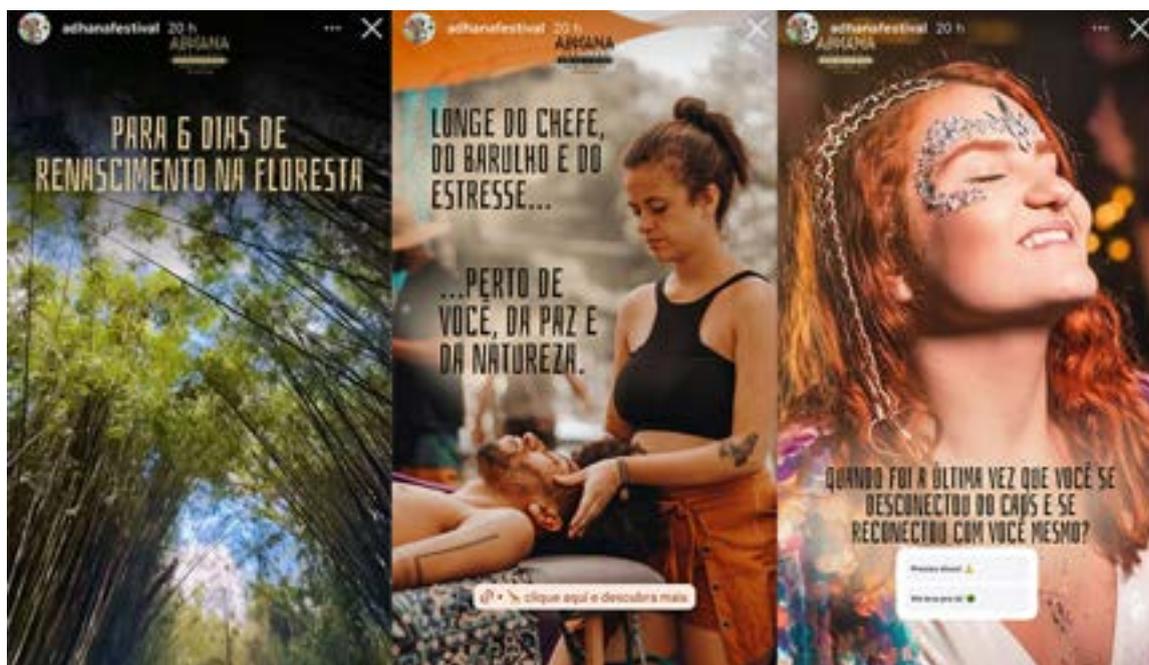


fonte: <https://www.instagram.com/p/DI3oWPwxdZ/> Acessado em abril de 2025

A menos que nos conscientizemos de algo que nosso cliente queira, ele nunca se sentirá convidado para a história que estamos contando (Miller, 2019). Através do instagram, os eventos de psytrance fazem chamadas transitórias ao postar vídeos de suas edições anteriores, momentos de alegria e diversão, de conexão entre as pessoas. Os eventos que investem na comunicação e interação recorrente com o público por meio das redes sociais, alimentam o desejo do cliente pelo momento da celebração. A divulgação de grandes atrações, espaços interativos e diversas atividades como pintura corporal ou prática de yoga, chamam a atenção do consumidor e promovem as experiências oferecidas no festival. Podemos notar essa abordagem nos stories do Adhana Festival¹⁰ (Figura 09).

¹⁰ <https://adhanafestival.com.br/>

Figura 09 - Sequência de storys do festival Adhana, edição de 2025



Fonte: <<https://www.instagram.com/adhanafestival/>> . Acesso em: 20 de jan 2025

O público desse tipo de evento procura se apoiar em uma filosofia ou seguir um determinado estilo cultural para buscar o bem estar. Entender essa necessidade e abordá-la nos ajuda a criar uma promessa de marca que se conecta com os clientes em seu ponto mais profundo de necessidade. O aprofundamento nas necessidades do público gera apaixonados propagadores da marca (Miller. 2019, p.31).

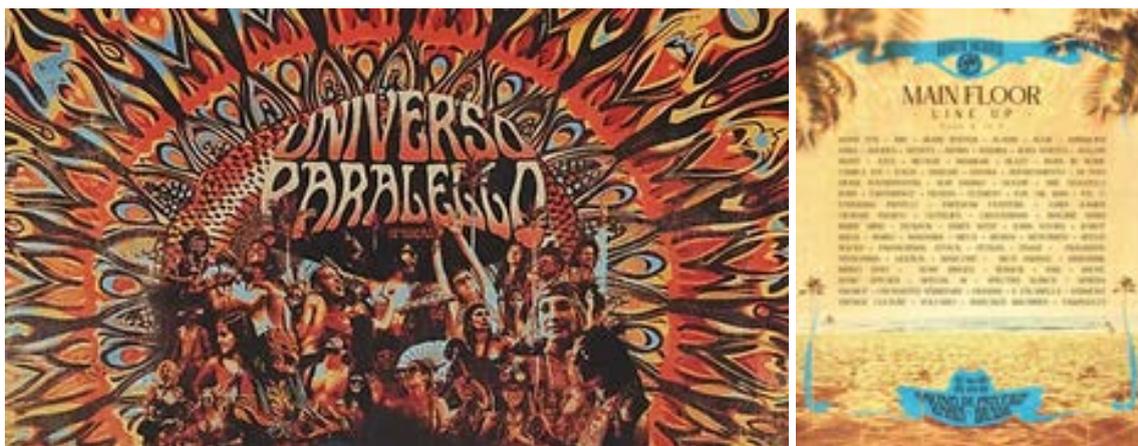
Peón (2009) afirma que a identidade visual, em alguns casos, é o veículo mais evidente que a marca carrega, mas nem sempre é o mais importante. O significado de uma marca é transmitido por meio de símbolos, palavras e ações, e compreender o que uma marca representa acelera seu reconhecimento. Podemos observar na comunicação do Universo Paralello (figuras 10), qual é o significado que o festival deseja transmitir:

Neste espaço, celebramos o reencontro com nós mesmos através do olhar, da música e da essência humana compartilhada durante 8 dias em uma comunidade construída exclusivamente para nós. Exclusivamente para celebrar quem somos [...] Um refúgio de autenticidade a ser descoberta. Sem a distração do cotidiano encontramos uma nova forma de nos conectarmos – não com máquinas, mas com olhares despidos de um ego que só nos divide em uma competição diária da futilidade. (Universo Paralello, 2025)

Visualmente, o Universo Paralello adota uma estética que mescla o tropicalismo psicodélico com elementos visuais indígenas e formas da natureza, além de uma diagramação que caracteriza a modernidade do evento (figura 10). Essa abordagem

estética cria um ambiente imersivo que reforça a conexão com a cultura brasileira, a natureza e a espiritualidade. Em suma, o Universo Paralello sintetiza influências do movimento hippie e da filosofia PLUR, promovendo uma experiência que valoriza a elevação espiritual, a transcendência e a conexão com a natureza. Durante o festival se constrói um senso de coletividade e comunidade, ao proporcionar 13 espaços de convivência. O evento permite que as pessoas desenvolvam autoconhecimento, produzam arte e celebrem a música.

Figura 10 - Arte temática e pôster informativo do Universo Paralello



Universo Paralello. Arte temática 2025. Disponível em: <<https://www.universoparalello.org/>>. Acesso em 07 de fev 2025.

Cartaz informativo line up main floor. Disponível em <<https://wegoout.com.br/noticias/universo-paralello-line-up-2024>>. Acesso em 07 de fev 2025.

Estes festivais fazem parte de uma cultura que resgata muitos aspectos visuais de culturas orientais. Referências do hinduísmo, budismo, e culturas xamânicas são utilizadas para construir estruturas com padrões geométricos, como grandes tendas formadas por mandalas vibrantes e psicodélicas, como na figura 11. No Brasil, os elementos visuais de culturas indígenas geralmente são incorporados em festivais mais *underground*, além do uso de técnicas e materiais eco sustentáveis na estrutura do evento, a chamada arquitetura efêmera. Pinheiro (2019) nos mostra que a arquitetura efêmera ecossustentável é ideal na elaboração de bons eventos, pois é capaz de levar o espectador para um mundo utópico apenas por alguns dias e após o término do evento toda essa estrutura se dissipa e pode ser desmontada e remontada em outro local assumindo outra forma. A escolha da construção de estruturas sustentáveis pode aumentar o valor simbólico do festival, pois mostra o seu compromisso em estar conectado com a natureza e com técnicas ancestrais de construção.

Os projetos de construções efêmeras em festas rave não tem o compromisso com a perenidade, pela curta experiência de convivência do participante com o espaço ali construído, aliada à representatividade, interação, ornamentação e do lúdico, por meio da obra em si, estimulam a

experimentação. Dessa forma, a utilização desse tipo de arquitetura nesse ambiente, representa a conexão com outro cenário, ainda que passageiro. (Pinheiro, 2019, p. 28)

