



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**DISEÑO EDITORIAL IMPRESO EN FORMA DE LIBRO, PARA
RECOPIRAR RECETAS DE COCINA CREATIVA DE LA CHEF
MIRCINY MOLIVIATIS, RESTAURANTE BE CAFÉ.
GUATEMALA, GUATEMALA
2014**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Andrés Contenti Romero
20062230

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, agosto de 2014

**DISEÑO EDITORIAL IMPRESO EN FORMA DE LIBRO, PARA RECOPIRAR
RECETAS DE COCINA CREATIVA DE LA CHEF MIRCINY MOLIVIATIS,
RESTAURANTE BE CAFÉ.
ANDRÉS CONTENTI ROMERO
UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
AGOSTO, 2014**

AUTORIDADES

Rector:

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector administrativo

Jean Paul Suger Castillo

Secretario general:

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la facultad de Ciencias de la Comunicación:

Lic. Leizer Kachler

Vice-Decano de la facultad de Ciencias de la Comunicación:

Lic. Rualdo Anzueto


Guatemala 05 de junio de 2013

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

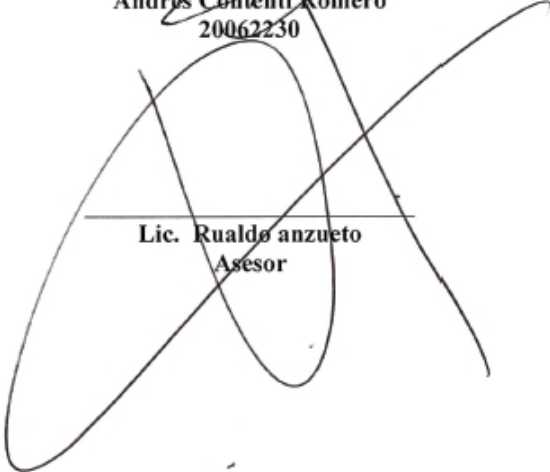
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO EDITORIAL EN FORMA DE LIBRO, PARA RECOPIRAR RECETAS DE COCINA CREATIVA DE LA CHEF MIRCINY MOLIVIATIS, RESTAURANTE BE CAFÉ. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo solicito que el Lic. Rualdo Anzueto, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Andrés Contenti Romero
20062230



Lic. Rualdo anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señor
Andrés Contenti Romero
Presente**

Estimado Señor Contenti:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO EDITORIAL EN FORMA DE LIBRO, PARA RECOPIRAR RECETAS DE COCINA CREATIVA DE LA CHEF MIRCINY MOLIVIATIS, RESTAURANTE BE CAFÉ. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba al Lic. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2014

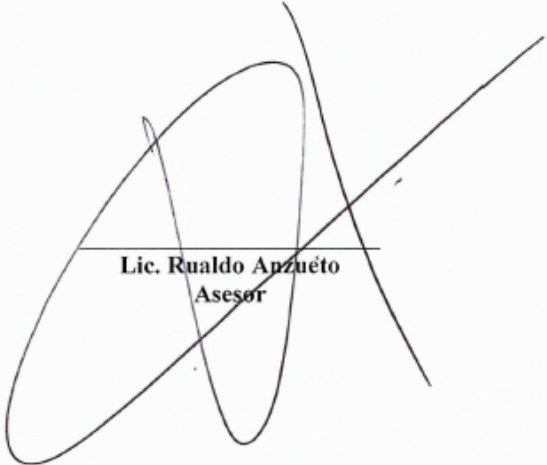
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO EDITORIAL EN FORMA DE LIBRO, PARA RECOPILAR RECETAS DE COCINA CREATIVA DE LA CHEF MIRCINY MOLIVIATIS, RESTAURANTE BE CAFÉ. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por el estudiante: Andrés Contenti Romero, con número de carné: 20062230, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Lic. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revelación en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 03 de mayo de 2014

**Señor
Andrés Contenti Romero
Presente**

Estimado Señor Contenti:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 27 de mayo de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO EDITORIAL EN FORMA DE LIBRO, PARA RECOPILAR RECETAS DE COCINA CREATIVA DE LA CHEF MIRCINY MOLIVIATIS, RESTAURANTE BE CAFÉ. GUATEMALA, GUATEMALA 2014***, del estudiante Andrés Contenti Romero, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 26 de junio de 2015

**Señor
Andrés Contenti Romero
Presente**

Estimado Señor Contenti:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO EDITORIAL EN FORMA DE LIBRO, PARA RECOPILAR RECETAS DE COCINA CREATIVA DE LA CHEF MIRCINY MOLIVIATIS, RESTAURANTE BE CAFÉ. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por el estudiante: Andrés Contenti Romero, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicado a Guatemala.

RESUMEN

El restaurante Be Café no cuenta con un diseño editorial impreso que recopile las recetas de cocina creativa de la Chef Mirciny Moliviatis.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: diseñar un material editorial impreso que recopile recetas de cocina creativa de la chef Mirciny Moliviatis para el restaurante Be Café.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo conformado por personas con edades entre 20 y 65 años, de sexo masculino y femenino, con un nivel socioeconómico: C, C+, B, diversas ocupaciones como: empresarios, ejecutivos de nivel medio y alto, comerciantes, vendedores y dependientes, y un nivel educativo superior, licenciatura, maestría y doctorado. También se incluyeron expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñó un material editorial impreso que recopila recetas de cocina creativa de la chef Mirciny Moliviatis para el restaurante Be Café y se recomendó la distribución del material dentro del grupo objetivo así como dentro del gremio culinario de país, ya que el mismo es completamente innovador en el medio nacional, lo que dará una pauta de diferenciación absoluta ante la competencia.

Para efectos legales únicamente el autor(a) es responsable del contenido de este proyecto.

INDICE

PORTADA	i
AUTORIDADES	iii
CARTA DE SOLICITUD DE TEMA	iv
CARTA DE APROBACIÓN DE TEMA Y ASESOR	v
CARTA DE ASESOR DE ENTERA SATISFACCIÓN DEL PROYECTO	vi
CARTA DE INFORMACIÓN DE EXAMEN PRIVADO	vii
CARTA DE CORRECTOR Y ESTILO	viii
CARTA DE PUBLICACIÓN DEL PROYECTO	ix
DEDICATORIA	x
RESUMEN	xi
HOJA DE AUTORÍA	xii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
2.1 CONTEXTO	2
2.2 REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO	3
2.3 MAGNITUD	3
2.4 TRASCENDENCIA	3
2.5 VULNERABILIDAD	4
2.6 FACTIBILIDAD	4
CAPÍTULO III: OBJETIVOS DEL DISEÑO	5
3.1 OBJETIVO GENERAL	5
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
CAPITULO IV: MARCO DE REFERENCIA	6
4.1 INFORMACIÓN GENERAL DEL CLIENTE	6
4.2 ANTECEDENTES	6
4.3 DATOS ORGANIZACIONALES	6
CAPITULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO	14
5.1 Perfil Geográfico	14
5.2 Perfil Demográfico	14
5.3 Perfil Psicográfico	14
5.4 Perfil Conductual	15
CAPÍTULO VI: MARCO TEÓRICO	16
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	16
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	37
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	37
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	39
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	60

CAPÍTULO VII: PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR	81
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.	81
7.2 Conceptualización	85
7.3 Bocetaje.	87
7.4 Propuesta preliminar.	112
CAPÍTULO VIII: VALIDACIÓN TÉCNICA	162
8.1 Población y muestreo.	162
8.2 Método e Instrumentos.	166
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.	179
8.4 Cambios en base a los resultados.	238
CAPÍTULO IX: PROPUESTA GRÁFICA FINAL	263
CAPÍTULO X: PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN	264
10.1 Plan de costos de elaboración.	264
10.2 Plan de costos de producción.	264
10.3 Plan de costos de reproducción.	266
10.4 Plan de costos de distribución.	267
10.5 Cuadro resumen.	267
CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	268
11.1 Conclusiones.	268
11.2 Recomendaciones.	268
CAPÍTULO XIII: REFERENCIAS	270
CAPÍTULO XIV: ANEXOS	273

CAPÍTULO I

1.1 INTRODUCCIÓN

Be Café es un restaurante de cocina creativa que surgió en 2008. Está dirigido por la chef Mirciny Moliviatis quien ofrece un menú que da preferencia a la cocina orgánica y sana. Asimismo, ofrece una línea de sales, azúcares, chocolate e infusiones de té, así como una línea de ropa y accesorios para chefs y fanáticos de la cocina.

Chef Mirciny desempeña su profesión de manera muy peculiar en el medio guatemalteco, ya que es protagonista del programa televisivo *El Sabor de mi Tierra*, en donde sus aportes a la gastronomía del país son muy importantes e innovadores. De igual forma, es presentadora, junto a otros chef importantes de Latinoamérica, en el programa internacional *Puro Chef* del canal *Utilísima*, donde presenta y promociona la gastronomía, sabores e ingredientes guatemaltecos de una forma muy creativa y profesional, dando muchos aportes importantes para la cultura del país.

En consecuencia, surge la necesidad de crear un documento que recopile formalmente e ilustre su trabajo, identidad personal y aportes sobre *Cocina Creativa* para posicionarse mejor y dejar su legado en el mercado gastronómico nacional, y por qué no, internacional.

Por lo tanto se propuso la realización de un material editorial impreso que recopila recetas relevantes de su autoría y además ésta da una pauta para próximas publicaciones del autor. Fue indispensable definir un concepto de diseño acorde al estilo culinario del contenido teórico, así como la misma filosofía y personalidad del autor, esto con el objetivo de que el diseño del material estuviera acorde a sus creaciones.

Se realizó la sesión de fotos de los alimentos preparados en forma de las recetas creadas por el autor. Dichas fotografías son de calidad comercial, las que generan el impacto visual en el lector, así como un producto innovación en el medio culinario guatemalteco.

Mediante la realización de este material, las personas que gustan de su estilo y creatividad a través de la televisión podrán ahora adquirir una edición impresa de una buena parte del conocimiento y aportes que tiene para compartir. Asimismo, es un aporte al legado cultural del país por su riqueza en contenido cultural e innovador.

CAPITULO II: PROBLEMÁTICA

2.1 CONTEXTO

La cocina guatemalteca es caracterizada por la fusión entre las culturas indígenas y española desde el siglo XVI. La colonización marcó el inicio de una tradición culinaria mestiza que hoy tiene más de 500 años. La mezcla de costumbres alimenticias, así como ingredientes de ambas culturas, fue la base del desarrollo de la cocina guatemalteca que conocemos.

El inventario de la comida típica de Guatemala cuenta con gran participación de sopas, guisados, recados y atoles, platos dulces y agridulces. Sus recetas varían por su complejidad en la preparación y por la disponibilidad de sus ingredientes.

En consecuencia, Guatemala cuenta con una cultura gastronómica amplia y diversa en ingredientes, recetas y sabores, que permite el surgimiento de carreras y profesiones afines a la misma.

Mirciny Moliviatis es Chef guatemalteca, radicada en el mismo país. Su formación académica, así como su trayectoria profesional es competitiva. Actualmente labora como Chef ejecutiva de los restaurantes *7 Caldos*, *Be Café* y de la empresa *Be Catering*. Es conductora de los programas televisivos *El Sabor de Mi Tierra* en la televisión nacional y *Puro Chef* en el canal internacional Utilísima de la cadena FOX. Ha sido nombrada como Embajadora de la Cultura Gastronómica Guatemalteca y fue premiada como Mujer del Año por Cremy, además de contar con diversos reconocimientos importantes a nivel nacional e internacional.

Su formación académica ha sido mayormente en el plano internacional al asistir a escuelas culinarias importantes y reconocidas a nivel mundial, como la escuela de cocina Aiala Centro de Formación de Chef Karlos Arguiñano, Guipouskua España, y el Restaurante El Bulli Roses, Girona, España del Chef Ferrán Adrià.

