

## A IDENTIDADE VISUAL COMO FERRAMENTA DE PRESERVAÇÃO CULTURAL EM RORAIMA: O USO DE ELEMENTOS GRÁFICOS REGIONAIS

Viviane Paludo Schultz<sup>1</sup>, Simone Sibele Schuertz Souza<sup>2</sup>, Kézia Keulen Rodrigues Barbosa<sup>3</sup>

**Resumo:** O conhecimento e a valorização da cultura regional são fundamentais para a preservação do patrimônio cultural, e o Design desempenha papel essencial nesse processo ao traduzir visualmente os traços culturais de uma sociedade. O principal objetivo desta pesquisa foi analisar como as empresas de Roraima incorporam elementos da identidade cultural local em suas identidades visuais, evidenciando a relação entre design, território e pertencimento, bem como identificar os principais elementos característicos da cultura roraimense presentes nas identidades visuais de empresas locais, incluindo símbolos, cores e tipografias, além de apontar o setor econômico que mais utiliza esses elementos. A metodologia utilizada foi a análise iconográfica de Panofsky, composta por três etapas: a análise pré-iconográfica, que observou aspectos formais como formas, cores e composições; a análise iconográfica, voltada à interpretação dos símbolos e significados associados; e a análise iconológica, que examinou o design como meio de comunicação cultural. Foram analisadas 27 identidades visuais de empresas roraimenses. Os resultados apontam que o setor de turismo destaca-se como o que mais utiliza elementos regionais e que, em 59,2% das empresas analisadas, os nomes fazem referência direta a aspectos locais, como “Macuxi”, “Makunaíma”, “Roraima” e “Roraimeira”. Quanto aos elementos iconográficos, a maioria das empresas, 85,18%, utilizam pelo menos duas características da cultura regional. Os símbolos mais recorrentes foram o Monte Roraima, cores regionais, grafismos indígenas e a vegetação de buritizal, demonstrando a forte presença de ícones de fácil reconhecimento da identidade roraimense. Identificou-se que os principais propósitos comunicativos desses elementos são a identificação regional, o apelo turístico e a diferenciação competitiva. Conclui-se que as empresas de Roraima incorporam de forma significativa elementos culturais e territoriais em suas identidades visuais, evidenciando uma forte ligação entre marca, território e senso de pertencimento local. Símbolos como o Monte Roraima, as cores típicas da região e os grafismos indígenas reforçam esse vínculo com a cultura roraimense, especialmente no setor de turismo. Contudo, a valorização cultural aparece de maneira explícita em apenas 5,64% dos casos, o que sugere que, embora as identidades visuais dialoguem com a cultura local, seu uso está frequentemente associado a objetivos mercadológicos e estratégicos.

**Palavras-chave:** Cultura; Design Gráfico; Identidade Visual; Roraima.

<sup>1</sup>Professora do IFRR/Campus Boa Vista Zona Oeste. E-mail: viviane.schultz@ifrr.edu.br

<sup>2</sup>Professora do IFRR/Campus Boa Vista Zona Oeste. E-mail: simone.souza@ifrr.edu.br

<sup>3</sup>Voluntária do PIVICT/IFRR/Campus Boa Vista Zona Oeste. E-mail: keziakeulen@gmail.com