

Trabajo de graduación previo
a la obtención del título de:

Diseñadora Gráfica



Análisis morfosemántico
de la gráfica de productos alimenticios ecuatorianos
con denominación de origen - chocolate y café

Anna Tripaldi
DIRECTORA

Ana Viñansaca C.
AUTORA

2019
Cuenca - Ecuador



HECHO CON MUCHO

esfuerzo cariño
dedicación
amor pasión
constancia
sacrificio empeño
perseverancia

Análisis morfosemántico
de la gráfica de productos
alimenticios ecuatorianos
con denominación de origen
chocolate y café



Anna Tripaldi
DIRECTORA

Anita Viñansaca
DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Por la autora, excepto aquellas que
se encuentran con su cita respectiva.
FOTOGRAFÍAS E ILUSTRACIONES

Impresión

La huella digital

2019

Cuenca - Ecuador



Dedicatoria

A Dios

A mis padres
por su apoyo y amor incondicional

A mis 5 Gaby, Dana, Sosha, Berni
Mi mimado Pablo José
por estar siempre, siempre ahí.

A mi familia

A Santiago y Abel
por enseñarme a vivir mirando al cielo

Amigos incondicionales
El Clan - Masitos

Por que todas las cosas, pasan por algo,
no existen las coincidencias.

Agradecimiento

A mis padres
Por enseñarme a creer en mi mismo.

A Anita Tripaldi
por su acertada guía, por compartir sus conocimientos
y despertar en mi el deseo de conocer.

Al Dr. Piercosimo Tripaldi
por su aporte, brindando al proyecto.



Índice

índice de contenidos
índice de imágenes



Índice de imágenes

1. Planta café - <https://www.mocay.com/>
2. Hecho en Ecuador - <https://www.cafemontanes.com/>
3. Denominación de origen - <http://www.cibepyme.com/minisites/ecuador/es/propiedad-intelectual/indicaciones-denominacion/>
4. Planta café2 - <https://www.cafemontanes.com/>
5. Forma - <https://hojaverdechocolate.com/>
6. Chocoate y Café - <https://hojaverdechocolate.com/>
7. Cholate Minka logo - <http://www.minka.ec/web/>
- 8 Cholate Minka - <http://www.minka.ec/web/>
9. logo Pacari - <https://www.pacarichocolate.com/barras-chocolate.html>
10. Chocolate Pacari - <https://www.pacarichocolate.com/barras-chocolate.html>
11. Hoja verde logo - <https://hojaverdechocolate.com/>
12. Cholate hoja verde - <https://hojaverdechocolate.com/>
13. Chocolate wao logo - <http://www.amwae.org/chocolate-wao/>
14. Chocolate wao - <http://www.amwae.org/chocolate-wao/>
15. Café Ecuador - <https://hojaverdechocolate.com/>

Índice de contenidos

1 Capítulo Marco Teórico Pág. 19

1. Denominación de Origen
 - 1.1 Concepto
- 2 Comercio Justo
 - 2.1 Concepto
- 3 La Forma
 - 3.1 Morfología
 - 3.1.1 Instantes de la forma
 - 3.1.2 Principios estructurales de la forma
 - 3.1.3 Relación entre percepción y forma
 - 3.1.3.1 Proceso perceptivo de la forma
4. Gestalt
5. Semiótica
 - 5.1 Enfoque estructural del Objeto - Signo
 - 5.2 Mensaje objetual y su estructura
6. Comunicación visual
 - 6.1 La imagen
 - 6.2 El mensaje visual
 - 6.3 Elementos básicos de la comunicación visual
 - 6.4 Composición
 - 6.5 Elementos básicos de una construcción visual
 - 6.6 Técnicas visuales: Estrategias de comunicación
7. El empaque
 - 7.1 Función
 - 7.2 El empaque en la contemporaneidad
 - 7.2 Diseño de empaque en la contemporaneidad
8. Análisis de contenido
 - 8.1 Características
9. Industria del chocolate y del café en el Ecuador
 - 9.1 Industria del chocolate
 - 9.2 Industria del café