De esta manera, Mirciny Moliviatis es una figura importante y reconocida tanto en el gremio gastronómico guatemalteco, como por el público en general que ve sus programas televisivos o lee sus artículos y reportajes en revistas o periódicos. Se caracteriza por ser amante de la cocina creativa inspirándose en su entorno particular y cotidiano, creando así recetas y combinaciones innovadoras e inéditas. Además, gusta enfocarse en detalles sobre el entorno y contexto de la receta; desde la procedencia o historia muy particular de algún ingrediente, hasta ideas acerca de cómo preparar y decorar la mesa.

Por lo tanto, Chef Mirciny Moliviatis tiene las características de una artista por excelencia, ya que cuenta con los conocimientos, aptitudes, competencias y talento para crear y producir obras de arte culinario originales.

Ante esto surge la necesidad de recopilar en un solo documento todas sus ideas, recetas, fotografías de sus creaciones y conocimientos, ya que mucho de su trabajo está disperso en diversos medios electrónicos, revistas o periódicos, además de que sus obras, por obvias razones, nunca son tangibles por más de 30 ó 40 min. De esta manera se corre el riesgo de perder en el tiempo todos sus aportes y legado a la cultura gastronómica guatemalteca y del mundo.

Además, es característico que todo Chef de alto nivel y trayectoria publique un documento editorial impreso en forma de libro con recopilaciones de sus ideas, creaciones y aportes sobre cocina para aumentar su nivel de prestigio, trayectoria y posicionamiento en el mercado.

2.2 REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

El restaurante *Be Café* no cuenta con un diseño editorial impreso que recopile las recetas de cocina creativa de la Chef Mirciny Moliviatis.

2.3 MAGNITUD

La población de Guatemala del año 2010 es de 14,361,666 millones. La capital se encuentra localizada en el centro geográfico del país y cuenta con un promedio de 4.5 millones de habitantes, según el Instituto Nacional de Estadística INE.

Chef Mirciny es conocida en toda la región guatemalteca gracias al rating del programa de televisión guatemalteco *El Sabor de mi Tierra*, que tiene una audiencia aproximada de 2 millones 800 mil personas, según la fuente del canal televisivo.

Sin embargo, inicialmente el libro será publicado en el Restaurante *Be Café*, que tiene una afluencia de comensales de aproximadamente 600 personas al mes, según Mirciny Moliviatis, Chef ejecutiva de dicho restaurante.

2.4 TRASCENDENCIA

Para todo artista de cualquier rama, es indispensable que su obra trascienda en el tiempo y no se desperdicie. De igual forma pasa con todo Chef que alcanza un nivel de madurez en el que define su personalidad al diferenciarse de los demás.

Chef Mirciny ha alcanzado este nivel por todas las características que posee. Por lo tanto, al tener disperso su trabajo y obras en diversos medios electrónicos, revistas o periódicos, corre el riesgo de que todos sus aportes y legado a la cultura gastronómica guatemalteca y del mundo se pierdan en el tiempo y no sean aprovechados.

Por lo tanto, es primordial en la carrera profesional de Mirciny Moliviatis la realización del documento editorial impreso que recopile recetas de su cocina creativa.

Con este documento editorial impreso, Chef Mirciny podrá iniciar su legado en la cultura gastronómica de Guatemala y aumentar su nivel de prestigio, trayectoria y posicionamiento en el mercado. Se estima que tendrá éxito de aceptación en el gremio gastronómico y aficionados que gustan de este tema, gracias al respeto y reconocimiento que ha ganado en el medio.

Inicialmente el documento será vendido a nivel de la capital, específicamente en el restaurante *Be Café*. Sin embargo, posteriormente se pretende publicar a corto o mediano plazo en diversas librerías de Guatemala.

Asimismo, se estima que también sea publicado en un mediano o largo plazo a nivel latinoamericano, gracias al reconocimiento y apoyo que ha recibido Chef Mirciny por parte de entes internacionales del gremio.

2.5 VULNERABILIDAD

Chef Mirciny Moliviatis tiene el requerimiento de posicionarse aún más en el mercado gastronómico y dar un paso importante en su carrera profesional mediante la publicación de un documento de su autoría que muestre su personalidad como Chef.

Por medio de este diseño editorial impreso, será posible recopilar en un solo documento todos los aportes en recetas sobre Cocina Creativa fáciles y simples de preparar, así como ideas sobre otros aspectos como la presentación de los platos, la decoración de la mesa y pequeñas reseñas sobre la procedencia de algunos ingredientes peculiares.

De igual forma, se eliminará el problema de una posible pérdida de su legado culinario disperso en diversos medios, que ahora estarán inmortalizados en dicho diseño editorial.

El documento también motivará y dará inspiración a la persona que lo lea, con el fin de que pueda generar su propio estilo al momento de cocinar, dejando por un lado posibles miedos, paradigmas, estereotipos o clichés que se tienen respecto de la cocina.

2.6 FACTIBILIDAD

La elaboración de un diseño editorial impreso sobre gastronomía es factible gracias a que se cuentan con los siguientes recursos:

- **Humanos:** Se cuenta con el apoyo de Chef Mirciny Moliviatis y personas que trabajan para ella en aspectos de imagen corporativa.
- **Económicos:** Se cuenta con los recursos financieros suficientes para la realización del proyecto.
- **Tecnológicos:** Se cuenta con todos los recursos tecnológicos como ordenadores con sus respectivos programas de diseño gráfico, diagramación y edición de fotografías, así como todo un equipo fotográfico y de iluminación artificial para efectuar las sesiones “foodstyling” de las recetas a publicar en el libro.

CAPÍTULO III: OBJETIVOS DEL DISEÑO

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un material editorial impreso que recopile recetas de cocina creativa de la chef Mirciny Moliviatis para el restaurante Be Café.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

3.2.1 Investigar los temas relacionados al diseño editorial impreso que sirvan como fundamento para la elaboración del material.

3.2.2 Recopilar las recetas, conceptos, ideas y aportes de Chef Mirciny Moliviatis respecto a la Cocina Creativa para elaborar el contenido del documento impreso.

3.2.3 Realizar fotografías mediante sesiones “foodstyling” de las recetas, así como de algunos ingredientes relevantes y regiones de donde proceden, para la elaboración del material.

3.2.4 Definir el concepto de diseño en base al estilo culinario del contenido teórico, filosofía y personalidad del autor, que sirva como fundamento para la elaboración del material.

3.2.5 Diagramar acorde al concepto de diseño establecido para que exista armonía entre diagramación, fotografía y contenido en la elaboración del material editorial impreso.

CAPÍTULO IV: MARCO DE REFERENCIA

4.1 INFORMACIÓN GENERAL DEL CLIENTE

NOMBRE EMPRESA: Be Café

DIRECCIÓN: Diagonal 6 16-23 Zona 10, C.C. La Villa

TELÉFONO:

CHEF EJECUTIVO: Mirciny Moliviatis

4.2 ANTECEDENTES

Be Café surgió en 2008. Está dirigido por la chef Mirciny Moliviatis quien ofrece un menú que da preferencia a la cocina orgánica y sana. Asimismo ofrece una línea de sales, azúcares, chocolate e infusiones de té, así como una línea de ropa y accesorios para chefs y fanáticos de la cocina.

También se realizan despedidas de soltera y *baby showers* con menús adaptados a los requerimientos de cada momento. Moliviatis y el equipo de cocina del restaurante se aseguran, cuando prestan el servicio de banquetes, de que la carta se adapte a cada ocasión.

4.3 DATOS ORGANIZACIONALES

4.3.1 ORGANIGRAMA DE BE CAFÉ



4.3.2 FILOSOFÍA

Be Café no busca ser un lugar con altas pretensiones. Nació para ser un paréntesis en el que cada persona pueda sentirse como en casa. Sus comensales pueden solicitar un antojo y sugerir al chef la manera en la que desea que su platillo sea preparado. Debido a que Moliviatis es una enamorada del café, busca cuidar cada detalle respecto a la calidad de la bebida.

Be Café acoge a quienes quieran escaparse un rato de la rutina y terminar la jornada en un ambiente sin estrés.

“La cocina es creativa y a la medida porque, si no, el trabajo sería muy fácil”, añade la chef.

4.3.3 CHEF EJECUTIVA MIRCINY MOLIVIATIS

NOMBRE: Mirciny Magaly Moliviatis Morales

PROFESIÓN: Chef y empresaria

NACIONALIDAD: guatemalteca

4.3.3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA

1999	Diplomado chef IFES, Instituto Femenino de Estudios Superiores Guatemala.
2000 - 2001	Máster en Gastronomía Europea, Escuela de Cocina Aiala Centro de Formación de Chef Karlos Arguiñano Guipouskua, España.
2001	Somellier básico Hotel Karlos Arguiñano, impartido por el Somellier Diego Sotello.
2001	Etiqueta y servicio de mesa escuela de cocina Aiala Centro de Formación de Chef Karlos Arguiñano, Guipouskua, España.
2001	Nutrición para chef escuela de cocina Aiala Centro de Formación de Chef Karlos Arguiñano, Guipouskua, España.
2001	Manipulación de alimentos escuela de cocina Aiala Centro de Formación de Chef Karlos Arguiñano, Guipouskua, España.
2001	Alta Repostería, Pastelería, bollería escuela de cocina Aiala Centro de Formación de Chef Karlos Arguiñano, Guipouskua, España, impartido por la chef Eva Arguiñano y Elena Arzak.
2002	Curso LA NUEVA REPOSTERÍA DE RESTAURANTES impartido por Jordi Buitron Chef Restaurante Spai Sucre Barcelona, España.

- 2002** Diferentes clases de espumas y las nuevas tendencias. RESTAURANTE EL BULLI Roses, Girona España. Impartido por los chefs Ferrán Adrià, Albert Adrià, Oriol Castro, Albert Raurich.
- 2002** La nueva cocina salada RESTAURANTE EL BULLI Roses Girona, España, impartido por chef Ferrán Adrià.
- 2002** El nuevo mundo dulce-salado_RESTAURANTE EL BULLI Roses Girona, España, impartido por chef Albert Adrià y Oriol Castro.
- 2005-2010** Nutrición Básica para Chef Profesionales. Academia Culinaria de las Américas. Foro Panamericano de Asociaciones Profesionales Culinarias.
- 2005-2010** Arte y Ciencia Culinaria. Academia Culinaria de las Américas. Foro Panamericano de Asociaciones Profesionales Culinarias.
- 2007-2010** Madrid Fusión- España
- 2010** Food Styling San Diego, California.
- 2010** New-York y Toronto Canadá: Presentación de Guatemala, y el INGUAT ante críticos gastronómicos, clase magistral cocina guatemalteca.

4.3.3.2 EXPERIENCIA LABORAL

- 2011:** Juez del Festival Gastronómico celebrado en Quetzaltenango por los Emprendedores Landivarianos.
- 2011:** Participación en la Temporada (58 Programas Televisivos) de la Serie Internacional "PURO CHEF" en el canal FOX-UTILISSIMA, representando la gastronomía guatemalteca y utilizando en sus recetas productos nacionales como el café, el cacao, la vainilla, el maíz, etc.
- 2009-2011** Conductora del Programa de T.V GUATEMALTECO EL SABOR DE MI TIERRA producido por Ana Carlos, siendo uno de los programas de mayor rating en Guatemala. (Programas grabados en Zacapa, Chiquimula, Quetzaltenango, San Juan Comalapa, Antigua, Livingston, Cobán, Atitlán y Huehuetenango) con una audiencia de 2.800,000 personas.
- 2008-2011** Propietaria y chef ejecutivo BE CAFÉ.