Figura 11 - Boomland 2023



fonte: <<https://www.boomfestival.org/gallery/2023>> . Acesso em 07 de fev 2025

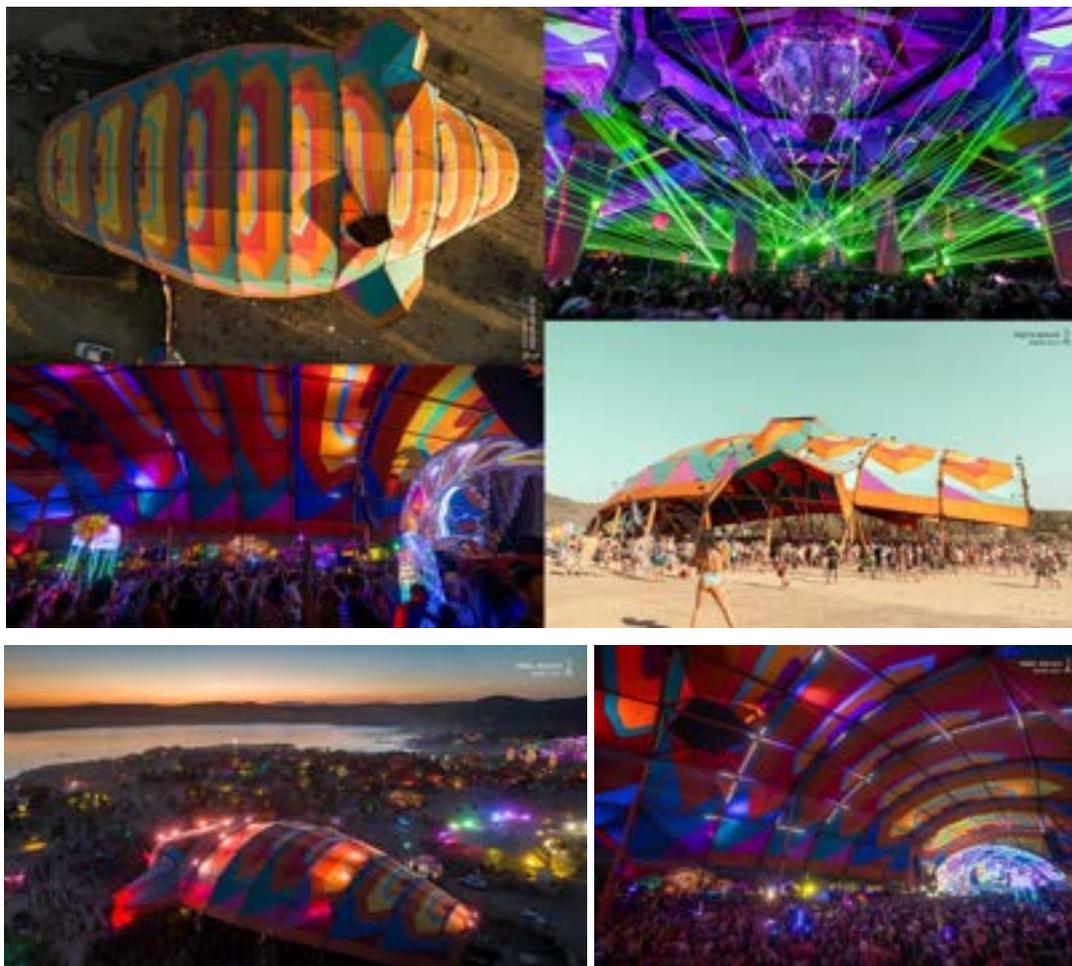
Grandes festivais como o Boom, promovem projetos ecológicos, como programas de reciclagem comunitários e tecnologias verdes inovadoras, diversas atividades coletivas para o desenvolvimento de uma comunidade mais consciente sobre questões ambientais, e espaços interativos e seguros para crianças de até 12 anos se desenvolverem e experimentarem sua criatividade. Essas iniciativas, em sintonia com sua estética tribal e futurista e com a aplicação da arquitetura efêmera sustentável, tornam o festival uma das maiores referências na cultura psytrance.

No coração está o compromisso de equipar os visitantes com conhecimentos práticos e estratégias acionáveis para a preservação ambiental. Participe de oficinas interativas, demonstrações práticas e palestras informativas que abordam uma ampla gama de tópicos, desde práticas de desperdício zero e soluções de energia sustentável até design ecológico e técnicas de conservação. Nosso foco está em capacitar indivíduos e comunidades a fazer mudanças positivas e duradouras em suas vidas diárias. (Boom, 2025 - tradução nossa)

A criatividade e a tecnologia permitem a elaboração de cenários futuristas e orgânicos ao mesmo tempo, com aspecto tribal alienígena e psicodélico. O jogo de luzes, a projeção mapeada no palco, as intervenções artísticas, constroem uma identidade diversificada e efêmera, um ambiente que desperta e provoca a criatividade e imaginação

do público, é um cenário lúdico onde os consumidores criam histórias em suas mentes. Podemos perceber esses significados presentes na construção dos diversos palcos da Boom (figura 12).

Figura 12- Palcos do festival Boom 2023 em diferentes perspectivas



Fonte: <<https://www.boomfestival.org/gallery/2023>> . Acesso em 07 de fev 2025

Silva (2019) afirma que as intervenções artísticas, estáticas e em movimento, constroem uma interação com o público e agregam valor na identidade da festa (figura 13). O que permanece é o sentido de liberdade no imaginário de cada um, a mensagem de paz, amor, união e respeito.

Figura 13- Algumas das intervenções artísticas realizadas na Boom 2023



Fonte: <<https://www.boomfestival.org/gallery/2023>> . Acesso em 07 de fev 2025

Escolher um desejo relevante para o público alvo diz respeito a escolher algo que todos eles precisam em seu nível mais primitivo (Miller, 2019). Existem diversos desejos que correspondem a essa definição, como o desejo de economizar tempo, acumular recursos ou o de ganhar status. Podemos dizer que o público frequentador de raves está muito ligado ao desejo de formar redes sociais e a busca por um significado espiritual e transcendental. Os festivais que promovem espaços seguros e acolhedores, diversas atividades coletivas, e uma experiência imersiva que une música, dança, performance e decoração, atendem a esses desejos com sucesso.

4. METODOLOGIA

4.1 METODOLOGIA DE PESQUISA

Para desenvolver este trabalho, dividimos a pesquisa em duas frentes principais: a revisão bibliográfica e a pesquisa de campo.

Primeiro, buscamos referências em livros, artigos e vídeos para entender o universo do trance e do psytrance, além dos fundamentos do design de identidade. Por

exemplo, exploramos as contribuições de Aguiar (2020) sobre a evolução da cultura EDM, Delfini (2022) e Neto (2021) para compreender as raízes e as práticas do psytrance, bem como os conceitos apresentados por Peón (2009) e Wheeler (2012) sobre identidade visual e branding. Essa base teórica ajudou a montar um panorama que une história, simbolismo e estratégias de comunicação visual.

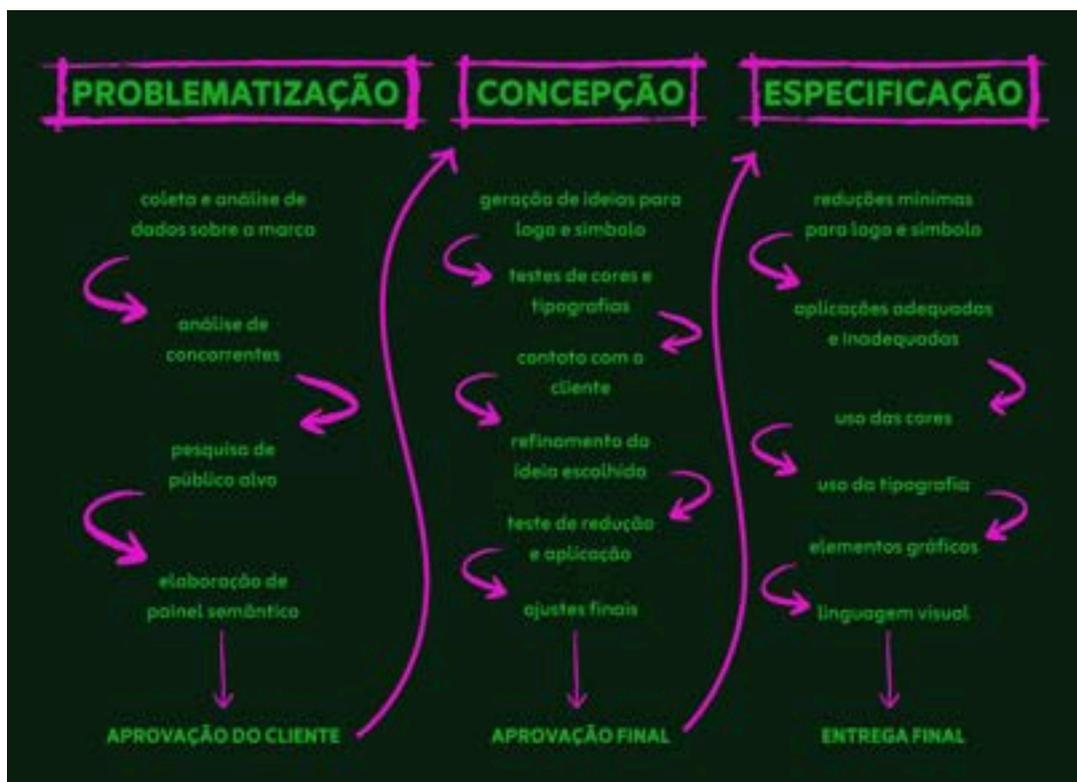
Em seguida, aplicamos um questionário online para captar dados diretamente do público-alvo do festival. A divulgação foi feita pelas redes sociais do evento, e conseguimos 149 respostas. Esse levantamento nos forneceu insights sobre as preferências, expectativas e valores dos frequentadores – dados essenciais para embasar as escolhas de design. Além disso, fizemos uma análise dos concorrentes do setor, o que permitiu identificar tendências e pontos de diferenciação importantes.

Em resumo, essa abordagem teórica e prática possibilitou uma compreensão ampla do contexto cultural e de mercado. Dessa forma, conseguimos orientar o projeto de identidade visual de forma que ele se alinhe à essência do festival Tykyra e às expectativas da sua comunidade.

4.2 METODOLOGIA DE PROJETO

A metodologia aplicada para o desenvolvimento da identidade visual do Festival Tykyra foi guiada pelos princípios metodológicos apresentados por Peón (2009). A abordagem seguiu uma estrutura de etapas organizadas em problematização, concepção e especificações, que visam alinhar o desenvolvimento dos elementos visuais à essência do festival (figura 14).

Figura 14 - Representação da metodologia de Maria Luísa Peón



Fonte: do autor

Na primeira fase - problematização, foram coletados dados sobre a marca junto aos responsáveis pelo festival, incluindo suas expectativas e valores. Paralelamente, foi conduzida uma pesquisa de público para compreender seus desejos, percepções e relação com a cultura psytrance. Também foi realizada uma análise de concorrentes para identificar características visuais relevantes. Com base nos dados levantados, partimos para a concepção, onde foram desenvolvidos rascunhos e esboços iniciais da identidade visual. Essa etapa envolveu testes de aplicação em diferentes formatos e plataformas, refinamento dos elementos visuais e a posterior definição da versão final da marca.

