

**A MÍDIA DIGITAL NA PESQUISA ACADÊMICA:
REPOSITÓRIOS *ONLINE* E CONHECIMENTO REGIONAL**

Stefania Bragagnolo¹

Richard Perassi Luiz de Sousa²

Abstract

This article presents part of the exploratory stage about regional knowledge, based on the Brazilian Digital Library of Theses and Dissertations (BDTD), Academic Google and *SciELO*. The theme refers to the regional identity from Serra Catarinense, indicating the Lages city as the center of confluence this locality. The research objective is supported by digital media in repositories interconnected to the *online* network, in the search for central, distinctive and remaining aspects of serrana culture, in order to update the regional identity position. Initially, keywords were used for collection, finding the titles, then the selection of abstracts and texts for analysis. The results obtained guided the analytical-observational study regional brands, both institutional and commercial, which pointed to the universalist predominance over the symbolic-regional identification.

Keywords

Knowledge Media. Online Search. Regional brand. Serra Catarinense.

Resumo

Neste artigo, apresenta-se parte da etapa exploratória sobre conhecimento regional, com base na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), *Google Acadêmico* e *SciELO*. A temática refere-se à identidade regional da Serra Catarinense, indicando-se a cidade de Lages, como centro de confluência desta localidade. O objetivo da pesquisa está suportado na mídia digital em repositórios interligados a rede *online*, na busca por aspectos centrais, distintivos e remanescentes da cultura serrana, para atualização do posicionamento identitário regional. Inicialmente, para coleta utilizou-se palavras-chave, encontrando-se os títulos, em seguida, a seleção de resumos e textos para análise. Os resultados obtidos, orientaram o estudo analítico-observacional das marcas regionais, tanto institucionais como comerciais, que apontaram o predomínio universalista sobre a identificação simbólico-regional.

Palavras-chave:

Mídia do Conhecimento. Pesquisa *Online*. Marca Regional. Serra Catarinense.

¹ Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento UFSC, Florianópolis- Brasil /ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0436-7275> - e-mail: stehdesign@gmail.com

² Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento UFSC, Florianópolis- Brasil/ ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0696-4110> - e-mail: richard.perassi@ufsc.br

1. INTRODUÇÃO

A motivação para produzir este texto foi decorrente da constatação acadêmica, apoiada na tecnologia digital *online*, que é característica da atualidade na “sociedade do conhecimento” (Burch, 2013), cotidianamente é oferecida ao público conectado na rede *Internet* uma vasta quantidade de informações, a cerca de diversos fatos e temas.

Entretanto, a medida em que número de conteúdos aumenta, torna-se necessário que as pesquisas por conhecimento sejam realizadas com recursos digitais e gerenciamento de mídia, para o acesso adequado às informações significativas. Nos procedimentos acadêmicos de procura por informações e conhecimento foram consolidados tipos de pesquisa, os quais são comum e particularmente designados pela adjetivação “sistemática”. Portanto, isso implica na adoção de procedimentos que organizam sistematicamente as investigações em repositórios *online*, com o uso de recursos digitais.

Com perspectivas quantitativas, as pesquisas sistemáticas em base de dados *online* geralmente resultam em mapeamentos bibliométricos e integrativos. No entanto, a abordagem qualitativa, escrutina o que foi descoberto de maneira abrangente, para selecionar um grupo de fontes dos quais, mais especificamente, podem dar suporte ao estudo qualitativo que está sendo realizado. Neste artigo, considera-se qualitativamente os resultados obtidos em buscas com recursos digitais realizadas nos repositórios *online* das plataformas *Google Acadêmico*, *SciELO* e Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD).

O objetivo dessa investigação, foi gerar uma composição de pesquisa para selecionar elementos indicadores, principalmente os símbolos gráficos, que representam aspectos identitários da região lageana, como centro da cultura serrana catarinense. A sistematização dos procedimentos de busca digital foi configurada para auxiliar na organização e no tratamento das informações no processo de pesquisa, ressaltando as possibilidades em se obter melhor desempenho e resultados coerentes. A intenção é realizar o desenvolvimento lógico da pesquisa, incluindo a verificação orientada pelos seus resultados (Randolph, 2009).