- 2003-2011** CHEF EJECUTIVA Y GERENTE DE MARCA Y SERVICIOS: Restaurantes 7 CALDOS ZONA 10 y ZONA 15
- 2008-2011** Gerente Propietaria BE CAFÉ
- 2008-2011** *CHEF y GERENTE GENERAL* empresa de montaje de eventos BE CATERING.
- 2010** Imagen y Juez del concurso LG La Vida Sabe Bien. Concurso para elegir a un cocinero guatemalteco para viajar a Corea .
- 2007** Juez de la VII Feria de Emprendedores Landivarianos.
- 2007** Participación en las eliminatorias para integrar el equipo culinario guatemalteco.
- 2003-2011** Chef encargada de la cocina de celebridades que han llegado a Guatemala a diferentes eventos como : Fernando Redondo ex futbolista del Real Madrid, Alejandro Sanz, Luis Miguel, Shakira, Don Omar,
- 2004-2006** Catedrática Universidad Rafael Landivar__curso de Gastronomía 5to. grado.
- 2005** Chef encargada de impartir el Taller Cocina Molecular I y II
- 2005** Chef participante en las actividades del Día Internacional del Cocinero. AGUAC.
- 1999-2000** Sous Chef área de Repostería Hotel Guatemala City Marriott

4.3.3.3 ACTIVIDADES ESPECIALES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL COMO CHEF

- 2011** Chef contratada por TIGO FEST para montar y coordinar el evento en Guatemala, Atención artistas nacionales e internacionales.
- 2010-2011** Chef contratada por el Canal de Televisión Internacional UTILISSIMA/ FOX INTERNACIONAL de Argentina para filmar 58 programas representando a Guatemala, de la serie del Programa PURO CHEF, con un rating de audiencia 30.000.000 en Estados Unidos y América Latina.
- 2009-2010** Chef principal de Cenas a Beneficio de Obras Sociales Wine Dinner, a beneficio del Hogar los Patitos.

- 2009-2010** Chef principal de cenas en beneficio del Voluntariado Regálame una Sonrisa/Museo de los niños.
- 2008** Conferencista invitada por el INCAE en Alimentaria 2008 exposición LA COCINA DEL FUTURO con, audiencia de más de 500 personas.
- 2006-2011** Chef del Concejo Mayor de la Municipalidad de Guatemala.
- 2006** Chef Encargada delegación guatemalteca en la 4ta Semana Internacional de la Moda en Santander, España. Como Embajadora de la Cultura Gastronómica Guatemalteca, cena de demostración de nuestra cocina. España.
- 2005** Participación en el Encuentro Gastronómico Expo Gourmet Santa Cruz de la Sierra. Bolivia.
- 2005** Medalla de bronce en la Competencia Internacional Excelencia Culinaria Avalada por el Foro Panamericano de Asociaciones Culinarias Profesionales y por la Asociación Mundial de Chefs.
- 2005** Medalla de Oro Mejor Stand Regional en Expo Gourmet Santa Cruz, Bolivia.
- 2004-2006** *Chef para las actividades deportivas* de la Selección mayor de Guatemala de Fútbol, camino al mundial, Alemania 2006
- 2002** STAGER RESTAURANTE EL BULLI 3 estrellas michelín área de repostería, chef a cargo Albert Adrià. ESPAÑA ROSES, GIRONA.
- 2000- 2001** STAGER RESTAURANTE KARLOS ARGUIÑANO área de repostería, ensaladas, pescados, carnes, entrantes fríos y calientes chef a cargo Eva Arguiñano, Mikel Mayan ESPAÑA GUIPOUSKUA
- 2001** *Asistente en EL Programa de Televisión KARLOS ARGUIÑANO* transmitido por canal español TVE internacional.
- 2001** *STAGER 2 SEMANAS AREA DE REPOSTERIA* RESTAURANTE ARZAK chef a cargo Elena Arzak ESPAÑA SAN SEBASTIÁN.
- 2001** *PARTICIPACION EN EL MONTAJE DE EVENTO ÁREA DE COCINA EN EL FESTIVAL DE CINE DE SAN SEBASTIÁN* homenaje a Robert De Niro. Palacio de Miramar San Sebastián España.

2000 *CREACIÓN, DISEÑO, COSTEO DEL NUEVO MENÚ* de Repostería y Pastelería de banquetes, 3 Restaurantes HOTEL GUATEMALA CITY MARRIOTT

1989-1992 Locución y aprendizaje para radio y televisión Canal 3 de Guatemala impartido por Anahi Kéller.

4.3.3.4 COLABORACIONES, REPORTAJES ESPECIALES PARA REVISTAS. PERIÓDICOS TELEVISIÓN Y RADIO

- **Prensa Libre 2010-2011**

- Receta Disfruta de un Carpaccio Original. Sección Mujer
- Recetas para despedir bien el año con una buena cena. Sección Mujer
- Receta Espinaca con queso de cabra. Sección Mujer
- Receta Delicioso Chocolate. Sección GenTmas
- Reportaje Aprende a cocinar. Y Club de Cocina
- Reportaje Cena de gala con el Equipo Culinario Guatemalteco
- Expo culinaria 2006
- Tradición Gastronómica Nacional
- Receta Mesa Rica, pastel de almendra y chocolate
- Comentario: Cocina, ciencia o Química, que hacemos ahora
- Dia de la Madre: un toque de ternura y chocolate
- El café. Diez pasos para un mejor café.
- Madrid Fusión 2010 (I parte)
- La cocina de Mirciny Moliviatís en UTILÍSIMA
- Gastronomía de Guatemala en PURO CHEF
- MIRCINY MOLIVIATIS es nuestra CREMY WOMAN

- **Siglo XXI 2010-2011**

- Reportaje Ser Mujer no es desventaja
- Reportaje En busca de los Mejores Secretos Culinarios

- **Reportaje El Periódico (2008-2011)**

- Artista Gastronómica GenT&más Olimpiadas Culinarias. Equipo Nacional se prepara.
- A Alemania en Cocina
- Chefs Guatemaltecos triunfan en Bolivia en Encuentro Gastronómico
- Para paladares exceptiCos
- Nuestras portadas 2007
- Tradición Culinaria
- Cocina con aroma de Pepián
- Sabores chapines y latinoamericanos en PURO CHEF

- **Reportaje Nuestro Diario 2008-2011**
 - Reportaje Revista de Gastronomía Comer Bien
 - Reportaje Siglo XIX
- **Periódico Digital:** El sabor de mi tierra
- **Guate visión** Entrevista con Haroldo Sánchez DIÁLOGOS.
- **REVISTAS NACIONALES**
 - Revista Guía light colaboración en la sección de gastronomía.
 - Revista Alta Cocina: Platos extravagantes a Base de Hierbas.
 - **2010** Revista Amiga: A la Hora del Banquete
 - **2010** Revista Café Cultura La sorpresa un ingrediente básico de la gastronomía.
 - **2010** Revista IQUE. La gastronomía, nuestra mejor expresión cultural.
 - **2011** Revista ENTRE NOSOTRAS Mirciny Moliviatis, la embajadora de nuestra cocina.
 - **2010** Revista Costa Sur: Quiero que mi cocina sorprenda el paladar

4.3.3.5 LOGROS Y RECONOCIMIENTOS:

- 2011** Reconocimiento otorgado en el Día Internacional de la Mujer, por la Facultad de Agronomía, Diploma que textualmente dice: “por destacada labor a nivel nacional e Internacional en la difusión de la gastronomía y el arte culinario guatemalteco.
 - 2010** Ganadora del concurso a nivel Nacional Mujer Modelo Cremy (2010) Plaqueta que textualmente dice: “Por su trabajo incansable, entrega incondicional a su profesión, vocación de mujer y ejemplo de calidad humana”
 - 2010** Nominada en la categoría de Chef del Año al Premio Tenedor de Oro. Evento Expo culinaria
 - 2008-2011** Embajadora de la Cultura Gastronómica Guatemalteca, Nombrada por el Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala.
 - 2007-2008** Miembro fundador del Equipo Culinario Nacional Guatemala Olimpiadas Culinarias en Alemania
- Diploma de Oro de Chef de la Escuela de Formación para Chef
- Diplomas de la Municipalidad de Guatemala por su colaboración en Programas a Beneficio de la Niñez Guatemalteca.
 - Diploma de reconocimiento por Impartir el Taller Culinario Cocina Molecular I y II por la Asociación Guatemalteca del Arte Culinario.

- Diploma de Reconocimiento Sky Tower Auckland New Zealand
- Diploma de Reconocimiento por su participación en el VI Congreso Centroamericano de Restaurantes. Universidad Rafael Landívar.
- Diploma por su participación como Juez en la VII Feria de Emprendedores Landivarianos.

4.3.3.6 LABOR SOCIAL

Voluntariado en los programas para niños de la calle: TU AYUDA ME AYUDA y REGALAME UNA SONRISA, y entrega del premio ganado en el concurso Cremy Woman para apoyar la construcción de la escuela de niños de la calle. Participación y ayuda en la TELETON, y en actividades de recaudación de fondos para el hogar de ancianos CABECITAS DE ALGODÓN. Voluntariado para apoyar la recaudación de fondos para la escuela de niños autistas de Guatemala.

4.3.3.7 FILOSOFÍA DE BE CAFÉ Y CHEF MIRCINY MOLIVIATIS

“El estilo de un cocinero es una conjunción de conocimientos que propician que su cocina posea una personalidad propia y diferente.”

4.3.3.8 ANÁLISIS FODA DE BE CAFÉ

4.3.3.8.1 FORTALEZAS

- Gran trayectoria y experiencia laboral de su Chef ejecutivo.
- Fuerte formación académica de sus Chef, especialmente en escuelas internacionales muy importantes en Europa y Estados Unidos.
- Influyente y mejor posicionado en el gremio gastronómico guatemalteco gracias a su gran trayectoria y trabajo innovador dentro del país.
- Reconocido a nivel internacional gracias a premios y reconocimientos obtenidos, así como la participación de su Chef Ejecutivo en televisión internacional.
- Actualización y capacitación constante que los mantiene a la vanguardia de las nuevas tendencias gastronómicas a nivel mundial.

4.3.3.8.2 OPORTUNIDADES

- Aumentar su prestigio, nivel y posicionamiento.
- Dejar un gran legado en la cultura gastronómica de Guatemala.
- Ser factor fuertemente influyente en el cambio de la cultura gastronómica guatemalteca.
- Trascender las fronteras y ser reconocidos también a nivel internacional.
- Mostrar al mundo la cultura guatemalteca mediante su trabajo.

4.3.3.8.3 DEBILIDADES

- No cuentan aún con un portal web.
- No cuentan con un libro impreso que recopilar e ilustre el trabajo, identidad y aportes sobre Cocina Creativa.

4.3.3.8.4 AMENAZAS

- Otros restaurantes podrían copiar sus ideas y conceptos creativos.
- La poca cultura gastronómica de los guatemaltecos.

CAPÍTULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

5.1 Perfil Geográfico:

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE):

- Región: Central (capital de Guatemala)
- Tamaño del área: 996 km.
- Tamaño de la ciudad: 4.5 millones de habitantes.
- Densidad: urbano
- Clima: templado, con medias de 18° a 25° C.

5.2 Perfil Demográfico:

- Edades: de 20 a 65 años
- Género: masculino y femenino
- Ciclo de vida familiar: adultos dependientes e independientes, matrimonios con y sin hijos.
- Nivel socioeconómico: C, C+, B
- Ingresos: entre Q 12,000 y Q. 45,000
- Ocupación: empresarios, ejecutivos de nivel medio y alto, comerciantes, vendedores y dependientes.
- Nivel educativo: superior, licenciatura, maestría y doctorado.
- Bienes: casa, departamento, terrenos y condominios cerca de costas, autos de tipo compacto, van y 4x4, motos.
- Religión: católicos y evangélicos en su gran mayoría.

5.3 Perfil Psicográfico:

Se realizó una encuesta al grupo objetivo con el fin de obtener datos importantes respecto al perfil Psicográfico que poseen. Se logró determinar que el 70 % tiene educación superior en universidades, por lo tanto consideran importante esta actividad para su desarrollo. Asimismo, el 61% labora, por lo tanto son independientes económicamente y responsables.

El 43 % son solteros, aunque solo el 14% viven independientemente, mientras que el 39 % aún viven o comparten vivienda con sus padres. Asimismo, el 37% vive en matrimonio o unidos. Por lo tanto, en general, son personas que valoran el hecho de la convivencia. Sus hábitos radican principalmente en ir a trabajar, estudiar y distraerse.

En su mayoría, son personas que gustan de la buena comida, ya que visitan regularmente restaurantes de alta gastronomía. De igual forma, la mayoría gusta ver programas televisivos de ese tipo, lo que demuestra que conocen sobre el tema. Asimismo, son personas cultas que gustan de la lectura de todo tipo, ya que el 94% lo afirma.