Na etapa de especificação, foi produzido o manual de identidade visual, documentando as diretrizes para aplicação correta da marca. O manual inclui padrões para cores, tipografias, espaçamentos e variações do logotipo. Essa abordagem metodológica visa garantir que a identidade visual do Festival Tykyra reflita seus valores, proporcionando uma experiência conectada ao imaginário cultural do psytrance.

5. Desenvolvimento do projeto

Aqui começa a apresentação do desenvolvimento da identidade visual para o festival Tykyra, baseado na metodologia descrita. É importante destacar que, para este projeto, a logo foi pensada para se manter inalterada nas próximas edições, e os elementos gráficos, cores e tipografia de apoio, para serem usados apenas na edição raízes. Este projeto foi realizado como estudo, em parceria com o festival, então não houve uma proposta comercial nem contrato de prestação de serviço.

5.1. Problematização

De acordo com Peón (2009), a problematização é o levantamento dos recursos disponíveis (objetivos e simbólicos), as operações necessárias para o alcance da solução, e os parâmetros para a aplicação destes recursos e operações. O primeiro passo é ter uma conversa direto com o cliente, geralmente em casos onde ainda não existe uma marca, apenas uma ideia. Ou uma reunião com a equipe responsável, caso a marca já exista. Esse primeiro contato serve para ter noção da visão do cliente sobre seu negócio, um pouco da história da marca, ou da história por trás da ideia. Neste momento será feito o briefing, que consiste num resumo da situação do negócio, para que as etapas seguintes tomem como base essas necessidades.

5.1.1 Perfil do cliente (ou dados sobre o negócio)

- **História da marca (pontos relevantes, positivos e negativos):**

A marca surgiu em novembro de 2019, não podendo realizar o seu primeiro evento por causa da pandemia (marcado para abril de 2020) até junho de 2022. O seu segundo e último evento foi em janeiro de 2023. A edição de 2023 arrecadou alimentos que foram doados para a comunidade Sonho Verde, em Mangabeira, e ração para o Abrigo da Michele, em João Pessoa. No dia 25 de fevereiro de 2023, a Tykyra, junto com o Instituto Paraíba de Sustentabilidade, promoveram o Dia V, um movimento de limpeza na praia de Tambaú. O Dia V é uma iniciativa da Papelito Brasil no mês de fevereiro.

- **O que faz:**

- Festival de Psytrance.

- **Como faz:**

- A Tykyra busca espaços tranquilos, refrescantes, em meio a natureza, se preocupando com o descarte correto de resíduos, oferecendo diversos pontos de lixo, e um serviço de coleta, caso seja necessário. O festival também utiliza métodos sustentáveis na arquitetura do evento, e oferece uma variedade de atividades e intervenções artísticas.

- Porque faz:

- Os Sócios são apaixonados pela cultura underground de psytrance, e têm o desejo de impulsionar o movimento na Paraíba e região Nordeste, e dar destaque à DJs regionais.

- Pra quem faz (público-alvo):

- Pessoas que valorizam o estilo musical, gostam de estar na natureza e valorizam a liberdade de expressão saudável. O detalhamento do público será feito no tópico Análise de Público Alvo.

- Aspecto emocional e social (como o público deve se sentir no evento):

- Livre para se expressar através da dança e se conectar com a natureza.

- Diferencial e propósito:

- Dar visibilidade à DJs regionais de psytrance, promover um evento limpo, sustentável e bonito, desenvolver ações de solidariedade e sustentabilidade em João Pessoa.
- FORTALECER A CENA CULTURAL DE PSYTRANCE NO NORDESTE BRASILEIRO

- Característica mais marcante:

- Evento underground sustentável
- Preocupação com o bem estar e conforto dos consumidores.

- Objetivos (curto a longo prazo): conseguir investidores para a edição 2025, produzir um evento melhor do que a última edição, gerar lucro físico (verba para investir em futuros eventos) e simbólico (reconhecimento na cena), projetar sequência de edições que consolidem o festival no mercado.

- Possíveis parcerias e patrocínio: Papelito Brasil, Monster Energy, Multiverso Coletivo.

- Posicionamento simbólico: Festival de cultura e arte trance, sustentabilidade social e ambiental, promoção do mercado local (DJs, intervenção artística, artesanato, serviços e atividades).

- Identidade atual: a marca que está sendo utilizada apresenta uma tipografia bold, sem serifa e com bordas circulares, além de ter detalhes de separação que podem ser interpretados como gotas pingando da letra. O símbolo da gota em si é estilizado como se fosse uma frequência sonora em formato de gota, que em algumas aplicações substitui a letra A do nome Tykyra (figura 15).

Figura 15 - Logo inicial



Fonte: do evento

5.1.2 Análise de Público-Alvo

Para fazer uma análise aprofundada do público, e poder entender seus valores e desejos, foi feito um questionário por meio do Google Forms (anexo 1), onde as perguntas buscam analisar o ponto de vista do consumidor sobre o mercado de festivais de psytrance. Foram abordadas questões como a preferência musical do público, quais atividades eles mais participam no evento e o que eles acham da cena regional de psytrance. O questionário foi divulgado por meio do perfil de instagram do evento e do designer responsável, e obteve um total de 149 respostas. A seguir está uma análise detalhada das respostas. Para compreender melhor a relação entre as perguntas discursivas, utilizou-se como ferramenta de análise a geração de nuvem de palavras, onde as maiores palavras são as que mais foram citadas na pesquisa, dessa forma temos noção dos principais interesses do público. O resultado das perguntas objetivas foram expostos por meio dos gráficos gerados pelo próprio Google Forms.

5.1.2.1 Análise de perguntas abertas

Pergunta 09 - O que você espera do line up¹¹ de um festival?

Os participantes responderam que esperam um festival de trance com a seleção perfeita: bruxaria, dark, forest, Goa, e muito Full On., além de variedade, organização, construção sonora, DJs

¹¹ O Line-up é um elemento fundamental na organização de eventos, sendo responsável por atrair o público, criar expectativa e garantir o sucesso da programação. Com uma curadoria cuidadosa e uma divulgação eficiente, o Line-up pode transformar um evento comum em uma experiência inesquecível para os espectadores.

renomados e talentos locais, com harmonia, melodia, e psicodelia. Também houve respostas enfatizando line-up progressivo, representatividade feminina, valorização dos artistas regionais, diversidade de vertentes, e conexão emocional. Empatia e respeito em uma jornada de sets que entregam a alma dos DJs (figura 17).

Figura 17 - Nuvem de palavras 02



fonte: do autor

Pergunta 10 - Você consome os produtos, serviços, ou atividades que os festivais proporcionam? Quais? (ex: artesanato, massagem, pintura corporal, intervenção artística).

A pesquisa mostra que o público geralmente aproveita tudo que o festival tem a oferecer além da música, desde intervenções artísticas e massagens, até artesanato e chillout. A diversidade de experiências contribui para uma imersão completa no evento. Na figura 16, temos a nuvem de palavras, evidenciando que o serviço de maior interesse do público é a intervenção artística.

Figura 16 - Nuvem de palavras 01



fonte: do autor

Pergunta 12 - O que você acha da cena regional de psytrance atualmente?

A análise da cena regional de psytrance revela uma mistura de opiniões e desafios (figura 18). Enquanto alguns apontam a comercialização e falta de essência, outros destacam o crescimento e diversidade de talentos. A valorização dos artistas locais, a necessidade de reeducar o público e a importância da cultura e do respeito são temas recorrentes. Existe uma busca por equilíbrio entre festas comerciais e eventos menores, visando oferecer experiências autênticas e conectadas à psicodelia. Iniciativas de integração, conscientização e valorização dos talentos regionais são apontadas como fundamentais para fortalecer a cena.

Figura 18 - Nuvem de palavras 03

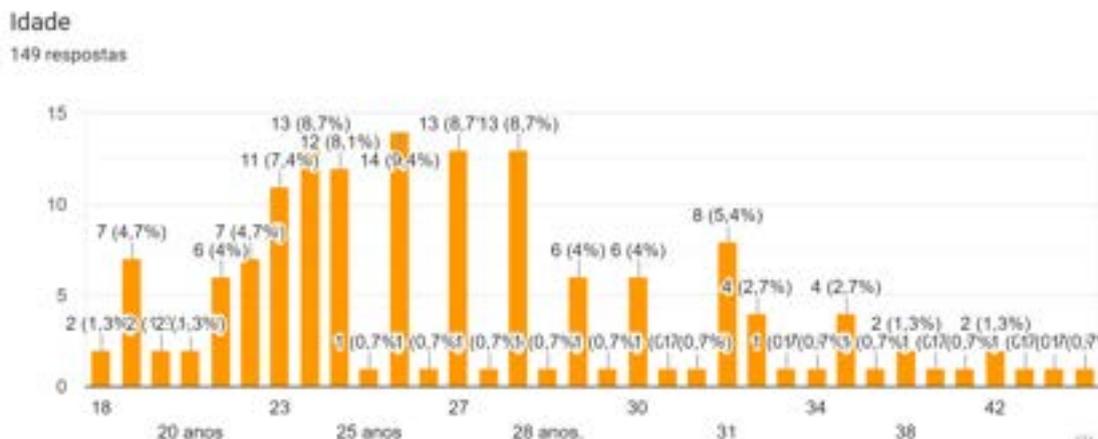


fonte: do autor

5.1.2.2 Análise de perguntas objetivas

Com base nas respostas de idade dos consumidores, estabelecemos um perfil de cliente entre 18 e 32 anos Figura 19.

