[Tesis de Investigación Gráfica]:

Estudio Aplicado en el Diseño e Impresión de una Etiqueta de Vino.

Natalie Osses Miranda
Alumna de Diseño Gráfico

[Escuela de Arquitectura y Diseño, Pontificie Universidad Católica de Valparaíso, Noviembre 2007].

[Indice]:

Agradecimientos 5
Prólogo del Profesor 6

Capítulo I: Antecedendentes: Viñas y Mercado.

Origen del Vino en Chile 10
Principales Viñas chilenas actuales 11
Cepas cultivadas en Chile 12
Situación actual del mercado vitivinícola 14
Vino y Marketing 15
Acerca del vino embotellado 16
Importancia de la etiqueta de vino 17
La función de la etiqueta de vino 18
Determinaciones legales en una etiqueta 20

Capítulo II: Antecedentes de la Industria Gráfica.

De la industria gráfica en etiquetas de vino 26
La imprenta de etiquetas de vino 28
Características formales de la imprenta especializada 30
Normas ISO aplicables a la gráfica 32
Normas ISO a considerar en el diseño e impresión de una etiqueta de vino 34

Capítulo III: De los Sistemas de Impresión.

El Offset Litográfico 38
La Flexografía 42
Impresión Digital 44
La Serigrafía Rotativa 45
Glosario 46

Capítulo IV: Del diseño de una Etiqueta de Vino.

Registro gráfico del vino 54
Elementos relacionados con el vino 56
El Brief, requerimientos previos 58
Del diseño de una etiqueta de vino 60
Códigos gráficos 61
Diseñadores de etiquetas de vino en Chile 64

Capítulo V: Desarrollo de una Etiqueta de Vino.

Del encargo 68
Desarrollo del diseño 70
Técnica de impresión a aplicar 74
Maqueta de etiqueta Toknar 79
Ficha de Toknar 80

Bibliografía 83
Colofón 85

[Agradecimientos]:
Deseo agradecer a las personas que contribuyeron en la realización de este Proyecto de Título.
A los diseñadores Sergio Valderrama, Luis Piano, Matías del Río y Antonia y Luz María Cousiño, por compartir sus conocimientos y experiencias del oficio.
A Michelle Sabelle, Aldo González, Cristan Faret y Fernando Aravena, por las visitas a sus imprentas y facilitar material para esta edición.
En especial a Patricio Muñoz, por la posibilidad de desarrollar unas pruebas de impresión para la etiqueta "Toknar" en la imprenta Artica.

[Prólogo del Profesor]:

El proyecto al que se refiere esta edición constituye una situación inédita en nuestro modo de definir los temas para los proyectos de Título, y por ello es que en este caso, hemos destinado el primer trimestre de este taller, para evaluar la factibilidad de considerar el diseño de una etiqueta de vino como un campo de estudio capaz de desplegar una realidad gráfica específica y relevante en el diseño actual.
La incógnita que debemos despejar tiene relación con las dudas que merece el hecho de ser capaces de sostener una independencia creativa al mismo tiempo de relacionarse con un *"cliente"*, dado el hecho que plantearse un proyecto concreto como una etiqueta de vino, implica asumir un formato que es absolutamente externo, esto tiene que ver con la inconveniencia de asumir una realidad extra - académica, por cuanto se trata de la recepción al interior del taller de un encargo a propósito de un *producto comercial.* Lo que si tiene sentido para nosotros, es abrir un estudio acerca de la dimensión gráfica de los vinos.
La intuición que nos mueve inicialmente a partir de las primeras tareas de observación, es que dado el grado de refinamiento de los vinos en su sentido más amplio, éste genera en consecuencia un nivel gráfico bastante sofisticado, principalmente por la intensidad que adquiere un pequeño trozo de papel adherido a una botella, convirtiendo un contenedor regular en un personaje real, presente.
Por la etiqueta el vino declara un nombre y un rostro, su origen, su fecha y lugar de nacimiento y su estirpe. Lo que intuimos es que detrás de este lenguaje constituído, existe una espacialidad acotada, y dada su especificidad, su estudio va revelando para nosotros una medida gráfica a partir de esta relación entre lo breve del tamaño y lo intenso del lenguaje.
De aquí en adelante, la alumna se encamina a conformar un cuaderno de estudio, en el cual el dibujo a plumilla y las acuarelas comienzan a desplegar lo que hemos llamado una cultura del vino en el mundo; botellas, copas, corchos, cápsulas, etiquetas, etc, se cruzan con sabores, colores, aromas, gestos, ademanes y rituales, cobrando una presencia gráfica desde la cual se comienza a conformar una lectura de un campo espacial en propiedad, desde el dibujo.