O conhecimento é o processo interativo-constutivo de novas informações decorrente da relação estabelecida entre dados ou informações já existentes. “Assim, configura-se o ‘conhecimento como processo’, porque o sistema recebe, compara e associa informações conhecidas para produzir informação inédita” (Perassi, 2019, p.15). Portanto, com os recursos tecnológicos de busca e as funções de identificação, seleção e associação das bases de dados digitais, é possível realizar a verificação dos trabalhos acadêmicos, cujo tema ou objeto de estudo está relacionado aos interesses que motivaram a pesquisa digital.

A problemática que justificou o planejamento desta pesquisa, foi decorrente a uma necessidade em se resgatar e atualizar conhecimentos sobre elementos e aspectos simbólicos da cultura serrana. As pessoas que cumprem funções de gestores públicos, juntamente com representantes de setores produtivos e econômico regional, consideravam a importância da reconstituição coerente referente a marca cultural da Serra Catarinense.

Figura 1 – Marca gráfica do Município de Lages.



Fonte da imagem: www.lagesdiario.com.br/

No ano de 2019, foi divulgada a marca gráfica do Município de Lages (Figura 1), composta como um retângulo vertical colorido com variações de azul acinzentado e ângulos arredondados. No interior do retângulo, há uma figura abstrata, de formas orgânicas e colorida com variações das cores verde e verde-amarelado. Em interpretação livre, a figura parece sugerir montanhas, vegetação, vale e água. Ainda dentro do retângulo e abaixo da figura, aparecem a palavra “Lages” o *slogan* “Estreitando Laços”. Em novembro do mesmo ano, no aniversário da cidade, o Jornal Lages Diário (lagesdiario.com.br), registra que se trata de uma marca criada para arregimentar pessoas e incentivar ações, para se “estretar os laços” internos e externos ao município, em função de propósitos comuns.

A própria figuratividade, ampla e pouco definida, da marca gráfica do município de Lages confirma a necessidade anteriormente observada sobre a dificuldade da comunidade local reconhecer os símbolos que, ainda resistem no imaginário coletivo como representações regionais coerentes e convincentes. Em função da problemática descrita engloba a área de *Design*, assim como, o estudo especialmente voltado ao reconhecimento de marcas ou símbolos gráficos institucionais e comerciais, que foram produzidos para a identificar a produção, os serviços e as organizações regionais serranas.

Diante do consolidado fenômeno de Globalização, com a praticamente plena interação comunicativa, econômica, sociocultural e política, com exceção das marcas globais como

Coca-Cola, McDonalds entre outras, a identificação regional de marcas e produtos passou a ser um diferencial de posicionamento (D'Angelo, 2006). O que de certo modo, valorizou as estratégias de gestão e comunicação de marcas locais ou regionais (*place branding*), com ações voltadas para a consolidação da “marca local”, “marca territorial” ou “marca de lugar” (Almeida, 2013).

O consumidor local deverá se sentir contemplado com a identificação regional, além disso, as marcas regionais distinguem simbolicamente a produção do território. Aliás, mesmo que despretensiosamente, a produção territorial é caracterizada por peculiaridades da natureza, cultural produtiva e da estruturação social e geopolítica do lugar, sendo que isso é salientado aos sentidos dos consumidores, com as marcas regionais de identificação. Assim, torna-se necessário influenciar positivamente as relações feitas pelos consumidores, cuja significação decorre de estímulos sensíveis, afetações, emoções e associações simbólicas.

Em se tratando das interações estético-simbólicas ou afetivo-semânticas oportunizam a percepção valorativa com relação a produtos e serviços. Inclusive, atuar nessas interações é a principal função do posicionamento e da comunicação de marca (Correia, 2016). Há uma relação dinâmica e continuada entre a cultura regional e o público consumidor, com a mediação e a comunicação da marca.

A cultura é o sistema simbólico, cujo campo de expressão, são compostos por produtos, serviços e atuações sociais, por meio das circunstâncias regionais. Este fator é mediado pela subcultura da marca, cujo acervo simbólico-comunicativo está focado principalmente nos elementos identificação que representam os aspectos centrais, distintivos e constantes da região.

Por sua vez, o público consumidor é a instância de recepção de atuações, produtos e serviços, incluindo os produtos de comunicação e divulgação de marcas regionais. Ao público cabe vivenciar esteticamente e interpretar simbolicamente as diversas experiências e mensagens, decorrendo disso as decisões de consumo e a almejada fidelização dos consumidores (Maffezzolli & Prado, 2013).