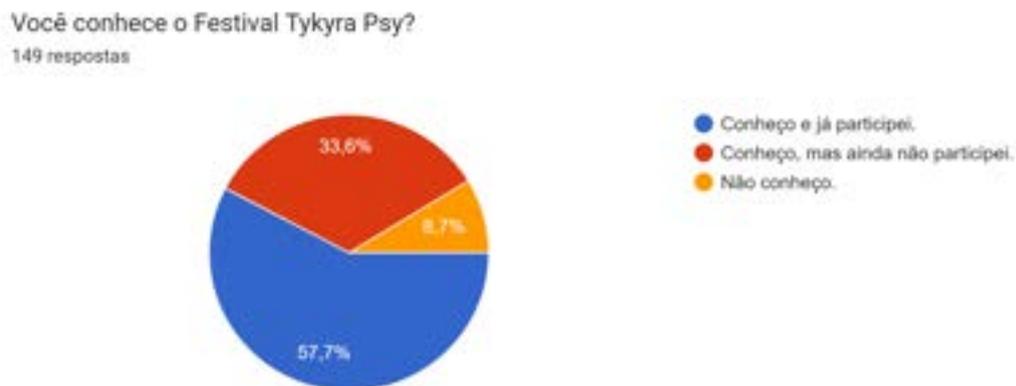
Figura 19 - Respostas da pergunta (Idade) em gráfico de tabela



fonte: do autor

O festival começou a chamar atenção após suas duas edições, através do Instagram, vem mostrando seu diferencial construindo uma comunidade ansiosa pelas próximas edições (figura 20).

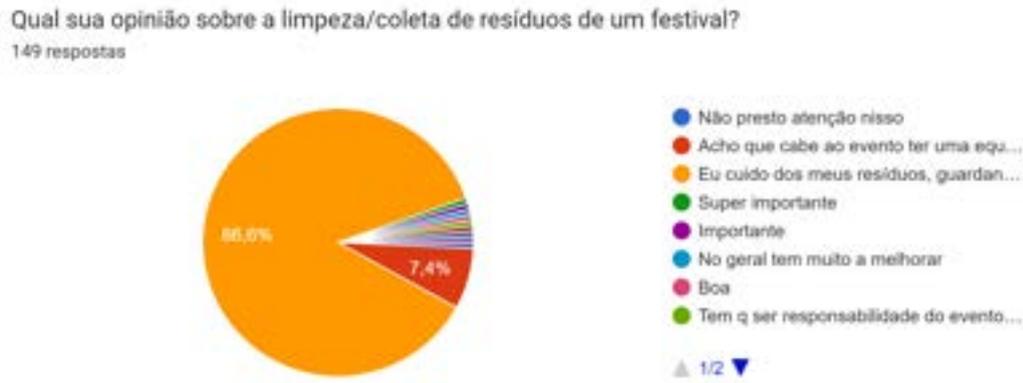
Figura 20 - Respostas da pergunta (Você conhece o Festival Tykyra Psy?) em gráfico de pizza



fonte: do autor

Com a pergunta da figura 21, podemos perceber que o público de eventos mais underground tem uma preocupação maior com o descarte adequado de resíduos durante a festa. Essa característica reforça o aspecto de cuidado e respeito à natureza presente na comunidade.

Figura 21 - Respostas da pergunta (Qual sua opinião sobre a limpeza/coleta de resíduos de um festival?) em gráfico de pizza



fonte: do autor

A partir da figura 22 nota-se que a construção do line up, a preocupação com a limpeza, segurança e localização do evento, e um espaço para redução de danos, são requisitos muito decisivos da hora de escolher um evento para participar. Os consumidores estão em busca de uma experiência em um ambiente seguro e agradável.

Figura 22 - Respostas da pergunta (Classifique os fatores listados como critérios de avaliação na hora de escolher um festival.) em gráfico de tabela



fonte: do autor

Com base nos dados do questionário, foi possível definir um perfil de público-alvo. Essa definição é importante para o processo de construção de uma boa marca, pois ajuda a entender como comunicar seus valores e se conectar com o público, por meio de uma linguagem verbal e visual, que serão definidas na próxima fase.

5.1.3 Perfil de Público-Alvo

A partir da análise das respostas ao questionário, foi possível traçar o seguinte perfil de consumidor do evento:

Faixa etária

O público predominante está entre **18 e 32 anos**.

Profissão e ocupação

A maioria são **estudantes e profissionais autônomos**, com forte presença de pessoas ligadas à área criativa, cultural e artística.

Localização

Grande parte do público está concentrada em **João Pessoa - PB e cidades vizinhas**, mas também há interesse vindo de outras regiões do Nordeste.

Interesse musical e participação em festivais

O público já é inserido na cena da música eletrônica, sendo **familiarizado e apaixonado pelo psytrance**. Além do psytrance, alguns podem ter interesse em outras vertentes da música eletrônica alternativa.

Valores e mentalidade

- **Adeptos da filosofia PLUR** (Paz, Amor, União e Respeito), acreditam na conexão entre pessoas e na importância da comunidade trance.
- Buscam **eventos sustentáveis**, se preocupam com o impacto ambiental e valorizam ações ecológicas.
- Apreciam **festivais que oferecem mais do que música**, como experiências sensoriais, intervenções artísticas, chillout spaces e atividades extras.

Critérios para escolher festivais

1. **Ambiente seguro, limpo e confortável** para aproveitar a experiência.
2. **Line-up** com DJs de qualidade, especialmente da cena nacional e regional.
3. **Localização acessível**, que permita uma boa experiência de deslocamento.
4. **Experiências imersivas e culturais**, além da música (atividades, arte, vivências).
5. **Sustentabilidade** na estrutura e nas práticas do evento.

Aspecto emocional e social

O público busca um **espaço de liberdade, expressão e conexão com a natureza e com outras pessoas**. Querem um ambiente que permita imersão na cultura trance, com boa estrutura e sem preocupações excessivas com segurança ou desconforto.

5.1.4 Contextualização simbólica

Por meio da observação do público alvo, podemos perceber diversos conceitos que fazem parte da construção imaginária do universo deles. A identidade visual serve para agregar à imagem da marca conceitos que a valorizem para seus consumidores.

Assim, é preciso compreender este universo e aprender a sua lógica para lançar mão de elementos que o expressem de uma forma tão natural que levem a uma identificação também natural entre o público-alvo e o objeto. Ou seja, é preciso compreender e aplicar o código daquele universo, que nem sempre é o mesmo do designer ou do próprio cliente. (PEÓN. 2009, p.50)

É preciso selecionar os conceitos que devem ser prioritariamente agregados, porque é muito difícil uma solução visual que reúne diversos conceitos não se tornar excessiva, redundante, de memorização difícil (PEÓN. 2009). Para a tykyra, foram selecionados dois conceitos principais: tribalismo e psicodelia, que devem ser a base para o desenvolvimento da logo, grafismos e linguagem visual. a forma da gota será incorporada no símbolo do evento, e será feita a estilização de raízes de mangue para compor a linguagem visual desta edição.

5.1.5 Estudo de Similares

Um negócio nunca é totalmente único e exclusivo no mercado, a maioria das marcas possuem diversos concorrentes relacionados ao seu nicho de atuação. Para desenvolver uma comunicação que gere diferenciação dos concorrentes, e que transmita a mensagem da marca de forma singular, é necessário entender quais são os players¹² similares, e os concorrentes diretos do negócio, e fazer uma análise de seu posicionamento e sua comunicação visual.

Ao conversar com o cliente, foi elencada uma lista de eventos considerados como referência. Além disso, foram analisados outros eventos que têm como público alvo os mesmos consumidores da Tykyra, que também podem ser considerados concorrentes.

Dentre as referências citadas pelo cliente, estão o Baobá festival, Anacã Festival, Pulsar Festival, Origens Gathering e Ziohm. Apesar de terem estéticas visuais diferentes entre si, todos se apresentam em perfis do instagram como festivais de música, arte e cultura alternativa, alguns citam os termos sustentabilidade, espiritualidade, ou psicodelia, como é o caso do Pulsar Festival (figura 23). O local do Pulsar Festival é conhecido por sua beleza natural, destacando-se a Cachoeira Alta, uma queda d'água de

¹² empresas ou organizações que têm grande relevância e influência em um determinado setor ou segmento da economia.

110 metros que proporciona um cenário paradisíaco para os participantes. A estrutura do evento inclui palcos para apresentações musicais, áreas de cura, espaços para workshops e uma praça de alimentação diversificada. O festival pode receber um público entre 3.000 e 5.000 pessoas por edição.

Figura 23 - descrição do perfil do Pulsar Festival



Fonte: <https://www.instagram.com/pulsarfestival/> Acesso em junho 2025

Alguns desses festivais não investem em uma linguagem visual que transmita sua essência e crie pregnância nas redes sociais, utilizando apenas fotos e vídeos das edições anteriores para alimentar o conteúdo. Esse tipo de comunicação pode funcionar, se a direção fotográfica do evento for muito bem pensada para transmitir a essência do festival, ou se a tipografia for característica e única do evento, como no caso da Boom. Mas quando acontece falta de planejamento, acaba prejudicando a mensagem que o evento está transmitindo para seu público.

Em alguns casos, é elaborada uma única composição gráfica que será reproduzida em várias postagens de divulgação ou informativas durante a prévia de uma edição, como é o caso do Origens Gathering (figura 24), que é um festival anual de arte e cultura psicodélica realizado no Rio Grande do Sul. Desde sua primeira edição, o evento tem como missão proporcionar uma experiência imersiva que combina música, arte e vivências coletivas em um ambiente acolhedor e profissional. Para a edição de 2025, o festival está utilizando apenas uma composição gráfica como plano de fundo, interpretada como um cenário de uma natureza exótica, com uma grande árvore centralizada compondo a imagem, os Djs estão sendo divulgados dentro de uma moldura de raízes ou cipós, e a tipografia de apoio é uma fonte básica sem serifa, que pode variar entre branco e amarelo, dependendo na necessidade de destaque da informação.

Figura 24 - publicações no feed do Origenes Gathering



Fonte: <https://www.instagram.com/origensgathering/> Acesso em março 2025

Um festival citado pelo cliente, com identidade visual rica em detalhes e variações é o Baobá Festival. Para a divulgação da edição de 2025, o evento escolheu uma tipografia que é semelhante às antigas runas nórdicas, uma paleta de tons de verde musgo e uma textura de madeira para compor as publicações, além da manipulação de imagens para transmitir uma sensação de misticismo e magia (Figura 25).

Figura 25 - Publicações no feed do Baobá Festival



Fonte: <https://www.instagram.com/baobafestival/> Acesso em fevereiro 2025

O cuidado na transmissão da essência estética do evento por meio da comunicação nas redes sociais, faz com que o público alvo tenha muito mais interesse em acompanhar o conteúdo do perfil e participar do evento.

