



CRIAÇÃO DE RÓTULO DA VINÍCOLA CANZI

Aline Madalena Spanhol¹, Eduardo Cipriani Schwengber², Daniela Bernardi³, Andrei Kasper⁴, Sabrina Simionatto Lazarotto⁵, Lidiane Camiloti⁶

1. Egressa do curso de graduação em Design, Unoesc, Pinhalzinho, SC
2. Docente do curso de graduação em Design, Unoesc, Pinhalzinho, SC
3. Docente do curso de graduação em Design, Unoesc, Pinhalzinho, SC
4. Docente do curso de graduação em Design, Unoesc, Pinhalzinho, SC
5. Docente do curso de graduação em Design, Unoesc, Pinhalzinho, SC
6. Docente do curso de graduação em Design, Unoesc, Pinhalzinho, SC

Autor correspondente: Eduardo Cipriani Schwengber, eduardo.schwengber@unoesc.edu.br

Área: Ciências Sociais

Introdução: O desenvolvimento de uma identidade visual compreende várias etapas criativas e executivas que buscam o aprimoramento da percepção da marca pelo cliente e unificar a linguagem visual da empresa, expressa especialmente pelo seu logotipo, mas que ramifica para diversas aplicações gráfico-visuais. **Objetivo:** Criar uma identidade visual para a vinícola Canzi. **Método:** Método de projeto de Design pautado em Bruno Munari (1981) e se caracteriza cientificamente como uma Pesquisa-Ação. Inicialmente, se desenvolveu um briefing com o cliente onde se diagnosticaram as principais necessidades, envolvendo pesquisa qualitativa. A partir daí, na aplicação do método Munari (1981), iniciaram as demais etapas de análise de mercado, histórico e desenvolvimento visual. **Resultados:** Como resultados se padronizou a logotipia, as embalagens dos produtos da propriedade, o ambiente do ponto de venda (PDV) com layout e produção de imagens tridimensionais, bem como a sinalização da propriedade, especialmente a frontal com a recepção. **Conclusão:** Os objetivos da proposta inicial foram atingidos. Houve a apresentação dos resultados ao cliente que acatou as indicações de melhoria na marca, embalagens e espaços. Esta atividade permitiu a percepção de que este tipo de projeto para empresas pode potencializar a percepção do público para a marca e se entende que há aplicabilidade em vários contextos dentro do mercado.

Palavras-chave: Logotipo; Embalagem; Ponto de Venda; Design gráfico.