Os agentes humanos ou tecnológicos e artefatos, são mediadores que suportam, expressam e conduzem fisicamente os sinais organizados como informação, sendo comumente denominados como “mídia” na perspectiva dos emissores e como “interfaces” para os receptores. Por exemplo, uma marca gráfica impressa ou exposta em uma tela vídeo digital (Figura 2) é informação suportada na mídia impressa ou eletrônico-digital. O conjunto composto (mídia e informação) é também a interface que expressa e faz a mediação entre as intenções dos emissores da marca e os sentidos e a mente dos receptores.

Figura 2 – Marca gráfica do Jornal Correio Lageano.



Fonte da imagem: www.facebook.com/correiolageano/

O processo de mediação “requer domínio e decisão sobre recursos retóricos, técnicos, expressivos e sintáticos, na composição e na formatação do sistema mediador. Tendo como desígnio produzir a informação mais eficiente, de acordo com as dimensões tecnológica e sociocultural” (Perassi, 2019, p.62). A pesquisa realizada, contou com o sistema mediador eletrônico-digital, que foi composto por agentes como:

1. O computador usado como instância tecnológica de recepção dos sinais, tendo a tela de vídeo como interface gráfico-luminosa de visualização das informações;
2. O programa de busca digital, cujos recursos permitiram a identificação e a seleção das informações de interesse;
3. A rede digital *Internet*, como sistema condutor dos sinais devidamente codificados;
4. As plataformas digitais, que suportam os repositórios de informações científico-acadêmicas;
5. As instâncias de emissão, cujo aparato tecnológico (computadores, rede *online* e programas específicos) permitiu que os emissores autores ou outros interessados dispusessem os textos nos repositórios digitais.
6. Considerando-se ainda os agentes humanos que cumpriram funções no processo de mediação.

O sistema de mediação digital reconhece e recupera padrões, a partir de descritores, como expressões ou palavras-chave, agilizando a pesquisa exploratória. Isso colabora com os estudos acadêmico-científicos, porque identifica e norteia as informações, indicando também novos rumos para investigações e revolucionando os métodos de pesquisa, em relação aos que foram anteriormente adotados (Sampaio & Mancini, 2007).

Apesar, do interesse amplo e diversificado conjunto de atividades, produtos e serviços, o qual é influenciado por aspectos histórico-culturais, geográficos e sociopolíticos, o foco nos elementos de identificação restringiu o número de fontes específicas identificadas na pesquisa exploratória com recursos digitais.

2. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

De acordo com o exposto anteriormente, o avanço tecnológico requereu e propiciou a indicação de procedimentos sistemáticos, para a organização dos trabalhos de busca e controle dos resultados. Assim como, influenciou em diversas metodologias de pesquisa, sendo de cunho experimental ou não (Botelho, Cunha & Macedo, 2011).

Embora, os primeiros resultados da etapa exploratória são representados em números, que informam a quantidade de textos identificados conforme os descritores, expressões ou palavras-chaves, que direcionam as pesquisas com recursos digitais *online*. Em síntese, é um estudo que faz uso de fontes acadêmicas, como parte da literatura já produzida sobre um determinado tema, as quais são identificadas com a intervenção específica de recursos digitais e aplicação de métodos explícitos e sistematizados (Sampaio & Mancini, 2007).

Um conjunto ampliado de buscas, no contexto de um ou mais projetos de pesquisa, permite o mapeamento do “estado da arte” através de uma temática ou objeto de estudo. Deste modo, a partir do conhecimento produzido e proposto, é possível analisar o interesse, amplo ou reduzido, sobre o tema na atualidade e em épocas anteriores, segundo a abrangência das informações coletadas. Além disso, é possível reunir evidências nos textos selecionados, para endossar uma teoria ou sugerir nova teorização.

Apesar da pesquisa ser mais abrangente, apresenta-se um recorte da etapa exploratória do trabalho, que faz parte do processo de revisão da literatura produzida, para identificar e selecionar fontes de estudo através da temática da pesquisa. Para Randolph (2009), com as revisões, busca-se integrar e generalizar descobertas entre unidades, tratamentos, resultados e configurações, procurando conhecer conceitos e teorias sobre um mesmo tema, seja em um campo específico de estudos ou em vários campos.

