



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**"ELABORACIÓN DE DUMMIES DE ENVASES PARA
PRODUCTOS CUATRO CASOS"**

Diseñada como manual para la elaboración de dummies.

Tesis
Para la obtención del título de:

Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta

María de la Concepción Pimentel Mendoza

Director de Tesis: Lic. Jaime Alberto Reséndiz González.
Asesor de Tesis: Lic. Ambrosio García Ramírez

México D.F. 1996



DEPTO. DE ASesorIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICAS
XOCHIMILCO D.F.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A ti por todo lo que me haz ofrecido.

Gracias Señor.

A mis padres.

Con todo mi cariño, amor y respeto les agradezco por tener fe en mi y por todo el apoyo que me brindaron durante toda mi formación.

**Dr. Juan D. Pimentel Mejía.
Estela Mendoza de Pimentel.**

En memoria de mi abuelo con mucho cariño y a su esposa que siempre nos quisieron mucho.

**Alfonso Mendoza Quiroz.
Virginia Moreno de Mendoza.**

A mi abuela y en memoria de abuelo con cariño

**Juan Pimentel Vera.
Agustina Mejía Vda. de Pimentel.**

A mis hermanos y sus familias.

Con todo cariño, siempre juntos apoyándonos en la buenas y en las malas, por que así nos enseñaron nuestros padres.

Juan, Juanita, Estela, Alfonso, Rocío, Juan Carlos.

A mis sobrinos.

Con cariño, esperando les pueda servir de ejemplo, aunque sea un poco tarde pero espero les sirva.

**Georgina, Adriana, Juan.
Elisa, Miriam, Jesus, Gerardo.
Nidia, Alan.
Roberto Mauricio.
Chitian.**

Con cariño y respeto a mis padrinos

**Dr. José León Marquez Jimenez.
Sara Aguirre de Marquez.**

Con especial cariño y agradecimiento a la **Familia Moreno Buzzo.**

Con especial cariño y amor por todo lo que incondicionalmente me haz dado, y agradezco tu confianza en mi y sobre todo por tu paciencia cuando estudiamos juntos.

Arq. Alfonso Everardo Moreno Buzzo.

A mis amigos por su amistad sincera y ser los mejores, por compartir y comprender, con cariño quien de cada uno aprendía algo.

Familia González Rubio Solorsano, Familia Hemken Arrillaga, Gabriela González, Rosa lilia Roura, Adela Rojo, Margarita Barcena, Nina Hemken, Rebeca Ramírez Sra. Jana Benda, Silvestre Bautista, Enrique Oliveros, Javier Moreno, Haim Salmón, Julio , José Trinidad Jiménez, Sr. José Antonio Oroasco, Eduardo García, Adrián D'Anda, Mauricio Orospe, Enrique Esqueda.

A la generación 84 - 88 de la Licenciatura de Diseño Gráfico.

Con agradecimiento a mis maestros.
Quienes compartieron conmigo
sus conocimientos.

En especial.
Por su apoyo y confianza, con respeto y cariño.

Mtro. Jaime A. Reséndiz González

AGRADECIMIENTOS

Instituto Mexicano de Envase y Embalaje
Lic. Carlos Celorio Blasco

Multivisión Audiovisual.
Sra. Linda Duno de Guzik.

Chiclets ADAM'S
Lic. Enrique Enriquez.

Orbitel.
Ing. Salvador Maiz.
Lic. Armando Luna.
Lic. Ignacio Aguirre.

Nega Color
Samuel Cerratos

Cigarrera la Moderna.

JR. SEPCIAL EFFECTS.

Escuela Nacional Artes Plásticas

TITULO

**ELABORACIÓN DE DUMIES DE ENVASES
PARA PRODUCTOS CUATRO CASOS**

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, es muy común el utilizar día con día diferentes satisfactores o servicios en la vida cotidiana, siendo por medio de la publicidad la manera más práctica para enterarnos de su existencia, logrando así, un ambiente propicio para el encuentro entre producto, servicio y consumidor; en donde la imagen juega un papel muy importante para satisfacer los requerimientos de una sociedad de consumo.

Por medio de este trabajo se pretende ofrecer al diseñador gráfico que ejerce en la práctica profesional así como a los estudiantes en formación académica, una alternativa para la elaboración de modelos de envases mediante el desarrollo de procedimientos que se recomiendan para seguir un estudio ordenado, de como recopilar toda la información necesaria para su construcción con éxito, en base a la experiencia aplicada. Utilizando un lenguaje claro y sencillo mediante la descripción de cuatro casos prácticos se ofrece un panorama abierto de utilización de técnicas y materiales empleados para sustituir productos de uso común.

JUSTIFICACIÓN

La elaboración de modelos de envases de productos para la utilización en su proceso de comercialización debido a la demanda en el mercado el diseñador gráfico debe poner en práctica. El conocimiento y dominio de teorías y técnicas de diseño e impresión adquiridas durante su formación y práctica profesional mediante el apoyo de materiales y tecnologías existentes a su alcance, comúnmente empleadas para satisfacer la demanda de un creciente mercado de trabajo en constante desarrollo.

OBJETIVOS

Establecer el trabajo del diseñador gráfico en la elaboración de dummies de envases.

Establecer las necesidades del mercado publicitario para la elaboración de dummies réplica.

Demostrar las posibles alternativas de utilización de diversos materiales y métodos para la producción de dummies.

Mostrar mediante la descripción de cuatro casos prácticos las posibles soluciones prácticas de elaboración de dummy réplica utilizando diferentes métodos y materiales.

INDICE

CAPITULO 1 ORIGEN CLASIFICACION Y RELACIÓN DEL ENVASE Y DUMMY

Paginas

1:1	CONCEPTOS DE ENVASE	12
1:2	ORIGEN DEL ENVASE	17
1:3	FUNCIÓN DEL ENVASE	21
1:4	CLASIFICACIÓN DEL ENVASE	24
1:5	CONCEPTO DEL DUMMY	28
1:6	FUNCIÓN DEL DUMMY	29
1:7	CLASIFICACIÓN DEL DUMMY	30
1:8	RELACIÓN ENTRE ENVASE Y DUMMY.....	31

CAPITULO 2 MÉTODO Y DESCRIPCION

Paginas

2:1 MÉTODO	32
2:2 DESCRIPCION DE CUATRO CASOS	35
2:3 CASO 1 ENVASE PARA CIGARROS	36
2:4 CASO 2 ENVASE PARA CHICLES	62
2:5 CASO 3 ENVASE PARA CHICLE	98
2:6 CASO 4 ENVASE PARA BEBIDA CARBONATADA Refresco de lata.	123
 APORTACIONES	 140
CONCLUSIONES.....	147
 GLOSARIO.....	 150
 BIBLIOGRAFÍA.....	 154

CAPÍTULO 1

CONCEPTOS ORIGEN FUNCIONES CLASIFICACIÓN Y RELACIÓN DEL ENVASE Y DUMMY

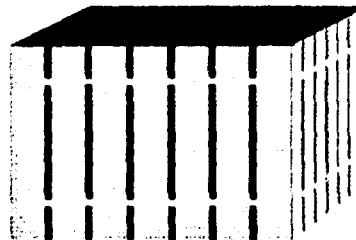
CONCEPTOS DE ENVASE 1:1

Un envase es un contenedor de material rígido o flexible que está en contacto directo con el producto que almacena, lo protege, clasifica y le da una identidad (ya sea sólido, líquido, gaseoso), para uso industrial o de consumo.

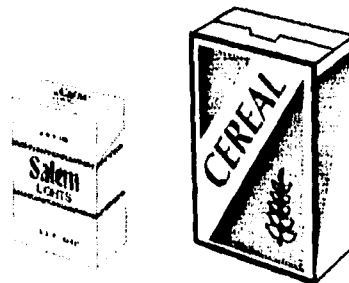
Existen gran variedad de materiales para la fabricación de envases, según el producto se designa el material adecuado para su envase, pueden ser de madera, vidrio, metal y una gran variedad de plásticos de diferentes resistencias, todo va en función de la economía y dependiendo del tipo de producto a envasar.

Ejemplos de algunos envases:

MADERA



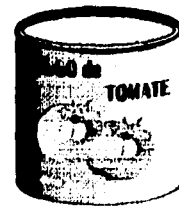
CARTON



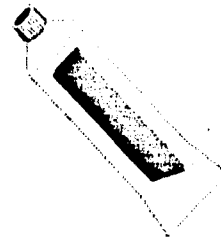
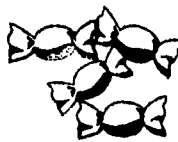
VIDRIO



METAL



PLASTICOS



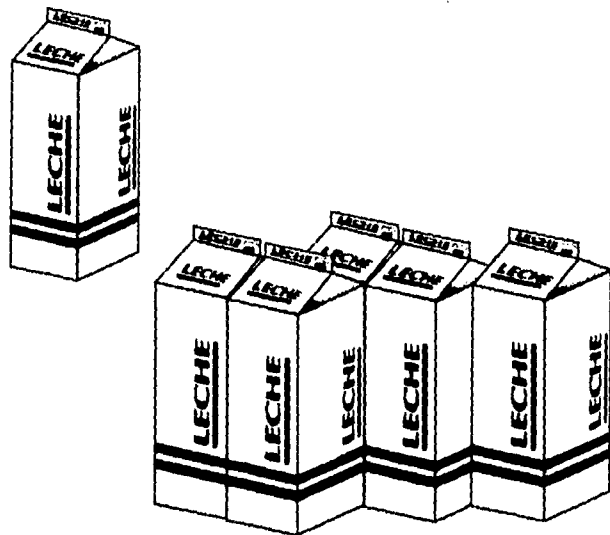
Un embalaje es un contenedor unitario o colectivo, es lo que comúnmente conocemos como caja; para su fabricación se emplean diversos materiales como madera, cartón, metal o plástico. También se utilizan materiales textiles en forma de sacos o redes con el fin de unificar y proteger al producto, se podría decir que sus principales funciones son dos .

La primera es como ya se ha mencionado, la de unificar un conjunto de mercancías para su fácil transportación; la segunda es la de proteger físicamente el producto contenido durante su proceso de distribución.

Los productos embalados conjuntamente representan cargas de dos tipos: las homogéneas y las heterogéneas; las primeras se componen de varios elementos iguales en cuanto su material de fabricación, forma, dimensiones, peso y consistencia; las segundas incluyen a los productos de menor tamaño y desiguales en su forma y materiales de construcción. Para este caso se recomienda unificar la carga, empleando un material que reúna y acomode los diversos elementos de manera que forme un embalaje como carga única; una buena opción la ofrecen materiales como: el polietileno y el P.V.C. encogible o estirable, que son materiales eficientes y prácticos que facilitan el manejo de las cargas durante su almacenamiento transportación.

El producto es un elemento que satisface necesidades primarias, secundarias o suntuarias del consumidor. Un ejemplo de esto, son los medicamentos considerados como satisfactores esenciales y de uso cotidiano; en las mismas condiciones se encuentran los alimentos y el vestido como productos de necesidad primaria para la subsistencia. Los satisfactores secundarios o suntuarios que son conocidos como superficiales, forman parte esencial del consumismo, un ejemplo de ello son: los perfumes, chocolates, vinos etc. Estos se encuentran presentados comúnmente en envases de muy alto costo de fabricación ligados a la imagen y calidad que el producto pretende representar.

La imagen de un producto es la representación gráfica unida a dos aspectos la identidad y la Mercadotecnia. Los elementos más importantes son: el color, la forma, tipografía y el envase (cabe mencionar que existen también casos en los cuales el envase es lo más importante). El grafismo es un elemento que provoca el impacto visual propio del producto y simultáneamente crea un carácter que impulsa al consumidor para adquirirlo.



El principal reto del diseñador gráfico es el de conciliar la imagen del producto con la del envase, este es un gran problema porque resulta difícil lograr el equilibrio adecuado para ambas. Entre los aspectos más importantes que el diseñador debe considerar para satisfacer esta necesidad se encuentran:

Representar la función y la imagen del producto.

Lograr que el producto sea identificado fácilmente en el mercado.

Que el consumidor esté suficientemente informado sobre el contenido del producto y los beneficios que éste ofrece.

Aumentar la capacidad de venta del producto.

Valorar el contenido del producto y su utilización.

Formar una imagen con carácter para captar la atención del consumidor.

El trabajo realizado por el diseñador es evidente al lograr por medio de un grafismo un buen impacto visual y psicológico en el consumidor, motivándolo para que lleve el producto a sus manos, y lo compre. Se puede decir que en este punto existe una combinación Producto-Envase ambos con igual importancia.

ORIGEN DEL ENVASE 1:2

Cuando el hombre se hizo sedentario surgieron varias necesidades que lo obligaron a idear diferentes formas de conservar y transportar sus alimentos. Así al principio fue elaborando envoltorios de materiales como hojas de palma entrelazadas para proteger sus alimentos y tuvo que inventar la forma de hacer vasijas de barro a las que les siguieron otras fabricadas de materiales que tenía a la mano, principalmente madera y vidrio sin cocer ; surgieron así los primeros envases y embalajes que con el tiempo se han hecho de uso indispensable y cotidiano para el hombre.

La primera aplicación de un envase como tal, es muy difícil de precisar pero a lo largo de la historia se ha podido recabar información suficiente en el estudio de diferentes culturas, obteniendo una cronología que a continuación se presenta de manera muy sencilla. A Partir del momento y el lugar donde emplearon por vez primera los diferentes materiales utilizados para envasar; y que podemos tomar como referencia, del inicio de la importante industria del envase, su notorio desarrollo y evolución hasta la actualidad.

“ Año 1550 A.C. Florece en Egipto una importante industria de fabricación de botellas, en el año . Los Griegos y luego los Romanos fabrican botas de cuero y barriles de madera, posteriormente fabrican de vidrio botellas para perfumes además de envases y tarros de barro cocido.

Año 750 D.C. La fabricación de papel llega de China al Medio Oriente de donde pasa a Italia y Alemania. trasladándose en el Año 1200 a España y Francia, posteriormente en el año 1310 a Gran Bretaña, simultáneamente se desarrolla el hierro estañado en Bohemia, región que forma parte de la actual República Checa.

Año 1500 Se desarrolla el arte del etiquetaje y se expande la producción de los sacos de yute.

Año 1550 Surgimiento del envoltorio impreso más antiguo que fue hecho en Alemania.

Año 1700 La fabricación de papel surge como industria, a nivel mundial en los países más desarrollados incluyendo a los Estados Unidos.

Año 1800 En Inglaterra el Sr. Jacob Schwepp emprende el negocio de industrializar el agua mineral embotellando y etiquetando.

Año 1810 Fecha de gran importancia para la historia del envase ya que en ese año. Peter Durand diseña el envase cilíndrico sellado conocido actualmente como la lata.

Año 1814 Aparecen las cajas de cartón cortadas a mano; Estados Unidos.

Año 1890 Aparecen las primeras cajas de cartón impresas; paralelamente surge la primera botella de leche y Coca Cola en envase de vidrio seguida no mucho después por la Pepsi Cola, Estados Unidos.

Año 1900 Kellogg's introduce cereales en paquetes de cartón, también en los Estados Unidos.

Año 1905 Hacen su aparición las latas de cartón compuesto, en Estados Unidos.

Año 1909 Surgen las cajas atadas con alambre para embalaje a granel. En ese mismo año se desarrolló el acetato de celulosa para uso en el medio fotográfico.

Año 1911 En Suiza se fabrica la primera máquina de envoltorios flexibles, para alimentos.

Año 1924 Comienza la época del predominio del plástico para envases. En este mismo año en Nueva York la Compañía Dupont produce el primer celofán (Celulosa de madera) como protectores al ambiente.

Año 1927 El P.V.C. hace su aparición en el mercado como producto comercial para hacer envases, P.V.C. más grueso, para embalar productos.

Año 1938 Dupont lanza al mercado el nylon. A partir de entonces surgen diferentes tipos de plásticos, para envases, envoltorios.

Año 1942 Durante la Segunda Guerra Mundial un tipo de polietilenos es empleado para envolver medicamentos.

Año 1947 Es diseñada una botella apretable para una marca de desodorante.

Año 1959 Aparece en Italia el polipropileno como envoltorio, y las primeras latas de aluminio.

Año 1960 El L.D.P.E. polietileno de baja densidad se usa para sacos de gran resistencia que sirve para transportar y almacenar fertilizantes.

Año 1973 Aparece la envoltura de material estirable desarrollada en Suecia.

Año 1977 El vidrio ya solo se utiliza como envases para productos de muy alta calidad o de un valor económico elevado. Aumenta el auge del P.E.T. en forma de botellas para bebidas carbonatadas (refrescos).

Año 1980 El P.E.T. se utiliza para envasar alimentos y otros productos (como las mermeladas). que se envasan en caliente. Aumenta el uso de envases de alta producción. El P.E.T. es utilizado por Guy La Roche para envasar perfumes.

Año 1990 Debido a la creciente preocupación por la ecología surgen los envases reciclables, el vidrio vuelve a adquirir de nuevo una gran importancia.

Las tendencias más recientes se encaminan hacia los envases biodegradables con diseños altamente desarrollados la diversidad de materiales empleados constituyen a nivel mundial una gran campaña mostrando en sus impresos la leyenda * fabricado en material reciclable. Es en estos momentos cuando surge el envase genérico como una respuesta a las demandas ecologistas abaratando el costo en la fabricación de envases.

*Steven Sonsino de su libro **PACKAGING Diseño Materiales y tecnología**
La historia del envase de las p.p.. 170 y 171.

FUNCIONES DEL ENVASE 1:3

Su objetivo es contener un producto, conservarlo en buen estado, con la meta final de que el consumidor lo acepte y lo compre; el diseño gráfico crea una imagen e informa acerca del mismo, además de otras funciones que se explican más adelante.

FUNCION ESTRUCTURAL

La función estructurales son más comunes son: la contención y protección de productos.

Cada producto según su estado físico exige un determinado tipo de material en la fabricación de su envase. Otra función estructural es la de conservar en buen estado el producto contenido para competir en un mercado de consumo. El diseño estructural consta varios elementos, básicamente se encuentran en material, forma y dimensión, incluyendo también, tipos de cierre, textura, color todo esto ayudar a que el producto obtenga mejor apariencia el contenido interno y su aspecto externo.

La protección debe ser física y química, la primera se refiere a la defensa contra impactos, golpes, caída libre, vibración, robo y para evitar la salida y fuga del producto durante todas las etapas de distribución y comercialización.

La protección química, por ejemplo, y particularmente en caso de alimentos, defiende al producto contra factores ambientales a los que está expuesto como la oxidación, el calor, la humedad, los rayos ultravioleta de la luz, la aparición de hongos etc...garantizando la calidad del producto contenido, de manera que un buen envase debe asegurar la estabilidad tanto física como química del producto que contiene.

LA FUNCIÓN DE COMUNICACIÓN

El envase cumple con dos funciones de comunicación una es INFORMAR y la otra es MOTIVAR, esto depende machismo del envase y del gráfismo aplicado al mismo; (color, texto, ilustración composición, etc..) utilizados para representar una imagen determinada con criterios como gran lujo, calidad o de popularidad, mostrada consumidor que circula por los andadores de las tiendas departamentales, supermercados o en cualquier lugar donde sea exhibido.

Los envases de alto costo generalmente contienen un producto muy fino y de muy buena calidad y es lógico que estos vayan dirigidos a un sector privilegiado del mercado, este tipo de consumidores los adquieren por la presentación o por el prestigio de la marca del fabricante.

Hay otros envases que su función es comunicar calidad, esos van dirigidos al consumidor de un poder adquisitivo medio que buscan el equilibrio entre costo y beneficio; así lo indican sus colores y sus textos, existen también los que apoyados en su grafismo indican que su precio bajo y el ahorro son su mayor atractivo, estos van dirigidos a la masa popular, su mayor impacto visual son letras grandes, colores llamativos, y hacen gran énfasis sobre el regalo que incluyen en el interior, remarcan la atención con algún beneficio, promociona como pueden ser descuentos o el famoso 2X1 y las muestras gratis.

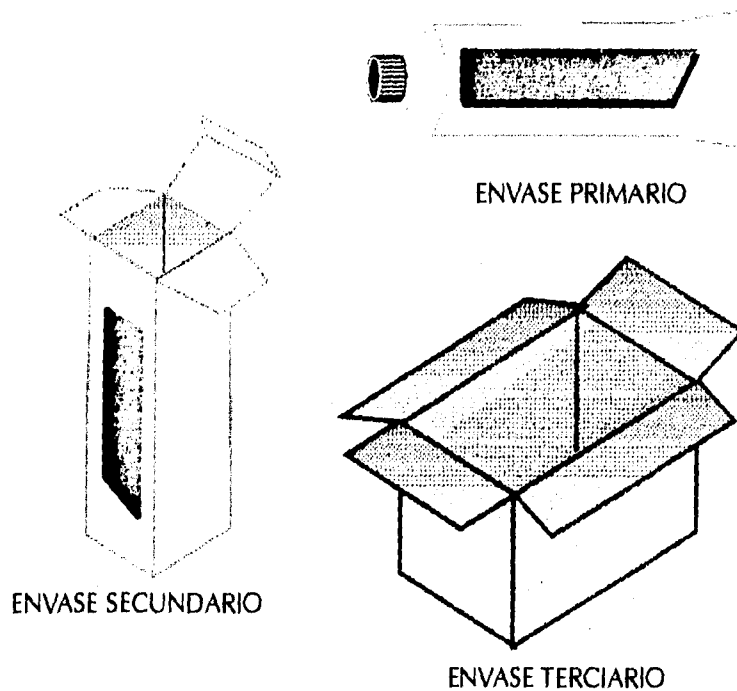
De esta manera el envase cumple su función mercadológica que comunica la imagen de producto como el segmento del mercado al que va dirigido, indicando si es para consumo de humanos, industria, animal etc.etc.....

CLASIFICACION DEL ENVASE 1:4

El envase se clasifica según su función. Para poder identificarlos más fácilmente se dividirán en tres grupos nombrandolos de la siguiente manera:

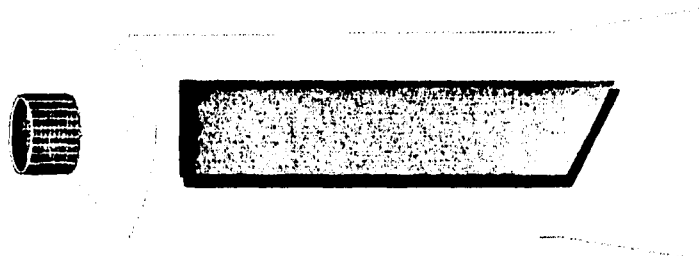
PRIMARIOS, SECUNDARIOS Y TERCARIOS, la limitación en la clasificación llega hasta tres envases, posteriormente se denominan embalajes y éstos se emplean al momento de la distribución del producto.

La tres clasificaciones representan una gran variedad en formas y materiales para su fabricación como se ha mencionado en paginas anteriores; todos ellos juegan una labor específica en la vida de un producto y cabe mencionar que el éxito del mismo depende de una adecuada selección de materiales y procesos de industrialización.