Asisten a restaurantes de alta gastronomía con regularidad, el 65% de ellos ha manifestado ir por lo menos 1 vez cada semana, quincena, mensual o trimestral. El tipo de comida que más les gusta es en primer lugar la italiana, en segundo la guatemalteca y en tercero la mexicana. Le siguen la comida china y la francesa.

Su comportamiento y conducta es variado según sus respuestas, pero principalmente son personas responsables, trabajadoras, honradas, colaboradoras y respetuosas.

5.4 Perfil Conductual:

Buscan este tipo de producto o servicio porque son personas gourmet, gustan de la buena comida o desean agradar a alguien más de manera especial. Por lo tanto, esperan que tanto el servicio como la calidad del producto sean acorde a sus expectativas, las que son altas.

Su lealtad, actitud e interés hacia el gusto por la buena comida es alto, ya que el 98% de las personas afirmó ver programas televisivos de cocina, el 65% ha manifestado ir frecuentemente a restaurantes de alta gastronomía y el 89% ha dicho que sí comprarían un libro de cocina de algún chef guatemalteco.

CAPÍTULO VI: MARCO TEÓRICO

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Gastronomía

“Gastronomía, palabra derivada del término griego "Gaster", que equivale a vientre o estómago, unida también a la igualmente griega "Gnomos" (Ley), le da ínfulas de rimbombante ciencia” como se indica en el blog:

<http://chef-endg.blogspot.com/2009/09/gastronomia.html> este concepto fue asignado desde el Siglo XIX.

De igual forma, Ferrán Adriá (1997) indica que desde que se creó la palabra gastronomía, en el Siglo XIX, han nacido de ella nuevos conceptos, como: Gastrónomo (experto en la buena mesa), Gastronomía (obsesión por los placeres del buen comer), Gastronomía (palabra inventada por el Príncipe de la Gastronomía, Curnonsky; aquel que une al placer del viaje con el descubrimiento de nuevos platos), Gastronauta (gastrónomo explorador), Gastrósofo (persona prudente, con alto refinamiento a la hora de seleccionar manjares y bebidas) y por último se tiene el término Gastrotecnia (la ciencia de la buena cocina).

El término de Gastronomía es el más empleado y conocido mundialmente para definir el arte de preparar una buena comida.

6.1.2 Antecedentes de la Gastronomía

Según el sitio web <http://www.monografias.com/trabajos11/histgast.shtml> así como el hombre y su forma de vida han ido evolucionando con el pasar de los años, también ha evolucionado su gastronomía. La forma de obtención de los alimentos, el tipo de alimentos, los utensilios y el desarrollo técnico de la gastronomía ha ido evolucionando desde la aparición del hombre en la tierra hasta la edad moderna.

6.1.2.1 Época prehistórica

Este período abarca desde la aparición del hombre en la tierra hasta la aparición de la escritura. Esta época se divide en dos sub-períodos: antes de la aparición del fuego y después.

6.1.2.2 Antes del Fuego

Materias Primas

Los primeros alimentos del hombre fueron frutos, raíces, hojas y tallos. Luego comenzó la caza de grandes animales así como también de animales pequeños (lagartijas, erizos, etc.).

Utensilios

En este período el hombre cazaba con arco y flecha, pescaban con anzuelos y arpones. Armaban trampas y acorralaban a los animales para irlos matando según sus necesidades.

Las primeras herramientas fueron elaboradas de piedras y ramas, éstas eran muy simples; tales como la hacha de mano y lascas de bordes afilados.

Desarrollo Técnico

Los alimentos se consumían crudos. El secado se utilizaba para conservar numerosos alimentos, como fueron los higos y las frutas. Por otro lado, la carne y el pescado se preferían otros métodos de conservación, como el ahumado o la salazón, que mejoraban el sabor del producto.

6.1.2.3 Después del Fuego

Materias Primas

Los animales grandes empezaron a extinguirse, por lo que el hombre empezó a domesticar ciertos animales (renos, perros, etc). La domesticación en Oriente de cabras, cerdos, ovejas y asnos dio origen a la ganadería.

La agricultura, el cultivo de las plantas, fue la tarea de las mujeres, quienes comenzaron a cultivar las semillas que recogían. Esto significó el asentamiento del hombre. Los primeros cultivos fueron los siguientes: trigo, cebada, avena, col, higos, habas, lentejas, mijo y vid, también se consumían frutos del manzano, peral el ciruelo y el cerezo.

Al final de los períodos glaciales, empezaron a crecer en las Colinas del Oriente próximo, los antecesores de los cereales.

Utensilio

En este período aparecieron los primeros recipientes de barro para cocinar alimentos. Los huesos de los animales, de los que se consumían la carne, eran utilizados para hacer herramientas y sus pieles fueron utilizadas como abrigos.

Se inventó el arado y en este momento la mujer perdió el control de la agricultura, atribuyendo la labor a la fuerza del hombre. En el Siglo V A.C, en México se inventó el Molino de trigo.

Desarrollo Técnico

El método de cocción que utilizaban era el asado.

Con el descubrimiento del fuego el hombre comenzó a cocer los alimentos con lo que se digerían mayor, este método al mismo tiempo evitaba la transmisión de enfermedades y podían apreciar mayor su sabor.

El fuego hizo que el hombre estuviera despierto más horas y por consecuencia de esto, inició el proceso de sociabilización, dando como resultado un aumento demográfico.

Con el paso del tiempo, la agricultura reemplazó a la recolección de forma gradual. A partir del año 3,500 A.C. se dio un cambio en el aprovechamiento de los animales:

ya no se explotaban sólo para obtener su carne y sus pieles, sino que también para adquirir productos secundarios como la leche, queso y lanas.

En la época prehistórica, el hombre ya utilizaba el frío como método de conservación de las carnes, a través de bloques de hielo.

6.1.2.4 LOS ALIMENTOS

Según el Diccionario de la Real Academia Española 22º ed., los alimentos son el conjunto de cosas que el hombre y los animales comen o beben para subsistir. Son cada una de las sustancias que un ser vivo toma o recibe para su nutrición.

Sin embargo, Ferrán Adriá (1997) provee una definición mucho más contemporánea en donde afirma que existen muchas personas que se dedican a este oficio con la única finalidad de alimentar; otras combinan ambos estímulos. Finalmente, hay quien utiliza su profesionalidad y los medios de que dispone para que, con una buena dosis de cariño por lo que se hace, la alimentación se transforme en gastronomía.

En este sentido, Adriá expresa que es preciso no caer en simplificaciones. “La línea que separa lo que es gastronómico de lo que no lo es no resulta clara, y en cada estilo de cocina se puede dar este aspecto. Por ejemplo, para algunas personas, comer buen marisco al natural también puede ser gastronomía. Por ello opino que cada persona debe elegir el tipo de cocina que más se adecua a sus gustos y a su personalidad. Quiero insistir, pues, en que para mí, la gastronomía, más allá de estilos y técnicas, se resume en Utilizar con mucho cariño los conocimientos culinarios del cocinero para dar satisfacción a la gente”.

6.1.2.5 ESPECIAS

Desde los tiempos más remotos, las especias y las hierbas aromáticas fueron para el hombre, medicina, condimento y objeto de uso en ritos religiosos y mágicos.

El sitio web www.alimentacion-sana.org nos indica que tal era el valor de estas, que en citas del Antiguo Testamento se las refiere participando junto al oro y las joyas, en regalos de reyes.

Fueron empleadas en sustitución de moneda. Con ellas se pagaron rescates de ciudades conquistadas. La posesión de las islas y territorios productores de especias, significó poder y riquezas para quienes comerciaban con ellas y controlaban su tráfico. Fue así como árabes, fenicios, venecianos, portugueses, españoles y holandeses vivieron su mayor esplendor cuando, sucesivamente, consiguieron monopolizar esta actividad.

Por las especias se abrieron nuevas rutas terrestres y marítimas. Colón, que pretendía llegar a las "Indias de las Especias" por mar, para así evitar la intermediación costosísima de los árabes, quienes controlaban entonces las rutas terrestres, accidentalmente y sin saberlo, descubrió el Nuevo Mundo. Pocos años más tarde, también en busca de especias, Vasco Da Gama abre una nueva ruta

bordeando Africa por el Cabo de Buena Esperanza y consigue arribar a las "Indias de la Especias" (Islas Molucas).

Así llegamos a nuestros con la experiencia de nuestra actividad desde el año 1922 en la industria especiera y alimentaria, podemos ofrecer el más extenso surtido de especias, hierbas aromáticas y condimentos. Para ello recurrimos al abastecimiento en las fuentes de producción, por más lejanas que se encuentren geográficamente.

Listado general de especias

Achiote: Especia que se obtiene a partir de las semillas de esta planta, originaria del Caribe. Se utiliza, en polvo, como colorante natural de quesos, helados, salchichas y cremas. Se puede añadir a platos de carne, pollo y pavo. También se compra en pastillas que se desmenuzan fácilmente con los dedos, tienen una textura como arcillosa. Es típica de la cocina mexicana. Bixa orellana; annatto

Ajedrea: Se utilizan las hojas, frescas y secas. La variedad de jardín tiene un sabor más delicado. Se añade a platos de carne, embutidos, judías y rellenos como condimento picante. Las hojas, secas y pulverizadas, se pueden añadir al pan rallado para rebozar carnes o pescados, por ejemplo. Satureja montana (silvestre); satureja hortensis (de jardín); savory

Albahaca: Se utilizan sólo las hojas, y se puede consumir fresca, seca o congelada. Se utiliza tradicionalmente en la cocina mediterránea para platos en los que el tomate es un ingrediente destacable. Combina también de maravilla con los platos de huevos, y prueba a echar un pellizco en la masa de la base de pizza. Es la base de la famosa salsa pesto. Ocimum basilicum; basilico, hierba real; basil

Alcaravea: Se utilizan las hojas, los tallos, las semillas y las raíces primarias. Las hojas y las raíces se consumen frescas, en ensaladas. Los tallos pueden añadirse, como las hojas, a guisos y sopas. Las semillas molidas se añaden a panes y bizcochos, así como al curry. Con el extracto de las semillas se produce un licor, el kummel. Es muy popular en la cocina escandinava. Carum carvi; carvi; caraway

Alholva: Se utilizan las hojas, frescas o secas, y las semillas, enteras o en polvo. En África Oriental las semillas se añaden al pan; en la India, molidas, forman parte del chutney y otros condimentos. Los brotes de semillas se utilizan en ensaladas. Las hojas secas forman parte de los curries, y con ellas se preparan infusiones. Es popular en la cocina de Asia y el Medio Oriente. Trigonella foenum-graecum; rica, fenogreco, albolga; fenugreek

Amapola (semilla): Se utiliza, desde hace al menos cinco mil años, como condimento de dulces y pasteles o para dar sabor al pan. También se usa en platos de carne. Papaver somniferum; semillas de adormidera; poppy seed

Anís: Una de las primeras especias que se conocen desde la antigüedad. Sus semillas forman parte de tartas y con ellas se producen licores como el ouzo griego, la mastika búlgara y el anís. Las hojas frescas son ideales para aromatizar platos de carne. Pimpinella anisum; anise

Anís estrellado: Es el fruto de un árbol perenne, que puede ser recogido tres veces al año en plantas de más de 15 años. Se utilizan las semillas. En la cocina del Lejano Oriente, con ellas se condimentan platos de cerdo o pato.

Su aceite esencial se utiliza en bebidas como el pastis. Illicium verum; anís de la China, anís de la India; star anise

Apio (semilla): De fuerte sabor y aroma, se utilizan en sopas y estofados, o se pulverizan y mezclan con sal, para preparar el condimento conocido como sal de apio. Apium graveolens; celery seed

Asafétida: Se utiliza la resina de la planta, seca y pulverizada; es un condimento típico de la cocina del Medio Oriente, sobre todo para curries vegetarianos, salsas, aderezos y platos de pescado. En España apenas se conoce... quizá debido a que huele tan mal como su nombre indica. Obviamente, se usa en cantidades pequeñas. Ferula assafoetida; asafetida

Azafrán: Se utilizan los estigmas secos de la planta, que se venden tanto en hebras como en polvo. Esta especia, históricamente una de las más caras, se utiliza para dar sabor y color a platos como la paella, el arroz a la milanesa, así como a mariscos y pescados.