3. MATERIAIS E MÉTODO DA ETAPA EXPLORATÓRIA

As plataformas acessadas *online* com recursos de busca digital foram: *Google Acadêmico*, *SciELO* e, a base de dados da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Essas plataformas foram escolhidas, pois priorizavam a busca por textos nacionais, especialmente, os produzidos por pesquisadores catarinenses, devido à proximidade geográfico e ao seu provável interesse por cultura regional:

- **Buscas na plataforma SciELO.**

As pesquisas feitas como testes foram realizadas na plataforma *SciELO*, cujo os acervos são na sua maioria textos brasileiros, com o seguinte descritor: *cultura regional (**OR**) identidade local*. Sendo identificados, 45 artigos para avaliação de títulos. A partir dos títulos, foram selecionados 25 artigos, e depois reavaliados com a leitura dos resumos e palavras-chave, resultando em 12 artigos selecionados para a pesquisa.

“Região serrana” e “Serra Catarinense” entre outras expressões-chave procuradas sem resultados. Na busca pela expressão “Santa Catarina” foram encontrados 15 artigos e pelos títulos, houve a seleção de seis artigos, incluindo um texto em língua inglesa sobre o cultivo de morangos na cidade de Lages.

Diante disso, observou-se que a plataforma *SciELO* não oferecia material específico relevante sobre as questões socioculturais e econômicas da região serrana, ainda que, proveu textos interessantes como temáticas mais gerais como: “cultura regional” e “identidade local”.

- **Buscas na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD)**

As investigações na base de dados BDTD, foram realizadas com as expressões-chave: “cultura serrana catarinense”; “aspectos geográficos e econômicos de Lages, Santa Catarina”, “turismo serrano catarinense” e “produção serrana catarinense”.

Primeiramente, com a expressão “Serra Catarinense” foram identificadas 23 dissertações e teses. Inclusive, as outras expressões pesquisadas decorreram do que foi observado nos títulos e palavras-chave dos textos encontrados, que serviram para destacar aspectos sociais e econômicos relevantes da região em estudo, salientando os termos: campo, agroecologia, agricultura, eucalipto, papel e celulose, laticínios, vinhos de altitude e turismo.

Por sua vez, a procura pela palavra “Lageana” identificou 24 dissertações e teses, cujos títulos e palavras-chave evidenciaram os termos: pecuária, com citações a raças de animais: Crioula, Lageana e Angus); agricultura; construção civil, com destaque à cerâmica de porcelanato, e um conjunto mais amplo de indicações socioculturais. Na procura com o nome “Lages” resultou em 102 dissertações e teses, cujos títulos destacaram palavras de interesse como: geologia, pedras, pecuária, araucária, pinus, hidrologia, política, linguagem verbal, metalmecânica, saúde, odontologia, contabilidade, pedagogia, música e teatro.

Enfim, os resultados obtidos somaram: 23 trabalhos com a busca por “Serra Catarinense”; 24 trabalhos com a busca por “Lageana” 24 títulos e 102 trabalhos com a busca por “Lages”. Os descritores que serviram como orientações necessárias à composição de

elementos e características relevantes do perfil socioeconômico e artístico-cultural da região lageana e serrana de Santa Catarina. Sendo assim, ponderou-se os termos mais recorrentes e indicativos de representações figurativas e referências dos acervos regionais, natural e cultural, destacando-se as peculiaridades avaliadas como recursos de distinção e identidade regional.

- **Busca na plataforma *Google Acadêmico***

Para complementar a etapa exploratória da revisão de literatura, foi realizada uma busca rápida com recursos digitais no repositório online da plataforma *Google Acadêmico*. A expressão-chave de busca foi “Cultura Lageana” foram encontradas 14 referências.

1. O texto “Patrimônio artístico, histórico e cultural do município de Lages: articulações entre a escola e os espaços culturais” (Mercedes & Pilotto, 2014).
2. O relatório escolar sobre a palestra Cláudio Rodrigues da Silveira sobre “Aspectos da história serrana”.
3. “Para além dos seletos e sinuosos consensos: processo histórico, transformação social e a construção da memória coletiva, Lages/SC (1944-1990)” é o título da dissertação de Fabiano Garcia (2016), apresentada ao programa de História UFSC.