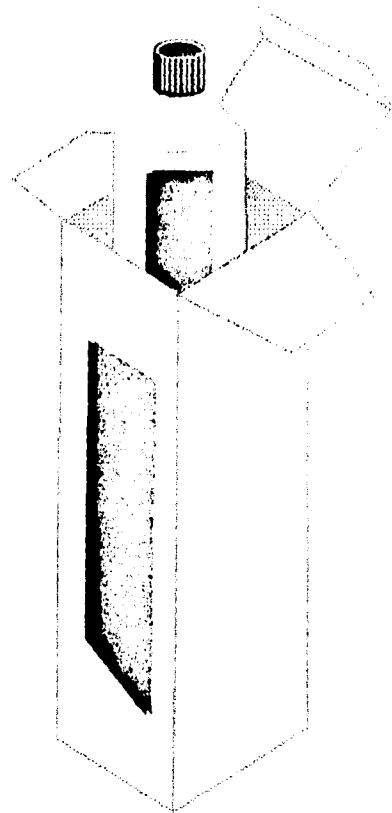
ENVASE PRIMARIO

El envase primario es un contenedor del producto, es el envase que entra en contacto directo con él, por lo cuál, tiene que existir una compatibilidad tanto física como química entre el contenido y el contenedor; cuando se trata de productos alimenticios; este envase debe ser aprobado por las autoridades sanitarias respectivas, de acuerdo a la normatividad vigente nacional o internacional.



ENVASE SECUNDARIO

Este envase es el contenedor unitario y colectivo de envases primarios y sirve para proteger y facilitar la clasificación del producto. Su función mercadológica es la de promover e informar, y es precisamente aquí donde el diseñador gráfico hace su principal intervención, creando la imagen y el desarrollo del envase. Para facilitar su estudio se muestra como en esta gráfica.



ENVASE TERCIARIO

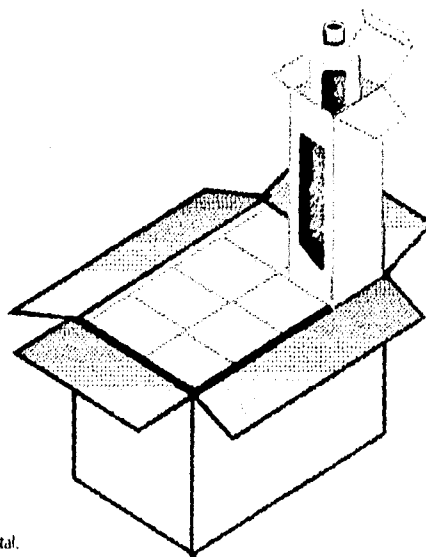
El envase terciario es contenedor tanto de envases primarios como secundarios este envase sirve para guardar, proteger, unificar, controlar y manejar los demás envases, durante su distribución.

Este conjunto de envases puede formar la unidad mínima de venta del producto.

Son funciones principales son:

- 1 Ser contenedor.
- 2 Unificador de varios envases menores.
- 3 Exhibidor en el punto de venta.
- 4 Soporte principal del gráfismo del producto.

Este conjunto de envases puede formar la unidad mínima de venta del producto.



Solo para efectos de este trabajo esta ilustración es para aclarar la nomenclatura del 1º, 2º y 3º desde el punto de vista conceptual; ya que desde el punto practico y real, la pasta de dientes se envalan en forma horizontal.

CONCEPTOS DE DUMMY 1:5

Un Dummy es un objeto simulado; es un modelo, patrón, maniquí o maqueta; es algo artificial; simulado o para prueba; imitación, copia o un parecido de algo que se intenta utilizar como un sustituto de otro objeto, en el Diseño es conocido también como boceto o como modelo a escala del proyecto o producto.

DUMMY Tamaño 300% de Aumento

20.4 cm.

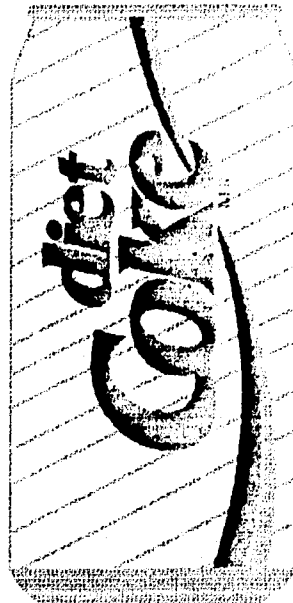
PRODUCTO Tamaño Real

6.8cm.

12.3 cm.



36.9 cm.



FUNCION DEL DUMMY 1:6

Debe ser práctico y descriptivo al representar el objeto o producto, en forma de maqueta o maniquí, antes de que se fabrique en serie.

Su función es sustituir momentáneamente uno por otro mientras es elaborado el original definitivo, facilitando su estudio y construcción, por ejemplo si tenemos una maqueta de una obra arquitectónica, ésta es un sustituto o la representación del edificio real a escala.

CLASIFICACIÓN DEL DUMMY 1:7

Comúnmente se conocen dos tipos de dummies; el dummy réplica y el dummy prototipo.

El dummy réplica es una reproducción exacta de un objeto, producto o imagen conservando las principales características de su aspecto físico, puede representar variantes en su dimensión, en el material y escala respecto al objeto o producto original; y sirve para sustituir un objeto por otro, por ejemplo si tenemos un chocolate se hace una réplica, para que a la hora de que va ser fotografiado el chocolate no se derrita, porque se utiliza mucha iluminación, y si se pusiera el producto real en unos instantes se derretiría y no serviría para ser fotografiado.

El dummy prototipo es el primer ejemplar de algún producto que la mayoría de las veces sirve de modelo para fabricar objetos iguales en serie. En la industria en general, es el primer modelo o tipo que se constituye técnicamente de una máquina, aparato o vehículo que se destina para experimentar en su funcionamiento, conocer sus características de rendimiento con vistas a su posterior construcción en serie.

RELACIÓN ENTRE ENVASE Y DUMMY 1:8

Para efectos de este estudio se considera al envase y al dummy de envase como la representación de la marca de un mismo producto con características idénticas en su aspecto físico pero con diferente función.

En la fotografía para comerciales de televisión se emplea, como se ha mencionado anteriormente de sustituto del envase real para facilitar su manejo. El hecho de que un producto sea expuesto ante la mirada de miles de espectadores determina la exigencia en el cuidado para la elaboración de un dummy.

Una forma sencilla de ejemplificar esto podría representarse de la siguiente manera, si se colocara cualquier objeto bajo una lente de aumento la imagen sería amplificada de modo que a simple vista se podrían identificar todos los elementos existentes en el mismo, de esta manera también se observaría cualquier imperfección que existiera en el envase, como en el gráfico impreso. Debido al elevado costo del espacio en televisión el anunciante se ve obligado en la mayoría de los casos, mostrar a sus posibles compradores los valores más representativos de la utilidad e imagen de su producto en tan solo 20 ó 30 segundos. Para lograr este objetivo el dummy debe ser fabricado con criterios previamente establecidos, y muy específicos, mejorando la calidad de construcción e impresión de los envases comunes.

Para definir la relación que existe entre un envase y un dummy se puede expresar mostrando un comparativo entre las características y funciones de ambos, por medio de ilustraciones que a continuación se muestran.

CAPÍTULO 2

MÉTODO PARA LA ELABORACIÓN DE DUMIES

MÉTODO 2:1

En el diseño un método puede definirse como el conjunto de criterios y procedimientos a seguir para la elaboración y desarrollo de uno o varios proyectos determinados.

El primer paso recomendado a seguir es, elaborar un cuestionario a partir de la información preliminar proporcionada por el responsable del proyecto, y posteriormente elaborar un plan de trabajo..

Esta información deberá contener lo siguiente.

A) Planteamiento del proyecto.

- Que producto es. Si existe en el mercado o es un lanzamiento.
- Empresa que representa el producto.
- Que función va cubrir el dummy.
- Con cuanto tiempo se cuenta para su fabricación.
- Tamaño final del dummy.

Posterior a la obtención de esta información en base a su experiencia, el diseñador decidirá si está a su alcance el poder realizar el proyecto o necesita de más elementos tales como, tiempo para su construcción, consultar con otros profesionales, el análisis de muestras físicas del producto o para la obtención de materiales para la fabricación del dummy.

B) Análisis del proyecto.

Se recomienda que el diseñador no siga adelante sin antes informarse lo suficiente para realizar el proyecto. Esta información se obtendrá por medio de una investigación dividida en dos etapas la externa y la interna.

Investigación externa.

Es la recopilación de todo aquello que el Diseñador debe preguntar antes de comenzar con el desarrollo del proyecto; esta información es empleada para conocer el origen del producto, y justificar la necesidad para la elaboración del dummy. Generalmente es proporcionada por los responsables del producto.

Investigación interna .

Se realiza mediante la descripción técnica de una muestra física del producto para determinar su construcción; se contemplan aspectos como:

- Función.
- Forma.
- Tamaño (extendido y armado).
- Materiales de construcción.
- Elementos complementarios (como tapones, sellos de garantía.
- Análisis de grafismos, ilustraciones, viñetas y fotografías.
- Descripción de elementos que los componen.
- Tamaño.
- Colores (con No. de pantone).
- Técnicas de impresión.
- Familias tipográficas (tamaños, puntos)
- Textos.
- Leyendas y códigos de barras.

C) Revisión detallada de cada uno de los elementos.

Es aquí donde se deben seleccionar alternativas para experimentar con materiales y técnicas que pretenden ser utilizados, comprobándolos con resultados obtenidos en trabajos similares para poder crear un panorama más amplio y certero: al momento de decidir el plan de trabajo definitivo.

D) Interpretación de los resultados obtenidos.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación y en base a su experiencia el diseñador determina su plan de trabajo y define el empleo de material, técnicas de dibujo, impresión y acabados que se van a utilizar para la construcción del dummy, señalando qué elementos se modifican o eliminan según las necesidades.

DESCRIPCIÓN DE CUATRO CASOS 2:2

En este capítulo se describe el desarrollo en la elaboración de cuatro casos prácticos de dummies para envases, tratando de seguir un mismo criterio para obtener la información necesaria para su construcción; con la finalidad de establecer un método práctico aplicable en la solución de proyectos similares.

El trabajo aquí presentado muestra la experiencia obtenida en el ejercicio profesional, es muy importante no perder de vista que cada proyecto debe de tratarse como caso particular; de esta manera la información aquí proporcionada servirá como una alternativa de solución; pudiendo salirse de los lineamientos establecidos para aplicar el criterio del ejecutante.



CASO 1
Envase para Cigarros 2:3

Salem Lights Mentolados



Salem Lights Mentolados

Cigarrera la Moderna fue fundada en Monterrey, N.L. en 1936, y cuenta con más de 3,000 colaboradores. Su historia data desde hace más de medio siglo, y la distingue como líder en el mercado de cigarros en México. Cigarrera La Moderna ha logrado construir un sólido prestigio que le ha dado honor a su nombre y se le ha identificado en el público como atributo de actualidad, calidad y confianza.

Cigarrera La Moderna, es una empresa que se inició produciendo tres marcas: Argentinos, Faros y Rubios; ahora cuenta con 30 marcas entre las que se encuentra **SALEM**; su tabaco es líder debido a que tienen con los mejores sistemas de cultivo, clasificación e investigación en los campos de Nayarit, Chiapas y Sinaloa.

Cigarrera La Moderna utiliza cuatro diferentes tipos de tabacos:

Tipo	Procedencia
Virginia Burley	Edo. de Nayarit.
Oriental Oscuro	Edo. de Oaxaca. Edo. de Veracruz.

Cada una de estas variedades, puede subdividirse en más clases, según su forma, lugares en donde hayan sido plantadas y en la manera en que fueron cortadas. Esto ha logrado una amplia gama de calidades, colores y sabores en los tabacos, encaminadas a satisfacer los gustos de los consumidores.

De esta forma la empresa maneja básicamente tres mezclas de tabaco:

Mezcla clara En las que predominan los Virginia los Burley. (curados al aire).

Mezcla oscura En las que predominan los tabacos del mismo nombre. (curados al aire).

Mezcla tipo americano Constituido por una fina combinación de tabaco Virginia, Burley y Oriental.

Otro factor muy importante para el consumidor, es el tamaño del cigarro. Un cigarro largo puede contar una imagen de elegancia o también es para alargar el placer de fumar.

Cigarrera La Moderna fabrica los siguientes tamaños.

70mm.

75mm.

80mm.

85mm.

100mm.

El filtro, consiste en una mecha de fibra de acetato, tiene la función de retener hasta el 40% de las partículas sólidas del humo del cigarro, ofreciendo al fumador más suavidad en su fumada. A la fibra se le aplica una sustancia conocida como paletizador, que sirve para impedir que la fibra se esponje; luego se le pone un papel especial alrededor de dicha fibra.

La empresa maneja tres tipos de filtros en cuanto a su medida.

14mm.

25mm.

21mm.

La boquilla también es parte del cigarro, protege el filtro y une la columna de tabaco; se agrega la boquilla para unir las dos piezas, puede ser de color blanco o naranja (conocida como corcho). Hay otro tipo de boquilla que se utiliza en las marcas bajas en nicotina y alquitrán, ésta lleva una serie de perforaciones o ventanillas, que sirve para filtrar la entrada del aire hacia el humo.

El envase contiene 20 cigarros por cajetilla, tiene un papel metálico que sirve para conservar la frescura y calidad de los cigarros durante un tiempo razonable. otras marcas utilizan papel algunas (es muy similar porque es de metal pero sin textura,). Tiene una envoltura transparente de polipropileno en el exterior de la cajetilla, que protege al producto de la humedad y la temperatura, dándole una mejor presentación.

Hay 2 tipos de presentación:

Cajetilla suave.

Cajetilla de lujo o dura.

Cualquier producto que sale al mercado para su venta, debe tener una atractiva presentación que llame la atención del consumidor; con el fin de atraer las miradas de aquellos que buscan satisfacer su necesidad o el gusto de fumar un producto de calidad.

Para ello se realizan constantes estudios de mercado sobre los gustos de los consumidores.

DESCRIPCIÓN DEL DUMMY

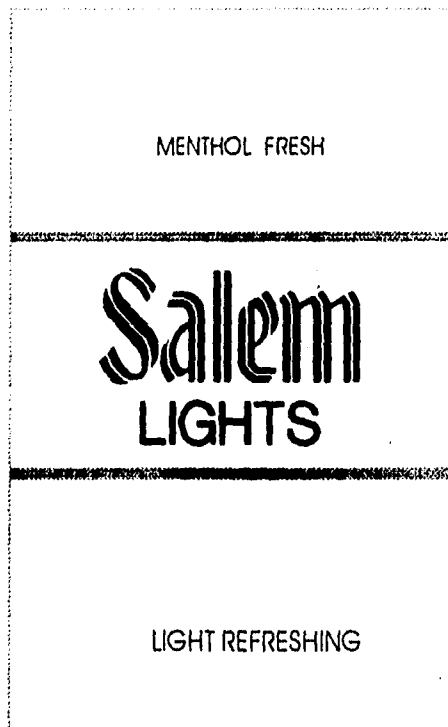
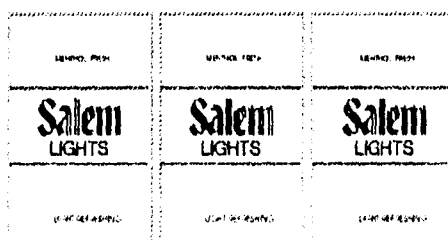
SALEM LIGHTS MENTOLADOS

Es un envase rígido de cartón; tiene un protector laminado que sería el primer envase flexible que sirve para proteger y conservar el producto, el envase secundario es de cartón; su función es contener, conservar y proteger el producto. Finalmente tiene una envoltura de celofán que sirve para protegerlo del medio ambiente.

Este Dummy fue fabricado para PUERTO RICO por eso el envase es de diferente color, al que se emplea en el mercado MEXICANO.



La elaboración de Dummy **SALEM LIGHTS MENTOLADOS** fue hecho para cubrir las necesidades que se requerían en el comercial de televisión. En este caso se realizó en una escala de 300% mayor de su tamaño real, porque se montó un sistema donde tenía que salir un spray de agua, para representar la frescura del producto.



DESCRIPCIÓN

Habiendo preparado todos los pasos para la elaboración del dummy como se mencionó anteriormente, ha llegado el momento para que el diseñador gráfico comience su fabricación .

Se hizo la selección de los materiales adecuados para la fabricación del dummy, tratando de cubrir las necesidades del cliente. Se escogieron varios materiales que podían funcionar, como por ejemplo, el estireno, que cumplía con la función de que cuando se mojara, no le pasara nada; pero a la hora de hacer el doblado de armado de la cajetilla, se rompía y no servía. Es por eso, que se decidió fabricar en una cartulina comercialmente conocida como EUROKOTE 120pts. de dos caras blancas; la cartulina por un lado es plastificada y por el otro lado matte, Tiene un grosor suficiente para mantenerlo rígido y proteger el producto del dummy. Este material se puede manejar muy bien puesto que a la hora del doblado no se rompe, ni se daña. La parte satinada, esta protege al dummy cuando tiene que ser mojado. Su impresión es mucho más rápida, porque se utilizó la técnica de serigrafía, la tinta que se utilizó es para papel de secado rápido; de esta manera cumple con las características de la muestra proporcionada por el cliente.

ORIGINAL MECÁNICO

Un original mecánico proporciona la base para especificar el tamaño de los textos y de las fotografías para indicar el lugar que éstas han de ocupar en el diseño; el original mecánico es la etapa que se utiliza para la reproducción; la alineación de los elementos debe ser correcta, estar limpio y sin manchas o borrones porque cualquier imperfección aparecerá a la hora de pasar al proceso fotográfico.

Para la fabricación del dummy el diseñador gráfico debe preparar un original mecánico, siguiendo los siguientes pasos que son:

- a) Medidas específicas**
- b) Indicación en color para determinar (línea de suaje)**
- c) Porcentaje de aumento o disminución al original**
- d) Registros de corte**
- e) Registros de impresión**

ORIGINAL MECÁNICO

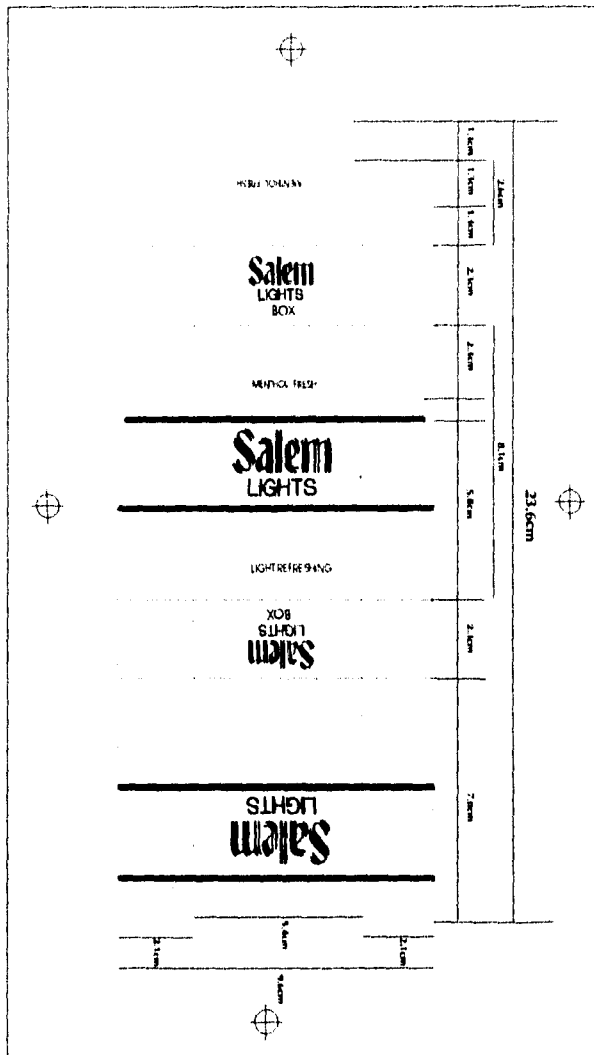
Linea de Dobles.

Linea de Corte.

Pantone 1345 CV.



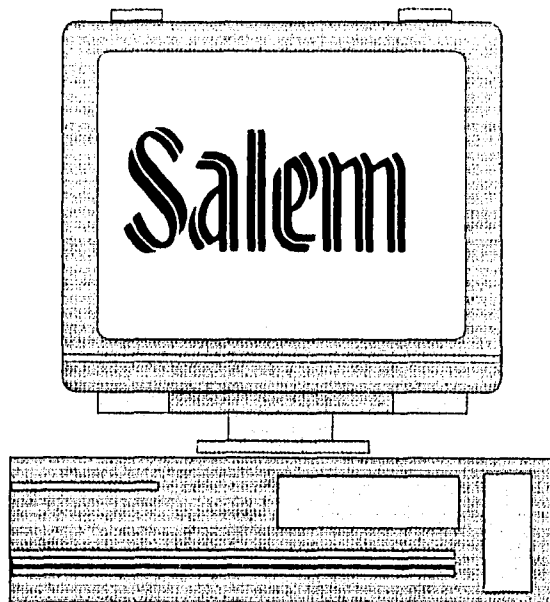
Pantone 447 CV.



ORIGINAL MECÁNICO

El original mecánico es elaborado con la ayuda del sistema de cómputo, con programas como CAD, es una Técnica que utiliza sistemas gráficos de ordenador de alta resolución para ayudar al diseño; así mismo se seleccionan las familias tipográficas y grafismos (en este caso dos placas horizontales en color verde agua No. PANTONE 3145 CV.). Es así como el original mecánico queda listo y de excelente calidad.

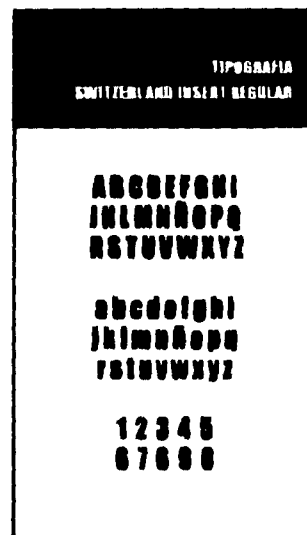
La formación de las tipografías es el primer paso para digitalizar en la computadora, la selección de familias tipográficas y la jerarquía adecuada, para terminar el original mecánico.



PRIMERA TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica del logotipo de **SALEM** es muy importante, puesto que es la imagen que va dar el impacto visual al producto.

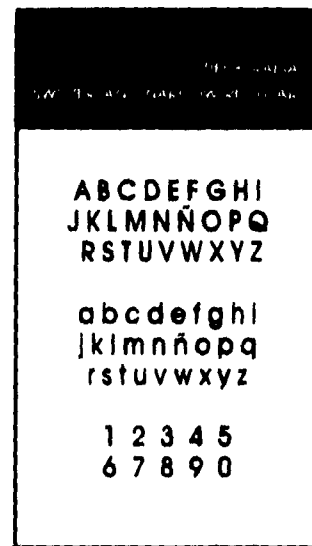
La tipografía se utilizó **SWITZERLAND INSERT REGULAR** para el logotipo **SALEM** dándole un tratamiento de separación de línea y condensando un poco la letra. Se rediseñaron, cortando partes no funcionales de la imagen corporativa, con un color verde No. PANTONE 447 C.V. partiendo de la familia tipográfica.