Canela: Es la corteza interior seca del árbol conocido como canelo. Se utiliza, en bastoncillos o en polvo, para condimentar ponches, bebidas calientes, fruta fresca, ponches de frutas, dulces y pasteles.

La canelera de Ceilán (Cinnamomum zeylanicum Nees) es un árbol de follaje denso que alcanza la decena de metros. La canela resulta del secado al sol de la corteza. Don Lourenço de Almeida se traslada en 1506 a Ceilán iniciando una ocupación que se concreta en 1518 y se mantiene hasta mediados del siglo XVII. Después de la conquista holandesa de Ceilán, los portugueses la introducen en Brasil y en África. Según Heródoto crecía en lugares inaccesibles y protegidos por seres alados más o menos fantásticos. En los siglos XVI y XVII la canela es la única mercancía que los marineros pueden traer libremente de Oriente. Cinnamomum zeylanicum; cinnamon

Cardamomo: Es la tercera especia más cara, tras el azafrán y la vainilla. Se utilizan los frutos ("semillas"), secos, enteros o molidos. Se usa para condimentar panes, pasteles, dulces y en los curries. Elettaria rapens es una planta herbácea vivaz. Sus frutos son pequeñas cápsulas de forma oval, gris verdosos y con rayas, que contiene semillas marrones muy aromáticas. Es una planta originaria del sur de la península indostánica, que sólo se conoce mejor en Europa en el siglo XVI, después de la llegada de los portugueses a la India. Existen dos variedades: el cardamomo grande, de Ceilán, que es exportado a Ormuz, y el pequeño, de la costa Malabar, pero que también existe en Java, que es comerciado por toda Asia y llega a la costa oriental africana. Es usado como condimento, entrando en la composición del curry.

Cebollino: Se utilizan las hojas frescas en sopas, ensaladas y otros platos de vegetales; también sirven para aromatizar mantequilla o quesos frescos. En guisos, se usan las hojas secas. *Allium schoenoprasum*; chives

Cilantro: Se utilizan las hojas, las semillas y, en algunos lugares, la raíz. Las hojas se usan para sazonar platos de carne, pescados, sopas y potajes, y las semillas, enteras o en polvo, para hacer encurtidos, así como en panes, pasteles y platos de pescado.

Es imprescindible en cocinas como la mexicana o la tailandesa, y desde luego NO se puede sustituir por el perejil, aunque en su aspecto sean similares. *Coriandrum sativum*; coriandro, culantro; coriander

Clavo: Se trata de los capullos secos de las flores del clavel. Se utilizan enteros o molidos, con moderación debido a su gusto extremadamente fuerte. Se usa para condimentar vinos calientes, salsas, pasteles, carne picada y marinadas de pescado o carne.

Comino: Se utilizan los frutos de la planta, semejantes a semillas. Es un ingrediente típico de la cocina árabe y mediterránea. Forma parte de mezclas de especias como el garam masala. Se usa como condimento de carnes y quesos, y es un ingrediente del cuscús. *Cuminum cyminum*; cumin seed

Cúrcuma: Se utiliza la raíz hervida, seca y molida de la planta. Es uno de los ingredientes del curry en polvo y la salsa Worcestershire, y se usa en platos como el pilaf. *Curcuma longa*; turmeric

Curry: El polvo de curry es una mezcla de entre 16 y 20 especias, siendo las principales cúrcuma, canela, clavos, cilantro, comino, gengibre, mostaza, pimienta roja y negra, y alholva. El más picante y fuerte es el curry de Madrás. Es un condimento fundamental en la cocina de la India y el Asia Sudoriental, y también se utiliza en el Caribe. Curry

Daikón: El sabor de este rábano asiático es fresco y más bien dulce. Se utiliza fresco en ensaladas, o rallado como guarnición para platos preparados a la plancha. *Raphanus sativus*; rábano blanco japonés; daikon

Endrino: Se utilizan las bayas en mermeladas y jaleas, así como para preparar el pacharán o aromatizar otros licores. *Prunus spinosa*; arañón, andrinillo; sloe
Eneldo Se utilizan las hojas y los frutos ("semillas") en la preparación de tartas y postres, así como para encurtir. Las hojas añaden sabor a salsas de nata y platos de pescado. Es típica su utilización para preparar el gravlax (salmón marinado) en Escandinavia. *Anethum graveolens*; aneto, anisilla, falso hinojo; dill

Epazote: Se utilizan las hojas secas, de sabor parecido al del cilantro, en guisos y platos de alubias, así como en infusiones. Es una hierba típica de la cocina mexicana. *Chenopodium ambrosioides*; epazote, Mexican tea, wormseed

Estragón: Se emplean las hojas en vinagres y salsas, así como en platos de pollo, pato, hígado, huevos y sopas, siempre con cierta precaución dado que su sabor es muy característico. Es ingrediente esencial de las finas hierbas.

Galanga: Se utilizan las raíces en polvo; su sabor es muy parecido al del jengibre y puede sustituirlo con éxito. Se añade a guisos y embutidos. El sabor de la galanga mayor es más delicado que el de la galanga menor. *Alpinia galanga* (mayor), *alpinia officinarum* (menor); galangal, galingale

Garammasala: Mezcla de especias tostadas y molidas, típica de la India, que cuenta con hasta doce ingredientes. Los básicos son pimienta negra, clavos, canela, cilantro, comino, cardamomo, chile en polvo, hinojo, macís y nuez moscada. Se añade a platos salados. Garam masala

Glutamato monosódico: Derivado del ácido glutámico, un aminoácido presente en la carne, el pescado, la leche de vaca, los cereales y los granos. Se usa para reforzar el sabor de alimentos salados o amargos, sobre todo los de alto contenido de proteínas. Muy utilizado en la cocina oriental, hay gente que asegura que produce dolores de cabeza y otros efectos indeseados. Monosodium glutamate, M S G

Harissa Mezcla picante: Típica de Túnez, que se prepara con chiles, ajo, comino, coriandro, alcaravea y aceite de oliva.

Hierbabuena: De todas las variedades de la menta, esta es la de sabor y aroma más fuerte. Se utiliza en los mismos platos que la menta: para condimentar guisos de cordero, en salsas de yogur, en asados de cereales, en ensaladas verdes o como decoración en diversos platos. También está presente en la coctelería. *Mentha piperita*; menta verde, menta piperita; peppermint

Hierba de Limón: Se utiliza el tallo, fresco o seco, aunque seco pierde buena parte de su aroma. Su sabor recuerda al limón, de ahí el nombre. Es típica en la cocina tailandesa. *Cymbopogon citratus*; lemon grass, citronella

Hierbaluisa Las hojas frescas se emplean en ensaladas, rellenos para carnes rojas, pollo, pavo y pescado. Y también se usan en polvo para aromatizar bebidas o dulces de frutas. *Aloysia triphylla*; cedrón, hierba princesa; lemon verbena

Hinojo: Se utiliza toda la planta: bulbo, hojas, semillas... El bulbo tiene un sabor anisado delicioso, y se puede consumir crudo o cocinado. Las hojas y semillas condimentan ensaladas, platos de pescado y verduras, dulces, tartas, sopas y salsas. *Foeniculum vulgare*; fennel

Hisopo: Se utilizan las hojas de la planta florida en platos muy condimentados de carne y pescado. También se añade con moderación a ensaladas y platos de frutas. *Hyssopus officinalis*; hyssop

Jengibre: Se utiliza la raíz de la planta, fresca o bien desecada y molida. Con ella se preparan bebidas sin alcohol. Como condimento es ideal para platos de carne y verduras, escabeches y algunas salsas. *Zingiber officinale*; ginger

Laurel: Se utilizan las hojas secas para condimentar sopas, salsas, estofados, platos de carne y pescado, escabeches y caldos. Las hojas se retiran antes de servir. Conviene retirarla del guiso antes de servir, ya que no es digerible y puede incluso causar lesiones en el aparato digestivo. *Laurus nobilis*; bay leaf

Macis: Se trata del arilo o envoltura carnosa del fruto de la nuez moscada; se utiliza seco y molido. Es adecuado para sazonar platos salados, de carne, pescado o verduras, así como salsa bechamel. *Myristica fragrans*; mace

Mejorana: Las hojas se utilizan frescas o secas, enteras o en polvo, en ensaladas verdes, así como en platos de verduras y huevos. *Majorana hortensis*; mejorana dulce; marjoram, sweet marjoram

Melisa: Se utilizan las hojas en ensaladas, jaleas o cremas. Escarchadas, se utilizan en pasteles. Se añaden a carnes de sabor fuerte, sobre todo la caza, y a pescados. *Melissa officinalis*; lemon balm, melissa

Menta: Los tallos y las hojas se utilizan en salsas para acompañar al cordero, el pollo y el cerdo; se añaden a ensaladas y bebidas. También se usan en postres o condimentando frutas. Se utiliza mucho en la cocina de Oriente Medio. *Mentha spicata*; spearmint

Mostaza: Las semillas de las diversas variedades, molidas, se mezclan con otras especias, así como con vino o vinagre, para preparar el condimento conocido como mostaza en todas sus variantes; las hojas y flores pueden utilizarse frescas en ensaladas. *Brassica nigra* (negra), *brassica juncea* (amarilla), *sinapsis alba* (blanca); mustard seed.

Nuez Moscada: Se trata de la semilla interior de la planta, que se encuentra dentro del macís. Se utiliza seca y rallada en bebidas calientes, postres, frutas cocinadas, pasteles y bizcochos, y también en salsas saladas como la bechamel. *Myristica fragrans*; nutmeg

Orégano: Se utilizan las hojas, frescas o secas. Típico de la cocina italiana, sobre todo en salsas o platos de tomate y en las pizzas. *Origanum vulgare*; mejorana silvestre; oregano, pizza herb

Paprika: Equivalente a nuestro pimentón. Se utilizan los frutos secos y molidos para condimentar sopas, platos de carne y ensaladas. Es típica de la cocina húngara. *Capsicum annum*; pimiento; paprika

Perejil: Se utilizan las hojas y el tallo, frescos y troceados, en salsas, platos de carne y verduras al horno. También se puede consumir seco, pero pierde aroma y sabor. *Petroselinum crispum*; parsley

Perifollo: Se utilizan hojas y tallos, frescos y en abundancia, en ensaladas, platos de carne, pescado y pollo, en sopas y salsas. *Anthriscus cerefolium*; chervil

Pimentón: Se utiliza el fruto desecado y molido, cuyo sabor es algo picante y más bien dulce. Sirve para condimentar platos de carne y verduras. Es uno de los condimentos tradicionales de la cocina española, pero también se utiliza ampliamente en otras gastronomías, como la húngara y la cajún. *Capsicum tetragonum*; red pepper

Pimienta blanca: Son las bayas maduras, remojadas, sin cáscara y secas de la planta. Se utilizan para sazonar platos de carne, pollo, pescado, para salsas y platos de colores claros. Piper nigrum; white peppercorn

Pimienta de Cayena: Se prepara pulverizando guindillas desecadas; forma parte de platos picantes, salsas de queso y mayonesas aromatizadas. También se encuentran en el mercado las guindillas enteras (se trata de una variedad de tamaño pequeño).