Entre as 14 referências coletadas, cinco eram citações, cujo eventual acesso deveria ser realizado em outros repositórios. Além da dissertação indicada acima, também puderam ser analisadas mais duas dissertações de mestrado, no total de três dissertações, sendo duas na área de História e uma na área de Educação e Tecnologia.

Três referências permitiam o acesso a teses de doutorado, todas na área de História, mais especificamente no contexto Escola Normal de Lages. Como relatório escolar, além do indicado acima havia o acesso a uma monografia de graduação. Em síntese, foram encontrados: 05 citações, 03 dissertações, 03 teses, 01 relatório, 01 monografia e 01 artigo. Contudo, as teses, as dissertações, a monografia e o artigo, apesar dos temas diversos, tratam de estudos situados na região lageana, com informações sistemáticas sobre o contexto histórico-cultural e sociopolítico do território.

4. PROVIDENCIAS IMEDIATAS E PROJEÇÕES

Em conformidade com a análise dos títulos, resumos e palavras-chave, procurou-se conhecer uma parte selecionada dos textos coletados. Foi interessante observar que, nos diferentes estudos sobre a cidade de Lages e sua região, os resumos apontam itens interesses da

pesquisa em processo. Itens sobre aspectos históricos e socioculturais lageanos são recorrentes nos textos, como também itens sobre aspectos econômicos, produtivos, políticos e geopolíticos.

Do mesmo modo, as palavras que foram destacadas, nos títulos e palavras-chaves dos textos selecionados na base de dados BDTD, propiciaram a constituição de um panorama sobre aspectos característicos do setor produtivo-econômico da Serra Catarinense. Portanto, as expressões e palavras-chaves serviram para a identificação e seleção de trabalhos acadêmicos relacionados à região de interesse e os títulos e palavras-chaves dos trabalhos de diferentes áreas indicaram materiais ou produtos naturais, artesanais e industriais, bem como de outras características regionais de interesse da pesquisa.

Assim como, considerou-se a necessidade de outras investigações nos repositórios acadêmico-digitais das universidades estadual e federal de Santa Catarina. A partir das referências já observadas e selecionadas até agora é proposta a segunda etapa da pesquisa que é teórico-bibliográfica. As finalidades da segunda etapa são: **(1)** reunir elementos histórico-geográficos, culturais e político-econômicos para compor o objeto de estudo da pesquisa e **(2)** identificar e descrever conceitos e compor os argumentos teóricos para a interpretação da temática e do objeto de estudo.

Em concomitância com a etapa de estudos bibliográficos, entretanto, haverá continuidade de pesquisas exploratórias, a partir do que for encontrado no material avaliado e com a identificação de outras fontes de imagens dos elementos regionais e principalmente, representações gráficas de marcas institucionais e comerciais que recorrem à identificação regional.

5. ASPECTOS DA CIDADE DE LAGES E SUA REGIÃO

A seguir serão apresentadas algumas informações básicas acerca da temática regional, que motivou a etapa exploratória da revisão de literatura acadêmico-científica com o acesso *online* aos repositórios de plataformas digitais. A localidade de Lages teve seu primeiro impulso econômico com a extração da madeira nativa do pinheiro “araucária”, e na produção de celulose e papel. O ciclo da madeira foi muito lucrativo, sendo estendido com reflorestamentos de pinheiro americano (*pinus elliotti*). Isso demarcou o período econômico entre os anos de 1940 e 1970, principalmente baseado no plantio, extração, produção e manufatura madeireira.

Uma grande variedade de atividades passou a ser desenvolvida sob o predomínio econômico madeireiro, destacando-se o pinhão, como insumo gastronômico, e outros artigos regionais como o charque e o couro. Antes da consolidação do ciclo da madeira, já existia a

atividade pecuária bovina extensiva, assim como a agricultura de subsistência (Munarim, 1990). Estes fatores contribuíram para tradição ruralista regional, que conseqüentemente influenciou a produção agroalimentar e propiciou o seu pioneirismo no setor de turismo rural.