Salem

SEGUNDA TIPOGRAFÍA

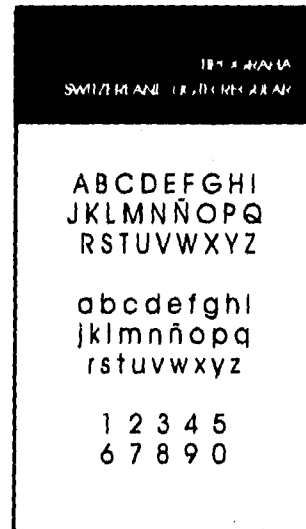
Se tiene la palabra **LIGHTS** que complementa la imagen corporativa, señalando que los cigarros son lights. el tipo de letras que se utilizaron son de la familia tipográfica **SWITZERLAND NARROW REGULAR** utilizando el mismo color verde con No. PANTONE 447 C.V.



LIGHTS

TERCERA TIPOGRAFÍA

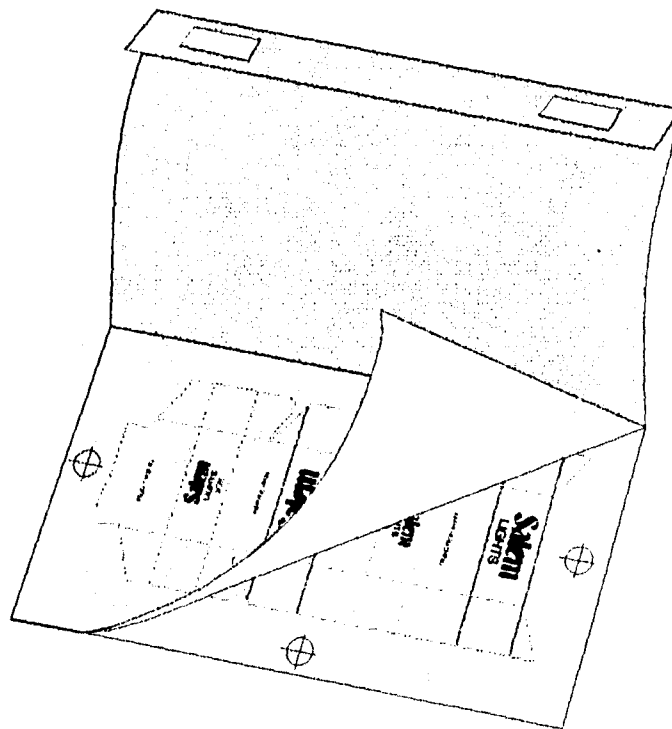
Aquí se tiene varias palabras **BOX** que también es parte del logotipo, se presenta en la parte superior y la parte inferior del envase, **LIGHTS REFRESHING** y **MENTHOL FRESH**, en ambos casos arriba y abajo se utiliza el color verde No. PANTONE 447 CV. La familia tipográfica es **SWITZERLAND LIGHT REGULAR**.



BOX
LIGHTS REFRESHING
MENTHOL FRESH

Una vez terminado el original mecánico se coloca una camisa con toda las indicaciones como: **medidas, cortes, dobleces, colores, etc...**

Se añade otra camisa sólo de protección y presentación de un material más resistente y no tan caro; una vez aceptado y firmado el original mecánico por el cliente en estos casos a veces por cuestiones de tiempo no es tan fácil esperar a que el cliente esté revisando paso por paso el trabajo pero es una buena forma de proteger el trabajo del diseñador gráfico y que no hagan reclamaciones, el siguiente paso es el proceso fotográfico que consiste en obtener los positivos y negativos necesarios para la impresión.



PROCESO FOTOGRÁFICO

La persona encargada del proceso fotográfico, toma el original mecánico y lo pone en una cámara especial para fotografiar el material que va ser reproducido, marca el porcentaje al que va ser aumentado o disminuido; el principio es el mismo de una cámara simple, la luz que pasa por los lentes de la cámara forman una imagen en un negativo y después se toma película virgen y el negativo se superpone, se expone a la luz y se forma un positivo.

En este proceso con el original mecánico terminado y con su camisa donde viene especificado paso por paso y la proporción a la que debe quedar terminado. Se inicia el porcentaje que se va aumentar o a disminuir; en este caso se tiene un 300% de aumento; una vez teniendo los negativo y positivos necesarios para la elaboración se procederá al siguiente paso que es **LA IMPRESIÓN**.

PROCESO FOTOGRÁFICO

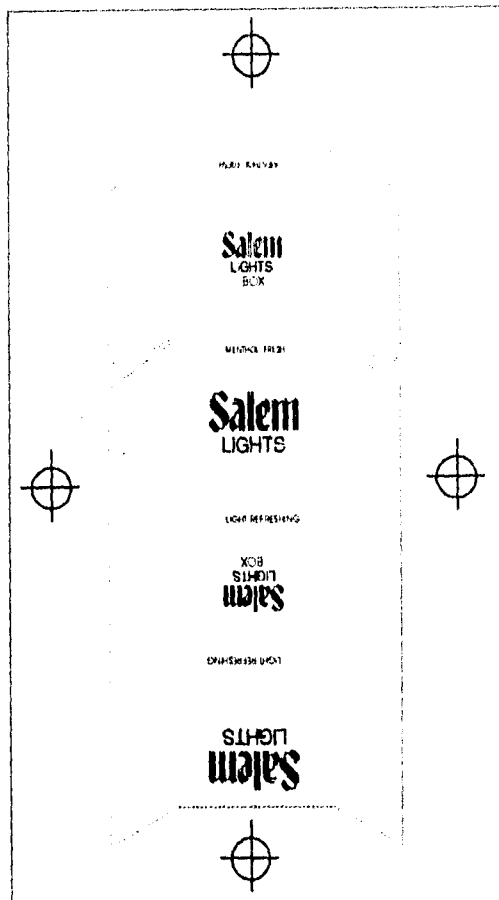
No. PANTONE 316 CV

VERDE ██████████

NEGATIVOS



POSITIVOS



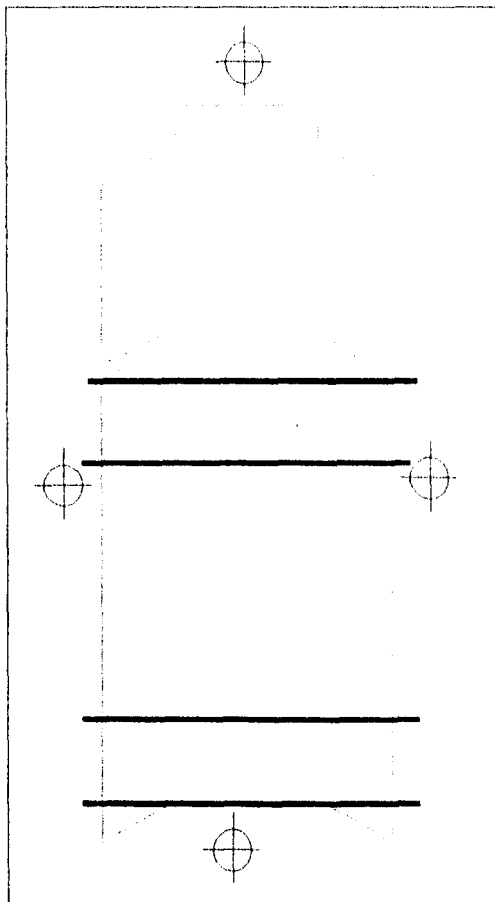
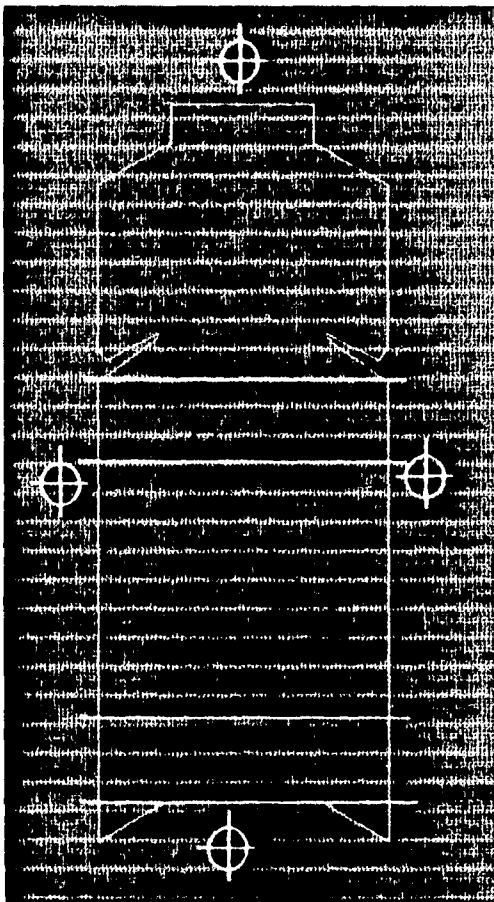
PROCESO FOTOGRÁFICO

No. PANTONE 3145 CV

VERDE 

NEGATIVOS

POSITIVOS



IMPRESIÓN

En cuanto a la impresión se tiene una variedad de sistemas tales como OFFSET, GRABADO, PRENSA PLANA, SERIGRAFÍA, etc.. en este proyecto se utilizo el sistema de impresión llamado SERIGRAFÍA.

Serigrafía Viene de latín **SERICUM** (seda) y del Griego **GRAPHE** (acción de escribir). Con la **SERIGRAFÍA** se puede imprimir en cualquier tipo de soporte, no importa su tamaño, espesor ni forma.

Para imprimir se utiliza una plantilla compuesta de tela sintética (nylon o poliester) a esta pantalla hay que "**CLISARLA**" por un procedimiento manual y fotomecánico llamados directo o indirecto de manera que la malla o la tela estén cerrados en la zona que no debe imprimirse y abierta en las partes que debe reproducirse; abajo de esta malla ya preparada se coloca el soporte que ha de recibir la impresión.

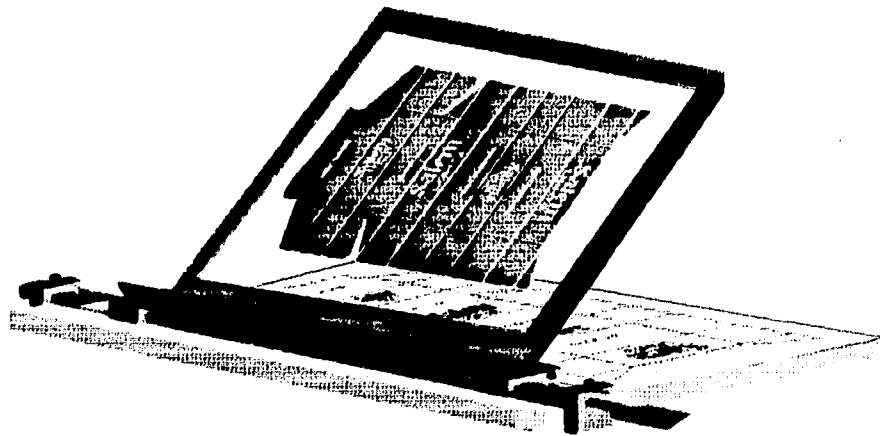
- a) La tinta se coloca sobre la parte superior de la pantalla en el interior del marco.
- b) Se presiona sobre la superficie de la pantalla con una Rasqueta (lámina de caucho montada en madera o metal) desplazando la tinta y así resulta la impresión.
- c) Se puede imprimir con tintas mate, brillantes, fluorescentes y transparentes.
- d) Se puede imprimir sobre cualquier soporte papel, cartón, metal, cualquier tipo de plástico, vidrio cerámica, madera, cuero, corcho etc..
- e) Los soportes pueden ser de cualquier tamaño y forma planos, cónicos, cilíndricos, ovalados etc..
- f) Se puede imprimir tantos colores como se deseen.
- g) Siguiendo todos los paso de acuerdo con la descripción anterior, fue elaborado el dummy, cumpliendo todos los requisitos necesarios.
- h) Se utilizaron tintas y solventes especiales para imprimir en papel utilizando los colores verde, azul, blanco y negro para igualarlos a la muestra proporcionada por el cliente. Con la malla ya lista y preparada se dispuso a imprimir.

i) Se coloca en el papel los positivos con las medidas específicas y perfectamente bien alineadas para acomodar la malla para la impresión

j) Se pone el papel Eurokote limpio con unos registros para evitar que se mueva y pueda recibir la impresión

k) Una vez acomodada la malla se coloca la tinta en la parte superior del marco y con el rasero se jala la tinta hacia el operario quedando la impresión en la cartulina

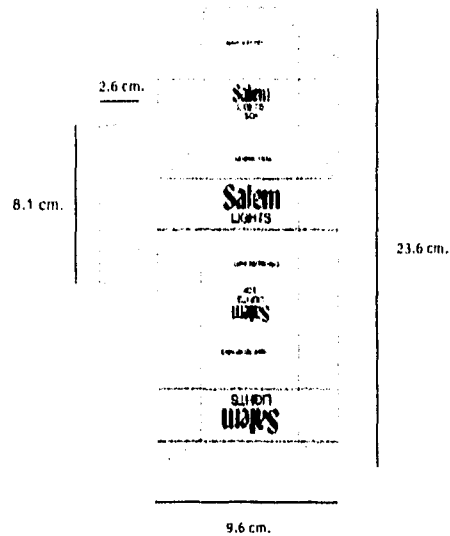
l) Se levanta el marco se quita el papel ya impreso y se deja secar, haciendo lo mismo las veces necesarias.



PROCESO DE ACABADO

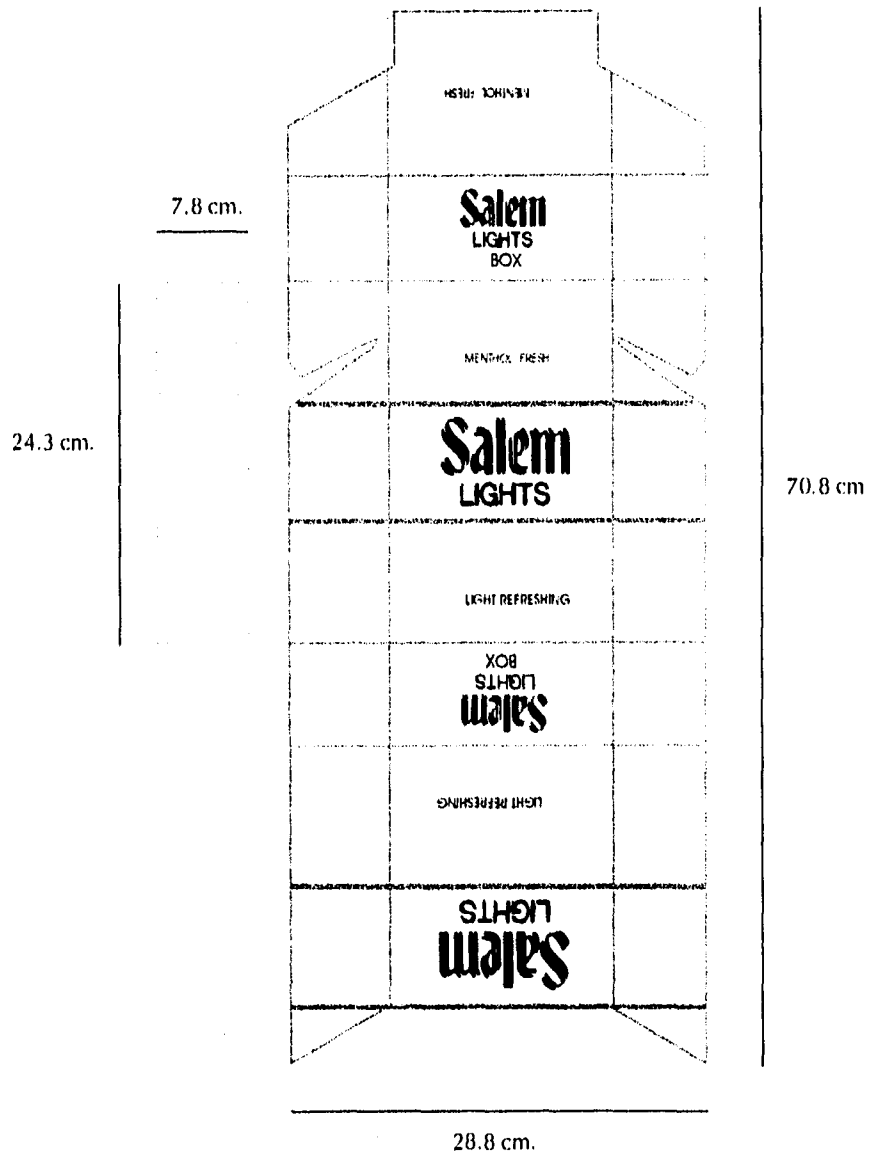
Con los dumies ya impresos se sacan las medidas de dobléz y de suaje para su armado; los dumies tiene un 300% de aumento por lo tanto las medidas serán tres veces mayor a la de una cajetilla y cigarros normales.

Dumies Normales Tamaño Real



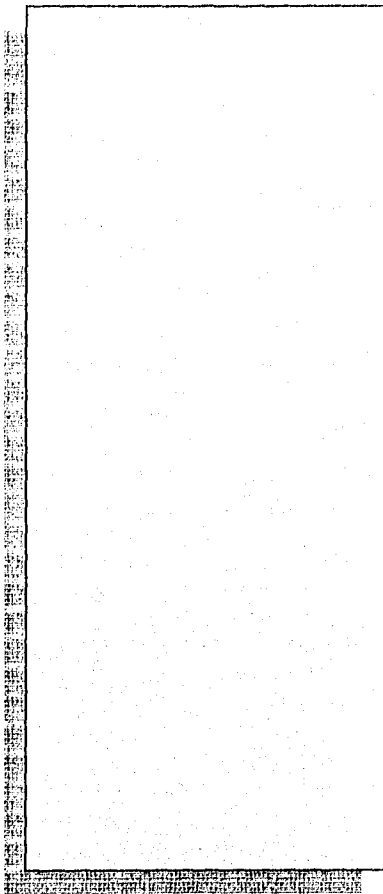
PROCESO DE ACABADO

Dummy Aumentado
Tamaño 300% más

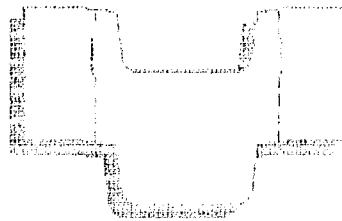


ENVASE EXTENDIDO

Con los dobleces y los cortes ya hechos, es fácil el armado se toman las pestañas del dummy se pegan las partes que deben unirse hasta armarlo por completo. Se sigue con los demás complementos como una pestaña interna que hace más rígido el envase, un papel metálico y un papel celofán, para que quede exactamente igual a la muestra proporcionada por el cliente.

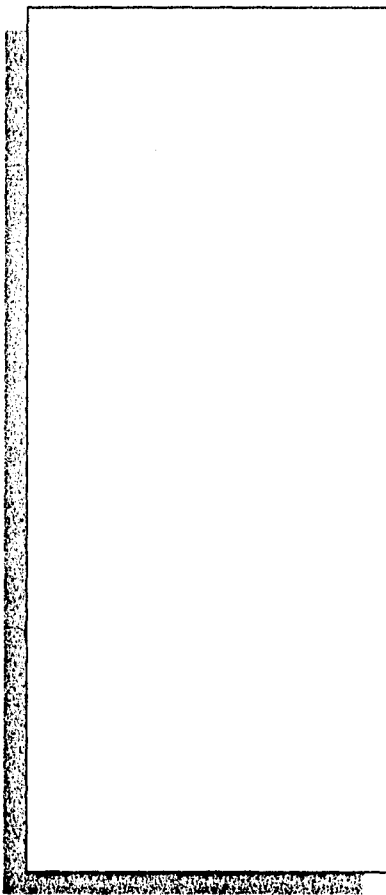


**Papel
Metalico**

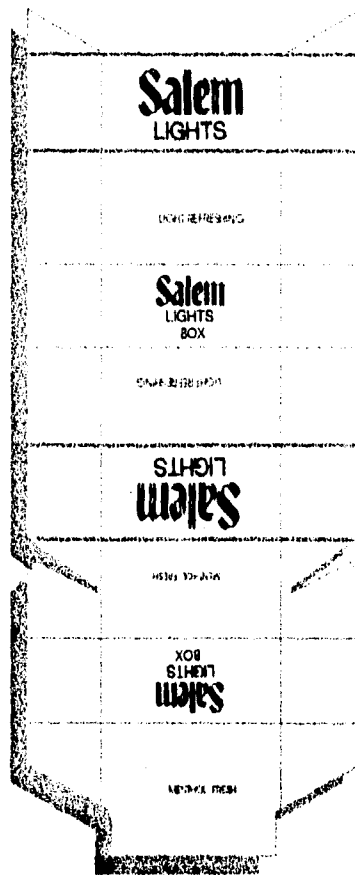


Protector

ENVASE EXTENDIDO



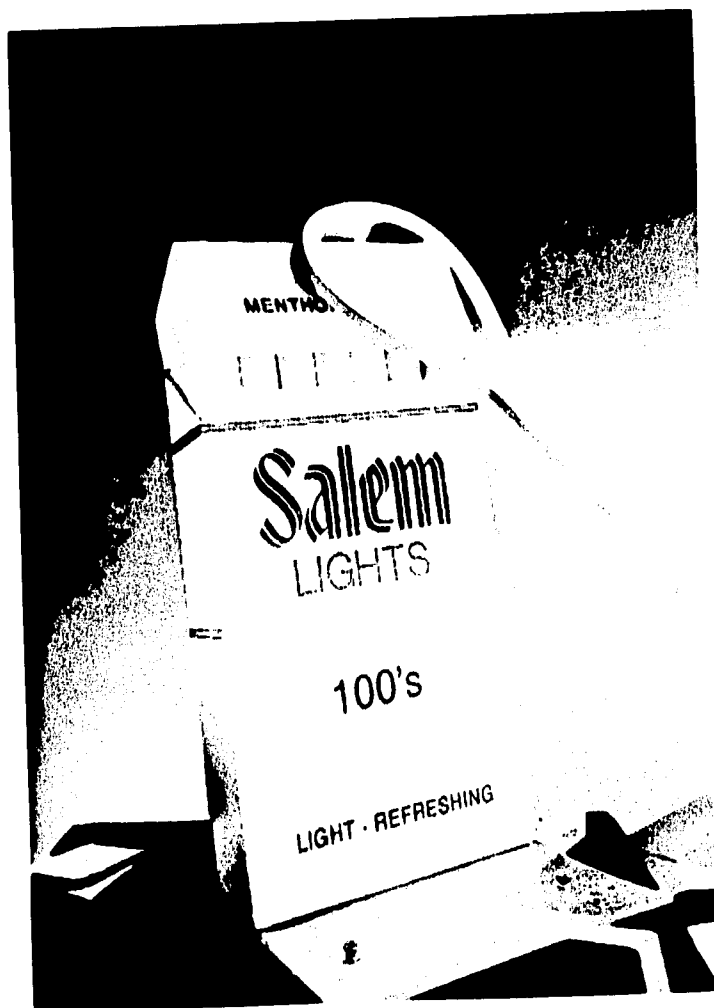
**Papel
Celofán**



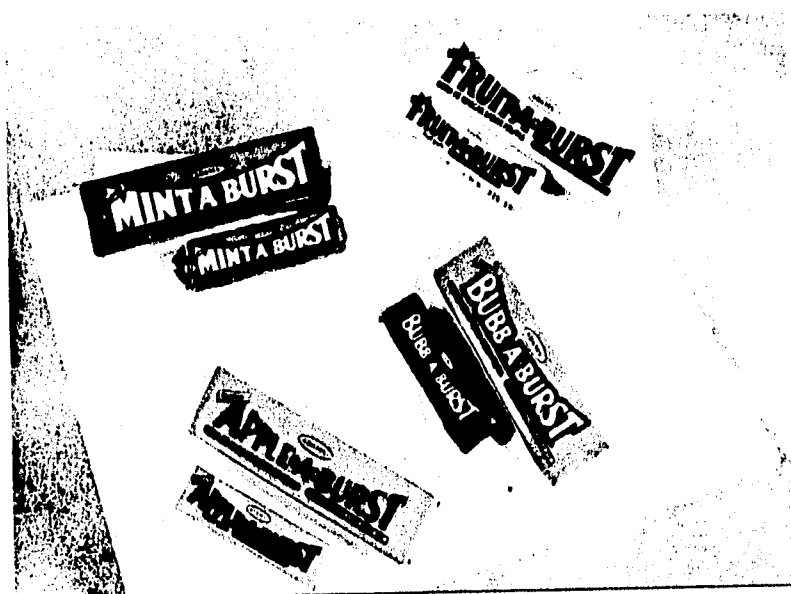
**Papel Eurokote
impreso y suajado**

PROYECTO FINAL

Salem Lights Mentolados



CASO 2
ENVASE PARA CHICLES BURST
4 PRESENTACIONES 2:4



BURST 4 PRESENTACIONES

El dummy que se presenta a continuación es un producto de la empresa Chiclets ADAMS, S.A., esta empresa se fundó en México en el año de 1927, pero su historia se remonta a muchos años atrás. Fue más o menos en el año 1824 cuando el norteamericano John Adams se enteró que los indígenas mexicanos extraían una goma del árbol de chicozapote, llamándolo a este "chicle" de donde probablemente viene la palabra chicle.