Pimienta de Jamaica: Se utilizan las bayas secas, enteras o molidas, en encurtidos, escabeches y otros guisos, así como en pasteles y galletas. Se usa a veces mezclada con pimienta negra. Su nombre en inglés, "todas las especias", hace referencia a su aroma y sabor, que parecen una mezcla de especias diferentes. Pimento dioica; malagueta; allspice

Pimienta negra: Son las bayas inmaduras y secadas al sol de la planta; se utilizan en grano o en polvo para sazonar platos de carne, pollo y, en general, de alto contenido protéico. Su sabor es el más fuerte de todas las bayas de la planta. Piper nigrum; black peppercorn

Pimienta rosa: Nada que ver con el resto de las pimientos. Se utilizan pequeñas cantidades de bayas secas, de aspecto y sabor semejante a las del pimiento, para condimentar platos de aves, pescado o vegetales. Schinus terebinthifolius; Pink pepper

Pimienta verde: Son las bayas inmaduras y en salmuera de la planta. Se utiliza para sazonar platos de carne y guisos. Su sabor es más suave que el de la pimienta negra. Piper nigrum; green peppercorn

Romero: Se utilizan las hojas, frescas o secas, como condimento en asados, platos de cordero, salsas de tomate y guisos de alubias. Rosmarinus officinalis; rosemary

Sal: Es el condimento más común en todo tipo de platos. Tiene propiedades que contribuyen a preservar los alimentos. Está presente en diferentes mezclas de especias. Cloruro de sodio; salt

Salvia: Se utilizan las hojas, frescas o secas, para condimentar carnes, aves, embutidos y salsas. Salvia officinalis; sage
Sésamo Ver "ajonjolí"

Tahini Pasta gruesa: Se prepara a partir de semillas de ajonjolí molidas; es típica de la cocina del Oriente Medio. Es uno de los ingredientes básicos del Hummus, por ejemplo. Tahini

Tomillo: Se utilizan las hojas, frescas o secas, para aderezar salsas de tomate tipo italiano, salsas de vino blanco, rellenos y asados carne, pescado y pollo. Thymus vulgaris; carrasquilla; thyme

Vainilla: Es un producto obtenido por fermentación de la vaina de una orquídea trepadora. Se utiliza sobre todo en repostería: cremas, helados, pasteles, etc.

Wasabi: Este rábano picante japonés se comercializa sobre todo en polvo, al que se añade agua para formar una pasta con la que se condimenta el sushi y el sashimi. Eutreba wasabi; wasabi, Japanese horseradish.

6.1.2.6 ANTECEDENTES GASTRONOMÍA GUATEMALTECA

Los españoles descubrieron estas tierras a principios del Siglo XVI y la conquistaron por medio de expediciones encabezadas por famosos capitanes, como lo fue Pedro de Alvarado. Estos tuvieron que luchar contra los aborígenes que opusieron fuerte resistencia a las armas invasoras.

Pero antes de que todo esto sucediera, con la ayuda de algunos legados, como utensilios líticos, se ha podido establecer que la zona donde actualmente es Guatemala, fue poblada desde tiempos de la prehistoria.

Comida Prehispánica

De Álvarez, Aurora Sierra (2002) comenta que cuando se habla de la comida prehispánica, ésta se refiere a los mayas y a la época anterior a la llegada de los españoles, los mayas estaban situados en Mesoamérica (estados mexicanos de Yucatán, Campeche y Chiapas, gran parte de Guatemala y en algunas regiones de Belice y Honduras).

Los mayas practicaban la agricultura, la recolección de vegetación silvestre, la caza, la pesca y la crianza de animales. Dentro de la agricultura, su mejor producto era el maíz, el cual fue utilizado desde el período prehispánico para la elaboración de las tortillas, los tamales y el atole. La agricultura y la alimentación maya también incluía el frijol, la calabaza, yuca, el camote, la papa, la ciruela, la guayaba, la papaya, gran variedad de chiles, el mango, el cacao, los plátanos, el aguacate, el mamey, la piña, y varias hierbas y especias como el cilantro, la nuez moscada, el clavo, el apazote, el ajonjolí y el anís.

La vegetación silvestre también formaba parte de la dieta maya, de la cual obtenían una gran variedad de hongos, semilla de cacao, el orégano, la vainilla y otros productos comestibles. Por otro lado, la proteína de su dieta la obtenían, en su mayoría, de la pesca. Para la pesca los mayas acostumbraban utilizar la red o el anzuelo. También cazaban mamíferos, como el mono, conejo, perro mudo, el tapir, el armadillo y aves como el pato, el faisán, etc.

En conclusión, la gastronomía prehispánica estaba compuesta del maíz, huevos, frijoles, carne o pescado y una variedad de verduras y hierbas que únicamente consumían cocidas, café y chocolate caliente.

Para las festividades cocinaban chumpe o iguana, aunque las carnes y el pescado no eran comidas del día a día, se puede decir que la dieta maya fue y sigue siendo vegetariana.

El descubrimiento de estas Tierras

El descubrimiento de América no sólo fue de beneficio para los del Viejo Mundo, sino que para todo el mundo. Para los habitantes de América, la presencia de los europeos en el continente hizo que el rumbo o curso de la historia cambiara. La unión de las dos culturas se hizo sentir, pero se impuso la cultura más desarrollada en su época, la de los europeos.

Este proceso fue largo y doloroso, destructivo e irreversible. Los españoles impusieron su estilo de vida, su cultura, costumbres, hasta su religión.

Los españoles o conquistadores se dieron cuenta que en América existían diferentes culturas y cada una en un nivel de desarrollo diferente.

Guatemala pertenecía a la región de alta cultura, la que después fue conocida como Mesoamérica; sus sociedades eran sedentarias, organizadas en unidades políticas o señoríos, subdivididos y con diferencias sociales y políticas.

El descubrimiento del Nuevo Mundo no sólo cambió a América, sino que también al Viejo Mundo, lo cual significó una gran transformación. La riqueza de América, así como sus tierras, fue lo que financió el desarrollo europeo y logró su crecimiento demográfico.

A causa del choque de estas dos culturas, nace con ella lo que hoy en día se conoce como comida típica guatemalteca.

Apuntes de historiadores sobre la culinaria tradicional guatemalteca

Es poco lo investigado sobre la gastronomía de Guatemala. Después de la conquista, se puede percibir la influencia y el surgimiento de la cocina mestiza. Cada grupo (españoles e indígenas) adaptaron con rapidez determinados hábitos alimenticios de su contraparte. Como se ha dicho, la dieta indígena en su mayoría era vegetariana, por lo que después del choque de culturas, éstos se habituaron a las carnes que les proporcionaba las diferentes variedades de ganado. Por otro lado, los españoles que dentro de su dieta si existía la variedad de carnes, se acostumbraron de forma fácil a comer la carne de perro mudo y el pavo. Pero dentro de la dieta de los españoles pronto se incluyó el maíz y el chocolate.

Según Sáenz Carmelo (1971), existió otro historiador conocido como Fray Tomás Gage, quien cuenta que en uno de sus viajes a la Nueva España, el intercambio de alimentos crudos y preparados entre indígenas y criollos se daba en numerosos mercados. Estos mercados se convirtieron en centros fundamentales de la culinaria. Gage cita que la comida de los indios pobres y ricos, como sigue: "A veces no tienen los pobres más que un plato de frijoles negros y blancos; de los que hay yanta cantidad que los conservan secos para todo el año, los que ellos cuecen con chile y comen acompañados de pastelitos redondos hechos con las pasta de maíz, que ellos comen calientes al salir de una tortera donde los hacen conocer al instante y que llaman tortillas; con lo cual se consideran bastante bien satisfechos. La carne la economizaban para los días de fiesta o la venden a los ricos". Los ricos viven mucho mejor, porque si hay carne o pescado hacen cuanto puedan para pasársela bien".

En las crónicas de Fuentes y Guzmán (1690), también hacen mención de la comida tradicional guatemalteca: "atole blanco, jacatole o atole agrio, neotinatole o atole de miel, chilatole, que se preparaba con chile, epasoatole, que se hacía uso de apasote, chimatole con chian, tlamizatole con chile guaqué u apasote, el atole del grano tierno de maíz, cumalatole, champurrado y cascús con maíz blanco". Estos dos historiadores mencionan las bebidas alcohólicas que se tomaban en la época de la Colonia, estas son: el pulque y la chicha, aguardiente de caña, procedente de España.

El mestizaje de culturas y mestizaje culinario

El choque de culturas dio como resultado un mestizaje culinario conformado por dos contrapartes: la cultura dominante (europa-española) y la cultura dominada (indígena). Como resultado de estas dos culturas nacieron nuevos sabores dando como resultado la comida guatemalteca.

6.1.2.7 ALIMENTOS Y ESPECIAS DE LA REGIÓN

Así como la cultura dominada creó una nueva cultura culinaria, lo mismo ocurrió en el Viejo Mundo.

Aportes Prehispánicos

Entre los elementos culinarios más valiosos que aporta la cultura prehispánica están los siguientes:

- el maíz
- el cacao - el achiote
- el chompipe o pavo - la papa
- algunos tipos de calabaza - la yuca
- variedad de chiles - el aguacate
- el tomate

También aportaron técnicas culinarias, así como utensilios:

- el uso de hornos subterráneos - apaste
- la piedra de moler - el jarro
- el comal - el mortero
- el batidor - la escudilla

Aportes Europeos

Entre los aportes del Viejo Mundo a nuestra gastronomía se encuentran gran variedad de carnes de animales, como la res, el cerdo, carnero y aves como la gallina. También se empezaron a crear gran variedad de dulces españoles, gracias a la introducción del azúcar. Entre las especias que se introdujeron están el clavo, la pimienta de castilla, el azafrán y la canela. Los granos básicos, que trajeron a América están el arroz, el trigo y la cebada.

Los mapas culinarios guatemaltecos actuales

La mayoría de los autores dividen el mapa culinario guatemalteco en cinco regiones, según los puntos cardinales, como se indica en la sección 2.3.2.1. Pero, recientemente la mayoría de los autores han adoptado un mapa culinario, elaborado por el INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo), como lo muestra la sección 2.3.2.2.

Guatemala está dividida en 22 departamentos y en 23 étnias, cada una de estas etnias, como departamentos tienen su propia cocina. Esta cocina varía dependiendo del área geográfica donde este situada, ya que no todos tienen acceso a los mismos cultivos.

Cada uno de los departamentos, con los que cuenta Guatemala, tienen sus propias celebraciones, ferias y procesiones; pero todas estas están ligadas a sus tradiciones culinarias en todo el territorio del país.

En la mayoría de la gastronomía guatemalteca se puede ver la influencia española recibida por la cultura guatemalteca durante la conquista y la época colonial.

Pero es notable, que en la actualidad el frijol y el maíz son consumidos en todas las regiones del país.

6.1.2.8 PLATOS DE LA REGIÓN

Mapa culinario guatemalteco según los puntos cardinales

Según el sitio web <http://www.deguate.com/infocentros/guatemala> los puntos cardinales con los que está dividido el mapa culinario de Guatemala son: la región del centro, región del norte, la región del sur, región de oriente y región de occidente.

Región del Centro

Esta región consta de los departamentos de Chimaltenango, Guatemala y Sacatepéquez. Esta región se distingue por su rica variedad de dulces, el subanik y las diferentes recetas que incluyen el loroco proveniente de El Progreso.

Según la Cervecería Centroamericana (2001) los platillos típicos de ésta región son:

Tabla No.1

PLATILLOS SALADOS

Fiambre	Hilachas
Tamales	Piloyada
Frijoles volteados	Subanik
Chiles rellenos	Estofado de gallina criolla
Salpicón	Enchiladas
Guacamol	Chirmol rojo y verde
Tostadas con guacamol	Tostadas con salsa
Tostadas con frijol	Chilaquiles de guisquil

Tabla No. 2

PLATILLOS DULCES

Rellenitos
Chanquetas de guisquil
Torrejas

BEBIDAS

Atol de elote
Atol de plátano

Región Norte

Incluye los departamentos de Petén, Alta Verapaz, Baja Verapaz e Izabal.

Según la Cervecería Centroamericana (2001) los platillos típicos de ésta región son:

Tabla No. 3

PLATILLOS MÁS IMPORTANTES

Bollos	Kak-ik
Frijoles blancos con espinazo	Lechón al horno
Itchiles	Tapado de coco

Región del Sur

Está compuesta por los departamentos de Escuintla, Suchitepéquez y Retalhuleu. Se distinguen por el alto consumo de pescados y mariscos y esto se debe a que colindan con el mar Pacífico. Esta región también cuenta con la mayor parte de la crianza de bovina y porcina del país.