Atualmente, a área municipal de Lages ocupa 2.644 quilômetros quadrados, com a maior extensão territorial entre as cidades catarinenses (Figura 3), e sua população é estimada por volta de 158 mil habitantes [IBGE] (2019).

Figura 3 – Imagem aérea e panorâmica da cidade de Lages, SC.



Fonte da imagem: <https://design24horas.com/>

Recentemente na localidade, houve um maior aperfeiçoamento tecnológico da produção industrial, que passou a ser um fator potencial no desenvolvimento econômico. A região ainda desponta no campo tecnológico, concomitantemente através da manutenção das atividades madeireiras, incrementadas com agroindústria e pecuária.

A situação geopolítica da região é favorável **(1)** ao recebimento de insumos, **(2)** à recepção de turistas e **(3)** à distribuição de sua produção, pois dispõe de acesso a duas rodovias federais (BR-116 e 282), além de conectar outros sistemas de distribuição, por meios ferroviários, marítimos e aéreos. Nas informações atribuídas à Prefeitura de Lages, indicam que existe cerca de 16.500 mil negócios em atividade no município, incluindo produtores autônomos, microempreendedores MEIs e micro, pequenas, médias ou grandes empresas. Por volta de 600 negócios estão relacionados com atividades industriais, principalmente nas áreas de madeira, mobiliário, celulose e papel, incluindo ainda construção civil, metalmecânica e setores agroalimentar, têxtil, de confecção e gráfico.

Nos quesitos de elementos significativos da cultura, que expressam os valores identitários regionais, observa-se a influência interiorana, agropecuária, incluindo a aproximação com elementos e aspectos da cultura gaúcha. No entanto, com a superação da

hegemonia do ciclo madeireiro, símbolos agrários mais diversificados foram sendo comunicados, concorrendo com as representações do pinheiro araucária e do pinhão. A diversificação incluiu, por exemplo, a produção de morangos e até produtos processados, como os vinhos de altitude.

Diante do que foi previamente exposto na comunicação gráfica de profissionais, negócios e organizações de origem regional, considerou-se três posicionamentos de identificação: **(1)** existe os que assumem e informam seu posicionamento de marca regional; **(2)** outros que expressam um posicionamento indicado como universal, com elementos estético-simbólicos que não característicos de qualquer lugar específico; **(3)** em menor número, contudo, existem negócios de origem local que se posicionam e comunicam afirmando valores de outras regiões brasileiras ou estrangeiras como a Alemanha e principalmente a Itália.

A Associação dos Municípios da Região Serrana [AMURES], compreende 18 municípios que constituem a sua geopolítica: Lages, Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Campo Belo do Sul, Capão Alto, Cerro Negro, Correia Pinto, Otacílio Costa, Painel, Palmeira, Ponte Alta, Rio Rufino, São José do Cerrito, São Joaquim, Urubici e Urupema, que ocupam uma área 16 000 km², com cerca de 280 000 habitantes. O município de Lages abriga mais de 55% dos habitantes da região em uma área que equivale a 16,5% do território regional.

Algumas cidades possuem um perfil emblemático em situações específicas. Como por exemplo, a localidade Serra do Rio do Rastro, a cidade de Bom Jardim da Serra, fica mais próxima e dispõe de um mirante privilegiado para a visualização da paisagem. Por sua vez, as cidades de São Joaquim, Urubici e Urupema são a grande atração nos meses de inverno, pela recorrência de geadas e eventual incidência de neve. Contudo, a cidade de Lages reúne o sistema geográfico-cultural mais representativo da região serrana catarinense.

Segundo as autoras Kanan e Magno (2016) que, por sua vez, confirmam Junqueira (2014), destaca-se a importância de cada cidade manifestar uma vocação, com características peculiares que configuram, distinguem e valorizam sua imagem simbólica, como memorial da sua identidade.

6. DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, se apresentou uma parte da etapa exploratória de pesquisa, cuja temática trata de elementos e aspectos identitários da região da Serra Catarinense. Assim como, anteriormente descrito o trabalho de revisão parcial da literatura, **(1)** coletar informações

histórico-sociais sobre o objeto de estudo e (2) selecionar conceitos e argumentos teóricos, para aplicá-los na interpretação dos dados e na construção do conhecimento previsto (Randolph, 2009).