Desde entonces se tenía la idea de que esta goma quitaba la sed y limpiaba los dientes. Así fue como el señor Adams tuvo la idea de ponerle recubrimiento de sabor y venderlo como golosina en el mercado, pasando las costumbres de los antiguos mayas a ser hábito para el mundo entero.

Teniendo en cuenta que la mayor producción de chicle natural se realiza en México se empieza a producir en nuestro país 1927.

En 1986 Chiclets Adams, se convierte en la planta más grande y moderna de América Latina. Warner Lambert es ahora una corporación que cuenta con más de 45,000 empleados, con filiales en más de 40 países en todo el mundo y que tiene la constante preocupación de producir más y mejores productos para sus consumidores.

Breve historia de como surgió Burst

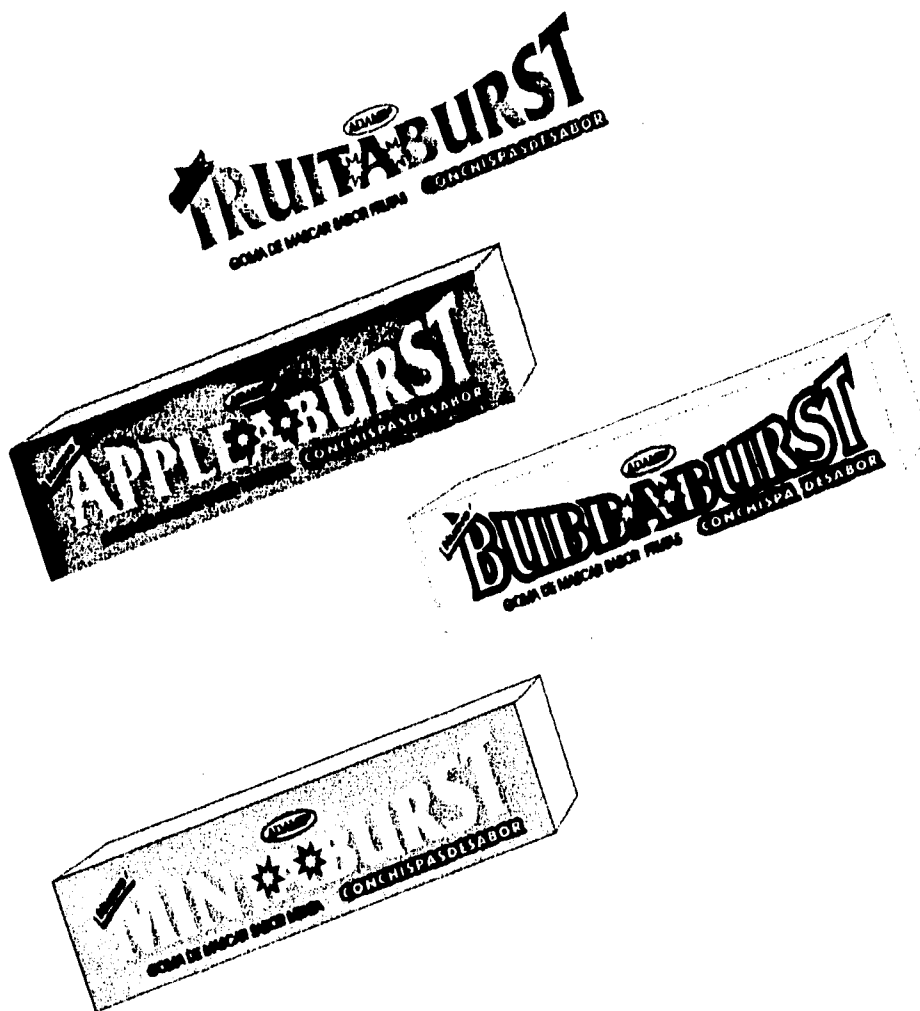
Ante una inminente entrada de **WRIGLEY'S** al mercado mexicano, surge la necesidad de tener un producto con apariencias de producto extranjero (americano) y que además que tuviera atributos que este competidor no tiene. Burst es una goma de mascar que ha tenido un gran éxito en **Estados Unidos** contrarrestando los esfuerzos de este competidor, por lo que se decide introducirlo en el mercado mexicano.

BURST es un producto de alta tecnología que cuenta con sabor encapsulado que permite una mayor duración de sabor, la intensidad se da por las chispas de sabor concentrado. Adicionalmente es la única goma de mascar crujiente; por ser goma de tipo americano tiene tres envases o envolturas : **Interior / Media / Exterior** que dan un tiempo de vida de anaquel de aproximadamente un año.

Los gráficos que se muestran en el envase son estandarizados a nivel mundial, lo único que se hizo fue darles colorido que lo relacionará con el sabor.

El logo se caracteriza por tener el sabor de la goma de mascar más el nombre de la marca, se incorporan estrellas que denotan las chispas de sabor y / o explosividad / estallido de la marca; adicionalmente se enfatiza que el chicle tiene chispas / cristales de sabor, el logo **ADAMS*** el aval de calidad al producto.

BURST es una goma de mascar que viene en cuatro presentaciones. La empresa **CHICLETS ADAMS*** maneja los siguientes envases para este producto.



Para el envase de cinco unidades se tienen: el **Interno** que es un papel encerado que protege el producto, el **Medio** papel bond de 36g. impreso, es parte de su presentación y protección. Estos dos se manejan de forma individual porque son para una sola unidad, el **Externo es un** papel con aluminio que reúne cinco unidades o sticks (nombre con que se identifica en la empresa).

INTERNO

FRUITABURST
FRUITABURST
FRUITABURST
FRUITABURST
FRUITABURST
FRUITABURST
FRUITABURST
FRUITABURST

MEDIO

FRUITABURST
FRUITABURST
FRUITABURST

EXTERNO

FRUITABURST
FRUITABURST
FRUITABURST
FRUITABURST
FRUITABURST

**ENVASE LAMINACIÓN
*A*BURST 5 UNIDADES**

Deberá tenerse extremo cuidado en las placas que usen para imprimir los cilindros, todas las impresiones deberán estar espaciadas a una distancia igual una de otra.

La impresión se hará sobre el frente en el exterior del rollo

Código de barras EAN-13 al 100 % y con un truncamiento a 5/16 ´impreso directo en maquina.

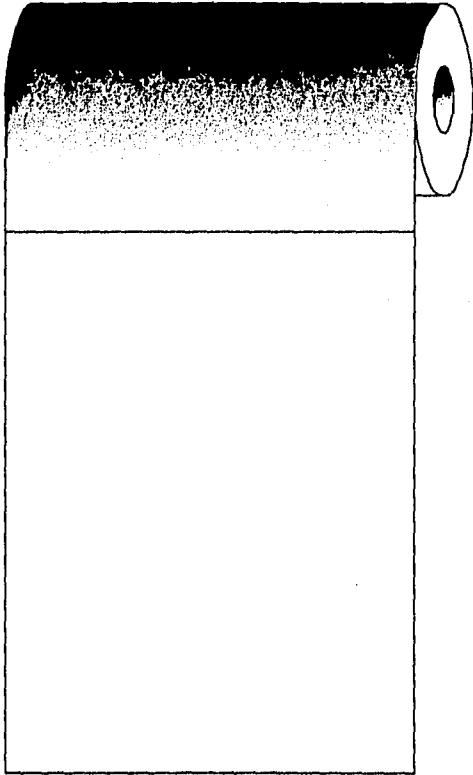
Máxima variación en el corte 1.0mm en cualquiera de los márgenes.

El aluminio deberá estar por la parte inferior de la bobina

ESTRUCTURA

BARNIZ
TINTA
PAPEL DUNOTE
ALUMINIO

ENVASE LAMINACIÓN
*A*BURST 5 UNIDADES



FRUIT BURST
FRUIT BURST
FRUIT BURST

FRUIT BURST
FRUIT BURST
FRUIT BURST

FRUIT BURST
FRUIT BURST
FRUIT BURST

FRUIT BURST
FRUIT BURST
FRUIT BURST

FRUIT BURST
FRUIT BURST
FRUIT BURST

FRUIT BURST
FRUIT BURST
FRUIT BURST

ENVASE EXHIBIDOR PARA 20 TUBOS *A*BURST 5 UNIDADES

Material cartoncillo couche reverso blanco de 16 milésimas.

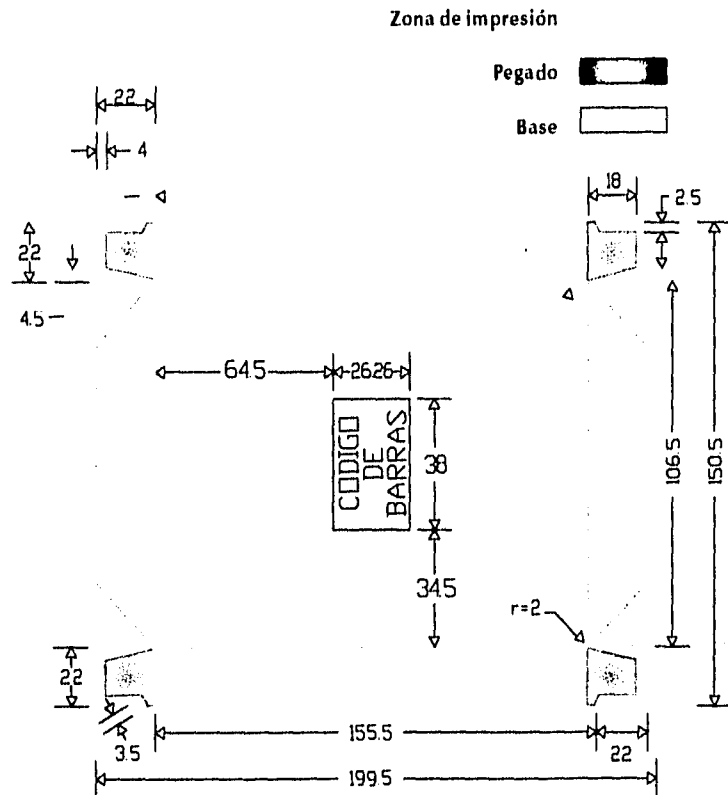
Las dimensiones abarcan de centro a centro.

Las zonas impresas no podrán extenderse más de 1.5mm de las orillas.

La variación máxima en corte será de 1.0mm en cualquiera de los márgenes.

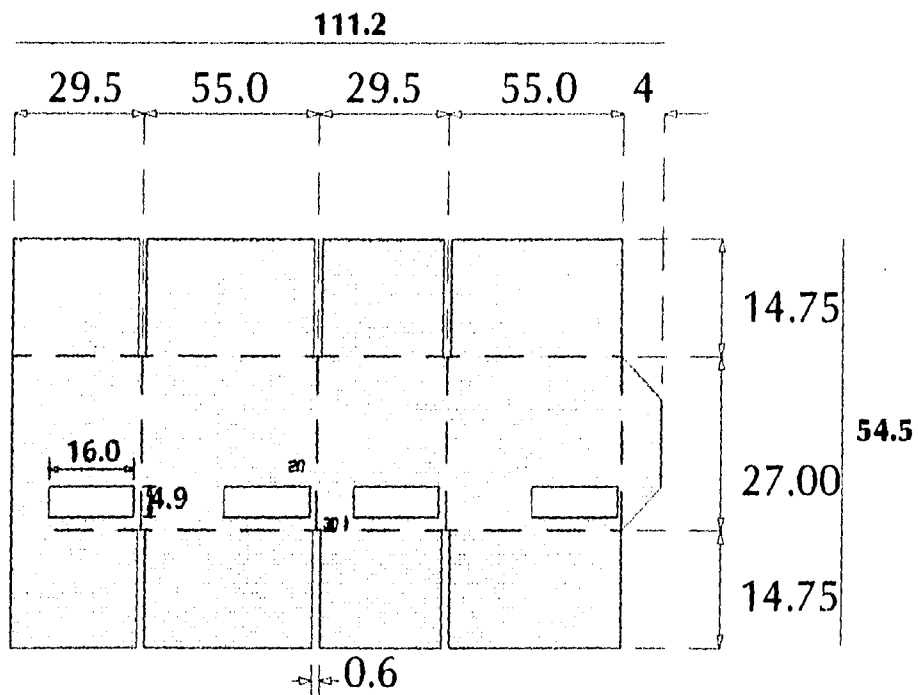
La impresión será cubierta con barniz claro y transparente.

Código de barras, EAN 13 al 100% sin corte.



**ENVASE CORRUGADO
PARA 54 ENVASES EXHIBIDOR
A BURST 5 UNIDADES**

Papel corrugado.
Medida extendido 111.2 X 54.5cm
Resistencia 14kg./cm²
Ceja interna pegada o engrapada
Código de barras
Surtido *A* BURST 5 unidades



DESCRIPCIÓN

En este caso, las necesidades del cliente son sólo para **"Product shot"**. La presentación del producto cerrado se hace en algunas escenas donde es tomado con la mano del actor. Entonces el material que se escogerá no afectará la presentación, el dummy se pidió 50% más grande del tamaño real, tamaño final 150%. Para la fabricación del dummy, se sigue paso a paso todo el método que se presentó anteriormente; y una vez teniendo todos los instrumentos y datos necesarios se empezará con su fabricación. Se seleccionará para su elaboración un material resistente, plástico y flexible, el material que se escogió es vinyl adhesivo importado de 3mm de espesor, este material se escogió con la finalidad de que el sistema de impresión se hiciera en serigrafía y con tintas especiales para vinyl. Este material se presta muy bien para la impresión y tener una calidad muy buena, aprovechando también la gran variedad de colores más semejantes a las muestras proporcionadas. Las cuales forman parte del primer color o fondo del envase. Se utiliza también papel bond 36kg. para la parte adhesiva del vinyl y poder marcar todos los dobles sin lastimar el material por el otro lado de la impresión.

Una vez que se seleccionó el material adecuado para la elaboración del dummy se procede a hacer un original mecánico.

Cubriendo todos los puntos que requiere un original mecánico.

- a) Medidas específicas
- b) Simbología de color para el suaje
- c) Porcentaje de aumento o disminución al original
- d) Registros de corte
- e) Registros de impresión

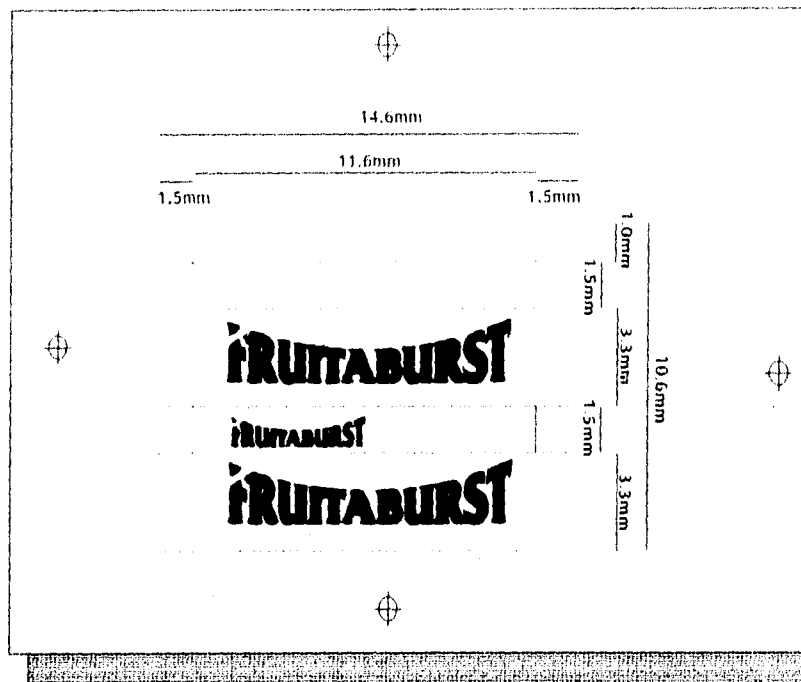
Todo esto para tener la seguridad de que cuando pase al proceso fotográfico no tenga ningún error.

ORIGINAL MECÁNICO

Línea de Corte

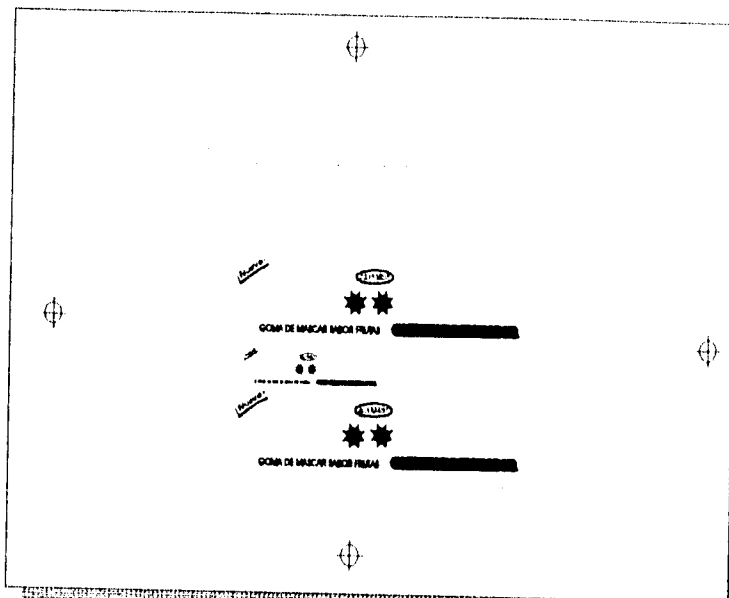
Línea de Dobles

Pantone 214 CV.

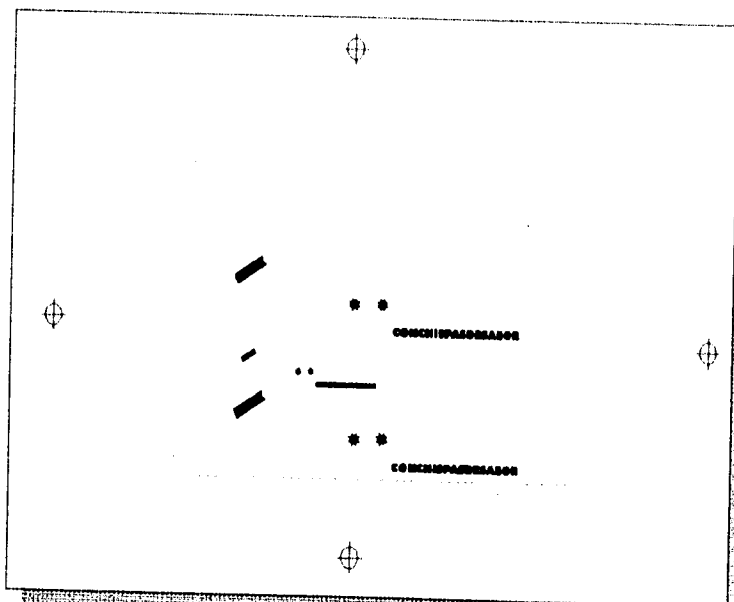


ORIGINAL MECÁNICO

Pantone Negro.



Pantone 804 CV.

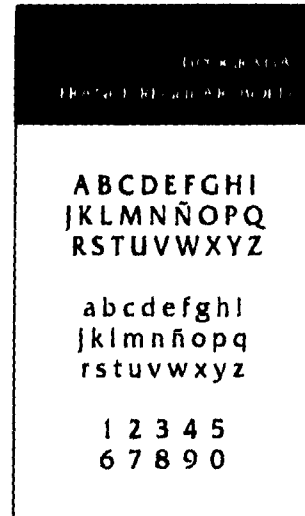


Como en este caso se tiene la gran ventaja de contar con la tecnología de las computadoras, el diseñador gráfico puede hacer su trabajo más fácil, más rápido y con mayor calidad, haciendo la separación de color.

Se comenzará con la elaboración del original mecánico, seleccionado las familias tipográficas que forman la identidad de este producto. Para hacer el Dummy se contó con seis diferentes familias tipográficas.

PRIMERA TIPOGRAFÍA

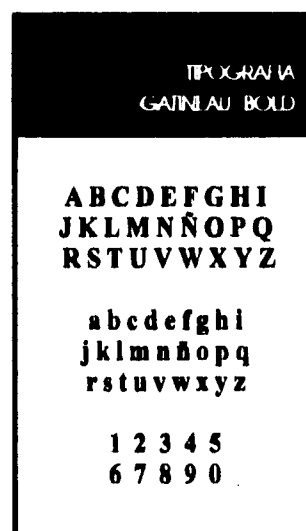
La primera familia tipográfica de la imagen del producto está hecha con **FRACE REGULAR BOLD** en color rosa No. PANTONE 214 C. A la tipografía se le hicieron unos ajustes en algunas letras, realizando una deformación cóncava para lograr la imagen deseada para el producto.



