

PROYECTO DE GRADUACION
Trabajo Final de Grado

Seres
Sinergia entre la ilustración y el packaging

Lucia Paul
Cuerpo A del PG
26.02.15
Diseño Gráfico
Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes
Proyecto Profesional

Índice

Palabras clave	3
Síntesis	4
Antecedentes	6
Logos de mi Proyecto de Graduación	7
Producción de contenidos curriculares	8
Currículum Vitale	9
Declaración de autoría	10

Palabras clave

Packaging

Vino

Diseño gráfico

Ilustración

Logo

Marca

Síntesis del PG

Cada día el mercado es más competitivo haciendo que los productos y marcas tengan que buscar formas innovadoras para destacarse de su competencia además de su buena calidad o servicio. Debe generarse una experiencia en la mente del consumidor para lograr ser elegido por sobre otros tantos. Esto no sería solamente crear una buena identidad, sino más bien debe lograrse que el consumidor se relacione con la imagen del producto. Lograr aquello no es simple, ya que en góndola se encuentran muchas marcas ofreciendo un producto similar, e iguales a la vista de un usuario promedio. Por eso mismo se busca destacarse en góndola, sin dejar de ser un producto vitivinícola de alta calidad.

En este PG se busca mostrar la sinergia que puede llegar a ocurrir entre el packaging y la ilustración, logrando que la ilustración realce el envase y que el mismo le aporte nuevas posibilidades a la ilustración. Se busca crear una nueva línea de vinos que pueda competir dentro del mercado actual bajo el nombre Seres, en honor al Libro de los Seres Imaginarios de Borges. Por eso se crea una nueva imagen de marca que genere presencia y distinción frente a la competencia sin dejar de tener en cuenta las preferencias del consumidor.

En el siguiente proyecto se presenta el vino y sus diferentes opciones de packaging como tetrapack, el bag-in-box y la botella clásica de vidrio. Optando por la tercera ya que es la opción más tradicional en la Argentina. Con esto se presenta una investigación sobre los mejores lugares para cosechar la vid, el tipo de uva ideal para crecer en el país y el proceso entero del vino: cómo es que llega una uva en un campo a una copa de vino. Se considera importante comprender el origen del producto que será envasado ya que esto le da más valor al envase, entendiendo todo el cuidado que recibe durante el proceso y la importancia de su envase.

Así mismo se encuentra un análisis del mercado para entender en qué situación económica estábamos situados para vender el producto en el mercado nacional, y comprender sobre su competencia internacional.

Al analizar la competencia y ver los diferentes recursos gráficos que utilizan, se quiso presentar la línea de vinos con un fuerte concepto: La idea principal detrás de este proyecto fue crear una experiencia para el consumidor, no solamente un producto. Este Proyecto de Grado presenta una línea de vinos de uvas Chardonnay, Malbec y Cabernet Sauvignon con sus respectivas etiquetas y packagings. Se hace referencia a los distintos platos ideales para ser acompañados con cada tipo de vino, para ayudar a completar la idea del autor de lograr crear una combinación de elementos que conviertan al momento de descorchar cada botella y compartir la bebida, en una experiencia para ser disfrutada plenamente.

Para reforzar esta intención, la gráfica aplicada relaciona directamente el tipo de vino que contiene la botella con el tipo de alimento que mejor lo acompaña. De este modo, una botella de vino Chardonnay estará representada por la gráfica correspondiente a un pez, ya que es el tipo de uva que mejor acompaña el pescado y las carnes blancas. En el caso de la botella de vino Cabernet Sauvignon, la ilustración de su etiqueta presenta un cerdo, y en la de vino Malbec se ilustra una vaca, haciendo referencia también a los platos que mejor acompañan dichas uvas.

La ilustración no es lo único que le da valor agregado al envase. Para esto se decidió hacer que los tres animales puedan combinarse entre sí, haciendo que sus tramas puedan juntarse para poder formar una nueva criatura. Esto le da la posibilidad al consumidor de combinar las botellas y cajas entre sí creando una relación directa con el envase, ya que para poder combinarlas querrá coleccionar las tres botellas y "jugar" a crear nuevos Seres; y allí el por qué del nombre de la marca.

