



## DA CONSTRUÇÃO AO REGISTRO DE MARCAS. ESTUDO MULTICASO DE VINÍCOLAS DE SANTA CATARINA, SUL DO BRASIL

Orientadora: SANTOS, Silvia Spagnol Simi dos

Pesquisadora: SERAFINI, Evelin

Curso: Comunicação Social Habilitação em Publicidade e Propaganda

Área de Conhecimento: ACSA

Ao longo dos anos a identidade visual de uma empresa passou a ser fator importantíssimo para a diferenciação no mercado, seja a identidade de uma empresa, produto ou serviço, o tangível e intangível deram lugar a força das marcas. Dessa forma, a presente pesquisa discute os processos de elaboração de logomarcas desde a concepção até o registro no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI). Para tanto, foi realizada visita nas cinco maiores vinícolas de Pinheiro Preto, SC. A metodologia utilizada inclui entrevistas com os gerentes das vinícolas, aplicação de questionários com perguntas abertas que apresentavam questões com alternativas de respostas fixas e preestabelecidas com a temática realizada. Os dados foram coletados por meio da análise qualitativa e quantitativa, que foi feita por intermédio de ampla pesquisa teórica que embasou diversos conceitos sobre a construção das logomarcas destas vinícolas, destacando os principais autores como Strunck (2007), Wheeler (2008) e Kotler (2002), que ressaltam a importância da logomarca como grande promessa criada na mente dos consumidores. Os resultados indicaram que é preciso trabalhar muito mais o desenvolvimento delas, atribuindo conceitos e *design*, e que estejam mais envolvidos com a história de cada vinícola. A construção das logomarcas merecem reflexão, não apenas para garantir um nome no mercado, mas como uma ferramenta primordial a mais na divulgação e comercialização destas marcas.

Palavras-chave: Logomarcas. Vinícolas. Pinheiro Preto. INPI. Identidade visual.

evelin@fastindustria.com.br

silvia.simi@unoesc.edu.br

