

# **Análisis sintagmático de un producto (shampoo para bebé)**

Mariana Flores

Ileana Pérez Zúñiga

# SHAMPOO PARA BEBÉS

Análisis entre productos hecho por:  
Ileana Pérez y Mariana Flores



	RICITOS DE ORO	NIVEA BABY	MENNEN	JOHNSON & JOHNSON	HUGGIES	
Forma	Alargada y curvilínea con una tapa redonda.	Botella vertical con bordes curvilíneos.	Botella alargada, con detalles curvos.	Botella alargada y curvilínea.	Botella vertical con bordes ondulados.	
Tono	Amarillo pollo brillante con elementos azules.	Azul cielo opaco con un detalle rosado.	Traslúcido con una tapa amarilla.	Amarillo pollo brillante con elementos rojos.	Dorado, simulando que es cómo la miel.	
Textura	Traslúcida brillante y liso.	Opaca y lisa.	Traslúcida, brillante y liso.	Traslúcida, brillante y liso.	Traslúcida, brillante y liso.	
Tipografía	De fantasía, infantil, no es lineal.	Es lineal y jerárquica, no utiliza patines.	No es lineal, tipografías de fantasía en colores.	Variantes tipográficas <i>san serif</i> y caligrafía.	De fantasía, infantil, no es lineal.	
O S D I C O	Iconografía	Elementos que remarcan que es para bebé: estrellitas y un osito.	Un osito y utiliza un estampado con fondo azul y puntitos blancos.	Sólo el contenido del texto denota que es para bebés.	La caricatura de Disney Winnie Pooh, abejas y otros elementos.	
	Composición	Está balanceada, ritmo entre los elementos.	Está en equilibrio y cargada al centro.	Está balanceada. Se divide en dos partes.	El texto esta justificado al centro.	Cerrada al centro y verticalmente simétrica.
	Formato	Vertical y alargado.	Vertical pequeño con bordes curvos	Vertical y pequeño.	Vertical y alargado.	Vertical y alargado.
	Jerarquía	Por tamaño "Ricitos de oro" es el elemento más importante.	Por tamaño y primero se enfatiza a la marca.	Por tamaño, las imágenes resaltan a quién va dirigido el producto.	Sus elementos son sencillos, le dan énfasis a el nombre.	La ilustración y la marca son los elementos más importantes.
	Encuadre	Es un encuadre abierto, la tensión visual está en el nombre.	Es un encuadre abierto totalmente.	Es un encuadre abierto, la tensión visual está en el nombre.	Es un encuadre abierto, la tensión visual está en el nombre.	La tensión visual esta cerrada al centro.

# Ricitos de Oro

- Forma: botella alargada curvilínea con una tapa redonda
- Tono: Amarillo pollo brillante con elementos azules.
- Textura: traslucida brillante y liso.
- Tipografía: de fantasía, infantil, no es lineal
- Iconografía: : Hay algunos elementos que remarcan que el shampoo es para bebé , es un diseño muy sencillo constituido por estrellitas y la cabeza de un osito.
- Código:
  - ✓ Composición: Está balanceada. Hay cierto ritmo entre los elementos.
  - ✓ Formato: vertical alargado
  - ✓ Jerarquía: Es por tamaño “Ricitos de oro” es el elemento más importante y así sucesivamente con los demás elementos. Es una jerarquía salteada.
  - ✓ Encuadre: Es un encuadre abierto en dónde la tensión visual esta en el nombre de la marca. Por el tamaño, la tipografía y el ícono el oso.



# Nivea Baby



- Forma: botella rectangular en dirección vertical con bordes curvilíneos
- Tono: Azul cielo opaco con un detalle rosado.
- Textura: opaca y lisa
- Tipografía: Es lineal y jerárquica, no utiliza patines.
- Iconografía: El osito que se encuentra en medio remarca que es un shampoo para bebe y utiliza un estampado con fondo azul y puntitos blancos.
- Código:
- ✓ Composición: Es una composición uniforme, esta en equilibrio y cargada al centro.
- ✓ Formato: vertical pequeño con bordes curvos.
- ✓ Jerarquía: Es por tamaño y lo logra por medio de tipografía, primero se enfatiza a la marca, después que es el producto y mas abajo detalles sobre el mismo.
- ✓ Encuadre: Es un encuadre abierto totalmente, la tensión visual esta en el centro. Entre el logo de la marca y el oso enmarcan a lo que es el producto.