En una segunda etapa, a partir de la comprensión del caracter específico de la impresión de etiquetas de vino, se abren relaciones con diseñadores, imprentas y viñas a fin de tocar fondo en el ámbito específico en que se vinculan: la elaboración del vino, el diseño de marca y la comercialización.
Esto significó acceder al más alto nivel en este ámbito, estableciendo vínculos reales, primero con una de las cinco imprentas que hay en el país, que estan dedicadas exclusivamente a las etiquetas de vino. Se trata de imprentas de primer orden a nivel mundial y que existen en el país desde hace muy poco tiempo; seis años atrás los vinos más importantes se imprimían en Australia, en Estados Unidos o en Europa.
Cuentan con maquinas que imprimen bobinas, principalmente papeles autoadhesivos de unos

treinta centímetros de ancho, pueden tirar hasta seis colores en linea y en forma contínua, poseen cuerpos para aplicar folias metálicas, cuños secos, serigrafía y troqueles. Lo fundamental aquí no es en si la tecnología y los procesos disponibles, sino la magnitud y la sensibilidad de la dinámica vertiginosa del negocio del vino, y dado el carácter global de estas empresas, es evidente el alto grado de estandarización y certificación transversal a todos los procesos, incluído el diseño.
La labor de estudio realizada en esta segunda etapa, concluye con una edición donde se registran estos encuentros con los protagonistas de aquello que nombramos como la *"cultura del vino en el mundo".*

En la tercera etapa de este proyecto y fundamentalmente debido a los vínculos establecidos en este ámbito, la alumna recibe el encargo de diseñar una etiqueta para un vino en la categoria *super premium.* En el caso de este vino, esto significa una edición limitada a sólo 3.500 botellas con un precio en el rango de los $40.000 pesos. Se trata de un vino conmemorativo de la *Viña von Siebenthal,* ubicada en el sector de Panquehue, y su dueño es un enólogo suizo.
Esta tercera etapa, tiene dos coordenadas que se complementan entre sí: una es que la alumna ha participado en el taller de grabado y ha sostenido un especial interés en esta área desde su etapa curricular, y es por esta razón que ella propone desarrollar una imágen para esta etiqueta a partir de un grabado, aplicando la técnica de aguatinta.

Por otra parte, "Artica", una de las imprentas estudiadas en la etapa anterior, se encuentra en proceso de poner en marcha una prensa offset rotativa Gallus, que ya está produciendo hace unos tres meses, y ellos están interesados en recibir encargos que les permitan desafiar sus propias posibilidades. Ellos han invitado a la alumna a llevar a cabo una prueba impresa de su proyecto.
Al término de ésta etapa, fue presentado el proyecto en la imprenta, la alumna supervisó el proceso de preprensa y estan programados los procesos de matrices, cuños y troqueles. Se está a la espera para tirar las primeras pruebas.
Desde el punto de vista académico este proyecto está terminado y evaluado con la nota más alta.
Desde el punto de vista de la imprenta y de la viña, no sabemos; es otro ritmo.
Lo que si está claro es que éste tema y la forma en que ha sido llevado a cabo, arroja una luz muy especial a propósito de nuestra actualidad como diseñadores.

Alejandro Garretón