2 Capítulo

Marco Metodológico
Pág. 63

1. Método
 - 1.2 Muestra y unidades de análisis
 - 1.3 Criterios de análisis
 - 1.4 Sistema de medición
 - 1.5 Registro
2. Procesamiento de datos
 - 2.1 Estadística descriptiva
 - 2.2 Estadística multivariada
 - 2.2.1 Clúster
 - 2.2.2 Modelización discreta
 - 2.2.3 Evaluación de la predicción y calidad del método

3 Capítulo

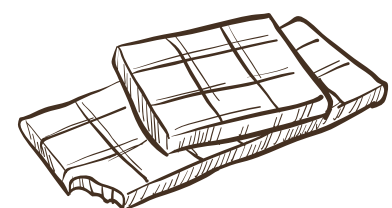
Resultados
Pág. 77

- 3.1 Estadística Descriptiva
- 3.2 Estadística Multivariada

4 Capítulo

Conclusiones
Pág. 94

1. Discusión
2. Recomendaciones
3. Anexos



Resumen

Actualmente hay un aumento en la tendencia de consumo por productos alimenticios que promueven un estilo de vida limpio. En este contexto, se requiere descubrir cómo se manifiesta el diseño gráfico en este tipo de productos. La investigación se ha enfocado en hallar las estrategias visuales empleadas en los empaques de chocolate y café que tienen origen geográfico declarado, abordando aspectos morfológicos y semióticos de las gráficas y con el uso de métodos de Análisis de Contenidos y el Procesamiento Multivariado de datos, se ha evidenciado de qué manera la gráfica comunica los valores de las marcas y cómo se han ido insertado en el contexto contemporáneo.

Palabras claves:

morfología, semiótica, empaque, imagen gráfica, análisis morfológico, denominación de origen, comercio justo, análisis del contenido, análisis multivariado.





Abstract

There is an increase in the consumption of food products that promote a clean lifestyle. In this context, it is necessary to discover how graphic design manifests itself in this type of goods. This research has focused on finding the visual strategies used in chocolate and coffee packaging with declared geographical origin. The investigation has addressed morphological and semiotic aspects of graphs. By using the methods of content analysis and multivariate data processing, the study shows how graphics communicate brand values and how they have gained access in the contemporary context.

Key words:

morphology, semiotics, packaging, graphic image, morphological analysis, denomination of origin, fair trade, content analysis, multivariate analysis.

Problemática

En la actualidad el consumo es una práctica fundamentalmente semiótica, es decir los productos adquiridos son consumidos como signo, la selección de estos habla de nuestra personalidad o de lo que nos gustaría ser; el cambio viene determinado por las tendencias estéticas actuales; este enunciado se sostiene en Jean Baudrillard (1972).

La sociedad gracias a la expansión de las comunicaciones ha adquirido conciencia de las problemáticas globales, creando tendencias nuevas, más profundas y humanistas; estos cambios son evidenciados en la elección del tipo de consumo. Pues en el proceso de compra, los consumidores buscan marcas que compartan sus mismos valores y respondan a esta lógica de responsabilidad social; dando paso a la creación de marcas con una dimensión operativa distinta, cuyos productos son denominados de calidad de vida alta.

El diseño cumple un papel fundamental en estos cambios, pues al ser generador de cultura material interviene en estos procesos de elección de compra; por lo que es importante entender ese lenguaje a través del cual el diseñador gráfico está incidiendo en el consumo; analizando cómo este discurso de calidad de vida alta ha empezado a ser evidente en la comunicación del packaging.



Objetivos

Objetivo general

Aportar a los procesos estratégicos de generación de empaques, embalajes y etiquetas desde la visión de la comunicación visual.

Objetivos específicos

- Recopilar la información necesaria para la selección de los productos a analizarse.
- Analizar las gráficas de los productos elegidos.
- Descubrir las herramientas gráficas y los lineamientos de estrategias comunicacionales utilizadas en estos productos.
- Descubrir las herramientas gráficas y comunicacionales que se utilizan para productos de denominación de origen.





HECHO CON MUCHO

esfuerzo cariño
dedicación
amor pasión
constancia
sacrificio empeño
perseverancia