# Mennen

- Forma: botella alargada, pequeña con detalles curvos.
- Tono: Translucido con una tapa amarilla.
- Textura: traslucida, lisa y brillante y en el reverso de la botella viene una etiqueta amarilla grande.
- Tipografía: no es lineal, con tipografías de fantasía en colores rojo y azul, sans serif.
- Iconografía: Es gráfico, el bebé que es la imagen de la marca y la cabeza de un pato nos indica que el producto es para bebe.
- Código :
  - ✓ Composición: Está balanceada. Se divide claramente en 2 partes que es el logo de la marca y la presentación del producto.
  - ✓ Formato: vertical, pequeño
  - ✓ Jerarquía: Es por tamaños, la tipografía resalta el nombre de la marca y las imágenes resaltan a quien va dirigido el producto.
  - ✓ Encuadre: Es un encuadre abierto en dónde la tensión visual esta en el centro en donde se aprecian las imágenes que denotan la marca (constituida por el bebe) y a que es un shampoo de bebes (el pato).



# Johnson & Johnson



- Forma: botella alargada curvilínea
- Tono: Amarillo pollo brillante con elementos rojos.
- Textura: traslucida brillante y liso.
- Tipografía: diferentes variantes tipográficas san serif y caligrafía
- Iconografía: es muy sencillo, realmente no denota que es para bebés, si no fuera por el contenido del texto
- Código:
  - ✓ Composición: el texto esta justificado al centro lo que lo hace simétrico
  - ✓ Formato: vertical alargado
  - ✓ Jerarquía: sus elementos son sencillos, le dan énfasis a el nombre del producto
  - ✓ Encuadre: Es un encuadre abierto en dónde la tensión visual esta en el nombre de la marca. Por el tamaño, la tipografía.

# Huggies

- Forma: botella rectangular en dirección vertical con bordes ondulados
- Tono: amarillo brillante, simulando que es dorado como la miel
- Textura: traslucida brillante y liso.
- Tipografía: de fantasía, infantil, no es lineal
- Iconografía: : tiene una ilustración del personaje de la caricatura de Disney Winnie Pooh que es contextual para los bebes, también la marca tiene una referencia.
- Código:
- ✓ Composición: cerrada al centro y verticalmente simétrica.
- ✓ Formato: vertical alargado
- ✓ Jerarquía: la ilustración y la marca son los elementos mas importantes de la botella por tamaño
- ✓ Encuadre: la tensión visual esta cerrada al centro para darle énfasis a la ilustración



# Similitudes

- La mayoría con excepción de Nivea Baby utiliza tonos amarillos, quizás porque el color es neutro.
- Son botellas pequeñas que no exceden los 200 o 250 ml.
- Todas menos Johnson & Johnson utilizan alguna imagen para remarcar que es un producto para bebés.
- Todas usan tipografías sans-serif y la mayoría de fantasía.
- La tensión visual está en el centro de la botella donde se enfatiza la marca.
- Todas tienen un formato vertical curvilíneo .
- La jerarquía está marcada por tamaños de tipografía aunque no todos son lineales.

# Conclusiones

- Para terminar pudimos observar que las botellas de shampoo para bebés son muy parecidas. Utilizan en su mayoría el color amarillo quizás porque se considera un color neutro para un bebé. Están presentadas en un formato compacto. La tipografía suele tener un orden jerárquico y la tensión visual se recarga en el centro de la botella, la botella suele ser translúcida y contiene algún gráfico que indica que es un shampoo para bebé. En la mayoría de los casos ubicamos un pato, el cuál nos da el paradigma de que es hora del baño y el pato es como un juguete de baño y el osito de peluche ya sea el azul o Winnie Pooh que nos refiere a un bebé, a algo tierno y algo suave que es como quedará el bebé después de utilizar el producto.
- La finalidad de la imagen de estos productos es remarcar que es un producto especial ya que es para bebés y eso se va a reflejar en la suavidad y cuidado de los ojos.