

# El diseño en las etiquetas de vino

---

Por Alejandro Prieto

En los últimos años ha habido un gran auge en el mundo del vino, que se refleja en el interés del público.



En los últimos años el público se interesa más en el mundo del vino. Se hacen catas, se compran vinos nuevos, se habla de ellos y, sin ser sumiller, mucha gente sabe apreciar un buen vino. Con el diseño ha pasado algo parecido: la gente lo tienen más en cuenta a la hora

de comprar una revista, entrar en un bar o comprar un producto. Estas dos tendencias se han traducido en una revolución en el mundo de las etiquetas de vino, a punto tal que hoy en día, entrar en una pequeña bodega o en en la zona de vinos de una gran superficie comercial, se ha convertido en una experiencia impactante para los sentidos; es como entrar en en una suerte de museo en el que se puede experimentar todo tipo de sensaciones, colores, formas y texturas.

Lo que se vende hoy ya no es solamente el buen vino, ahora además importa que ese buen vino tenga un buen diseño de etiqueta. Cuando vemos una botella de vino en una estantería nos dejamos llevar por esos coloridos, formas y relieves. Por supuesto que el vino debe ser bueno, pues de lo contrario el cliente no volverá a comprarlo; pero si la etiqueta no es atractiva las probabilidades de que se produzca la venta se pueden reducir considerablemente.





Claro que siguen existiendo los que compran las típicas marcas que ya tiene cierto prestigio.

Estas marcas normalmente no destacan por tener diseños de las etiquetas innovadores. Son más tradicionales en ese aspecto porque que intentan mantener la imagen que ya han posicionado.

Observando el panorama en las góndolas, podemos intentar hacer una pequeña categorización de los recursos más utilizados en diseño de etiquetas de vino, a grandes rasgos:

- Las clásicas, con tipografías tradicionales y/o con las típicas ilustraciones de viñedos.
- Las que juegan con relieves en el papel.
- Las que incluyen una gran gama de colores.
- Las que llevan troqueles.
- Las que dan protagonismo a la tipografía.
- Las que dan protagonismo a la ilustración.

Un fantástico encargo que recibimos en mi estudio de diseño, Creatividad, fue el de diseñar las etiquetas para un vino blanco de la bodega Pou Nou con denominación de origen Pendès. El desarrollo de ese proyecto concluyó con la presentación de cinco propuestas. En todas ellas jugamos con el nombre de la finca, que en catalán significa «Pozo Nuevo». Una de las opciones es muy plana, conceptual y llamativa; otras dos tienen un clima natural, trazos abruptos combinados con una tipografía elegante y unos colores diferentes propios del pozo o del vino blanco; la cuarta opción es más austera, con una ilustración que muestra una perspectiva poco habitual del pozo, con una tipografía abrupta; y a la quinta propuesta hemos intentado darle la vuelta a lo clásico, creando un clima elegante con un toque de innovación.



Publicado el 16/03/2017

---

**FOROALFA**

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-en-las-etiquetas-de-vino>

