

## REDESIGN DE MARCA E RÓTULO PARA A CERVEJARIA SCHWEDS BIER

Karen Rafaela da Silva Zuse / Autor(a)<sup>1</sup>  
Eduarda Gabrieli Appelt / Autor(a)<sup>2</sup>  
Diane Meri Weiller Johann / Autor(a)<sup>3</sup>

### 1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Neste projeto será desenvolvido o redesign da marca *Schweds Bier*, uma cervejaria artesanal local do município de Ijuí, assim como elaborar rótulos para a empresa. O projeto se fez necessário pois a proprietária da marca não sentia que o logotipo utilizado representava sua marca, além de apresentar falhas técnicas, como elementos que impossibilitavam usos específicos, como impressos ou reduzidos. Wheeler (2008, p.12) cita que “...marcas boas constroem empresas e marcas ineficazes debilitam o sucesso”, com isso em mente, buscou-se criar uma nova identidade visual para a marca, bem como novos rótulos, visando representar a empresa e sua fundadora, seus valores e objetivos, mantendo a essência da marca. O projeto foi desenvolvido na disciplina Ateliê de Design, do curso de design da Unijuí.

### 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Como metodologia de projeto de design foi utilizada a proposta de Gui Bonsiepe (1984), que consiste basicamente de 5 etapas: problematização, análise, definição do problema, geração de alternativas e projeto.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Solicitou-se para que, através deste projeto, fosse feito o redesign da marca *Schweds Bier*, uma cervejaria artesanal local do município de Ijuí/RS, assim como desenvolver os rótulos necessários para a empresa.

Durante o briefing com a cliente identificou-se vários aspectos da marca em uso que faziam necessário o redesign, sendo alguns dos principais: excessiva variação de fontes e cores e utilização de elementos impróprios para alguns tipos de impressão, como degradês. Além disso, os rótulos usados possuem fontes

inadequadas ou de tamanhos incorretos, assim como informações mal dispostas, como pode-se observar na Figura 1.

Figura 1 - rótulo atual da Scwheds Bier



Fonte: Instagram @schweds\_bier, 2021

A partir disso solicitou-se que fosse feito o redesign da marca, e o desenvolvimento de novos rótulos, visando reparar as "falhas" das versões atuais. Para isso foi aplicada a metodologia proposta por Gui Bonsiepe, almejando o desenvolvimento de um projeto que fosse atender as necessidades da cliente.

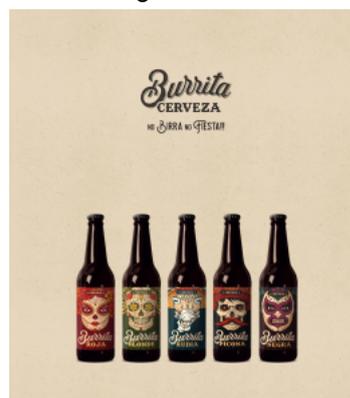
De início foi realizada uma análise sincrônica, para entender como o segmento de cervejas artesanais se apresenta no mercado, buscar inspirações e criar delimitações para evitar reinvenções. Os resultados da pesquisa estão apresentados nas figuras 2 e 3 abaixo.

Figura 2



Fonte: BERNAL, 2015

Figura 3



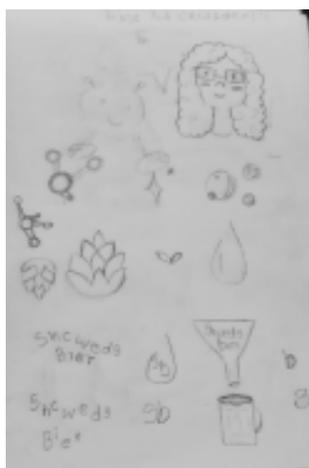
Fonte: HARINA, 2016

Com a análise feita foi possível identificar como normalmente as cervejas artesanais apresentam rótulos coloridos, com muitos elementos, e ilustrações complexas. As fontes usadas frequentemente são em estilo bold e caligráficas. Com

