

**PACKAGING:
DISEÑO Y VOLUMEN**

EXPRESIÓN ARTÍSTICA

4º ESO

El diseño gráfico se emplea con distintas funciones: informar, identificar una empresa, etc., pero su función más importante es la relacionada con la publicidad.

La publicidad intenta influir en la decisión de alguien potenciando el interés del mensaje enviado.

Uno de los usos más desarrollados del diseño gráfico con fines publicitarios es la creación de **embalajes** para productos.

- **Packaging** es un término inglés que se utiliza para designar a la parte del diseño que se encarga de dar forma a los envases y embalajes de los productos.

ENVASE: Es el recipiente que tiene contacto directo con el producto específico, con la función de envasarlo y protegerlo.

ENVASE PRIMARIO: Es aquel recipiente o envase que contiene o está en contacto con el producto.

ENVASE SECUNDARIO O COLECTIVO: Contiene al empaque primario y tiene como finalidad brindarle protección, servir como medio de presentación y facilitar la manipulación del producto para su aprovisionamiento en los estantes o en el punto de venta.

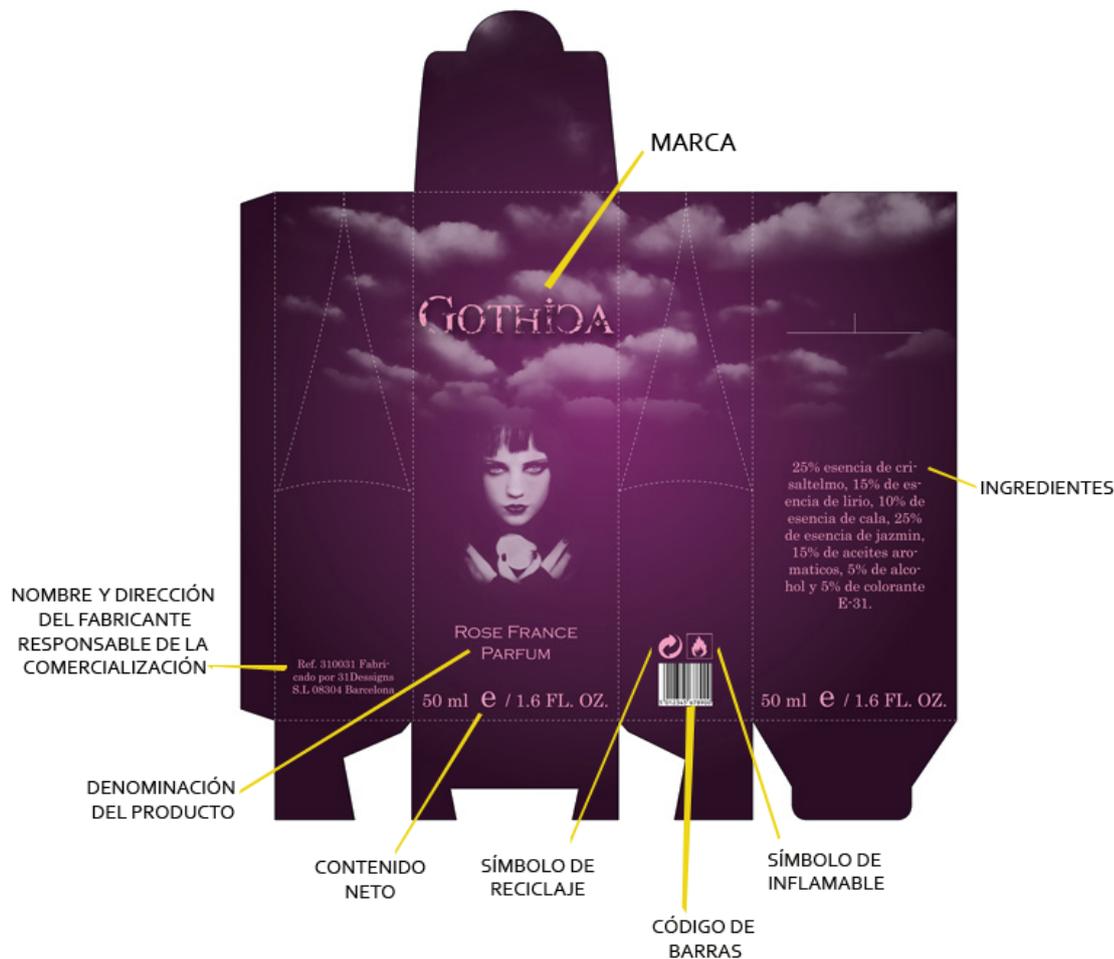
ENVASE TERCIARIO: Puede agrupar varios empaques primarios o secundarios y tiene como finalidad facilitar la manipulación y el transporte de los productos.

EMBALAJE: El embalaje sirve para proteger el producto o conjunto de productos que se exporten, durante todas las operaciones de traslado, transporte y manejo; de manera que lleguen a manos del destinatario sin que se hayan deteriorado o desperdiciado, desde que salieron de las instalaciones en que se realizó la producción o acondicionamiento.