Según la Cervecería Centroamericana (2001) los platillos típicos de ésta región son:

Tabla No. 4

PLATILLOS IMPORTANTES	MÁS
Carne en miltomate	Mariscada
Carne en amarillo	Revolcado
Chanfaina	La torta de elote

Región del Oriente

Esta región incluye los departamentos de Zacapa, El Progreso, Chiquimula, Jalapa, Jutiapa y Santa Rosa, se distinguen por el uso de loroco. La mayoría de sus platillos están elaborados con maíz, como: los titucos, los shepes y tamalitos rellenos. Por otro lado, los frijoles, la yuca y las quesadillas son platillos muy representativos de la zona.

Tabla No. 5

PLATILLOS MÁS IMPORTANTES	Pepián
Chicharrones	
Gallina en crema	Tamalitos con loroco
Olla podrida	Tapado de Zacapa

6.1.3 CULINARIA

Según Sandra Rosenstiel (2007), la culinaria es una forma creativa de preparar los alimentos y depende mucho de la cultura, en términos de conocimientos respecto a los alimentos, su forma de prepararlos, así como de los rituales sociales establecidos alrededor de la comida. No hay que confundirlo con gastronomía, que englobaría a esta en un campo más general dedicado a todo lo relacionado con la cocina.

Existe un arte culinario característico en cada pueblo, cultura y región. Hoy en día con el fenómeno de la globalización, con la continua comunicación de millones de personas y la influencia de los medios de comunicación, así como del comercio han conducido a un mayor conocimiento y aprecio de las cocinas foráneas, y una mayor facilidad para acceder a su preparación. Sin embargo, una gran mayoría de esas recetas y sus variaciones tienen sus orígenes en las cocinas tradicionales desarrolladas a lo largo de mucho tiempo, con rituales de preparación transmitidos a lo largo de muchas generaciones.

La cocina tradicional es un arte fundamentalmente social, con caracteres locales y tradicionales, pero la sociedad moderna ha conseguido facilitar su elaboración, apoyado por la fácil adquisición de materias primas que se cultivan, a veces, a miles de kilómetros de distancia. Es importante, en la cocina moderna, esta base de distintos orígenes étnicos y culturales.

6.1.3.1 RECETA

Una receta de cocina consiste en una lista de ingredientes y una serie de instrucciones para realizar un plato de cocina particular. Las recetas pueden ser transmitidas de generación en generación mediante libros de cocina (a veces también recetarios), o creadas a partir de la experiencia. Las recetas son una parte importante de la cultura de un grupo. Pero cabe mencionar que el ingrediente principal de una receta es el detalle personal y el corazón que se pone, al elaborarse.

6.1.3.2.1 APERITIVO Y ENTRADAS

Según Sandra Rosenstiel (2007), el aperitivo es una bebida o comida ligera que se toma para abrir el apetito, para limpiar el paladar antes de la comida principal del mediodía (almuerzo) o antes de la cena.

Suele constar de diferentes pinchos o tapas y otros alimentos de "picoteo" (aceitunas, patatas fritas, patatas bravas, croquetas, queso, embutidos, frutos secos y canapés), acompañados de bebidas como refrescos, vino, vermú o cerveza, así como ensaladas diversas.

6.1.3.2.2 PLATO PRINCIPAL

Según Sandra Rosenstiel (2007), el Plato principal de una comida, suele representar el plato principal que por su tamaño o relevancia se sirve a parte. Por regla general suele servirse tras los entremeses (Entrée) o ensaladas. El plato principal de un menú suele consistir en el más contundente, el más complejo o elaborado, el más sabroso. Suele estar compuesto de carne, pescado y en algunas ocasiones de verdura. Los platos precedentes suelen ser de menor tamaño e importancia, por regla general está compuesto de sopas, ensaladas y/o aperitivos diversos.

6.1.3.2.3 POSTRE

El postre es el plato de sabor dulce o agridulce que se toma al final de la comida. Cuando se habla de postres se entiende alguna preparación dulce, bien sean cremas, tartas, pasteles, helados, bombones, etc. Por extensión se denomina postre a cualquier comida dulce, incluso si su objetivo no es ser ingerido al final de la comida, como sería el caso de las galletas o las magdalenas.

6.1.3.2 RESTAURANTE

Ferrán Adriá (1997) lo describe como el establecimiento en el que la cocina eleva a su máximo nivel el placer de comer, aquél en el que la felicidad del comensal es la primera divisa del cocinero. Añadiré que un restaurante gastronómico es el que propone una cocina diferente y personal y aclararé que este parecer es totalmente opinable, como todos. Me parece indudable que para muchas personas, a la hora de comer la felicidad no depende del grado de creatividad de la cocina, pero afortunadamente podemos ejercer nuestra libertad para elegir entre todas las opciones.

Un restaurante gastronómico perfecto como el que he definido debe cumplir las siguientes premisas:

- 1.- La capacidad óptima sería de 40 a 80 plazas (pese a que, obviamente, puede variar). Un número mayor de comensales podría dificultar la tarea a causa de cuestiones técnicas y de concentración.
- 2.- Debe ser un restaurante que transmita la personalidad del cocinero. Los comensales, con el espíritu abierto a las novedades, deben confiar en lo que el cocinero les proponga.

3.- Pese a la obligación de rentabilizar el negocio, debe preverse un sistema de descanso (semanal, mensual o anual) que permita relajar la tensión y concentración que exige un restaurante y recuperar la ilusión para seguir ofreciendo el máximo nivel.

4.- Las instalaciones deben ser las adecuadas. Sin este factor es imposible ofrecer un servicio brillante.

5.- El ambiente del restaurante debe caracterizarse al mismo tiempo por su alto nivel de profesionalidad y por la calidez de su trato. La imagen que debe reinar es la de tratar al comensal como si uno recibiera a un invitado en su casa.

6.- El equipo que forma el restaurante es muy importante. Los grandes restaurantes de los últimos años contaban con un empleado para cada comensal (lo cual es muy difícil en la actualidad). Se tiene que lograr que las personas que forman el equipo trabajen integradas en el mismo, que sientan como suyo el lugar en el que desempeñan su actividad.

7.- La ubicación del restaurante es un factor primordial. En las grandes ciudades la mayoría de comidas que se efectúan en restaurantes son profesionales; dado que la razón principal de éstas es la conversación de negocios, el placer gastronómico pasa a un segundo plano, aunque siempre haya excepciones.

8.- Debe producirse una simbiosis perfecta entre el cliente y el restaurante. En este tipo de establecimientos gozarán más las personas que se hayan decidido por dicho estilo de cocina.

Reunir todas estas condiciones no es nada fácil, por lo que es de prever que los restaurantes gastronómicos abunden cada vez menos. En cualquier caso, siempre resulta positivo intentar aproximarse cada vez más a este y a la profesionalidad, la calidad de la cocina y del servicio. Si además se puede producir la magia a la que aspira todo cocinero creativo, la perfección estará a un paso.

El restaurante gastronómico: un teatro con dos funciones diarias:

Al hablar de un restaurante gastronómico suelo efectuar un símil que me parece altamente ilustrativo. Un establecimiento de este tipo se asemeja en muchos aspectos a un teatro. Como en éste, los momentos más importantes son dos, la preparación y ensayo, o mise en place, y la «representación» propiamente dicha el pase.

La mise en place de un restaurante incluye operaciones de preparación, control y supervisión, destinadas a garantizar que cuando llegue la hora del pase éste se produzca con el ritmo adecuado, tanto en la cocina como en el comedor. El tiempo de duración de dichas operaciones varía según el tipo de restaurante, las instalaciones de cocina de que se disponga y el número y categoría de los integrantes del personal. Pese a tratarse de una fase de nuestra actividad diaria que exige una menor concentración que el pase, debe realizarse con gran exactitud y cuidando todos los detalles (vestuario, preparación del escenario, coordinación de los cocineros y camareros, etc.), para que al final de la función el público quede satisfecho con el guión, con la habilidad del cocinero e incluso con la profesionalidad y amabilidad no sólo de los protagonistas, sino también de los actores secundarios.

Cuando llega el momento del pase la actividad se torna febril. La experiencia de asistir a una de estas «representaciones» en un restaurante gastronómico es enormemente recomendable, pues la mayoría de la gente ignora muchos aspectos de su funcionamiento. El pase exige la concentración de una función de teatro, con la diferencia de que cada día hay cambios en el guión. En un restaurante como El Bulli, en el que el personal del comedor y el de la cocina alcanzan las cincuenta personas, la coordinación debe ser total, pues un pequeño fallo en el eslabón más insignificante de la cadena puede trastocar toda una obra. Por otra parte, el nivel de exigencia de un comensal que acude a un restaurante de este tipo suele ser muy alto. Mientras que todo el mundo está acostumbrado a aguardar en la sala de espera de una consulta médica, por ejemplo, el peor enemigo de un restaurante es la tardanza en el servicio. Este ritmo trepidante garantiza buena parte del éxito del establecimiento, pero al mismo tiempo ocasiona un enorme cansancio en el personal. Puedo afirmar que si todo ello se produjera una sola vez al día, el esfuerzo sería mucho más llevadero, pero en casi todos los restaurantes se realizan dos servicios cotidianos. Acaso sería interesante asemejarse cada vez más a algunos teatros, por ejemplo limitando el número de funciones diarias a una sola.

6.1.3.3 CHEF

Según el Diccionario de la Real Academia 22º ed., un chef es una persona que cocina profesionalmente para otras personas. Aunque con el tiempo el término ha llegado a describir a cualquier persona que cocina para vivir, tradicionalmente se refiere a un profesional altamente calificado que es competente en todos los aspectos de la preparación de alimentos.

La palabra "chef" se pide prestado (y corto) del francés chef plaza de, al director o jefe de cocina . (The French word comes from caput and is with "chief".) In English, the title "chef" in the originated in the of the 19th century. (La palabra francesa proviene de América cápita y es afín con el Inglés "jefe"). En Inglés, el título de "chef" de la profesión culinaria se originó en la alta cocina del siglo 19. Hoy en día es a veces erróneamente utilizado para referirse a cualquier cocinero profesional, independientemente de su rango.

6.1.3.4 SOUS CHEF

El Sous-Chef de cocina (sub-chef de la cocina) es el asistente en jefe y directa del Chef Ejecutivo. Esta persona puede ser responsable de la programación y la sustitución cuando el chef ejecutivo es fuera de servicio y también para completar o ayudar a los Chef de Partie (línea cocinero) cuando sea necesario. Operaciones más pequeñas pueden no tener un sous chef, pero operaciones más grandes pueden tener varias.

6.1.3.5 COCINERO

Se denomina cocinero a la persona que cocina por oficio y profesión. Dentro de la cocina de un restaurante hay varios cocineros y cada uno tiene una actividad específica desde el picado de vegetales, pasando por preparaciones de salsas, hasta la creación de los platos.

6.1.3.6 TENDENCIAS EN COCINA

6.1.3.6.1 COCINA VANGUARDIA

Ferrán Adriá (1997) comenta que en el ámbito de la creatividad existe un gran número de tendencias y corrientes, y las más polémicas siempre se han relacionado con la vanguardia.

Ser vanguardista significa, en síntesis, adelantarse al tiempo, el cual, paradójicamente, decidirá si el proceso que se ha producido es vanguardia o no lo es. Si lo que actualmente creemos que es cocina de vanguardia dentro de unos años no ha arraigado y no se ha consolidado, no merecerá ese nombre; se tratará, en ese caso, de una simple moda pasajera. La vanguardia ha existido siempre. En el caso de la gastronomía se puede afirmar que hubo un tiempo más o menos remoto en el que, por poner un ejemplo, la tortilla de patatas, la mayonesa, el hojaldre, fueron vanguardia.

La cocina, como muchos otros campos del conocimiento humano, ha evolucionado gracias a una serie de personas que, olvidando los prejuicios, conservando la entereza y la serenidad y relativizando las críticas, han creado conceptos nuevos con la ayuda de unas técnicas y unos conocimientos amplios.