Em relação aos concorrentes diretos, podemos analisar a Espiral PB, Pantheon Psy, Masuni Festival, e os coletivos Boikot e Amonati. A Pantheon realizou sua sexta edição, intitulada Fractais do infinito, no dia 8 de março de 2025. A comunicação do evento é feita grande parte por meio de reels no instagram, com uma estética vibrante e psicodélica. A figura 26 apresenta a composição oficial desta edição, nela é possível identificar diversos elementos, flores, fractais, profundidade, um rosto, fluidos, e uma variedade de cores, além de uma tipografia estilizada.

Figura 26 - Composição gráfica oficial da sexta edição Pantheon Psy



Fonte: <https://www.instagram.com/p/DFVIE43x9T5/> Acesso em junho 2025

Já o Masuni Festival é uma novidade, sua estreia foi no dia 19 de Abril de 2025, e contou com a presença de quatro DJs da cena regional. Masuni, assim como tykyra, é uma palavra em tupi, que significa caracol. A primeira edição apresenta uma identidade tribal, com grafismos de origem indígena, e uma paleta de cor verde e off white, como podemos ver na Figura 27.

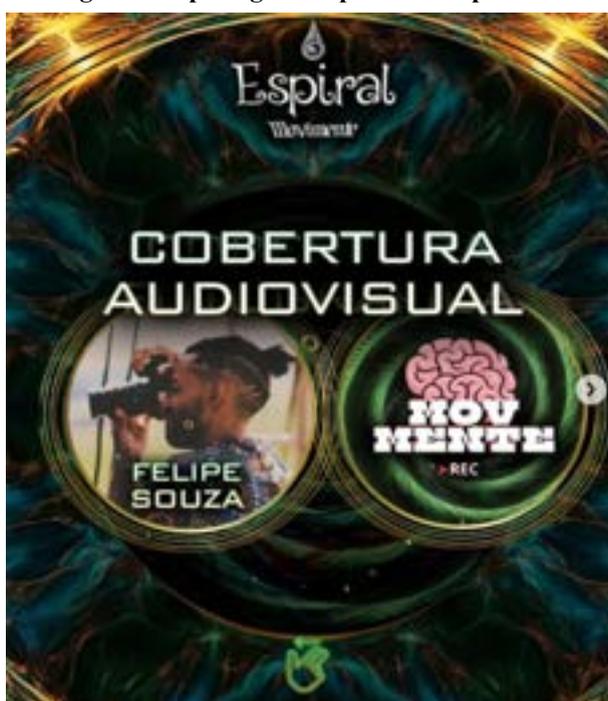
Figura 27 - post no perfil do Masuni Festival



Fonte: <https://www.instagram.com/masunifestival/> Acesso em junho 2025

A Espiral PB, em sua última edição, optou por elaborar uma composição que pode representar um túnel ou um portal circular, como vemos na Figura 28. O símbolo é quase uma gota que forma uma espiral, a tipografia principal tem detalhes em espiral também, e a tipografia complementar é uma geométrica sem serifa, todos esses elementos são apresentados na cor branca com fundo texturizado.

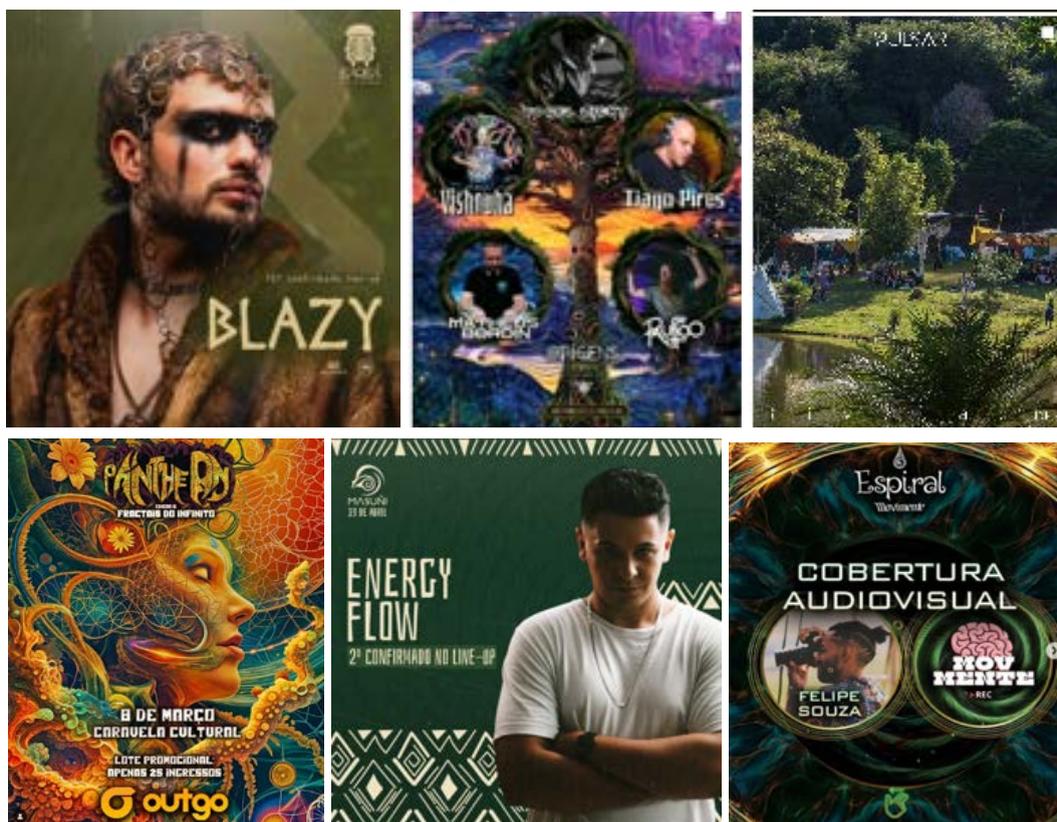
Figura 28 - postagem no perfil da Espiral PB



Fonte: https://www.instagram.com/p/DEIGs8ppT8A/?img_index=1 Acesso em junho 2025

A seguir (figura 29), é apresentado um painel com visão geral dos concorrentes e similares:

Figura 29- visão geral de concorrentes e similares



Fonte: <https://www.instagram.com/pulsarfestival/> <https://www.instagram.com/origensgathering/>
<https://www.instagram.com/baobafestival/> <https://www.instagram.com/p/DFVIE43x9T5/>
<https://www.instagram.com/masunifestival/>
https://www.instagram.com/p/DEIGs8ppT8A/?img_index=1

Acesso em junho 2025

5.1.6 Requisitos e restrições

Aqui determinamos alguns critérios de avaliação da identidade que está sendo produzida, para garantir que o material gráfico esteja de acordo com o que a marca deve transmitir como mensagem.

Os critérios estabelecidos foram os seguintes:

- Transmitir psicodelia.
- Representar raízes.
- Estilizar uma gota como símbolo da marca.
- Não se parecer com os concorrentes diretos.

5.1.7 Painel semântico

O painel semântico é um quadro de referências que vão guiar a concepção da identidade visual do projeto. Ele é definido após toda a etapa de problematização, após o diagnóstico da marca, pois serve como um reflexo de como ela deve se comportar visualmente. Dessa forma foi elaborado o painel na figura 30, que representa a estética que a Tykyra deve transmitir na edição raízes.

Figura 30 - Painel semântico da Identidade Visual da Tykyra



Fonte: do autor

5.2. Concepção

A concepção consiste em definir a solução visual a partir de diversas alternativas geradas, e de suas testagens junto a amostras do público alvo e ao próprio cliente. Nessa fase devemos observar alguns itens da etapa de problematização, como a definição dos conceitos gerais que devem ser transmitidos pela identidade visual. Nesse projeto foram adotados os conceitos de tribalismo e psicodelia. Definição de elementos concretos aos quais a identidade pode estar associada. Para a identidade da Tykyra, nos apropriamos da estilização psicodélica da gota, pois tykyra significa gota em tupi, e foi feita uma representação abstrata de raízes de mangue e de siris, para serem usados como grafismos de apoio.

Ao longo dessa etapa, foram feitas diversas consultas ao cliente para a revisão e confirmação do material que está sendo produzido. À medida que as alternativas foram desenvolvidas, naturalmente alguns partidos foram surgindo. Num determinado momento, parece claro que o caminho a ser seguido está em algumas das alternativas geradas.

A seguir, na figura 31 apresentamos a evolução das ideias para o símbolo, com estudos de cores e tipografia. Os testes iniciais visam mesclar outros elementos com a gota, como a tartaruga, que é um animal nativo da região, e o caju, que também é típico do nordeste. Mas logo essas alternativas foram descartadas, por serem muito complexas e de difícil entendimento, além de apresentarem problemas de visibilidade em proporções pequenas. Apenas a gota estilizada se mostrou sendo o caminho ideal para o símbolo.

Figura 31 - Esboços na etapa de concepção da marca



Fonte: do autor

Na figura 32 foram feitos testes tentando mesclar a gota com um caju psicodélico, mas essa ideia foi logo descartada por não fazer sentido com direcionamento proposto na problematização.