ACTIVIDAD: DISEÑA EL PACKAGING DE UN PERFUME

1. Realiza diferentes bocetos sobre la marca del perfume, piensa en los posibles nombres que puedes ponerle; si es para hombre, para mujer, para niños... eligiendo una tipografía y colores adecuados según el público para el que sea destinada.
2. Debes partir de una forma geométrica: óvalo, ovoide o espiral, como aparecen en el tema. Realiza el diseño en tu bloc y después pásalo a un programa de diseño como Photopea.
3. Elige el embalaje (desarrollo geométrico) que creas que es más adecuado para tu trabajo. Diseñalo con Photopea introduciendo todos los elementos que deben aparecer tal y como aparece en la siguiente imagen.
4. Imprímelo a color en tamaño DIN-43, pégalo sobre una cartulina y recórtalo. Después dobla por las señales y móntalo.

ELEMENTOS DEL ENVASE



- **1. Marca:** La marca o nombre del perfume debe estar relacionado con El Greco, con alguna de sus obras...
- **2. Denominación del producto:** descripción del tipo de producto que contiene ese envase. **EDC** (Eau de Cologne), **EDT** (Eau de Toilette), **EDP** (Eau de Parfum)
- **3. Contenido neto:** cantidad de producto que contiene el envase. La letra “e” que se encuentra después del volumen es la garantía de que el producto ha sido llenado de acuerdo con el sistema de medidas que se utiliza en la Unión Europea. Se refiere al contenido de producto excluyendo el envase.

Fl. Oz. significa onzas fluidas. Las onzas fluidas es la cantidad de líquido que tiene un frasco de fragancia aunque también suele estar marcado en .ml (mililitros) que es el sistema de medida de líquidos que utilizamos en España.

Los **tamaños más usuales de fragancias** son de 30 ml, 50 ml, 100 ml. Raramente también se encuentran tamaños de 25 ml, 40 ml, 75 ml, 125 ml y aún mayores, pero éstos en minoría.

La **relación de Onzas con mililitros** es: 1 Fl. Oz. corresponde con 30 ml, 1,7 Fl. Oz. equivale a 50 ml y, 3,4 Fl. Oz. son 100 ml.

Evidentemente, cuántos más ml o Fl. Oz. tenga la fragancia, más cara es ya que si su tamaño es mayor hay más concentración de perfume.

- **4. Ingredientes del producto:** lista de todos los ingredientes usados en la fórmula, en orden descendente de concentración. Este punto es especialmente importante para las personas que buscan un ingrediente específico o que quieren evitar alguno.
- **5. Nombre y dirección del fabricante o responsable de la comercialización en la UE:** información sobre quién hizo el producto y dónde se encuentra el fabricante o distribuidor en la Unión Europea.
- **6. País de origen:** nación que fabrica o produce el producto.
- **7. Código de barras:** es una representación gráfica de la información contenida en un producto. El código de barras se debe colocar en la base del diseño del envase, pero si ésta no está disponible para poner una etiqueta o imprimirse, entonces se ubica en el reverso del envase, cerca de la base del mismo, debe estar legible y en óptimas condiciones de visibilidad a por lo menos 5 mm de la base del envase y justificado al lado izquierdo o derecho de la etiqueta.
- **8. Símbolo de reciclaje:** indica la participación de la empresa en los programas europeos de eliminación y reciclado correcto de todos los componentes del envase. Los símbolos de reciclaje; punto verde, anillo de Mobius, se ubican por lo regular debajo del código de barras o a un costado del envase, y en tamaño más pequeño que el código de barras.
- **9. Símbolo de producto inflamable:** Son aquellos que arden fácilmente bajo la acción de una fuente de energía (llama, chispa, fuente de calor, etc.) incluso por debajo de 0° C. El alcohol es un producto inflamable y que forma parte de los ingredientes de cualquier perfume.

➤ EL SIGNIFICADO DE CADA COLOR

Negro, elegancia, formalidad, seriedad, miedo, poder.

Blanco, representa amplitud, paz, pureza, salud, bondad, libertad, espiritualidad, limpieza, locura.

Gris, representa alta tecnología, solidez, elegancia, sobriedad, prestigio.

Azul, reflexión, calma, frescura, inmensidad, profundidad.

Violeta, lujo, realeza, moda, belleza, misticismo.

Rojo, optimismo, excitación, pasión, violencia, peligro, fuego, amor, calidez.

Verde, paz, frescura, naturaleza, vida, humedad, descanso, virtud, inspiración, meditación, sabiduría.

Amarillo, color llamativo, dinámico, juvenil, alegría, luz, brillo, energía, claridad, poder, prosperidad, ostentación.

Naranja, muy utilizado en alimentos porque representa apetito, digestión, luminosidad, alegría, calorías.

Rosa, delicadeza, fragilidad, ternura, inocencia, feminidad, materialismo.