FRUITABURST

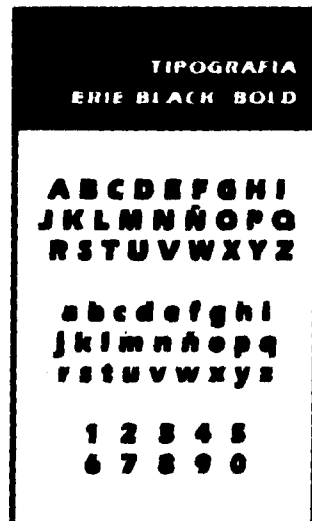
SEGUNDA TIPOGRAFÍA

Se tiene como segunda tipografía el logo de la empresa, consistente en la palabra **ADAMS*** en color negro acompañada de una envoltura en forma de elipse, con fondo blanco, out line negro y un asterisco en negro. La familia tipográfica que se utiliza para la imagen de **ADAMS*** es la **GATINEU BOLD** color negro No. PANTONE Process Black C.



TERCERA TIPOGRAFÍA

Aquí se tienen dos palabras nuevo y new! en color negro No. PANTONE Process Black C. reforzando su imagen con un banderín de color anaranjado fluorescente No. PANTONE 804 C. out line en negro. No. PANTONE Process Black C. La familia tipográfica es la **ERIE BLACK REGULAR Y BOLD.**

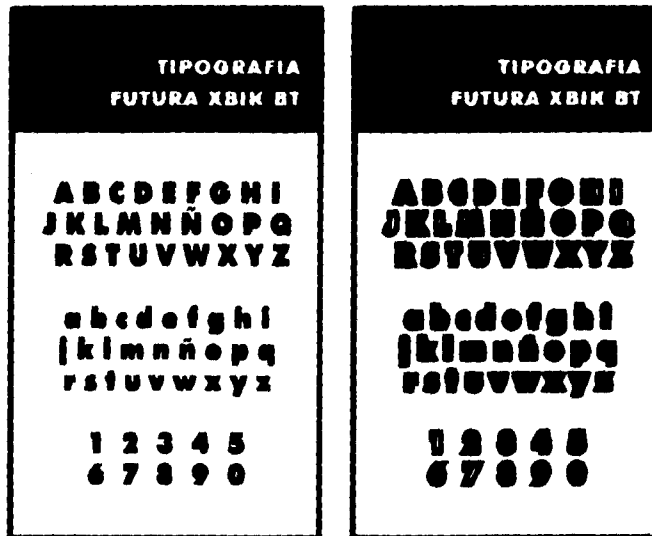


New!

Nuevo

CUARTA TIPOGRAFÍA

Se tienen las frases **CON CHISPAS DE SABOR** y **WITH FLAVOR CRYSTALS** elaboradas con la familia tipográfica **FUTURA XBIK BT EXTRA BLACK** en color anaranjado fluorescente No. PANTONE 804 C. Y tienen out line en negro No. PANTONE Process Black C.



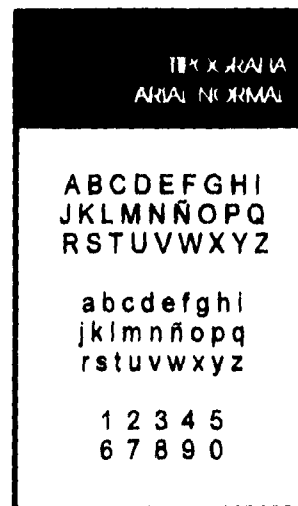
CON CHISPAS DE SABOR

WITH FLAVOR CRISTALS

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

QUINTA TIPOGRAFÍA

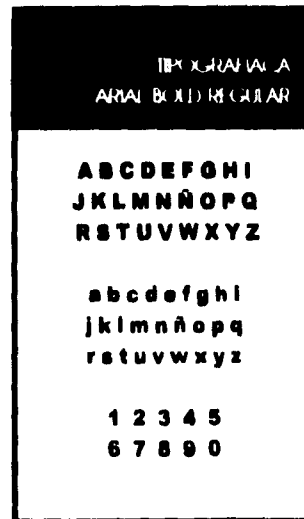
Las palabras **GOMA DE MASCAR SABOR FRUTAS** que se tienen en la familia tipográfica **ARIAL REGULAR**, en color negro No. PANTONE Process Black C. Es la parte informativa del producto.



GOMA DE MASCAR SABOR FRUTAS

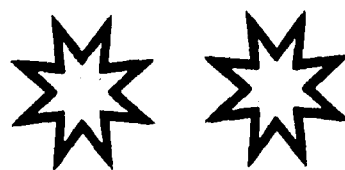
SEXTA TIPOGRAFÍA

Se tienen las palabras en inglés **FRUTI GUM** en color negro No. Process Black C. que también son de la familia tipográfica **ARIAL BOLD REGULAR**



fruit gum

Se tiene en el envase un grafismo que son dos estrellas en un color anaranjado fluorescente No. PANTONE 804 C. y out line en negro No. PANTONE Process Black C. apoyando a toda la imagen del producto representando las chispas o pequeñas explosiones de sabor, otro grafismo es un banderín en color anaranjado fluorescente mismo pantone y sombra negra.



En el estudio de este trabajo solo emplearemos un producto FRUIT A BURST , para la representación gráfica, con las cuatro presentaciones fueron los mismos pasos para la elaboración de los dummies.



Después de haber terminado el original mecánico y no tener ninguna duda se le ponen dos camisas, una con toda la información medidas, cortes, dobleces y colores listo para entrar al proceso fotográfico, y la otra es solo de protección para que no se lastime el original mecánico.



PROCESO FOTOGRÁFICO

La persona encargada del proceso fotográfico, toma el original mecánico y lo pone en una cámara especial para fotografiar el material que va ser reproducido, marca el porcentaje al que va ser aumentado o disminuido. El proceso es el mismo de una cámara simple, la luz que pasa por los lentes de la cámara forman una imagen en un negativo y después se toma película virgen y el negativo se superponen, se exponen a la luz y se forma un positivo.

En este caso es un poco complicado el proceso de negativos y positivos que se va a utilizar para la impresión, puesto que debe de haber una separación de colores para imprimir al mismo tiempo todo lo que va de anaranjado fluorescente No. PANTONE 804 C., lo de negro No. PANTONE Process Black C. el color blanco, la plasta amarilla No. PANTONE 109 C. y el color rosa No. PANTONE 200 C. entonces se hacen varios juegos de negativos para poder sacar los positivos que se van a utilizar.

SEPARACIÓN DE COLOR

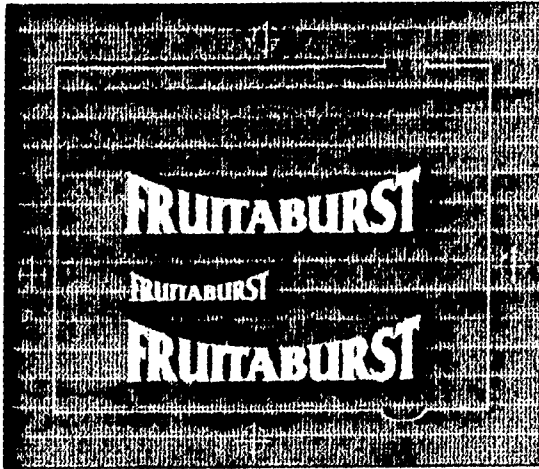
Los originales mecánicos están elaborados con un aumento del 50% al tamaño real, para que los negativos y positivos salgan con el aumento adecuado y la impresión salga exacta. Se empieza con los negativos y positivos en el orden de como van a ser impresos los colores uno por uno, de esta manera no habrá confusión y así cada color quedará en su lugar.

SEPARACIÓN DE COLOR

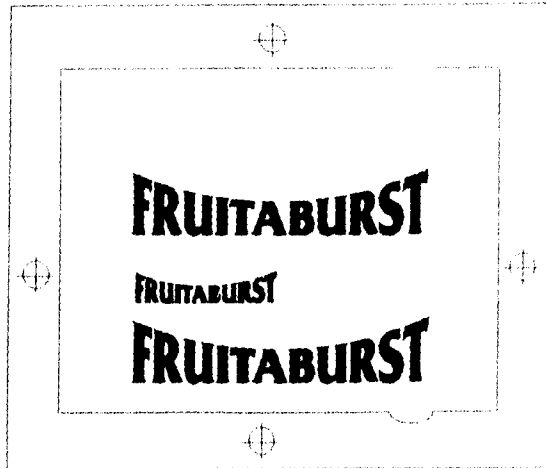
No. PANTONE 200 CV

MAGENTA 

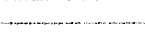
NEGATIVOS



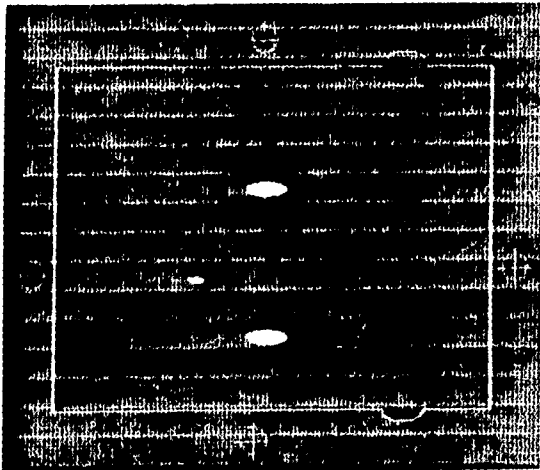
POSITIVOS



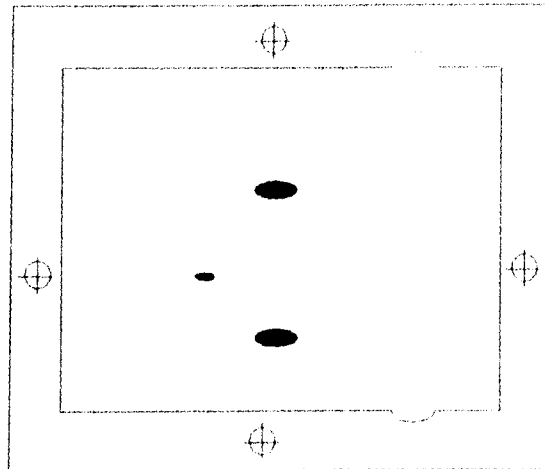
No. PANTONE BLANCO CV

BLANCO 

NEGATIVOS



POSITIVOS

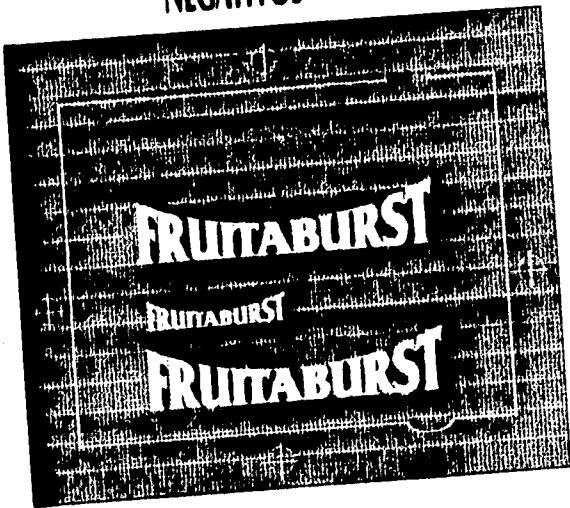


SEPARACIÓN DE COLOR

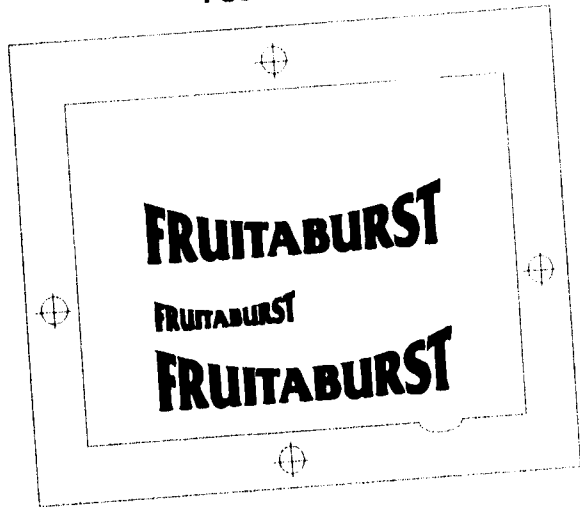
No. PANTONE 200 CV

MAGENTA 

NEGATIVOS



POSITIVOS



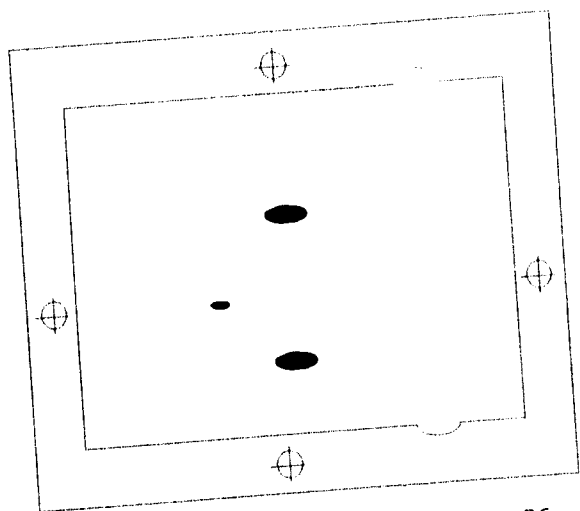
No. PANTONE BLANCO CV

BLANCO 

NEGATIVOS

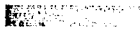


POSITIVOS

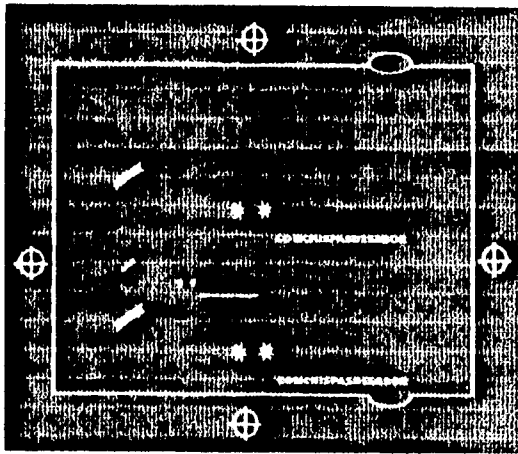


SEPARACIÓN DE COLOR

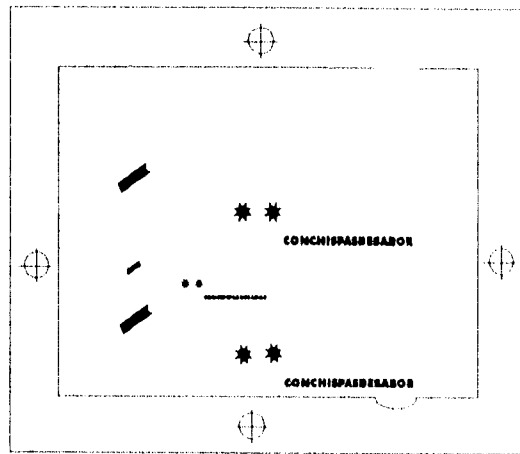
No. PANTONE 804 CV

ANARANJADO 

NEGATIVOS



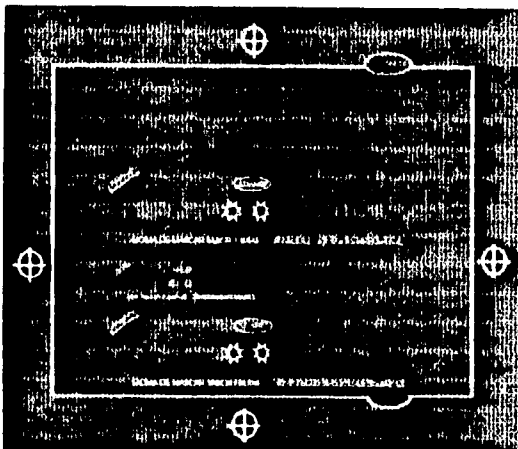
POSITIVOS



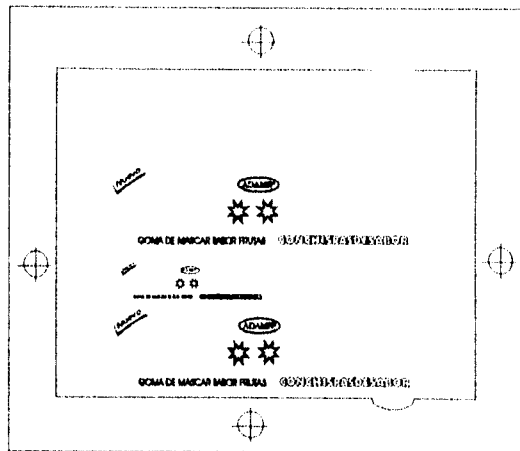
No. PANTONE PROCESS BLACK CV

NEGRO 

NEGATIVOS



POSITIVOS



En este proceso se obtienen los negativos y positivos necesarios para el proyecto, con el original mecánico terminado y con su camisa donde viene especificado paso por paso y la proporción a la que debe quedar terminado. Se inicia el porcentaje que se va aumentar o a disminuir; en este caso se tiene un 50% de aumento; una vez teniendo los negativos y positivos necesarios para la elaboración se procederá al siguiente paso que es **la impresión.**

IMPRESIÓN

Serigrafía Viene de latín **SERICUM** (seda) y del Griego **GRAPHE** (acción de escribir). Con la **SERIGRAFIA** se puede imprimir en cualquier tipo de soporte, no importa su tamaño, espesor ni forma.

Para imprimir se utiliza una plantilla compuesta de tela sintética (nylon o poliéster) a esta pantalla hay que "**CLISARLA**" por un procedimiento manual y fotomecánico llamados directo o indirecto de manera que la malla o la tela estén cerrados en la zona que no debe imprimirse y abierta en las partes que debe reproducirse; abajo de esta malla ya preparada se coloca el soporte que ha de recibir la impresión.

La tinta se coloca sobre la parte superior de la pantalla en el interior del marco.

Se presiona sobre la superficie de la pantalla con una Rasqueta (lámina de caucho montada en madera o metal) desplazando la tinta y así resulta la impresión.

Se puede imprimir con tintas mate, brillantes, fluorescentes y transparentes.

Se puede imprimir sobre cualquier soporte: papel, cartón, metal, cualquier tipo de plástico, vidrio cerámica, madera, cuero, corcho etc..

Se puede imprimir tantos colores como se desee.

Siguiendo todos los pasos de acuerdo con la descripción anterior para la impresión, se elaboró el dummy cumpliendo todos los requisitos necesarios.

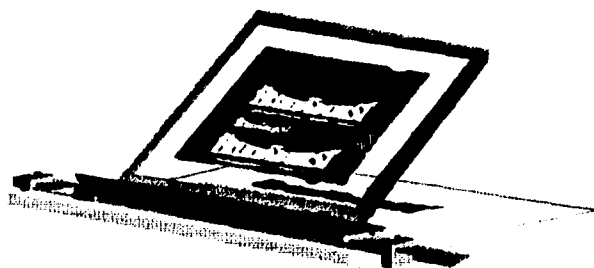
Se utilizaron tintas y solventes especiales para imprimir en vinyl adhesivo utilizando los cuatro colores necesarios Negro No. PANTONE Process Black C., Anaranjado Fluorescente No. PANTONE 804 C., Rosa No. PANTONE 214 C. y color Blanco se tienen cinco colores, pero solo se imprimieron cuatro y el quinto color se aprovechó el color del vinyl en este caso fue amarillo No. PANTONE 109 C. para igualarlos a la muestra proporcionada por el cliente, con las mallas ya listas preparadas se dispuso a imprimir color por color.

Se colocaron en el vinyl amarillo los positivos con las medidas específicas y perfectamente bien alineadas para acomodar la malla para la impresión

Se pone el vinyl limpio con unos registros para evitar que se mueva y puede recibir las impresiones cuidando todos los registros.

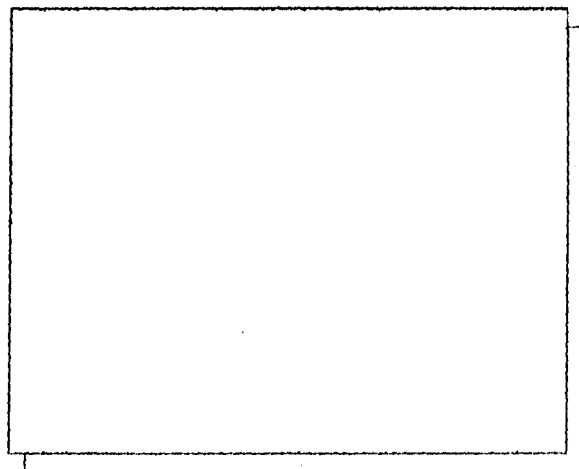
Una vez acomodada la malla se coloca la tinta en la parte superior del marco y con el rasero se jala la tinta hacia el operario quedando la impresión en el vinyl

Se levanta el marco se quita el vinyl ya impreso y se deja secar, haciendo lo mismo las veces que sea necesario.



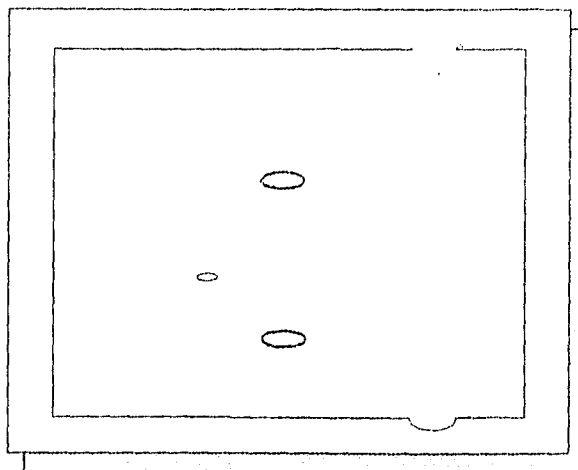
IMPRESIÓN

Se utilizó Vinyl adhesivo de color amarillo como fondo del producto para aprovechar el color, después se va imprimir el color rosa pantone No. 200 CV con el texto de la marca FRUIT A BURST.