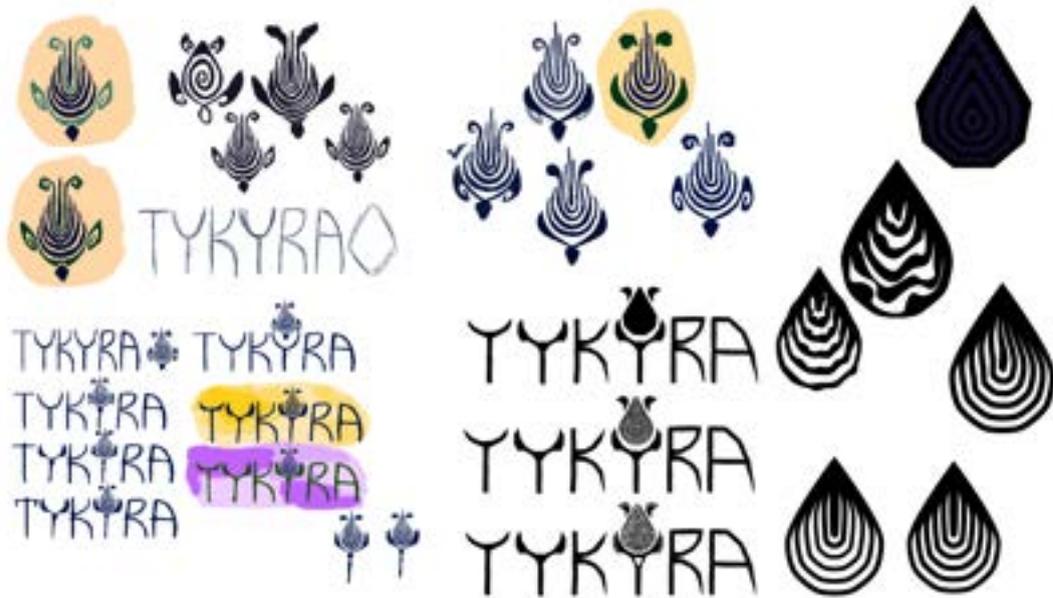
Figura 32 - Esboços de concepção unindo a gota com elementos do nordeste



Fonte: do autor

Novos testes foram feitos tentando mesclar a tartaruga com a gota e a tipografia, como podemos ver na figura 33, mas essa ideia também foi descartada, pois, como foi dito no tópico de Contextualização Simbólica: é preciso selecionar os conceitos que devem ser prioritariamente agregados, porque é muito difícil que uma solução visual que reúne diversos conceitos, não se torne excessiva, redundante, de memorização difícil (PEÓN. 2009).

Figura 33 - Testes de símbolo e tipografia



Fonte: do autor

Na figura 34, apresentamos o refinamento da direção definida após diálogo com o cliente, definindo o símbolo da estilização apenas de uma gota psicodélica sendo incorporada à letra Y. Novos testes de forma com a gota foram desenvolvidos, e o grid de disposição tipográfica também começou a ser ajustado. Nessa fase, a estrutura principal da tipografia já foi definida, a partir de então foram feitos alguns ajustes para deixar a composição mais harmônica e coerente.

Figura 34 - Direcionamento



Fonte: do autor

Na figura 35, foram realizados mais testes dae forma da gota. Tentando trazer cada vez mais a ideia de psicodelia, foi sendo moldado um fluxo dentro da própria gota, como se ela fosse um fluido mágico hipnotizante. Também foi analisado um ruído entre a letra T e o restante da tipografia, pois o T foi concebido com três traços, mas outras letras como o R e o A apresentam apenas dois traços, então a letra T também começa a ser ajustada.

Figura 35 - Refinamento



Fonte: do autor

Na figura 36, o T foi ajustado para entrar em sintonia com o estilo proposto, os Y também foram ajustados para terem um peso mais semelhante com o restante das letras. Além disso, foi definido o grid de disposição dos elementos, onde a gota invade o espaço do segundo Y, sendo incorporada à ele. Nessa fase foi definida a seguinte especificação técnica: Não aplicar a tipografia separada da gota, ou seja, a logo tipográfica será aplicada sempre com a gota presente.

Figura 36 - Desenvolvimento de grid tipográfico da marca



Fonte: do autor

Na figura 37 e 38,, começam a ser feitos os testes de paleta de cor...

Figura 37 - Desenvolvimento dos testes de cores para a marca



Fonte: do autor

No início as cores eram inspiradas em florestas, as raízes e o crepúsculo do amanhecer, mas a ideia de ter laranja na logo foi contra a restrição de não se parecer com os concorrentes diretos, porque o Coletivo Boikot já utiliza verde escuro e laranja em sua paleta.

Figura 38 - outros testes de cor



Fonte: do autor

Sendo assim, foram sendo feitas várias alternativas de aplicações (figura 39), até chegar ao resultado da figura 40, uma paleta composta por um verde escuro, um verde claro vibrante e um rosa neon. Essas cores apresentam um ótimo contraste entre si e transmitem a sensação de êxtase e psicodelia.

Figura 39 - novos testes de cor



Fonte: do autor

Também foi decidido, em conjunto com o cliente, retirar a palavra “festival” da logo, pois estava sendo considerado um ruído visual desnecessário, já que a festa ainda não se enxergava e nem era vista pelo público como tal. A seguir, na figura 40, está a logo e a paleta de cores aprovada pelo cliente.

Figura 40 - Definição da paleta cromática



Fonte: do autor

Em seguida, foram feitos testes tipográficos para a tipografia de apoio, buscando fontes com boa legibilidade e leitura, pertencentes a uma família tipográfica completa e disponíveis gratuitamente para uso comercial. Ao final da pesquisa, a família tipográfica

escolhida foi a Zain (texto circulado na figura 41), caracterizada por ser uma fonte sem serifa, com detalhes fluidos que entram em sintonia com a proposta da marca.

Figura 41 - Processo de concepção da tipografia de apoio

Zain
Um festival de trance com a vibe perfeita: bruxaria, dark, forest, Goa, e muito Full On! Variedade, organização, construção sonora, DJs renomados e talentos locais, harmonia, melodia, e psicodelia. Line-up progressivo, representatividade feminina, valorização dos artistas regionais, diversidade de vertentes, e conexão emocional. Empatia, respeito, sustentabilidade. Uma jornada de sets que entregam a alma dos DJs.

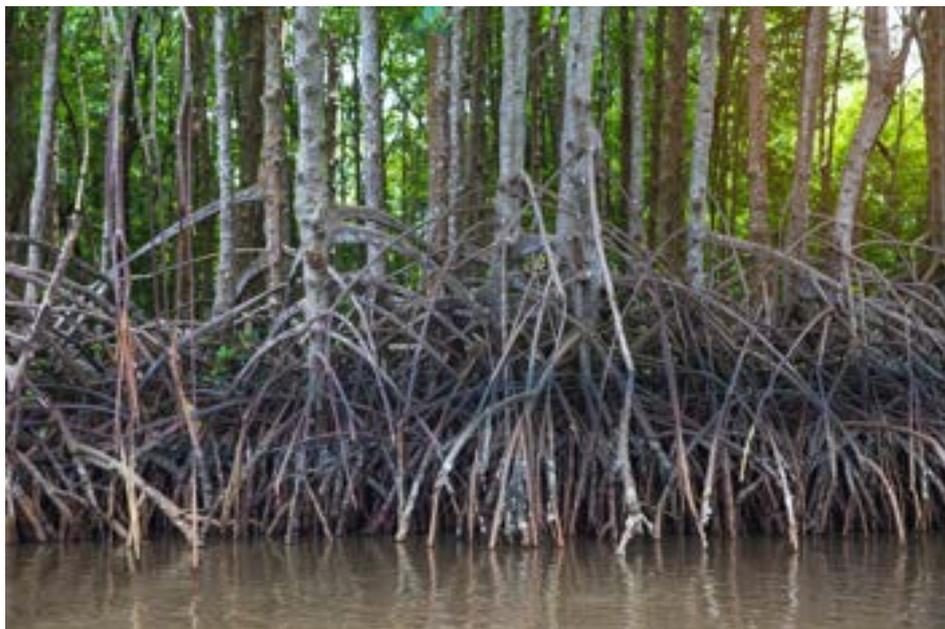
Broadsheet
Um festival de trance com a vibe perfeita: bruxaria, dark, forest, Goa, e muito Full On! Variedade, organização, construção sonora, DJs renomados e talentos locais, harmonia, melodia, e psicodelia. Line-up progressivo, representatividade feminina, valorização dos artistas regionais, diversidade de vertentes, e conexão emocional. Empatia, respeito, sustentabilidade. Uma jornada de sets que entregam a alma dos DJs.

Roca
Um festival de trance com a vibe perfeita: bruxaria, dark, forest, Goa, e muito Full On! Variedade, organização, construção sonora, DJs renomados e talentos locais, harmonia, melodia, e psicodelia. Line-up progressivo, representatividade feminina, valorização dos artistas regionais, diversidade de vertentes, e conexão emocional. Empatia, respeito, sustentabilidade. Uma jornada de sets que entregam a alma dos DJs.

Fonte: do autor

Com a logo, o símbolo, a paleta de cores e a família tipográfica de apoio definidas, chegou o momento de desenvolver os grafismos e a iconografia de apoio. Para essa etapa, foi realizado um processo de observação das raízes, como elas são retratadas em fotografias e ilustrações. Refletimos como seria possível representar raízes de uma forma que fizesse sentido com a proposta da marca, que não fosse algo genérico. Foi observado que as raízes exóticas do mangue (figura 42), que é um bioma nativo da região, apresentam uma forma semelhante à tipografia desenvolvida, e que podem ser estilizadas para entrar em sintonia com a identidade visual proposta.

Figura 42 - raízes de mangue



Fonte:

https://br.freepik.com/fotos-premium/raizes-de-manguezais-na-fertil-floresta-de-mangue_5506821.htm

Acesso em junho 2025

Sendo assim, foram desenvolvidas quatro ilustrações de apoio representando raízes de mangue (figura 43), que foram utilizadas em diversas aplicações, como em postagens para rede social, copos e pulseiras.

Figura 43 - ilustração de raízes de mangue



Fonte: do autor

Também foi decidido ilustrar siris presentes no ecossistema do mangue, mais conhecidos como ‘chama marés’. Para isso foi feita uma pesquisa de referências fotográficas desses seres, conforme é visto na figura 44.

Figura 44 - pesquisa de referências de de siris para desenvolvimento de aplicações para o projeto



Fonte:

<https://www.alamy.com/mara-bahia-caranguejo-chama-mar-caranguejo-chama-mar-crustceo-fauna-natureza-mara-sul-da-bahia-bahia-nordeste-brasil-image209020688.html>

<https://br.pinterest.com/pin/993184524077643509/>

<https://br.pinterest.com/pin/993184524063858082/> Acesso em junho 2025

A partir das referências coletadas, foram realizados rascunhos de seis siris (Figura 45).

Figura 45 - rascunhos de siris ilustrados



Fonte: do autor

Por meio desses rascunhos, foram desenvolvidas ilustrações estilizadas (Figura 46), com uma estética tribal e psicodélica, de acordo com o painel semântico proposto.

Figura 46 - ilustração de siris psicodélicos



Fonte: do autor

Também foi desenvolvida uma ilustração que representa um siris com pernas que são raízes de mangue (Figura 47) para ser aplicada nas costas das camisetas promocionais. Essa figura será o símbolo da edição raízes.

