

Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño

Empaque, la experiencia del rito del vino

Memoria para optar al título de Diseñador Industrial

Por :

Susana González Gómez

Profesor guía :

Marcelo Quezada Moncada

2012

No autorizado por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.

Resumen . .	4
Indice . .	5
NO DISPONIBLE A TEXTO COMPLETO . .	7

Resumen

Este proyecto pretende facilitar por medio del empaque la introducción y comprensión de la cultura del vino, con el fin de aportar con el desafío propuesto por la industria vitivinícola respecto a incrementar el reconocimiento y valor a su producto a nivel nacional e internacional.

Este reconocimiento como la misma industria lo ha definido, se logra por medio de la educación del consumidor en aspectos que tienen relación con la cultura en torno al vino.

La situación problemática desde el diseño se centra en dos puntos

- Deficiencia del empaque en facilitar una experiencia que permitan introducir a la cultura del vino, entendiendo que la cultura de éste va más allá del propio producto en sí.
- Deficiencia del empaque en aspectos que contribuyan a la diferenciación respecto a su origen.

El análisis da como resultado un empaque que por medio de una experiencia en torno al rito, pone en valor la cultura del vino, reforzándola con aspectos que den cuenta de su origen y con ello diferenciándola

La participación del empaque como instrumento introductor del mundo del vino, implican un nuevo concepto de uso y significado del elemento, el cual se hace lugar en el rito.

Índice

RESUMEN 5

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

- 1.1 Tema 9
- 1.2 Presentación de tema 9
- 1.3 Justificación de intervención de diseño 10
- 1.4 Propósitos de proyecto 11
- 1.5

CAPITULO II

DESARROLLO DE PROYECTO

- 2.1 Marco Conceptual 13
- 2.2 Antecedentes 14
 - 2.2.1 La cultura del vino 14
 - 2.2.2 El rito 15
 - 2.2.3 El rito en la degustación 16
 - 2.2.4 La botella de vino 21
 - 2.2.5 Empaque de botellas de vino 22
 - 2.2.6 La Vinoteca 23
 - 2.2.7 Terrunyo de Concha y Toro 25
- 2.3 Marco teórico 27
 - 2.3.1 El diseño emocional 27
 - 2.3.2 La experiencia en el producto 28
 - 2.3.3 La comunicación en el empaque 29
 - 2.3.4 La estética 31
- 2.4 Perfil de consumidores 32
- 2.5 Estado del arte 33
- 2.6 Referentes 36
- 2.7 Situaciones de intervención 38
- 2.8 Problema de diseño 41
- 2.9 Método de investigación 42

CAPITULO III

PROPUESTA

3.1 Propuesta conceptual	47
3.3.1._Consideraciones formales	49
3.3.2._Despliegue	50
3.3.3._Traslado y agarre	53
3.3.4._ Aspectos gráficos	57
3.3.5._Textos	65
3.3.6.-Herramientas adicionales	68
CAPITULO IV	
PRODUCTO	
4.1 Despiece	71
4.2 Sistema de impresión	72
4.3Materialidad	74
4.4 Visualización exterior	75
4.5 Gráfica interiores	76
4.6 Transportes	80
4.7 Usos	81
4.8 Costos	82
4.9 Planimetría	83
BIBLIOGRAFIA	89
ANEXO	95

NO DISPONIBLE A TEXTO COMPLETO

No autorizado por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.