

DESENVOLVIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL PARA UM RESTAURANTE DE COMIDA JAPONESA ESTIMULANDO OS CINCO SENTIDOS HUMANOS

Orientador: TISSIANI, Karina

Pesquisador: PERONDI, Marcelo

Curso: Design

Área de conhecimento: Área das Ciências Sociais Aplicadas

No campo do *design* gráfico, uma marca é a soma de ativos intangíveis de uma empresa que, quando trabalhada de forma eficiente, passa a ser a expressão que reside na mente de cada pessoa, pois ela demonstra a ideia que os consumidores têm sobre a empresa, produto ou serviço. Muitas marcas possuem diversos significados e conceitos, mas poucas delas chegam ao nível de emocionar o público de forma incondicional; nesse sentido, o *design* emocional tem um papel importante nessa forma de conquista. Partindo dessa necessidade e ao mesmo tempo oportunidade, o estudo apresenta a proposta de uma identidade visual baseada nos estímulos dos sentidos humanos, sendo um projeto conceitual que estabelece a criação dos elementos básicos de uma marca para um restaurante de comida japonesa, envolvendo a construção do *naming*, desenvolvimento do logotipo e símbolo, aplicações da marca em papelaria básica, sinalização, *design* de interiores e materiais publicitários. Para atingir os objetivos propostos, fez-se uso da metodologia de projeto de *design* apresentada por Munari, a qual valoriza os princípios criativos; o método foi adaptado com a abordagem de Lindstrom, por possuir um foco no desenvolvimento de marca multissensorial, e projetando assim uma estrutura diferenciada nesse segmento de mercado. Como resultado, chegou-se a um projeto de *design* gráfico que contempla não somente a marca visual, mas todos os cinco sentidos humanos, por meio dos conjuntos de elementos que representam a marca. Dessa forma, agregou-se não só os valores reais, mas os valores intangíveis, emocionando quem prova, fidelizando quem consome.

Palavras-chave: Design. Estímulos. Multissensorial. Identidade visual. Restaurante.

karina.tissiani@unoesc.edu.br

marceloperondi2005@gmail.com