Antecedentes

- Criscuolo, L. (2012) La importancia del Diseño Gráfico en la comunicación de los packagings. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1128&titulo_proyectos=La%20importancia%20del%20Dise%F1o%20Gr%E1fico%20%20en%20la%20comunicaci%F3n%20de%20los%20packagings.
- Gastelum, F. (2012) Diseño sostenible. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=923&titulo_proyectos=Dise%F1o%20sostenible.
- Labanca, F. (2012) *Una cepa orgullosa*. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1458.pdf
- Lopez, A. (2011) *La Naturaleza, madre del Diseño*. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=189&titulo_proyecto=La%20Naturaleza,%20madre%20del%20Dise%F1o.
- Nikiel, M. (2011) *Semiótica del producto*. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=235&titulo_proyecto=Semi%F3tica%20del%20producto.
- Mac Mullen, J. (2012) *Los límites entre el medio ambiente y la industria*. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1466&titulo_proyectos=Los%20l%EDmites%20entre%20el%20medi%20ambiente%20y%20la%20industria.
- Mancuso, Y. (2012) Cuando el packaging cobra mayor importancia que el producto. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1468&titulo_proyectos=Cuando%20el%20packaging%20cobra%20mayor%20importancia%20que%20el%20producto
- Schuller, H. (2012) *¿Seguimos influenciados por el arte?* Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1510&titulo_proyectos=%BFSeguimos%20influenciados%20por%20el%20arte?
- Taiah, D (2011) *La materialización de la idea*. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=318&titulo_proyecto=La%20materializaci%F3n%20de%20la%20idea

Recondo, M. (2011) *La emoción en el diseño*. Facultad de diseño y comunicación.
Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=277&titulo_proyecto=La%20emoci%F3n%20en%20el%20dise%F1o.

CV

Logros de mi Proyecto de Graduación

El principal logro del proyecto de grado ha sido poder disfrutar el mismo, ya que fue un desafío desde el comienzo y haberlo terminado con un resultado, personalmente considerando, muy satisfactorio fue un gran resultado. Así mismo, el haber realizado todo el recorrido por las distintas funciones y materiales que son factibles para un envase de vino logró que la elección de los materiales y el contenedor final tenga sustento.

Considero que uno de los logros de este proyecto ha sido poder encontrar la información necesaria para poder realmente abarcar un diseño. Gracias a la información recolectada sobre las nuevas tendencias dentro del mercado argentino se puede comprobar que el mismo mantiene una estética tradicional en sus envases, con pocas marcas rompiendo las tradicionales etiquetas. Se diseñó una imagen de marca innovadora sin ser completamente radical, creando una ilustración moderna con un logo tradicional. Se logró crear una línea de vinos de colección ya que los consumidores querrán tener los tres tipos de vino por su respectiva ilustración para poder combinarlos juntos. Para hacer esto se crearon tres ilustraciones las cuales en dos puntos de sus cuerpos tenían que tener fluidez y que sus tramas continúen en forma armoniosa, cosa que se logró con éxito haciendo que al combinar los diferentes animales, la trama sobre las mismas no haga ruido en el animal. Con todo esto, se pudo demostrar como la ilustración le da valor agregado al envase ya que el juego de combinar las diferentes cajas para crear una nueva creatura no se podría haber hecho sin la ilustración.

El haber realizado todo el recorrido por las distintas funciones y materiales que son factibles para un envase de vino logró que la elección de los materiales y el contenedor final tenga sustento.

Producción de Contenidos Curriculares

A través de la realización del presente PG, se intenta aportar contenidos académicos a la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Palermo, específicamente a las materias dictadas en el cuarto año de la especialización de diseño de packaging. Se encuentran las materias Materiales I y Materiales II, donde se le enseña al alumno contenidos de forma y construcción en la primera y función y técnica en la segunda. Este PG se vincula con Representación y Materiales I en los temas de precisión y técnica en el desarrollo de los envases, desde su idea hasta su construcción real. Además se tocan temas como las emociones que provocan al consumidor las formas, texturas e imágenes que representan los packs. Cómo así también los temas de representación tridimensional para la exhibición del producto frente a los clientes. Por otra parte, se corresponde con la segunda etapa de esta asignatura por el estudio en profundidad de los materiales, como es analizado en este PG en el caso del vidrio, nombrando sus características, ventajas y desventajas, y el porqué de su elección final. Asimismo, se ven temas como el diseño gráfico aplicado en el packaging, el diseño de identidad y la aplicación de la marca en los productos. También se tratan los elementos distintivos, el color, el estilo y todo lo que contiene un envase para generar un lenguaje visual correspondiente con la identidad del producto. Por estos motivos específicos, los contenidos curriculares de estas dos materias tienen puntos en contacto notables con el presente PG, y su aprendizaje fue de suma importancia para lograr el correcto desarrollo, tanto de la redacción, como del producto creado en el mismo.

Declaración jurada de autoría

A: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Por la presente declaro que el Proyecto de Graduación es mi propio trabajo y hasta donde yo sé y creo, no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, ni material que se manera sustancial haya sido aceptado para otorgamiento de premios de cualquier otro grado o diploma de la Universidad u otro instituto de enseñanza superior, excepto donde se ha hecho reconocimiento debido en el texto.

Autorizo a la Facultad de Diseño y Comunicación a emplear los contenidos del mismo a efectos académicos e institucionales del Proyecto de Graduación titulado:

Seres. Sinergia entre la ilustración y el packaging

Saluda cordialmente,

21/02/2015

Fecha

Lucia Paul

Firma y aclaración.