Na parte de identificação de títulos e palavras-chaves decorrente das buscas e a leitura dos resumos selecionados permitiram o reconhecimento da abrangência do acervo de pesquisa e a percepção de eixos estruturais, bem como os limites de configuração do cenário histórico-cultural e geopolítica da região serrana. A leitura dos resumos de textos selecionados ofereceu uma prévia dos conteúdos textuais de interesse e a apreciação dos sumários informou sobre a localização e a dimensão de cada conteúdo específico.

Dentro deste contexto a identidade sociocultural é intangível, sendo uma rede intersubjetiva de afetos e significações. Embora, as relações subjetivas são pontualmente constituídas, a partir de experiências sensoriais mediadas com diversas linguagens e sistemas de comunicação, o que segundo Aguiar (2015), a subjetividade decorre das circunstâncias sociais, atuais e históricas.

Parcialmente as circunstâncias são configuradas com informações sonoras, verbais, visuais e audiovisuais, para a expressão e a comunicação dos elementos de identificação sociocultural. Por exemplo, a palavra “araucária” e a imagem do pinheiro representam a paisagem regional e uma parcela significativa da rede intangível e identitária vinculada ao desenvolvimento econômico regional de Lages (Figura 4). Além disso, existem outras palavras, imagens e sons identificativos e de certa forma significativos, como expressão sensorial ou marcas da identidade regional.

Figura 4 – Marca gráfica Pousada SESC-Lages, com estilização do pinheiro Araucária.



Fonte da imagem: www.sesc-sc.com.br/sescpousadarural

Depois que as marcas sensoriais são publicamente comunicadas, pode ocorrer com maior ou menor intensidade, ou mesmo não acontecer a identificação estético-simbólica das pessoas com a cultura ali representada. Como no caso, de uma pessoa que, pode se identificar

com a visualidade estilizada de uma marca (Figura 4) se sua personalidade for simpática a atitudes e particularidades modernas e imaginativas. De outra parte, uma representação mais “realista” da figura simbólica pode atrair a simpatia e a identificação de pessoas mais conservadoras.

Outras associações simbólico-culturais como nomes e figuras da marca gráfica estabelecem complementam, incrementam ou inibem o processo de identificação. Ou seja, os indivíduos tem a tendencia de se identificarem com marcas que reforçam seus valores estético-simbólicos e tendem a rejeitar as que se expressam de modo diferente. Para Maffezzolli e Prado (2013), valoriza-se o que reforça a imagem, a estima e o reconhecimento da cultura de pertencimento.

Em uma busca rápida com recurso da plataforma digital *Google* por imagens de marcas gráficas locais da cidade de Lages, com as expressões-chave “Lages logo”. “Marcas Lages”. “Lages logo araucária” e “Marcas Lages araucária”, analisou-se que elementos e aspectos regionais não são comumente adotados nas marcas de identificação e comunicação institucional e comercial.

Nos resultados das buscas apareceram muitas imagens fotográficas, bem como das marcas gráficas, a procura pela expressão “Lages logo” foi a que ofereceu mais resultados no campo de interesse. Contudo, em um conjunto de 400 imagens, entre as marcas gráficas, as palavras “araucária” ou “araucárias” apareceram no nome de sete marcas locais. Por sua vez, sem as palavras “araucária” ou “araucárias”, a figura do pinheiro apareceu em duas marcas.

Neste teste preliminar foi observado que o pinheiro araucária é a referência regional mais recorrente, sendo que as palavras constavam no nome de sete marcas e a figura do pinheiro aparecia em cinco marcas.

Em decorrência da observação do que foi selecionado, considera-se a proposição inicial de que existe um distanciamento entre: **(1)** os elementos e aspectos que a literatura acadêmica indica como símbolos da identidade regional, por sua relevância histórico-cultural, socioeconômica e geopolítico, e **(2)** os símbolos gráficos componentes das marcas institucionais e comerciais da região Lageana.

A pesquisa procurou responder e atender as necessidades previamente comentadas, com relação às dificuldades para a proposição de uma marca sinteticamente representativa da produção regional. Condição que é relativamente agravada pelo fato da figura do pinheiro araucária já ser tradicionalmente associado à cultura paranaense. É também agravado pelo aparente predomínio dos posicionamentos de marca universalistas na comunicação publica dos negócios regionais. Aliás, isso parece ser sutilmente evidenciado pela frase-*slogan* Estreitando

os Laços, que aparece na marca gráfica que representa e comunica o atual propósito de entidades e cidadãos municipais.