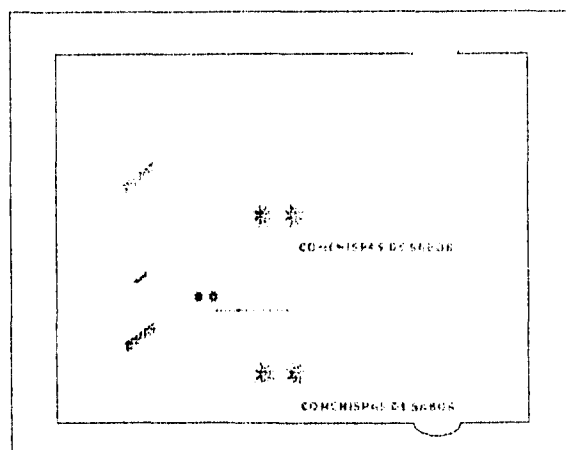
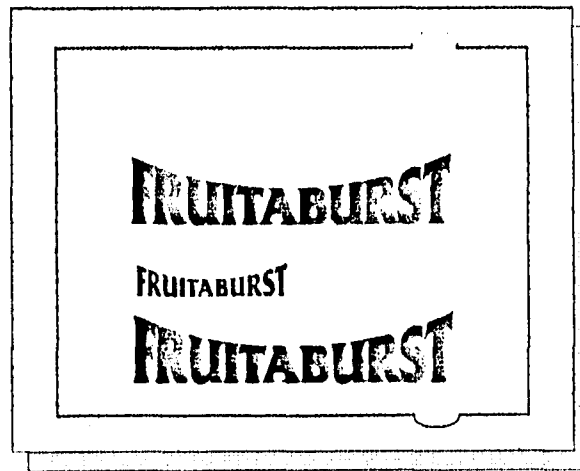
IMPRESIÓN

Se imprimió el color blanco, la elipse que forma parte del logo de ADAMS*



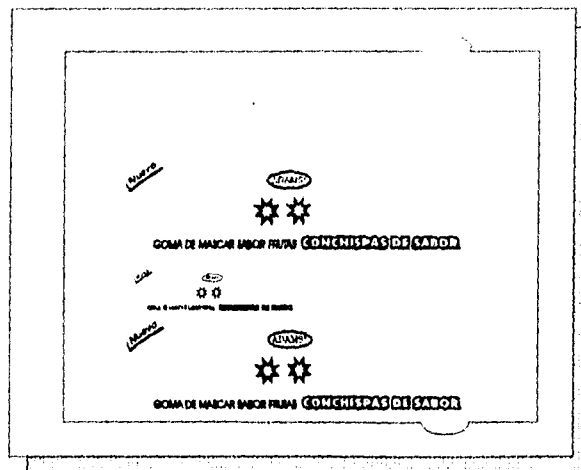
IMPRESIÓN

Se imprimió después el color anaranjado fluorescente No. Pantone 804 C. banderín, dos estrellas y la tipografía de la frase con chispas de sabor.



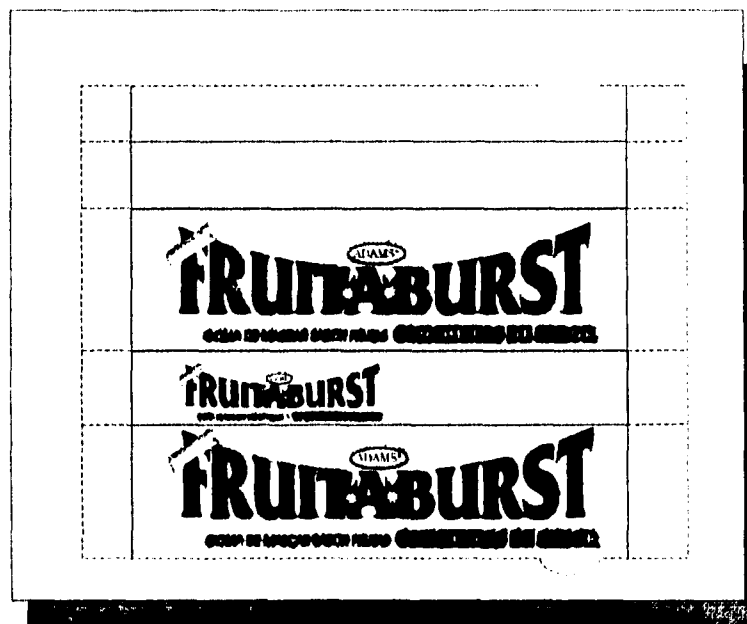
IMPRESIÓN

Por último se imprimió el color negro, sombra y out line del banderín, logo ADAMS* y línea perimetral de la elipse, línea perimetral de dos estrellas, texto GOMA DE MASCAR SABOR FRUTAS y out line de texto CON CHISPAS DE SABOR para terminar el proceso de impresión y así pasar al siguiente proceso.



IMPRESIÓN

La impresión se realizó con todos los colores, de esta manera queda finalizado el proceso de impresión.



PROCESO DE ACABADO

Con los Dumies ya impresos se le pone en la parte de atrás papel bond de 36kgrs. y se sacan las medidas del dobléz y del suaje para su armado; el Dummy tiene un 50% de aumento por lo tanto las medidas serán mayores a la del envoltorio normal con un tamaño final de uno y medio.

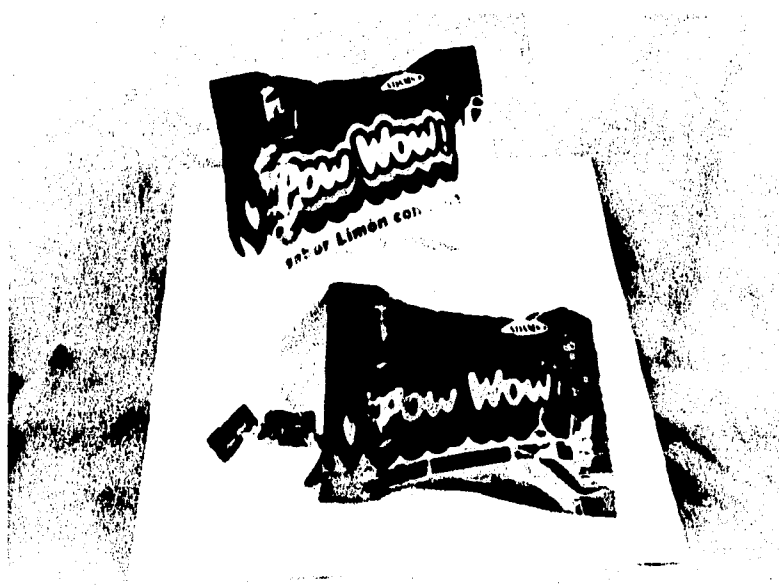
Con los dobleces y los cortes ya hechos, es fácil el armado; se toman las pestañas del dummy, se pegan las partes que deben unirse, se le pone un material rígido en el interior como fon board (es un cartón rígido con unicel) para darle cuerpo al envoltorio hasta armar por completo el dummy, para que quede exactamente igual, con su variante de tamaño a la muestra proporcionada por el cliente.

PROYECTO FINAL

Chicles Burst.



CASO 3
ENVASE PARA CHICLES
POW WOW ! 2:5



Envoltorios de plástico los plásticos que se utilizan para hacer envoltorios los más básicos son:

Polietileno de baja densidad (LDPE)

Polietileno lineal de baja densidad (LLDPE)

Polietileno de alta densidad (HDPE)

Polipropileno (PP)

Cloruro de polivinilo (PVC)

Polipropileno orientado (OPP)

Polipropileno y Celofán (Polifan)

BREVE HISTORIA DE COMO SURGIÓ POW WOW!

POW WOW! surge como una variante de BUBBALOO, el cuál tiene centro líquido; luego se ve la oportunidad de abrir un cavidad en los chicles con polvo en el centro, se hizo una prueba como introducción con centro de polvo. Como un relanzamiento se introduce el sabor manzana con chile en lugar del sabor fruta, obteniendo un éxito inesperado. Con este nuevo sabor se introduce una atractiva campaña de publicidad enfocada a los niños y jóvenes (10 - 13 Años) resaltando los nuevos atributos (Picosito) de la marca. Un reciente lanzamiento fue el sabor manzana con chile, reemplazando al sabor uva del bubbaloo.

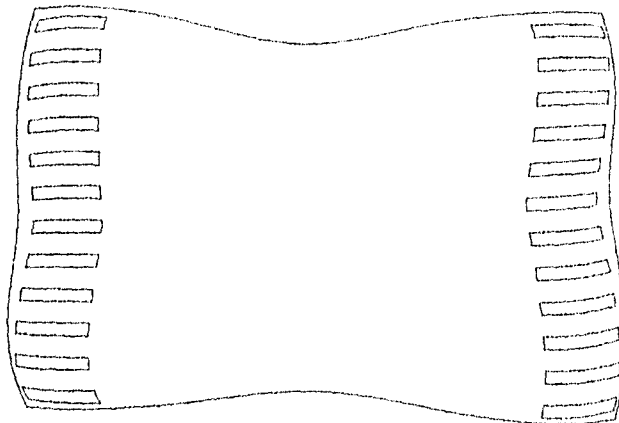
El material del envase utilizado es el recomendado para goma de mascar con base bomba, ya que les brinda un mayor tiempo de vida de anaquel y es el utilizado en BUBBALOO.

Los gráficos del producto intentan romper con lo ya establecido en gomas de mascar de este tipo, se introducen colores fluorescentes con un fondo en forma de flamas que resaltan lo picoso del chile. Por ser una goma de mascar base que permite hacer bombas, el logotipo de POW WOW! utiliza letras tipo globo, se incorpora el logo de ADAMS* como aval de la calidad y prestigio en gomas de mascar.

POW WOW!

Es una goma de mascar, su envase es un envoltorio de plástico llamado **bolsa sobre**. Debido a la naturaleza del producto es un envoltorio de polifan polipropileno y celofán para protección del producto y brillantez para darle elegancia al producto, sus características son: impermeable al aire en el momento de cerrar herméticamente, esto hace que el producto esté en buenas condiciones.

La empresa ADAMS* utiliza estos envases para el producto POW WOW!.



ENVOLTORIO UNITARIO

POLIFAN PARA ENVOLTURA POW WOW!

ESTRUCTURA

Celofán
Tinta
Adhesivo
PEBD 100

PEBD 100 Polietileno baja densidad

ENVOLTORIO UNITARIO

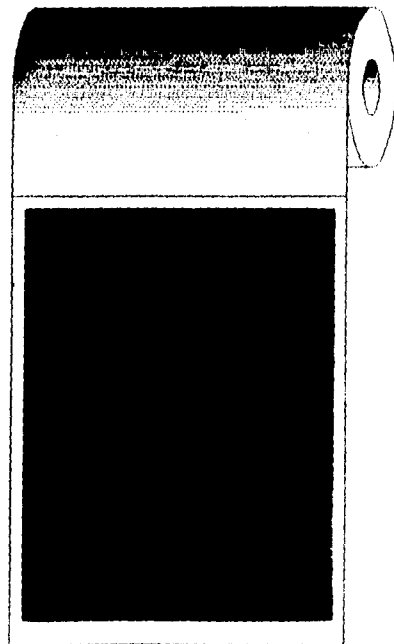
La impresión se hará sobre la parte exterior del rollo y en forma continua.

Los textos deberán leerse en sentido que se marca.

Máxima variación en corte 0.8mm en todos los márgenes.

Material: POLIFAN 300/100 celofán transparente,
polietileno blanco opaco

El corte del material debe hacerse centrado.



ENVASE EXHIBIDOR POW WOW!

Material cartoncillo Couche reverso gris.

Las dimensiones abarcan de centro a centro.

Las zonas impresas no podrán extenderse hasta 1.5mm como máximo de las orillas.

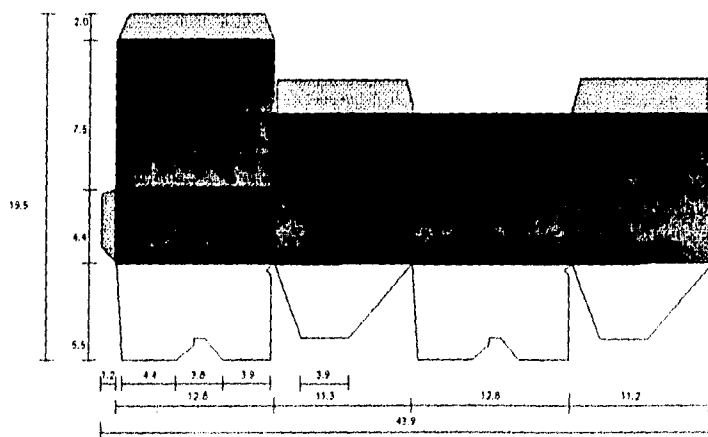
La variación máxima de corte será de 1.0 mm en cualquiera de los márgenes.

El exterior del fondo automático deberá ser blanco (sin barniz) y solo deberán imprimirse los textos legales.

Esta vista es del exterior del exhibidor.

Códigos de barras EAN - 13 al 100%.

Promoción limón con chile y manzana con chile.



**ENVASE CORRUGADO
PARA 40 EXHIBIDORES
POW WOW!**

Medida exterior 181.6 X 57.3

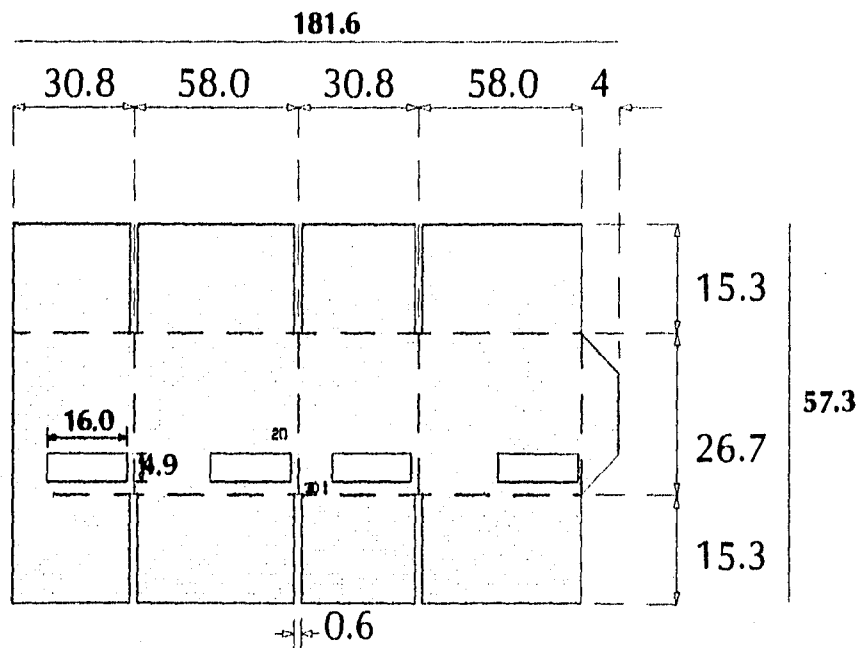
Resistencia 14 kg/cm²

Ceja interna pegada o engrapada

Código de barras

Sin corte

Promoción limón con chile y manzana con chile



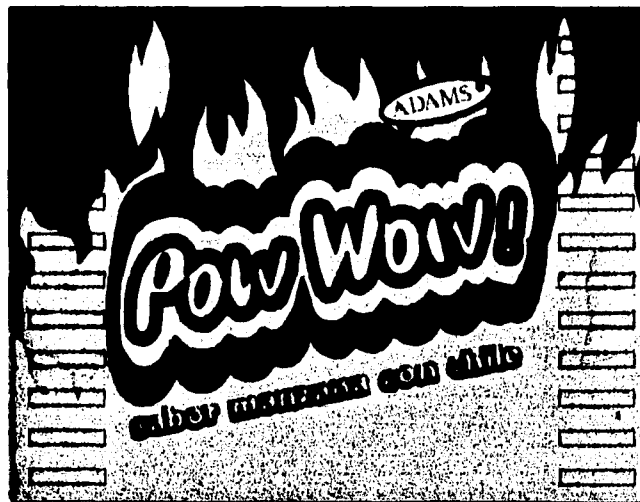
DESCRIPCIÓN

Este producto también es elaborado por la industria CHICLETS ADAMS*. Para la elaboración del comercial de televisión POW WOW! se requiere de que el dummy sea 6 veces mayor al producto real; se decidió en ese tamaño porque se realizó en Product Shot en el que se logró un efecto especial colocando atrás del producto, unas flamas, y como no se pueden hacer flamas tan pequeñas como para utilizar el producto real, es por eso que se pidió ese tamaño de dummy además de que también se hace en esas dimensiones para dar una excelente calidad y limpieza al producto, evitando leyendas y códigos de barras.

Los materiales que se escogieron fueron vinyl adhesivo de importación en forma de rollo con las siguientes medidas: 100m de largo, 31cm. ancho de un espesor de 3 mm de la marca 3M y papel bond de 36 kg, la decisión de seleccionar estos materiales, se tomó, porque son bastante similares a la del producto real en cuanto a la brillantez del papel celofán que utilizan en el producto, por los colores que son exactos al envoltorio, ya que el material tiene una gama de colores muy extensa y en este caso se utilizarán tres colores fluorescentes; verde, amarillo, anaranjado y color negro, la textura del material es liso y brillante y por el otro lado es adhesivo en donde se pondrá el papel bond para poder marcar todos los dobleces y cortes necesarios. El material es muy práctico porque no fue necesario efectuar el original mecánico puesto que se utiliza directo de la digitalización en la computadora al cortador de vinyl y del cortador de vinyl al material, es muy sencillo y especialmente rápido.

DESCRIPCIÓN

Para la elaboración del dummy POW WOW! lo primero que se hizo fue recopilar la información, siguiendo con el método ya descrito para no olvidar ningún detalle y poder resolver bien el proyecto. Después de tener todos los datos claros y sin ninguna duda el diseñador gráfico empieza a trabajar, el dummy debe tener una dimensión de 6 veces mayor su tamaño real, con la ayuda de la tecnología de las computadoras se digitaliza la identidad del producto con el tamaño deseado.



En este caso POW WOW! esta formado por el logotipo pow wow que es la identidad del producto, un out line, y dos envolvente del logotipo, una anaranjada y otra negra, dos fondos de color, grafismos en forma de flamas y tres diferentes familias de tipografía que llamaremos tipografía primera, segunda y tercera

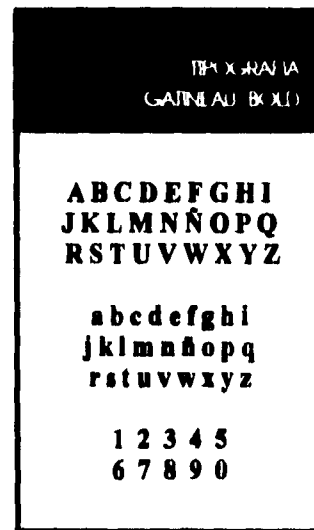
La primera: el logo de la empresa **ADAMS***

La segunda: son las palabras **sabor limón con chile** y **sabor manzana con chile.**

Se empezará con la digitalización de la identidad del producto **POW WOW!**

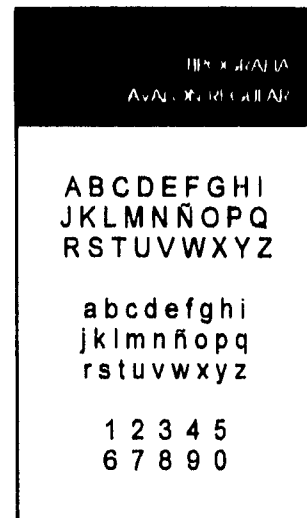
PRIMERA TIPOGRAFÍA

Logo **ADAMS*** Es de la familia tipográfica **GATINEU BOLD** acompañada de una envolvente en forma de elipse y un asterisco de color Negro No. PANTONE Process Black C.



SEGUNDA TIPOGRAFÍA

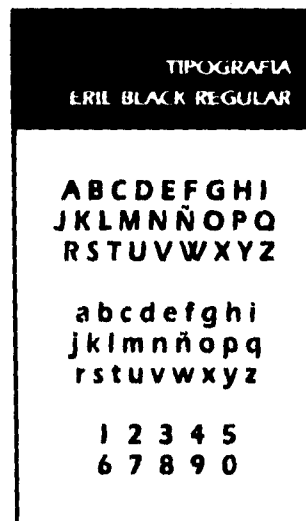
Se presenta la palabra **NUEVO** en color anaranjado fluorescente No. PANTONE 805 C 2X. es de la familia tipográfica **AVALON REGULAR** con una envolvente en forma de rectángulo de color Negro No. PANTONE Process Black C.



NUEVO

TERCERA TIPOGRAFÍA

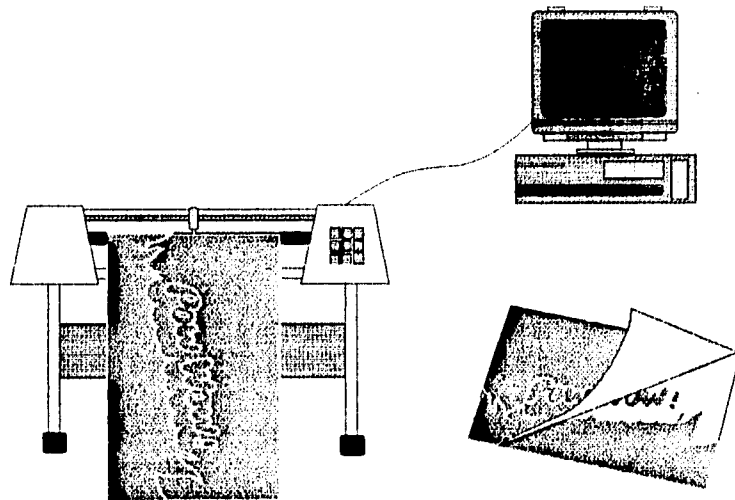
La palabras que indican el contenido del producto sabor manzana con chile en color anaranjado fluorescente No. PANTONE 805 C 2X. el de manzana tiene un out line negro No. PANTONE Process Black C. son de la familia tipográfica **ERIE BLACK REGULAR**.



sabor manzana con chile

PROCESO DE ARMADO

Una vez terminada la digitalización del logotipo se hace una separación de colores; se manda una orden al cortador de vinyl adhesivo o plotter por medio de la computadora, para que el plotter mande cortar el vinyl adhesivo de cada color según los colores necesarios, colocando uno por uno los colores. En este proyecto se utilizaron dos colores fluorescentes verde limón No. PANTONE 802 C 2X; anaranjado No. PANTONE 805 C 2X; verde No. PANTONE 561 C. y además del color negro No. PANTONE Process Black C ; una vez cortado color por color de forma manual se va separando el vinyl y quitando el sobrante que no sirve, para después montar color por color hasta formar el dummy.