Figura 47 - Ilustração de siri com raízes



Fonte: do autor

A iconografia foi desenvolvida para ser aplicada nos destaques do perfil do instagram da festa. Os ícones de primeira e segunda edição foram baseados nas estruturas geométricas confeccionadas para cada edição (Figura 48).

Figura 48 - estruturas geométricas presentes no evento



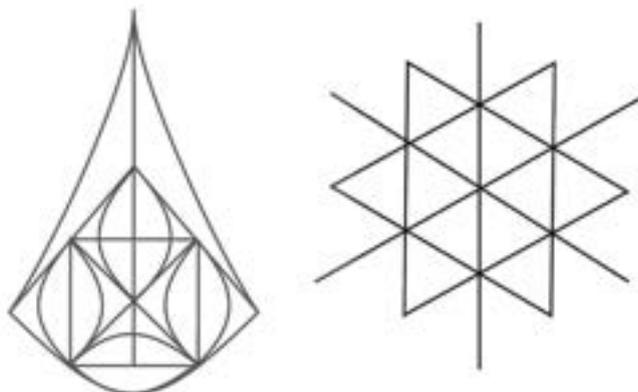
Fonte:

https://photos.google.com/share/AF1QipPKj84MsI_HIM3JUomcBU-uwv8E91AW1nkl-XRjiXf38i6lfbBsGyaNNWgkniNZBA/photo/AF1QipMryIdPHXgaVk-gHIi5aL1Ivp2Ive9rHIi6qI7D?key=dnotaGZLZjZKUkdNYkNmRTFnNFRUd0FjSHhZWHRn

https://photos.google.com/share/AF1QipNliXdhBVFwjiO0AkuEFa7piC7sz5YIDFvxSphogURm14z_usC_KRzdJCjJbSyo-zgA/photo/AF1QipN2XtiorHcmz1Tcse1ryaS43_cLFhOxjJKWL16f?key=VGIfMG50X09tS2s1d3k3aFNxdTdqcG5DV3NkdktB Acesso em junho 2025

Com base nessas estruturas, foram feitas sínteses da forma geométrica básica presente nelas (figura 49).

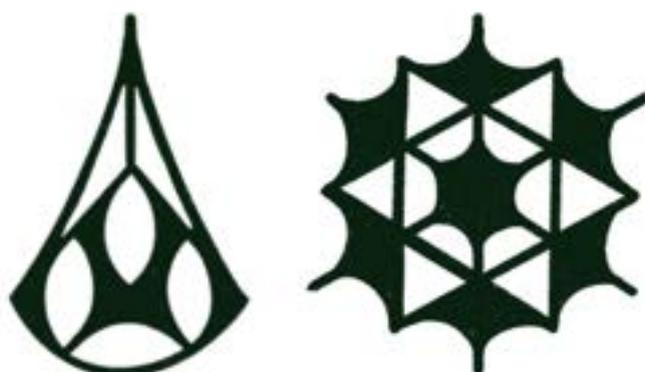
Figura 49 - rascunho de figuras geométricas



Fonte: do autor

Após essa etapa, foi feita a ilustração digital dos ícones que representarão as edições, utilizando o mesmo pincel em todas as ilustrações desenvolvidas, para manter a coerência visual (figura 50)

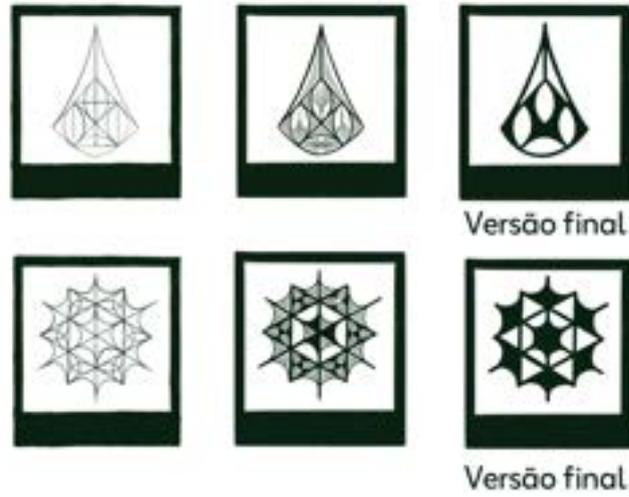
Figura 50 - iconografia representando edições anteriores



Fonte: do autor

A partir desses ícones, foram feitos os ícones que representam as fotografias de cada edição (figura 51), apenas adicionando a forma de uma foto de polaroid ao redor do ícone das edições. Alguns pequenos detalhes foram descartados, pois não seriam percebidos com o ícone em versão reduzida.

Figura 51 - iconografia de fotos



Fonte: do autor

Em seguida, o palco da primeira edição (figura 52) foi utilizado como referência para o desenvolvimento do ícone de montagem.

Figura 52 - palco da primeira edição do evento



Fonte:

https://photos.google.com/share/AF1OipNliXdhBVFWj00AkuEFa7piC7sz5YIDFvxSphogURm14z_usC KRzdJCjJbSyo-zgA/photo/AF1OipOfyiGt5hy2_S8w0M0bhJtGqVove88fNz6gnl4L?key=VGIfMG50X09tS2s1d3k3aFNxdTdqcG5DV3NkdktB Acesso em junho 2025

Da mesma forma que se desenvolveu os ícones das edições, foi feito o ícone de montagem (figura 53), construindo o rascunho da forma geométrica básica presente no palco, e elaborando a ilustração digital, tomando cuidado com detalhes pequenos que não seriam percebidos com o ícone em versão reduzida.

Figura 53 - iconografia de montagem



Fonte: do autor

Por fim, utilizou-se as imagens das figuras 54 como inspiração para desenvolver o ícone de chill out, que é um espaço de descanso, relaxamento, interação e reflexão. A figura de uma cabeça humana com raízes abstratas representa esses conceitos.

Figura 54 - ilustrações abstratas de uma cabeça e rosto humano



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/993184524066730262/>
<https://br.pinterest.com/pin/993184524066727147/>
<https://br.pinterest.com/pin/993184524066727149/> acesso em junho 2025

O mesmo formato das raízes ilustradas foi aplicado neste ícone (figura 55), junto com a representação de uma cabeça humana abstrata.

Figura 55 - iconografia de chillout



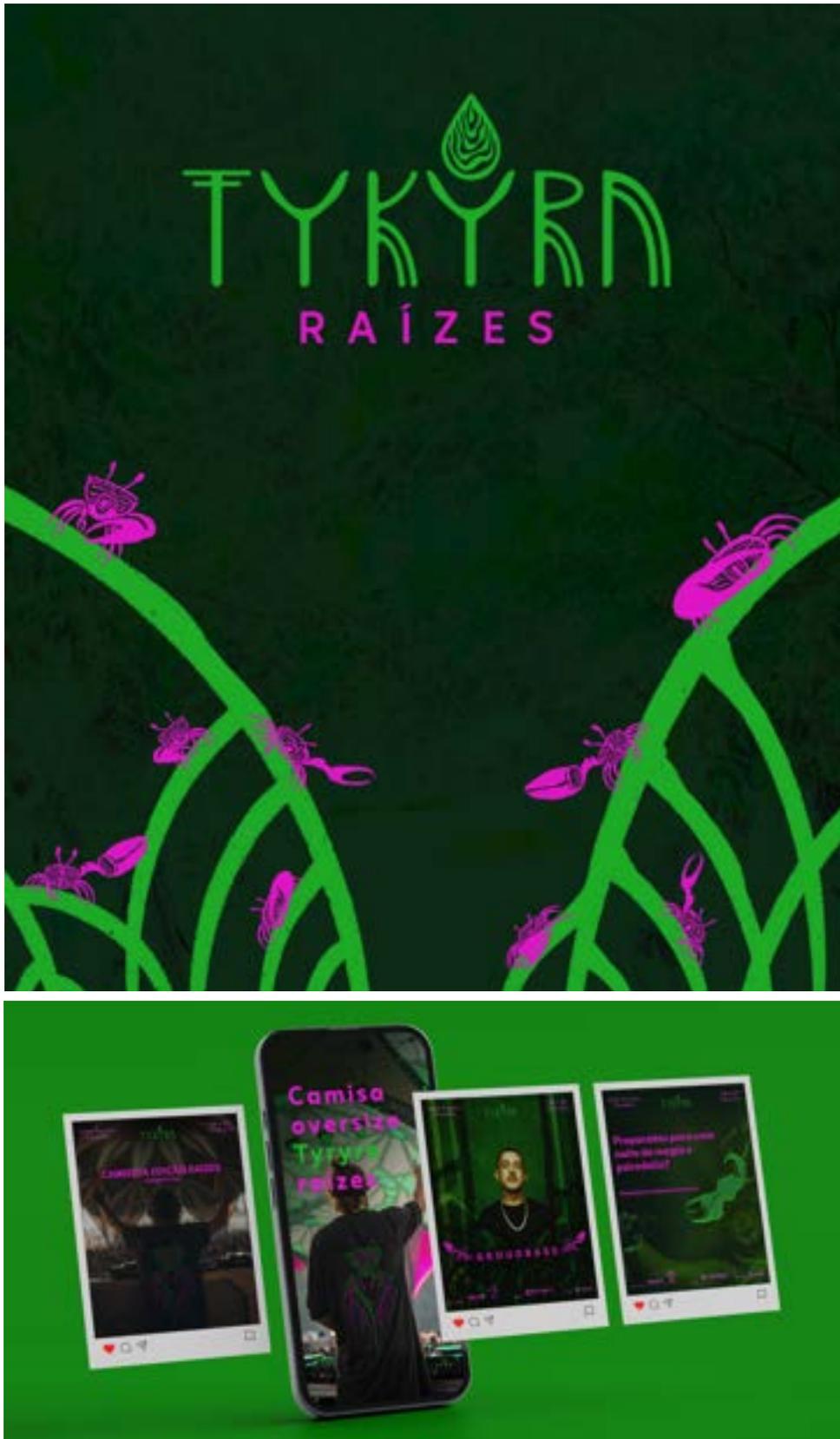
Fonte: do autor

5.3. Especificações

Definidos os elementos que compõem a identidade visual, foi hora de elaborar o manual de marca, que se trata de um documento com as especificações técnicas necessárias para manter a coerência ao aplicar esses elementos em diferentes contextos: regras para a aplicação tipográfica, uso de cores, área de respiro e reduções mínimas da logo e do símbolo, o que não fazer com a logo e o símbolo, dentre outras especificações. Esse documento será essencial para os profissionais que irão trabalhar com a identidade visual produzida, evitando ruídos e aplicações incorretas, e mantendo a coerência da marca.