Por fim, conforme menciona Sampaio e Mancini (2007), considera-se que foi apresentado neste estudo uma confirmação de que revisões sistemáticas são úteis por reunir informações de documentos e estudos já realizados separadamente, servindo inclusive para identificar questões indicativas para a continuidade do estudo.

7. AGRADECIMENTOS

Este artigo, foi desenvolvido com o apoio financeiro da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal Nível Superior- Brasil (CAPES)- Código do Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- Aguiar, Raquel Passeri. (2015). *Noção de subjetividade na perspectiva da Psicologia Social*. Psicologado, [S.L.] <https://psicologado.com.br/atuacao/psicologia-social/nocao-de-subjetividade-na-perspectiva-da-psicologia-social>.
- Almeida, Giovana Goretti. (2013) A construção de uma marca-lugar e o desenvolvimento regional. *Anais do VI Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional*. Santa Cruz do Sul: UNISC.
- Ashforth, B.E & Mael, F. (1989, January), Social Identity and the Organization. *The Academy of Management Review*, (vol.14, nº1 pp. 20-39).
- BDTD *Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações*. <http://bdtb.ibict.br/vufind/>
- Botelho, L.L. R., Cunha, C.C.A. & Macedo, M. (2011, May/August) O Método de Revisão Integrativa nos Estudos Organizacionais. *Revista Eletrônica Gestão e Sociedade* (v.5, nº1, pp.121-136).
- Burch, Sally et al. (2005) *Sociedade da informação/Sociedade do conhecimento. Desafios de palavras*: Enfoques Multiculturais sobre as Sociedades da Informação, [S.l.]: C & F Éditions.
- CL, Jornal Correio Lageano: Marca gráfica do Jornal Correio Lageano. www.facebook.com/correiolageano/.
- Correia, José Carlos (2016). A revolução do design conexão para o século XXI: *Design de significados*. Organização Victor Falasca Megido. (pp.106-131) Gente: São Paulo.
- D'Angelo, André Cauduro. (2006, July/ August) Consumo Global, Cultura Local. *Revista da ESPM*. (vol. 13, N.4).
- IBGE, *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*.<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sc/lages.html>.

- Ferraz, JR.; Ari. *Lages estreita laços para o protagonismo socioeconômico no país*. www.lagesdiario.com.br/2019/11/lages-estreita-lacos-para-o-protagonismo-socioeconomico-no-pais.html.
- GOOGLE, *Google Acadêmico*. <https://scholar.google.com.br/?hl=pt>
- Junqueira, M. G. (2014) A vocação expressional da luz: o design da iluminação no espaço urbano contemporâneo como a arte pública. *Revista Ciclos* (v.1, n.2, pp. 05-22).
- Kanan, L. A.& Magno, K. (2016) Fatores que contribuem para o desenvolvimento socioeconômico de Lages – Relatório de Pesquisa. In: Yamaguchi, C., Turra, N. & Strasser, A. (Org.). *Visão Contemporânea e Sustentável da Serra Catarinense*. (vol. 1, pp. 183-240). Lages: UNIPLAC
- Maffezzolli, E.C.F. & Prado P.H.M. (2013, September/December) Identificação com a marca: uma proposição de um instrumento de medida. *Revista Eletrônica de Administração* (Ed.76, nº3 pp. 588-619).
- Munarim, Antônio. (1990) *As práxis dos movimentos sociais na Região Serrana*. Florianópolis: UFSC. (Dissertação de Mestrado em Educação).
- Perassi, R. L. de S. (2019) *Mídia do Conhecimento: ideias sobre mediação e autonomia*. Florianópolis: UFSC.
- Randolph, Jutus J. (2019, June) A guide to writing the dissertation literature review. *Practical assessment research e evolution*. (vol 4, n.3).
- Sampaio, R. F.& Mancini, M. C. (2007) Estudos de Revisão Sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. *Revista brasileira de fisioterapia*, (vol. 11, n. 1, pp. 83-89).
- SciELO, *Scientific Electronic Library Online*. <https://www.scielo.org/>.