as informações coletadas da análise, estabeleceu-se delimitações no projeto por ser realizado, como também foi compreendido quais seriam os elementos necessários para a identificação da marca como integrante do segmento de cervejas artesanais. Durante o briefing a cliente expressou o desejo de manter alguns elementos da logo atual, como o *erlenmeyer*, pois a fundadora da marca tem graduação em Química, e o instrumento é usado na produção das cervejas da marca. Também houve interesse da cliente por elementos lúdicos que remetesse ao feminino de forma discreta, já que ela se orgulha de ser uma mulher cervejeira, mas reconhece que parte do público consumidor ainda é preconceituoso a presença feminina nesse segmento. Também foram definidos quantos seriam e quais as cores adequadas para os rótulos da marca, que variam de acordo com o tipo de cerveja, sendo elas cinco: Pilsen, English Ipa (rótulo verde), Irish Red Ale (rótulo vermelho), American Brown Ale (rótulo marrom) e American Blond Ale (rótulo amarelo).

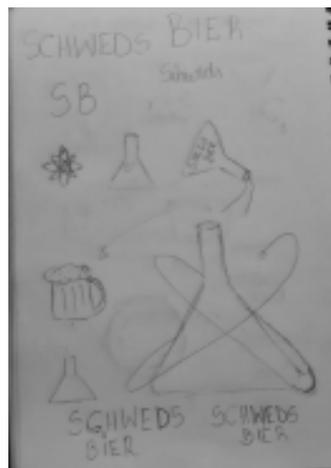
A partir dos requisitos foram geradas alternativas com elementos que atendessem as preferências da cliente, dentre elas: ilustrações, moléculas, átomos, copos e os ingredientes da cerveja (cevada e o lúpulo), sempre buscando utilizar uma estética delicada e leve, para assim apresentar uma discreta feminilidade. Algumas das variações consideradas, podem ser observadas nas figuras 4 e 5.

Figura 4



Fonte: autores

Figura 5



Fonte: autores

Após a geração de alternativas, refinamentos e testes foi chegada à versão final que pode ser vista na Figura 6, nela foi mantido o *erlenmeyer*, e adicionado um líquido alaranjado passando pela letra “w”, simulando a produção da cerveja. Foi

ênfatisado o nome próprio da marca, visto que ele é responsável por sua diferenciação, para que assim fosse fácil o reconhecimento e memorização, utilizou-se uma fonte delicada (Voga Medium) mantendo alguns aspectos clássicos, e também foi adicionado o círculo ao redor da logotipo, para reforçar a marca como integrante do segmento da cervejaria, uma vez que esse elemento é bastante presente nesse nicho. Como fonte secundária foi escolhida uma opção mais simples (Myriad Pro) e de fácil leitura, pois ela será sempre em um tamanho menor.

Figura 6



Fonte: autores

Já no rótulo (Figura 7), foi mantido o colorido da cerveja artesanal, o fazendo o destaque do rótulo, juntamente com os tipos de cervejas da marca, visto que a cervejaria experimental é um diferencial valioso da empresa. Em contrapartida para gerar uma diferenciação dos demais rótulos, optou-se por uma estética minimalista, deixando um espaço em branco, e aproveitando as cores para chamar a atenção dos clientes e aplicando um padrão delicado e feminino composto pelos ingredientes da cerveja na parte inferior. A fonte utilizada nos rótulos é mais moderna e, em seu ponto focal, onde é citado o tipo da cerveja varia entre o estilo padrão e bold. Na figura 8, pode ser visto uma aplicação do rótulo desenvolvido.

Figura 7



## REFERÊNCIAS

@schweds\_bier. Instagram. Disponível em:

[https://www.instagram.com/schweds\\_bier/](https://www.instagram.com/schweds_bier/) Acesso em: 20 abr.

BERNAL, Jose. **Candelaria**. Behance. Disponível em:

<https://www.behance.net/gallery/32374143/Candelaria> . Acesso em: 22 abr.

BONSIEPE, Gui, et. al. **Metodologia Experimental: Desenho Industrial**. Brasília: CNPq/Coordenação Editorial, 1986.

HARINA, Matias. **Cerveza Burrita**. Behance. Disponível em:

<https://www.behance.net/gallery/43826727/Cerveza-Burrita> . Acesso em 22/04/2023.

WHEELER, Alina. **Design de identidade de marca** - ed. - Porto Alegre: Bookman, 2008.