O documento referente ao manual de marca produzido está no anexo 02. Na imagem 56 é apresentada a estética visual proposta para o evento

Figura 56 - Estética visual do Festival Tykyra edição Raízes





tykyra.psy

Seguindo ▾

Enviar mensagem



85 publicações

4.850 seguidores

2.324 seguindo

Tykyra ❤️ 💧

Evento

Música, Arte e Sustentabilidade

João Pessoa/PB

🌐 allmylinks.com/tykyra-psy

Seguido(a) por ashinoktak, naturalmente.e e outras 82 pessoas



2ª edição 💧



AVISOS



1ª edição 🔥



Link Fotos 2ªed



Montagem



ChillOut/Interv



Psicodélico

Tribal

Raíces

TYKYRN



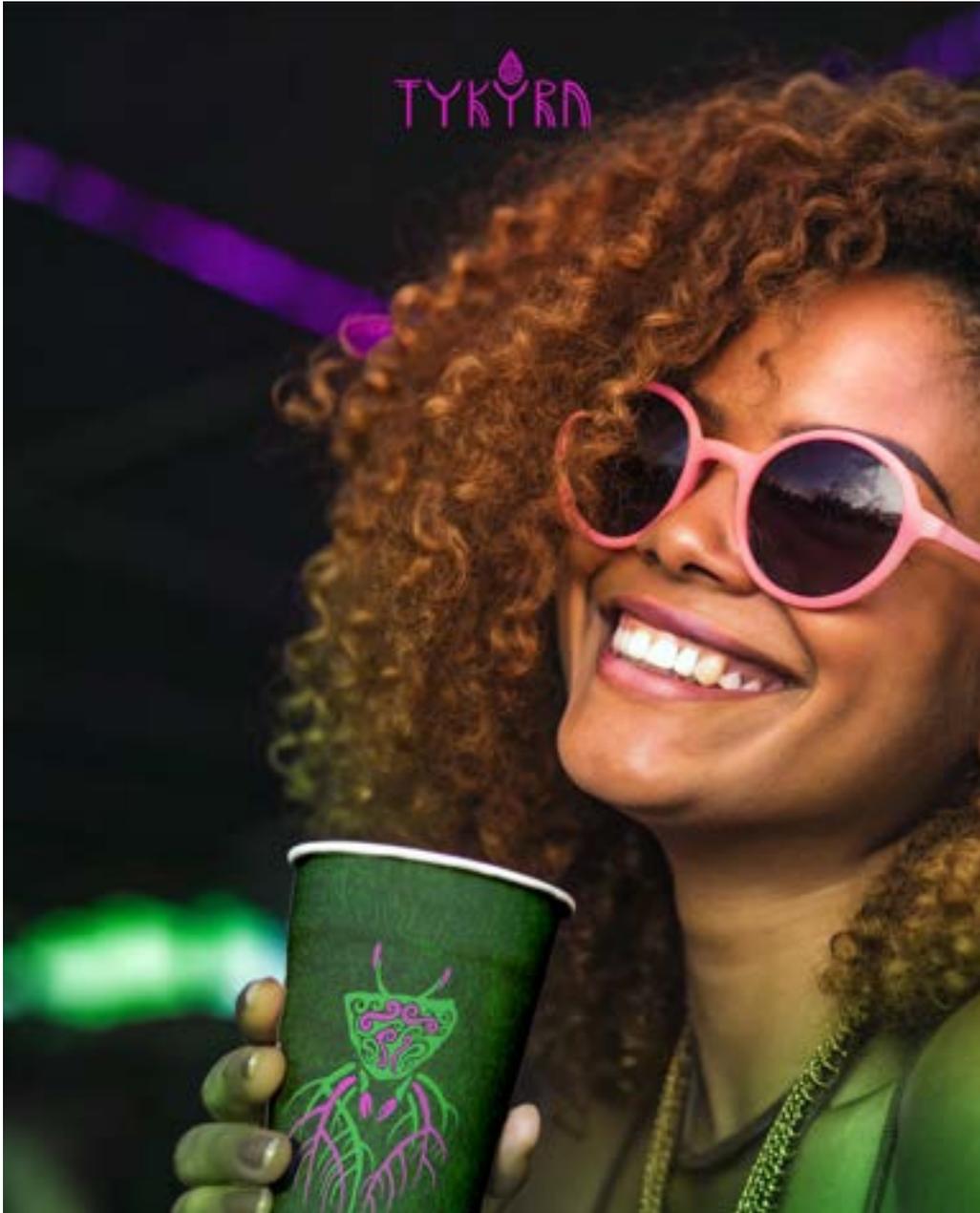


TYKYRN

**Preparados para
uma noite mágica?**

Ingressos sem taxa no Symplo ou WhatsApp

A photograph of a person in a green and purple costume, possibly a character from a performance. They are holding a sword and looking towards the camera. The background is dark with green and purple lighting.





Fonte: do autor

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com esse trabalho, vimos como os festivais usam os ambientes digitais para interagir com os consumidores e nutrir sua comunidade, e como a identidade visual dos mesmos está sujeita a constante transformação. A análise de diversos eventos foi essencial para expor a riqueza visual que está presente na cultura psytrance, e tornar possível assimilar os conceitos descritos no trabalho.

Por meio da aplicação do questionário online, foi possível analisar o perfil de público alvo em questão, entender seus desejos e necessidades, e perceber que os frequentadores de eventos como a Tykyra fazem parte de uma comunidade profundamente conectada com princípios e filosofias específicas. Em conversas com o cliente, também foi possível analisar diversos eventos similares nas redes sociais, observar suas características visuais e sua comunicação verbal, encontrar padrões e definir como se diferenciar. No final da etapa de problematização foi elaborado um quadro de referências visuais que guiaram a concepção do projeto.

Podemos revisar o tópico de *Requisitos e Restrições*, na etapa de *Problematização*, para compreender se o resultado visual atende às demandas definidas. Neste tópico, foi definido que a marca deve: Transmitir psicodelia/ Representar raízes/

Estilizar uma gota como símbolo da marca/ Não se parecer com os concorrentes diretos. Podemos notar que a gota foi estilizada para transmitir uma sensação de fluidos psicodélicos, as raízes foram ilustradas e usadas como elementos gráficos, transmitem uma estética tribal e os siris desenvolvidos trazem a psicodelia. Comparando o material gráfico dos similares, também podemos afirmar que a identidade visual da Tykyra não se assemelha com os concorrentes. Sendo assim, é possível afirmar que o projeto apresenta uma conclusão que atende aos objetivos da pesquisa. Ao elaborar o manual de identidade visual, foram apresentados a história e os conceitos que envolvem a marca, suas abordagens e princípios de design. Também foram definidos parâmetros de aplicação da logo, uso de cores e tipografia, uso dos elementos gráficos e textura, construção de grids e layouts.

Este projeto foi desenvolvido no intuito de ser aplicado na edição que ocorreria em fevereiro de 2025. No entanto, por causa de problemas internos da produção, o evento foi adiado e em seguida cancelado, não havendo previsão de retorno. Contudo, este projeto apresenta uma solução visual que atende as necessidades do evento, caso venha a ser promovido.

7. REFERÊNCIAS

AGUIAR, Renato. História da música eletrônica – aula ao vivo. *YouTube*, 14 maio 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KTsNkv69yY0&t=3871s>. Acesso em: 12 dez. 2024.

DUBDOGZ; RAJA RAM. *Dance is the answer* [single]. 2024. Disponível em: <https://open.spotify.com/track/56rqKeuhAVv2E6RK5BifIS>. Acesso em: 30 jun. 2025.

ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano*. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

MILLER, Donald. *StoryBrand: crie mensagens claras e atraia a atenção dos clientes para sua marca*. São Paulo: HarperCollins, 2018.

NES, Irene von. *Dynamic identities: how to create a living brand*. Amsterdam: BIS Publishers, 2012.

NETO, Mohamad Hajar. Editorial: um guia para começar a entender o psytrance. *Alataj*, 2021. Disponível em: <https://alataj.com.br/editorial/guia-para-entender-psy-trance>. Acesso em: 11 dez. 2024.

NEVES, Thiago Tavares das. Um olhar semiótico sobre as raves: expressões culturais híbridas dotadas de ordem e caos. *Temática*, v. 15, n. 3, p. 85–102, jun. 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/viewFile/46285/22682>. Acesso em: 13 jun. 2024.

PAMPLONA, Leticia. O movimento trance psicodélico. *Trance Cultura Psicodélica*, 2016. Disponível em: <https://trance.com.br/blog/cultura-psicodelica/o-movimento-trance-psicodelico>. Acesso em: 16 dez. 2024.

PEÓN, Maria Luisa. *Sistemas de identidade visual*. São Paulo: Blucher, 2009.

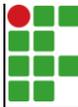
VERMA, Rahul. Como as raves representam um movimento de contracultura que influencia o mundo até hoje. *BBC News Brasil*, 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/vert-cul-48849285>. Acesso em: 12 dez. 2024.

WHEELER, Alina. *Design de identidade da marca: um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

8. Anexos

Anexo 01 -  Pesquisa de Público (respostas)

Anexo 02 -  manual de marca tykyra 2025.pdf

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Cambinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Projeto de TCC do aluno João Luiz Limeira Magalhães

Assunto:	Projeto de TCC do aluno João Luiz Limeira Magalhães
Assinado por:	Joao Luiz
Tipo do Documento:	Projeto
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- João Luiz Limeira Magalhães, DISCENTE (202217010019) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO, em 18/08/2025 09:21:11.

Este documento foi armazenado no SUAP em 18/08/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1576940

Código de Autenticação: 4070bdef31