SEPARACIÓN DE COLOR

Material Vinyl Adhesivo

Verde Forest Green

No. pantone 561 C

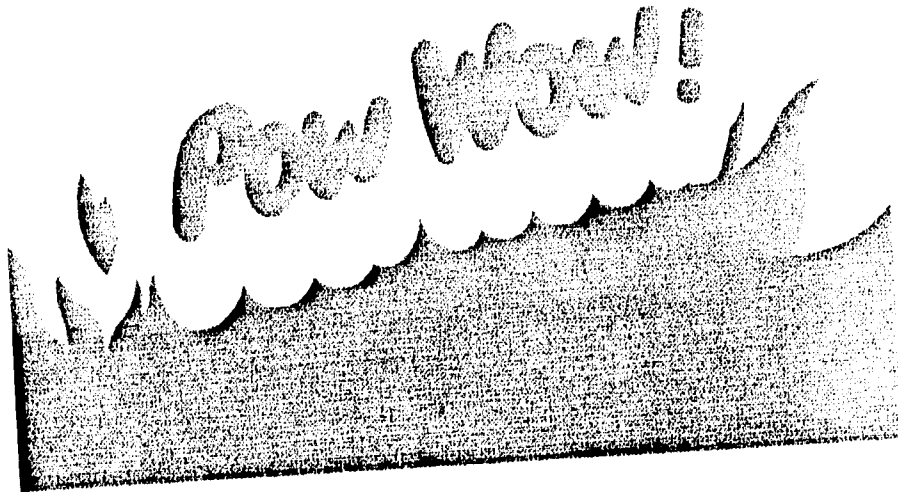


SEPARACIÓN DE COLOR

Material Vinyl Adhesivo

Verde limon fluorescente

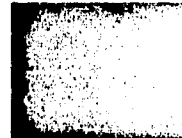
No. pantone 802 C 2X



SEPARACIÓN DE COLOR

Material Vinyl Adhesivo

Anaranjado fluorescente



No. pantone 805 C 2X



SEPARACIÓN DE COLOR

Material Vinyl Adhesivo

Negro

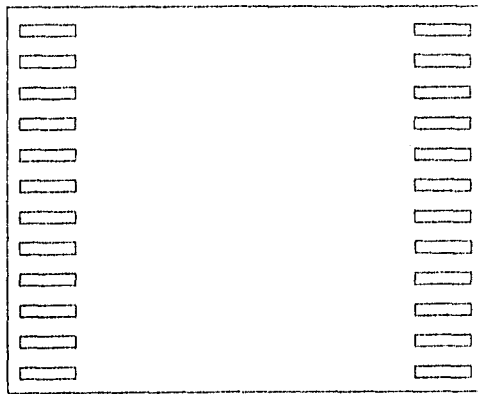
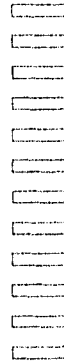
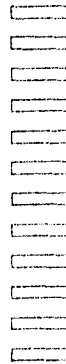
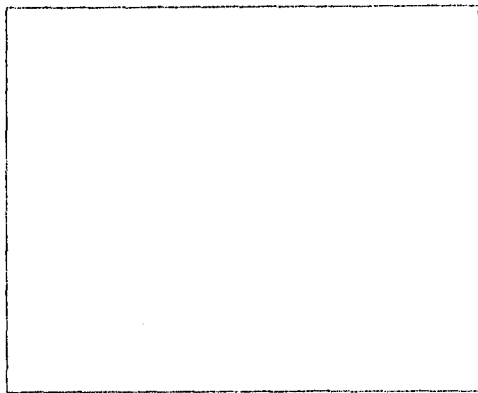


No. pantone Process Blak C



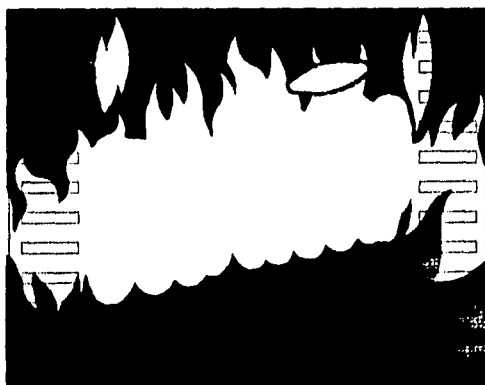
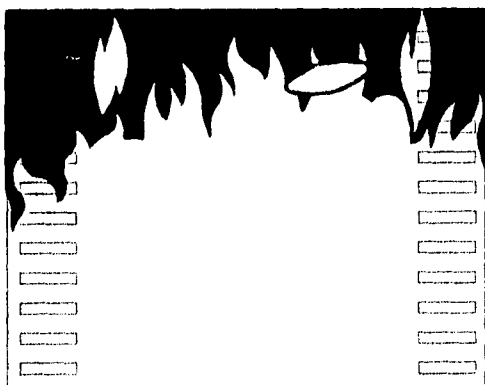
Una vez teniendo cortadas todas las partes que integran al dummy, se pone un papel aplicación, este papel aplicación va a servir para transportar el vinyl adhesivo al papel bond de 36kg, para que por el revés se pueda marcar los dobleces y cortes necesarios. Antes de empezar a transportar los fondos se ponen líneas paralelas de los dos extremos izquierdo y derecho para simular el sellado del producto, y así seguir con todas las piezas para tener el dummy extendido.

APLICACIÓN



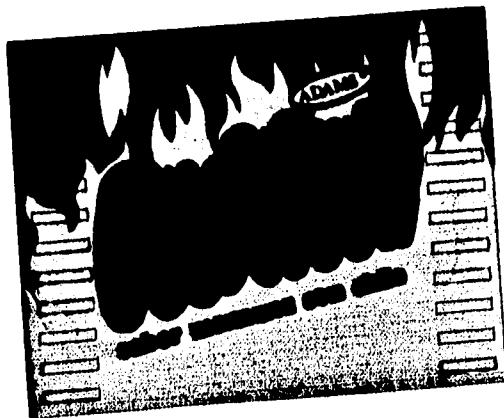
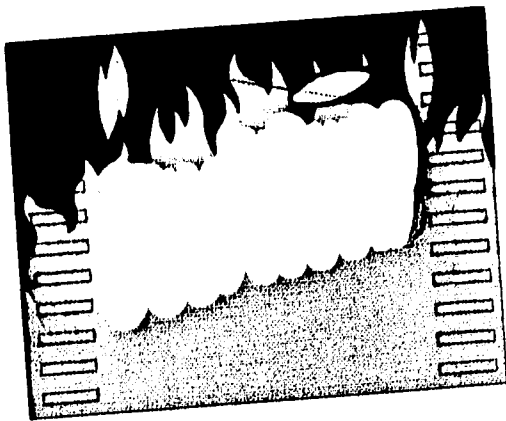
Se colocó el fondo verde oscuro, No. de Pantone 561 C sobre el papel bond de 36kg. y las plecas de los extremos para de esta forma poder seguir con el siguiente paso. Se pone el siguiente fondo que es el verde limón fluorescente No. Pantone 802 c 2

APLICACIÓN



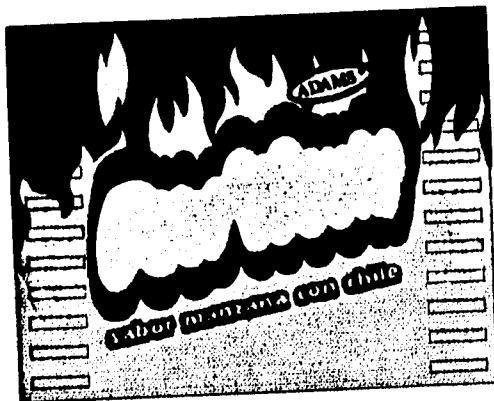
Se colocó el fondo de color anaranjado fluorescente No. Pantone 805 C 2X y la envolvente del texto POW WOW! de color negro cubriendo todo el fondo.

APLICACIÓN

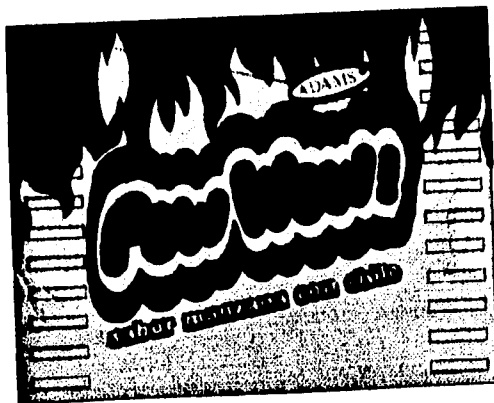


Sobre poniendo los otros colores el anaranjado fluorescente segunda envolvente, negro tercer envolvente y el verde limón texto POW WOW!, para concluir con el dummy y pasar al proceso de armado.

APLICACIÓN



POW WOW!

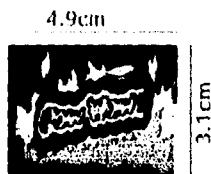


POW WOW!

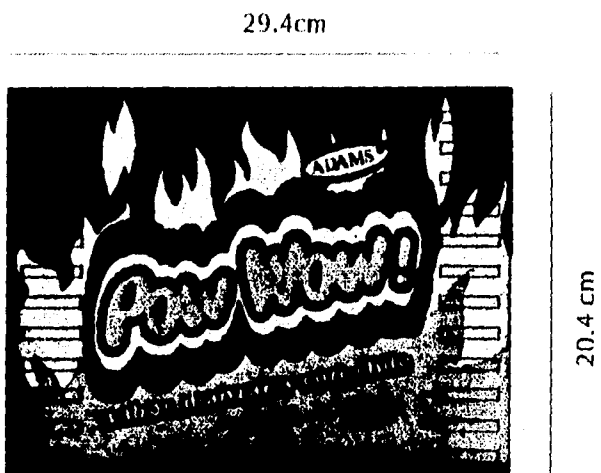
PROCESO DE ARMADO

El siguiente paso a seguir es la estructura; se cierra uno de los extremos para poder rellenar el dummy simulando el chicle y se cierra el otro extremo quedando en seis veces mayor su tamaño real, el dummy armado queda listo para ser fotografiado.

Tamaño Real



6 veces mayor al tamaño real



PROYECTO FINAL

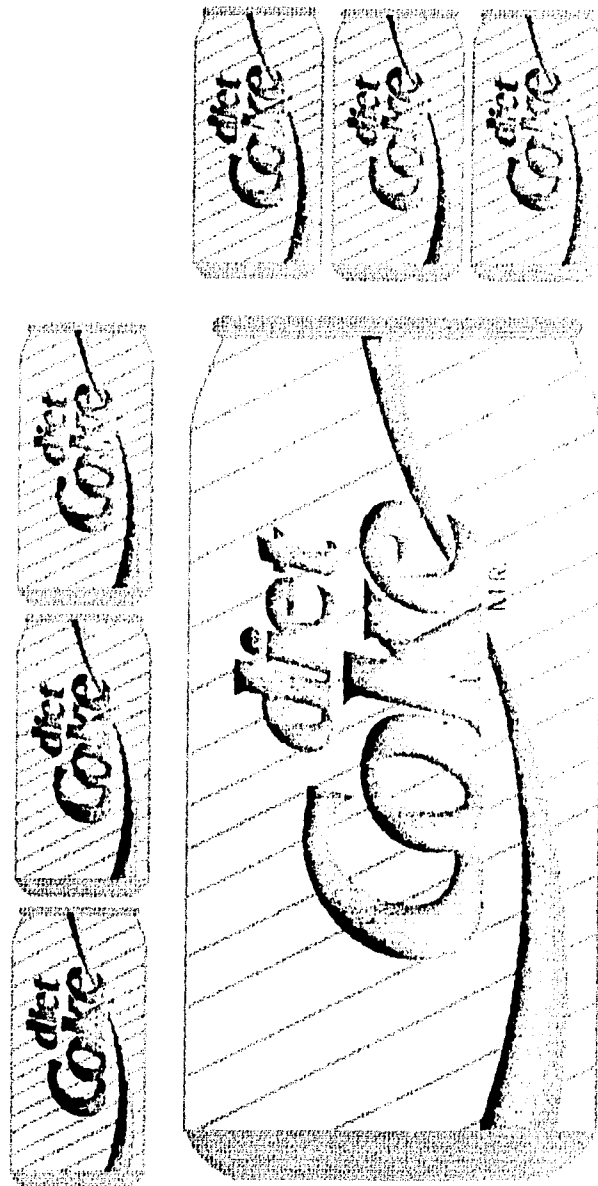
Chicles Pow Wow!



CASO 4
ENVASES PARA
BEBIDAS CARBONATADAS
Refrescos en lata 2:6.



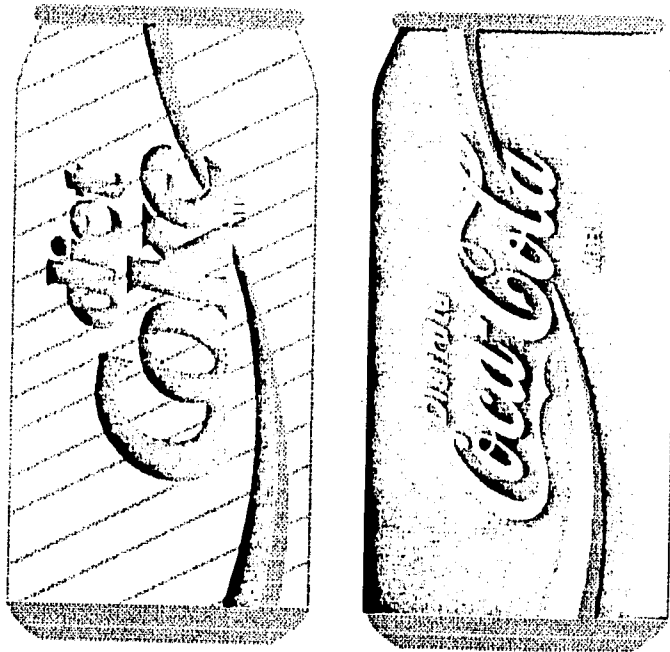
En este caso se va a fabricar un dummy de una lata o envase de bebidas carbonatadas (Refrescos con gas carbónico) para DIET COKE en un tamaño de un 300% mayor al tamaño real.



ENVASES METÁLICOS

La gran identidad corporativa de COCA COLA reúne una variedad de estilos y diferentes formas de latas de aluminio y hojalata.

Las latas de dos piezas por lo general son impresas después de su formado estructural.



Existe una tendencia de hacer las latas más ligeras y más baratas, esto se logrará mediante el adelgazamiento de sus paredes, más adelante el gas de las bebidas carbonatadas va ser lo único que impedirá en parte que sean aplastadas por impacto o caída libre durante su distribución y exhibición.

Actualmente cuando se adelgazan de las paredes, el metal no ha presentado ningún problema para las bebidas carbonatadas (refrescos); ya que el dióxido de carbono a presión estabiliza al envase haciéndolo de esta manera muy resistente. Para este estudio se comprobó que apretando la lata de bebidas carbonatadas antes de abrirla, el envase es más resistente, y luego cuando se ha soltado la presión interna, la lata se hace más frágil; si la lata contiene bebidas sin gas es muy fácil que la lata se dañe por falta de presión interna (jugos enlatados), es por esto que está muy limitado su uso y que no sean usadas para bebidas diluidas ni jugos; las latas de los jugos tienen otra propiedad: son más resistentes y diferente metal.

El Alemán Messer Griesheim desarrolló el método de criogénico; consiste en inyectar nitrógeno líquido inerte en las latas llenas, esto ocasiona que se vaporice y desarrolle una presión. Este proceso no afecta a los alimentos y se puede utilizar en el enlatado de líquidos calientes.

LATAS Y SU FABRICACIÓN

En un inicio los botes de hojalata eran elaborados con tres piezas: un cuerpo central formado por un rectángulo, base y tapa; el cuerpo cilíndrico era unido con una aleación de plomo y estaño.

Esta aleación, de plomo y estaño en la actualidad está prohibida por normas de sanidad muy rigurosas en el caso de latas para alimentos.

En su lugar por presiones ecologistas se debe utilizar el sistema eléctrico de soldadura Soudronic a base de cobre. Este proceso es ampliamente aceptado para formar latas de tres piezas que van a contener bebidas y alimentos. La impresión se realiza en rodillo y luego es cortado.

- | | |
|----------------|---|
| | a) Hojalata, 98% soldadura plomo,
y 2% estaño. |
| Tres
Piezas | b) Soldadura de cobre eléctrica
(sistema Soudronic). |
| LATAS | |
| Dos
Piezas | a) Sin soldadura, sin costura y es
de aluminio. |

En la década de los setenta, mediante un proceso llamado de estiraje y planchado de la pared, se concibieron las latas de dos piezas.

Se utilizó una técnica consistente en una pieza gruesa circular en bruto, se recorta el borde y es golpeado al centro por un émbolo hasta lograr el formado del bote; llamado por este proceso lata "embutida", y terminando este proceso se puede imprimir la lata. Si hay que colocarle una etiqueta se efectuará después del llenado.

Las ventajas de las latas de dos piezas sobre las latas de tres, es que carecen de soldadura, además de ser más ligeras. La de dos piezas es formada por los golpes de un pistón hasta ir formando una cavidad en el centro del disco. Cada vez esta cavidad es más profunda y sus paredes se van haciendo más delgadas.

La lata de dos piezas emplea menos metal, por lo tanto es más barata y al consumidor le parece más atractiva.

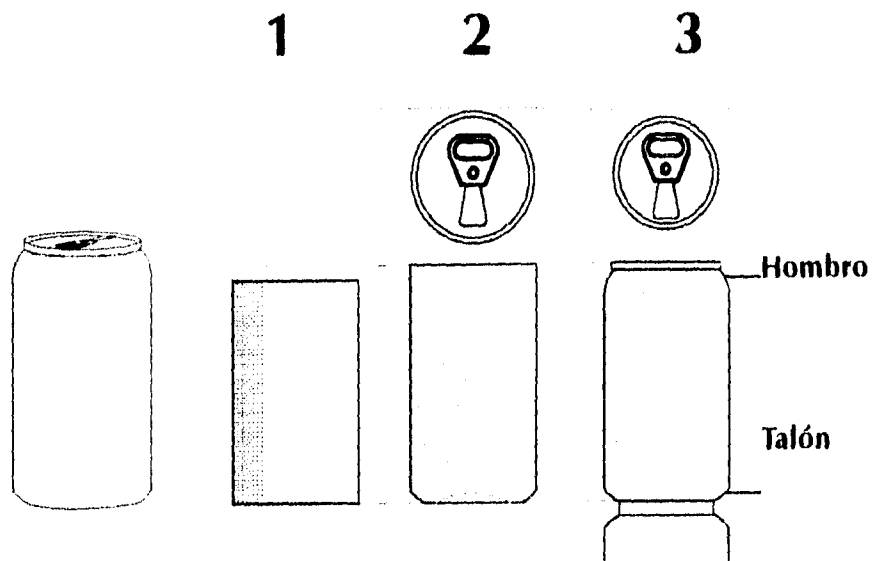
Las dos ventajas:

1ª La formación de un hombro en su parte superior hace que se reduzca el diámetro de la tapa, causando la disminución de costos y del material.

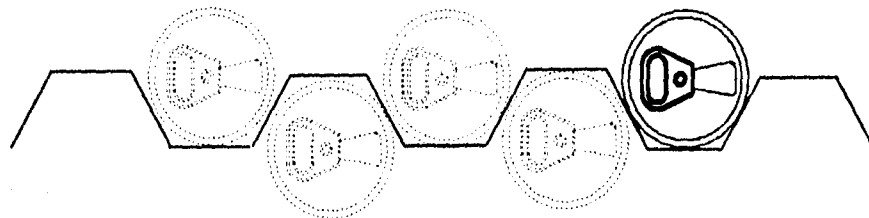
2ª La tapa es de menor diámetro y al ser desechada contamina menos, es decir son tapas chicas y no tapas grandes de esta forma se aprovecha más el material. Estas ventajas son un valor agregado exclusivo de los envases de cuerpo metálico, valor que no pueden tener otros materiales como cartón o plástico.

Las dos ventajas:

1ª Ventaja



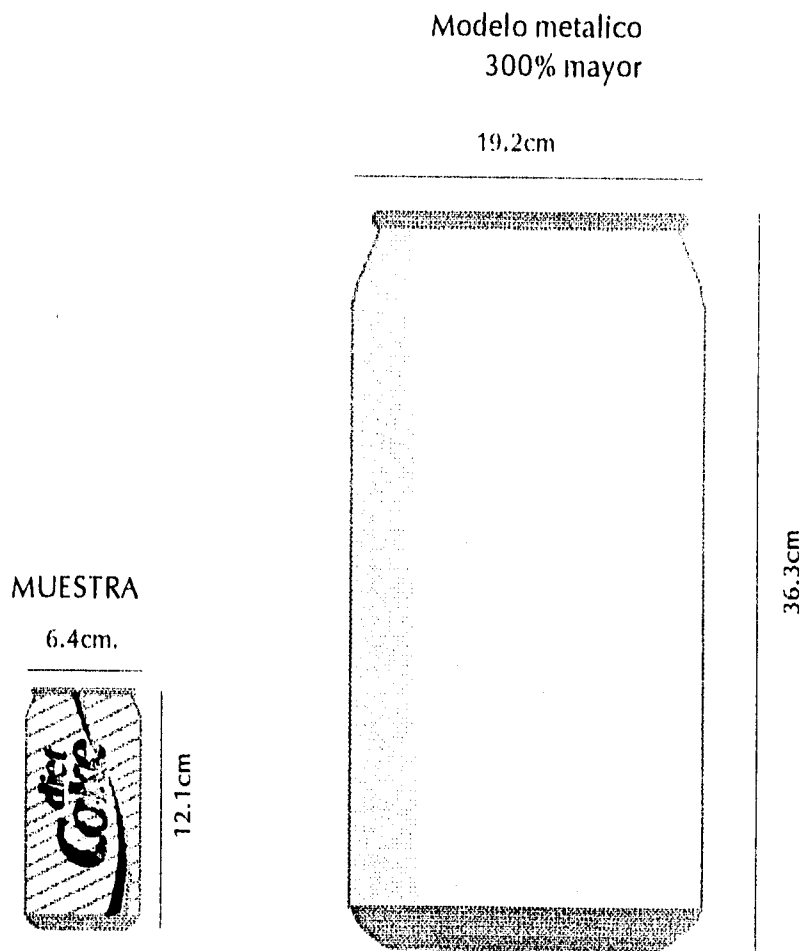
2ª Ventaja



DESCRIPCIÓN

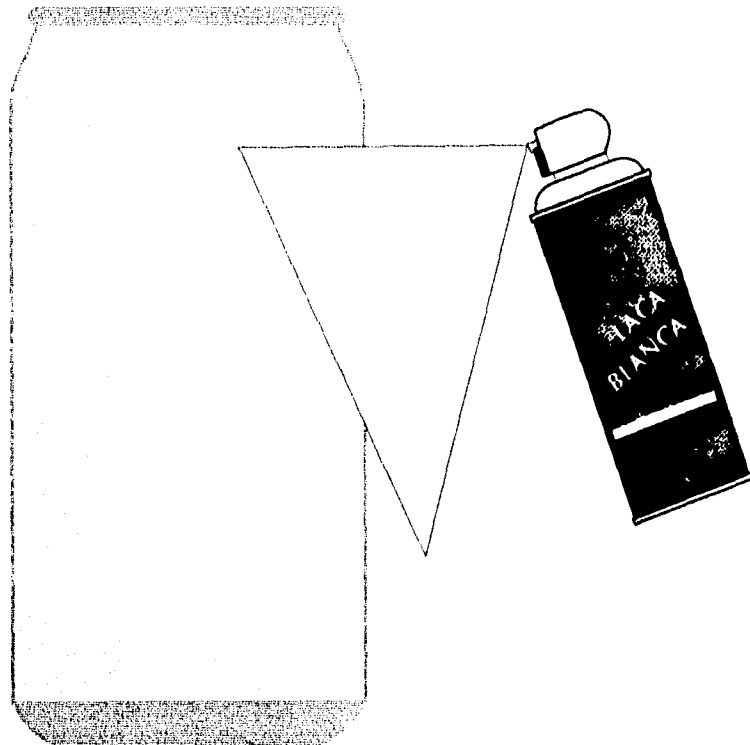
En México el tipo de lata que ocupa la empresa **COCA COLA** para envasar sus bebidas carbonatadas (refrescos) es lata de dos piezas, estas latas se han vuelto un envase genérico, porque casi todas las empresas refresqueras la utilizan.

En la fabricación del dummy Diet Coke lo primero que se hizo fue conseguir toda la información, seguir el proceso ya mencionado. Después de tener todos los datos ya bien establecidos, se fabricó un modelo metálico en un torno de metal para tener perfectamente a escala idéntica tres veces mayor a la muestra proporcionada por el cliente.

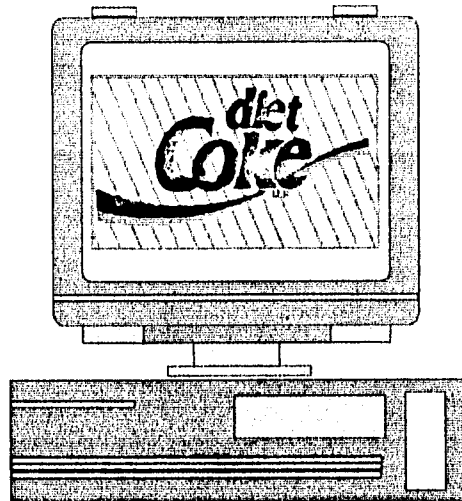


Teniendo el modelo metálico listo, se hizo otro molde fabricado en fibra de vidrio para obtener el modelo final de la lata. La lata está dividida en dos piezas, está hecha en fibra de vidrio y uniendo las dos piezas queda terminado el modelo a escala. Se fabricó así, para poder tener el control y para que su manejo fuera más fácil , porque debido a las necesidades del cliente se requería poner un sistema de control remoto para abrir y cerrar una puerta que permitiera la salida de una luz, de una fuente luminosa fijada en el interior de la lata todo esto sin modificar el aspecto de apariencia y grafismo en el dummy.

Una vez teniendo el dummy modelo de la lata a 300 % mayor del tamaño de la muestra proporcionada, la lata en fibra de vidrio pasa al siguiente paso, que consiste en elaborar el grafismo del dummy para darle la apariencia y aspecto físico idéntico al producto muestra. La etiqueta es donde el diseñador gráfico interviene, se aplica laca acrílica en color blanco mate: sólo el área de la etiqueta, y la parte de la lata que no cubre la etiqueta se aplica pintura de similares características en color gris plata mate (opaco) que representaría la parte metálica de la lata.

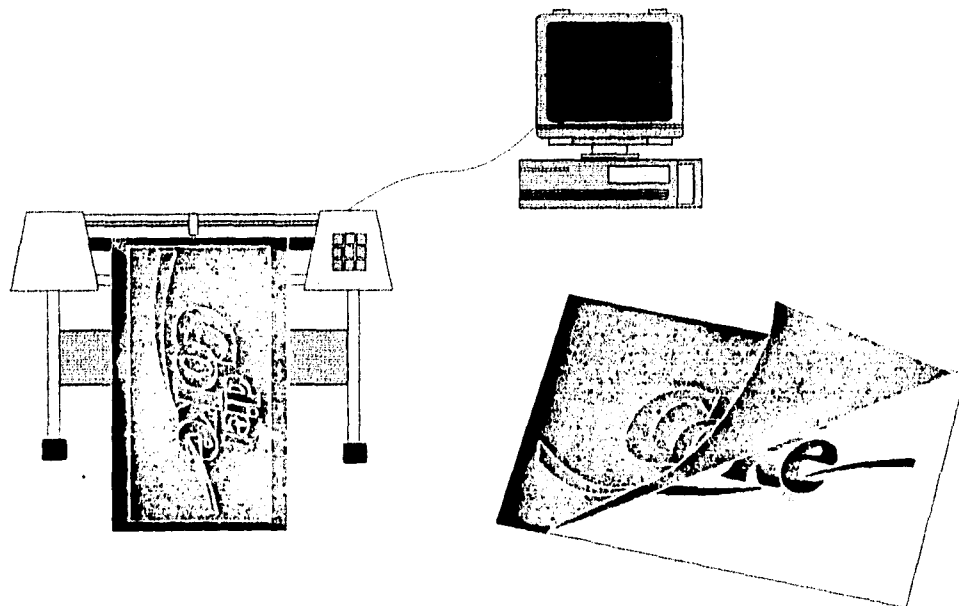


En los últimos tiempos, la tecnología de las computadoras ha ayudado al diseñador gráfico como una herramienta muy útil para desarrollar su trabajo. En este caso, se digitalizó con la ayuda del programa CAD la reproducción exacta, punto por punto, del logotipo de **Diet Coke**. Este se encuentra compuesto por trece elementos: diez letras todas en color rojo No. PANTONE Red 032 C., un grafismo de dos líneas onduladas (**La ola de Coca Cola.**) que está dividida en dos colores: gris plata No. PANTONE 877 C. y rojo No. PANTONE Red 032 C. El logo está acompañado de un número X de placas diagonales en color gris plata No. PANTONE 877 C. que están posicionadas paralelamente a 30 grados.



Teniendo una vez terminada la digitalización del logotipo, se hace una separación de color, lo que va en rojo y lo de color gris plata conforme a la guía de pantone utilizando los colores corporativos de la empresa **COCA COLA** y números de pantone.

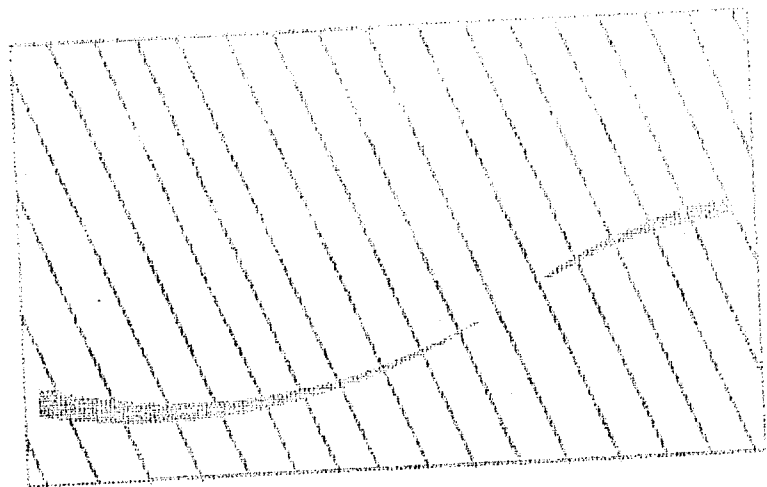
La etiqueta se obtiene por medio de un cortador de vinyl o plotter para cortar el material adhesivo, el material es vinyl adhesivo de importación en presentación de 31cm x 120 m con un espesor de 3mm; los colores que se utilizaron son de catálogo:



Rojo Tomato de 3M



Gris Plata de 3M



Con el material cortado se separa el vinyl que no sirve, dejando solo el logotipo; a éste se le pone una película transportadora, que es un papel con adhesivo menos fuerte. Para poder transportar el material se toma la pieza de fibra de vidrio ya pintada y preparada para colocarle los adhesivos en el lugar asignado; se retira la película transportadora quedando las piezas de vinyl en su lugar, color por color; una vez puestos los adhesivos queda terminado el dummy listo para ser fotografiado.

Se escogió este material por varias ventajas:
Por la rapidez, el trabajo sale directo.
Por no ser necesario realizar originales mecánicos.
Por no preocuparse de la impresión.
Por la exactitud en sus cortes.
Por la forma de que se adhiere el material.
Por la gama de colores que aporta este material.

Son ventajas que para el medio de los Dumies para comerciales de televisión son muy importantes debido a los tiempos limitados que se manejan.

PROYECTO FINAL
Diet Coke.



Con estos cuatro casos se puede comprobar lo importante que es el hacer dummies para ser fotografiados y poder realizar un comercial de televisión.

El diseñador gráfico ha tenido la oportunidad de poder introducirse poco a poco en este medio y demostrar que con sus conocimientos, experiencia, creatividad, manejo de los materiales y técnicas se puede realizar cualquier dummy por fácil o difícil que éste sea; el diseñador gráfico debe buscar la manera de solucionar qué materiales deberán usarse, técnicas y procesos que se necesiten para la elaboración del dummy.

APORTACIONES EN LA ELABORACIÓN DE DUMIES

En las experiencias de la elaboración de dumies, en esta parte se comentara sobre los materiales para la fabricación del dummy, sus ventajas y desventajas que se presentaron para la elaboración.

Muchas veces los materiales son los que determinan si se pueden tener problemas o no, junto con el tiempo que se tenga para su fabricación de un dummy que es lo principal. Puesto que de esto dependerá la elección de los materiales que se deberán utilizar, por ejemplo para hacer un dummy es necesario saber principalmente sus funciones porque si no podrá haber problemas, se necesita saber si se utiliza papel o otros materiales más resistentes, por ejemplo: si se pide un dummy de un litro de leche lo más lógico es que se haga de cartón pero como en algunos casos el dummy , si su función es contener algún líquido tendrá que utilizarse otro material, puede ser cartón, pero tendrá que estar plastificado, si no con el liquido se remoja y se empieza a deshacer y entonces no funciona.

Papel. Si se utiliza solo se podrá doblar, marcar, dibujar, imprimir, cortar y pegar nada más. No se puede utilizar para algo muy resistente ni se podrá mojar.

Vinyl adhesivo. Se sabe que se puede mojar, estirar, cortar, pegar, imprimir y doblar . En este material no se puede dibujar ni se puede utilizar como algo rígido porque su espesor es de 3mm y plástico.

Papeles con texturas. Que son de importación o del país y sirven para sustituir alguna textura natural, (depende de las necesidades), puede ser que los papeles estén hechos a mano o con máquina, de algodón, reciclados, seda, pergamino etc... hay una infinidad de papeles que como diseñador gráfico a base de la experiencia es conocer y poder utilizar los materiales según lo requiera el dummy.

Cartón. Comúnmente conocida por cartulina solo se podrá marcar, doblar, o plásticos engomados o pegar algunos elementos, armarlo, pegarlo y dibujar sobre él.

Plastilina. Es un material que nos permite modelar y jugar con la flexibilidad del material y que quede perfectamente el modelo dándole una textura. Elaborando el molde, para después hacerlo en serie.

Yeso. Hay varias clases de yesos con diferentes resistencias, que con la experiencia nos permite determinar cual se debe utilizar para hacer los moldes, hay moldes que deben ser muy finos y precisos, que capten detalladamente las texturas, para estos ejemplos se puede utilizar yeso para dentista porque permite tener un registro exacto.

La fibra de vidrio. Es un material que brinda una excelente rigidez y si ésta tiene alguna textura o es liso permite una perfecta copia del molde, para sacar modelos idénticos a mayor o menor escala según el caso.

La madera. Ésta permite que se pueda modelar y realizar elementos u objetos de mayor o menor escala con las mismas características y texturas requeridas. como cajas, lápices, volúmenes, muebles etc...

Esta es una parte de algunos materiales que se pueden utilizar para la fabricación de los dummies y así hay muchos más materiales como: plásticos, resinas, metales, espumas, hidrocoloides (conocido como alginato) vidrio, telas, acrílicos, pegamentos, tintas, colores, pigmentos, silicones, cauchos, etc. Se tienen también diferentes técnicas de impresión, mencionando algunas, por ejemplo:

Serigrafía. Se puede aplicar en papel, tela, vinyl, acrílico, y otros materiales utilizando según el caso tintas y solventes específicos para cada uno de los diferentes materiales; la calidad de impresión de la serigrafía es muy buena. su único problema es que su producción es muy lenta.

Offset. Se utiliza en papel, vinyl, P.V.C. y cartón delgado se recomienda para grandes volúmenes y si el proyecto tiene selección de color es un sistema que da una excelente calidad.

Impresora Laser. Se utiliza un tamaño de papel y acetato determinado por el tamaño de la impresora, imprime en color negro o según el color del toner (polvo de color); la calidad es muy buena.

Impresora de inyección de tinta. Se utiliza un tamaño de papel y acetato, determinado por el tamaño de la impresora, calidad media alta, la combinación de los colores es buena puesto que se tiene los colores básicos para formar cualquier color del phantone.

Impresora de sublimación de tintas. La impresora utiliza papel fotográfico, el tamaño del papel es determinado por la impresora, la calidad es excelente en un nivel fotográfico.

Impresora de cera. Se utiliza varios tamaños de papel por la impresora que ajusta los diferentes tamaños, esta impresión deja una textura que es la cera, la calidad es buena es a base de puntos y estos puedan combinarse para tener casi colores exactos.

Plotter o cortador de vinyl. Su tamaño lo determina el plotter o cortador de vinyl, el material es excelente tiene una gran gama de colores, es adhesivo muy resistente, se puede instalar en cualquier material, si se tiene problemas con los tonos, será necesario igualar un tono exacto porque se puede pintar sobre él, se puede aplicar tintas de serigrafía para vinyl o acrílicos; la única limitante que el plotter o cortador de vinyl tiene un mínimo de corte (6mm de alto por 3mm de ancho).

La experiencia se va ir adquiriendo con la constancia de los manejos de los diferentes materiales, objetos, equipos y técnicas. Esto permitirá que se puede solucionar algún problema en caso de que se presente.

Los problemas de producción surgen por un mal empleo de los materiales y la poca experiencia en su manejo, es recomendable que se trate de conocer la mayoría de ellos para poder resolver, en caso que se presentaran algunos problemas de la elaboración de dumies en cualquier momento, es un poco de lógica, creatividad, conocimiento y experiencia en el manejo de los materiales.

A grandes rasgos es importante mencionar como se desarrolla la filmación de un comercial de televisión, como una experiencia; ya que por medio de ésta es como poco a poco uno se va dando cuenta cuales son las necesidades que requieren las empresas cuando piden la elaboración de algún dummy.

La producción de un comercial de televisión es muy complicada, porque se requiere de varias etapas para llevarlo acabo.

Las etapas son: **PRODUCCIÓN.**
FILIACIÓN.
POSPRODUCCIÓN.
PRODUCCIÓN.
REALIZACIÓN.

Comienza cuando, el cliente va a la agencia con un proyecto X, ya sea para un lanzamiento de un nuevo producto, la promoción de un producto, la imagen nueva de un producto, campaña, etc.. el medio de los comerciales es tan difícil, que existe una pequeña guerra de productos que compiten todos contra todos para poder ser el mejor.

Una vez aclarando todas las necesidades y dudas que se tengan del proyecto X, el director empieza su labor en la etapa de producción, el director junto con su equipo empieza a ver que es lo que va a necesitar para todo el comercial, se divide el trabajo, la idea del director se va a los

diferentes departamentos como producción, arte, efectos especiales, dummies, fotógrafo, iluminación, staff, utilero, maquillista, vestuario, modelos, alimentación, limpieza, todos con sus respectivos ayudantes y asistentes, cada uno tiene sus juntas para resolver sus necesidades y no siempre se debe tener todos los departamentos al mismo tiempo, esto depende del proyecto X, y se reúnen los necesarios hasta el día de la filmación.

En la etapa de filmación deben estar reunidos en el o los lugares asignados, éstos podrán ser foros, estudios o locaciones, todos los involucrados ya mencionados deben estar reunidos, puesto que cada uno tiene que realizar su trabajo, se habla de que por lo menos se trabaja con 60 a 80 personas o hasta más, según se requieran durante la filmación del comercial de televisión; una vez de que todos han terminado su trabajo pasarán a la siguiente etapa.

La etapa de posproducción se manda revelar el material y una vez teniendo ya el material en el departamento de posproducción se empieza hacer una edición, donde se toma y corta el material para ir formando el comercial de televisión, sacando las mejores tomas que se hicieron durante la filmación, una vez teniendo ya completo el comercial el departamento de posproducción entrega el material a producción

Segunda etapa de producción, la agencia productora tiene una reunión con su cliente para ver el comercial terminado y entregar el material al cliente.

En la etapa de realización, el cliente lleva su material a la cadena televisiva. Y es cuando ya se tiene el comercial de televisión listo para salir al aire en cualquier momento pasara ya en la televisión y que sea visto por los espectadores, y pudiendo captar el mensaje y así el espectador salga a comprar el producto.

CONCLUSIONES

El propósito fundamental de esta tesis, es mostrar los procedimientos y recursos a los que se recurrieron en la creación y desarrollo de cuatro casos distintos para la elaboración de dumies réplica de envases que se utilizaron en comerciales de televisión.

El objetivo de este trabajo pretende que a través de la explicación de estos casos, se presente la elaboración de un manual para resolver problemas similares a los expuestos.

Los cuatro casos son aplicaciones de productos de uso común, utilizados en la realización de comerciales de televisión que requerían modificar su escala de tamaño, sus materiales de fabricación para que fueran funcionales de acuerdo a la aplicación que se les daría, o elaborarlos en materiales apropiados a las necesidades de iluminación.

Los dumies se aplicaron en comerciales de fechas recientes para distintos usos, desde lanzamientos al mercado del nuevo producto, campañas y promociones.

Los dumies realizados fueron cuatro casos distintos:

Cigarros

SALEM MENTOLADOS

Campaña de promoción para comercial en televisión para el extranjero (Puerto Rico). Fecha de realización Enero de 1993.

Refresco en lata**DIET COKE**

Campaña de publicidad para comercial en televisión, México. Fecha de realización Octubre de 1993.

Goma de mascar cuatro presentaciones.**BURST**

Lanzamiento del producto al mercado para comercial en televisión, México. Fecha de realización Marzo de 1994.

Goma de mascar dos presentaciones.**POW WOW!**

Campaña de promoción para comercial en televisión, México. Fecha de realización Septiembre de 1994.

Con el estudio de la elaboración de los dumies, se comprende la diferencia que existe del envase que sirve para contener al producto y el dummy réplica que es la representación y sustituto del producto con fines de mejoramiento ante el espectador.

Durante el desarrollo de esta tesis, se demuestra que todo diseñador gráfico puede elaborar un dummy réplica de alta calidad, siguiendo el método propuesto para solucionar cualquier necesidad que se requiera en su fabricación.

También queda demostrado que el área relacionada con la elaboración de dumies réplica es otro espacio en el que el diseño gráfico participa, enlazado directamente a otras industrias como la del cine, aplicado a la publicidad, aprovechando el conocimiento de éste por el beneficio de sustituir un producto por uno o varios dumies que permitan resaltar su importancia, con mayor limpieza y que sea legible al presentarse en televisión.

Algunas de las opciones que deja abierta esta tesis, son posibles líneas de investigación dentro de la industria del cine y la publicidad, para complementar el enlace entre estas áreas y el diseñador gráfico.

Mucho hay por avanzar en este campo para que el diseñador se desarrolle.

La finalidad de esta tesis, queda resuelta al presentar estas propuestas, el campo queda abierto para buscar recursos aplicables que permitan solucionar problemas futuros.

GLOSARIO

AERÓGRAFO . Maquina de decoración para aplicación de pintura que funciona por medio de aire comprimido proporcionando de una manera continua, presión constante por medio de un compresor.

ADHESIVO. Término general que cubre los cementos, colas y pegamentos.

BOCETO. El boceto es un croquis hecho a la ligera, sin modificaciones de ideas, procesos, figuras, objetos, y que sirve de anteproyecto.

BOCETO FINAL. Bosquejo acabado que proporciona una indicación exacta de la reproducción final que se desea.

CAD. Diseño asistido por ordenador.

-Técnica que usa los sistemas de gráficos de ordenador de alta resolución para ayudar al diseño en general.

- Conocido también como diseño de embalajes asistidos por ordenador.

CÓDIGO DE BARRAS. UPC Universal Product Code (es utilizado en E.E.U. y Canadá).

EAN. European Article Number (13 dígitos) 3 bandas divididas en (País, Proveedor y Artículo) clave México 175.

CLISE. Placa o pantalla ya fotografiada, impresionada, y fijada lista para hacer la impresión.

DIGITALIZAR. Transportar a lenguaje de computadora ya sea en pixeles, vectores o puntos para que la computadora pueda procesar logotipos, gráficas, fotografías, imágenes, dibujos y música.

DUMMY (singular)

DUMIES (plural) . Envase tridimensional sin contenido, Imitación, Maqueta, Simulador, puede considerarse como un prototipo de lo que será el original.

ENVOLTORIO. Material sin soporte, por lo general orgánico y no fibroso, que es flexible y delgado.

ENVOLTORIO METALICO. Papel recubierto con moléculas de metal evaporadas en cámara de vacío. Mejora las propiedades de impermeabilidad del material y es más económico que la hoja metálica.

ESCALA. Dispositivo utilizado para determinar el tamaño, proporciones correctas ampliar o reducir para su reproducción.

HOJAS METÁLICAS. Las hojas metálicas combinadas con otros materiales son específicamente utilizados en el envasado de alimentos y fármacos aumentando su valor de conserva, son ligeras y maleables

LACA. Tipo de recubrimiento que se aplica en forma líquida y se seca por evaporación.

LÍNEA. Formada por una serie de puntos en movimiento en una sola dirección.

MATE. Resistencia del material o cuerpo a la transmisión de la luz.

PE. (POLIETILENO) Material sintético con excelente resistencia a los ácidos. Puede obtenerse en gran variedad de pesos y densidades, cada cual con distintas características.

PET. (Tereftalato de polietileno) Material plástico casi irrompible, usado en un número creciente de envases, desde bebidas carbonatadas a mermeladas, cafés instantáneos y licores.

PS. (Poliestireno) Material termoplástico sin sabor ni olor, con excelente resistencia al agua y a la intemperie. Se usa para la mayoría de los alimentos, con la excepción de aceites esenciales, derivados del petróleo.

PP. (Polipropileno) Se empleó básicamente como material rígido para componentes, pero se ha convertido en uno de los instrumentos principales para el diseñador de embalaje de galletas y confitería, donde su versión ha sustituido a los papeles de envolver.

PVC. (Cloruro de polivinilideno) Es fuerte y transparente y se opone al paso de gran cantidad de compuestos químicos y gases.

PUNTO. Un lugar en el espacio.
Unidad de medida tipográfica más pequeña.

RECUBRIMIENTO. Cobertura o capa de una sustancia depositada en forma fluída.

REGISTRO. Correspondencia exacta entre dos o más imágenes que se superponen.

SELECCIÓN DE COLOR. En el proceso fotográfico, se utilizan filtros para separar los colores individuales, los cuales al combinarse en la impresión producirán la ilusión de un imagen a todo color, utilizando solo cuatro colores dándoles un porcentaje según la imagen, y son amarillo, azul, magenta y negro.

SEPARACIÓN DE COLOR. Al fotografiar color por color, y en el negativo quede en forma de plasta separando cada color como lo indica el original mecánico.

BIBLIOGRAFÍA

ALAN SWANN

Bases del Diseño Gráfico

CARLOS CELORIO BLASCO

Diseño de embalaje para exportación

JAIME RESENDIZ

TESIS:

El Diseño Gráfico Aplicado a Envases y Empaques con fines didácticos, demostrativos, adecuados a la formación de Comunicadores y Diseñadores Gráficos.

JERRY DEMONEY Y SUSAN E. MEYER.

Montaje de originales gráficos para su reproducción.

LYNN JOHN

Como preparar Diseños para la imprenta.

MICHEL CAZA

Técnicas de Serigrafía.

STEVEN SONSINO

Packaging Diseño Materiales Tecnología.