Las innovaciones más radicales llegaron durante el siglo XIX con el nacimiento de una institución, el restaurante, y de una figura, el cocinero de restaurante. En los últimos años destaca la aportación de los cocineros de la Nouvelle cuisine, grandes creadores de vanguardia que, adelantándose a su tiempo y soportando muchas críticas, posibilitaron la existencia de la alta cocina de hoy. Este hecho indudable, que no deja de levantar polémica aún en la actualidad, se refleja ya en todos los ámbitos de la alta restauración, en los libros de cocina, las cartas de los restaurantes, la aplicación de nuevas técnicas e ingredientes y, principalmente, en la actitud de cocineros y comensales ante el fenómeno gastronómico.

Cada vez resultará más difícil ser un cocinero de vanguardia. En este sentido se puede relacionar la gastronomía con el mundo del arte; igual que acontece en el lenguaje de la pintura o de la música, por ejemplo, donde resulta difícil que se produzcan corrientes perdurables, en la cocina el fenómeno es idéntico. En el terreno gastronómico, la vanguardia se relacionará con un término que desarrollaremos a continuación, la cocina conceptual.

6.1.3.6.2 COCINA CREATIVA

Ferrán Adriá (1997) lanza una pregunta: ¿Qué es crear? La respuesta no es fácil, ni única, dice. Pueden establecerse multitud de definiciones, y todos los pareceres son válidos. Por mi parte, intentaré dar una respuesta. En primer lugar, es preciso diferenciar creatividad de invención (y sobre todo intentar no confundirlas). En el mundo de la cocina actual se inventa muy poco, pero se puede crear mucho. Aventurándome en una primera definición, diré que crear es poder ver lo que no todo el mundo percibe. Teniendo en cuenta que todo ya existe de alguna forma, el creador original será capaz de acceder a lo que muy pocas personas ven y, con la ayuda de sus conocimientos, ofrecer algo nuevo.

Así pues, la creatividad es una conjunción de dos elementos claves, la voluntad de hacer algo nuevo y la capacidad para poder llevarlo a cabo.

En la opinión de Adriá, la voluntad engloba una manera de vivir, un estado de ánimo, un ansia de búsqueda, una constancia en el trabajo; vamos a llamar a la voluntad «alma de la creatividad».

La capacidad es la profesionalidad del creador, es decir, la conjunción de la técnica y de los conocimientos que posee. Bautizaremos a la capacidad con el nombre de “cuerpo de la creatividad”.

Junto a estos factores, otros elementos desempeñan papeles de primer orden en el desarrollo de la creatividad. En primer lugar, el cocinero debe saber comer: difícilmente podrá realizar nuevas creaciones si no confía en la capacidad de su paladar para decidir si una idea es buena o no lo es, teniendo presente que el gusto es, naturalmente, relativo. Otro aspecto relevante es la honestidad. El cocinero (o el pintor, el músico, el escritor) que se propone innovar debe partir de la premisa que lo nuevo es lo que no se ha hecho jamás y en ningún caso, lo que él desconoce. Ignorar en qué direcciones se mueven los creadores contemporáneos puede llevar a «copiar» recetas que ya existen. Desde un punto de vista ético no se puede censurar al cocinero que así actué, pero su esfuerzo será estéril. Por este motivo, la inquietud por descubrir lo que se ha hecho o se está haciendo para actualizarse y conocer las últimas tendencias interesantes, es un factor de primerísima importancia. En este sentido, el cocinero debe saber asimilar lo que ha conocido sin dejarse influir en lo más mínimo, para lo que precisa un gran equilibrio, facultad de difícil ejercicio que sólo se adquiere con la experiencia. Ahora bien, no es lo mismo cocinar para un comensal habituado a ir un par de veces al año a un restaurante de cocina creativa que servir a una persona que visita continuamente todos los restaurantes

creativos del mundo. Al primero cualquier novedad, por pequeña que sea, le puede parecer una sorpresa; el segundo comensal podrá clasificar cada nueva experiencia según su justo valor, en un baremo compuesto por una amplia gama de parámetros.

6.1.3.6.3 COCINA CONCEPTUAL

Como ya se ha señalado, en el terreno gastronómico, el gran movimiento creativo profesional se inició a principios del siglo XIX; en ese momento se produjo una serie de iniciativas dirigidas a incorporar todas las creaciones culinarias de raíz popular a una nueva institución, el restaurante. Al mismo tiempo nacía la figura del cocinero de restaurante. A partir de entonces, los avances tecnológicos y los cambios sociales propiciaron una evolución muy rápida de este fenómeno. Después de una época en la que las innovaciones se fueron sucediendo con gran celeridad, el largo periodo de las dos guerras mundiales supuso una interrupción en la evolución de la cocina. En los últimos cuarenta años, debido a la introducción de nuevas técnicas y actitudes gastronómicas, se han producido cambios que con anterioridad habrían sido imposibles.

En los últimos quince años apenas se han creado estilos de cocina nuevos. Por otra parte, las innovaciones que se han producido tienen puntos en común.

La primera premisa a la hora de crear es fijarse un objetivo. ¿Se quiere crear tan sólo un plato o bien un concepto nuevo? Si el cocinero se propone concebir únicamente una receta, la dificultad se puede salvar con unas dosis de buen gusto, de imaginación y de profesionalidad. Combinando una serie de ingredientes se puede obtener una creación que, aun admitiendo que es nueva, poco aporta a la evolución de la cocina. En este caso el proceso de creación se ha limitado a una mezcla de ingredientes.

Si por el contrario, el creador pretende originar un concepto nuevo y corona con éxito sus esfuerzos, se puede abrir una brecha por la que vislumbrar nuevas posibilidades. En ese punto hay que introducir un término básico, el de cocina conceptual. Un ejemplo es el día que alguien descubrió que se podía añadir cebolla a una tortilla. A partir de ese día existió la tortilla de cebolla. Pero lo realmente importante pasó bastante antes, con la creación del concepto «tortilla», que permitió, además de la creación de la tortilla de cebolla, la aparición de infinitas recetas más creadas con los ingredientes más dispares. La «biografía» de una simple tortilla a la que se ha añadido cebolla tiene principio y final; la de las tortillas es infinita.

Existen algunos conceptos en gastronomía que ofrecen muchas más posibilidades que otros, por lo que se podría establecer en cierto modo una escala de importancia. Crear un concepto en cocina es, en definitiva, propiciar el nacimiento de una vía que tal vez abra un sinfín de puertas, insospechadas hasta ese momento.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Comunicación

Según el Diccionario de la Real Academia Española 22º ed., la Comunicación es un proceso de transmitir ideas o bien símbolos, que tienen el mismo significado para dos o más sujetos, los cuales intervienen en una interacción. Es la utilización de un código específico para la transmisión de un mensaje o bien de una determinada experiencia en unidades semánticas, con el objeto de permitir a los hombres relaciones entre sí.

Juan Díaz Bordenabe (1978) indica que sólo a través de la transferencia de significados, se puede difundir la información, los pensamientos, las ideas, las opiniones, entre otros y al mismo tiempo se debe esperar que éste sea comprendido. La comunicación es importante porque le permite al ser humano formar grupos, coordinar actividades dentro de esos grupos, formar adjetivos, dar a conocer costumbres, leyes y formas con el objetivo de formar una cultura y posteriormente compartirla con otros.

La comunicación perfecta se da cuando una idea o un pensamiento se transmiten, de tal forma que el receptor crea una reproducción mental igual a la de la persona que le transmitió el mensaje.

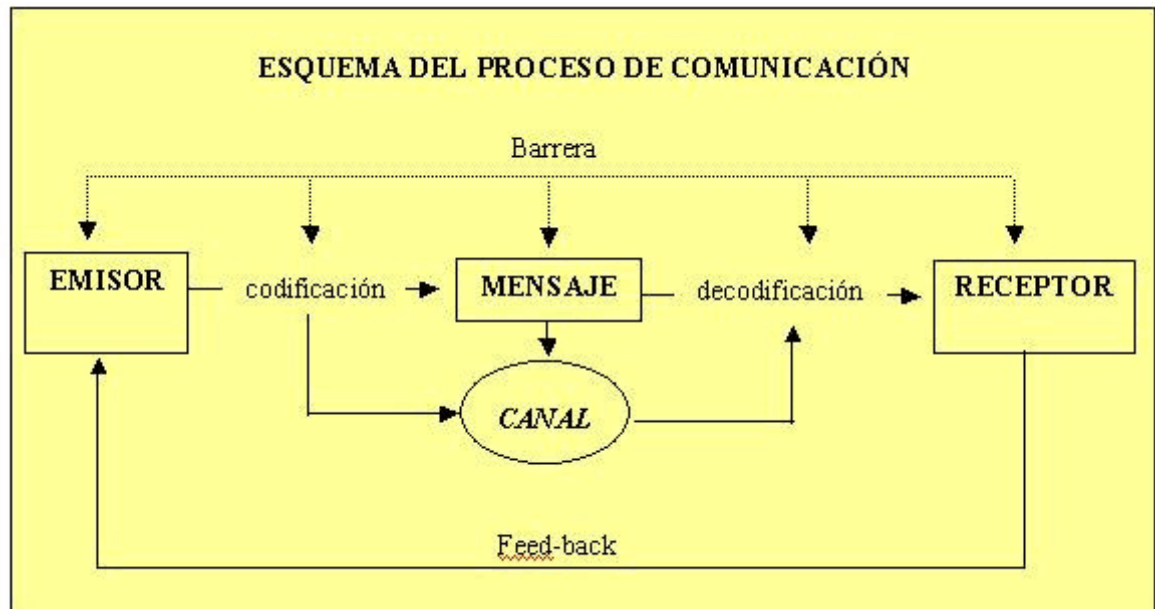
6.2.1.1 Proceso de comunicación

Díaz lo define como los pasos que se dan entre la fuente y el receptor como consecuencia de la comunicación. Para que la comunicación se dé se requiere un propósito, expresado a manera de un mensaje a transmitir. Se da entre el transmisor y un receptor. El mensaje se codifica, es decir se convierte en una forma simbólica, después se envía a través de un canal al receptor, quien decodifica o interpreta nuevamente el mensaje original. En consecuencia tenemos una transmisión de significado de un individuo a otro.

El proceso de comunicación consta de los siguientes pasos:

- Fuente de comunicación o Emisor: Persona que transmite ideas, pensamientos, entre otros.
- Codificación: Se inicia el mensaje cuando la fuente codifica un pensamiento. Existen cuatro condiciones en la codificación del mensaje: Habilidad, actitud, conocimientos y sistema sociocultural.
- Mensaje: Se refiere al producto concreto real de la fuente codificadora. Es todo aquello que se comunica, tanto por el habla, por la escritura, por las gesticulaciones, por las expresiones artísticas como la pintura, etc.
- Canal: Se refiere al medio a través del cual transita el mensaje. Es elegido por la fuente, quien determina si el canal es formal o informal.
- Decodificación: Se refiere a la traducción del mensaje de la comunicación de la fuente. Tanto la fuente como el receptor deben tener la suficiente capacidad para razonar; además habilidades, actitudes, conocimientos y la experiencia cultural necesaria.

- Receptor: Se refiere a la persona que recibe el mensaje, supone su entendimiento de lo transmitido.
- Retroalimentación: Es el último paso del proceso. En esta parte se coloca el mensaje de regreso en el sistema, para confirmar que no hayan malos entendidos.



6.2.1.2 Fuentes de desviación

Todos los pasos anteriormente definidos se encuentran en la posibilidad de crear distorsiones, y en consecuencia afectar el proceso de la comunicación.

Las fuentes de distorsiones explican por qué el mensaje decodificado por el receptor, muy pocas veces constituye el mensaje puntual que la fuente pretendió comunicar. El mensaje en sí mismo puede ocasionar una distorsión.

De igual manera, elegir un canal erróneo puede ocasionar una distorsión. El receptor (principal fuente de la distorsión) puede interpretar lo emitido por la fuente de forma diferente de la que él se imaginaba.

6.2.2 Diseño

Según el Diccionario de la Real Academia Española 22º ed., Diseño viene del italiano *disegnare* que significa dibujar, que a su vez se deriva del latín *designare* que evoca: marcar, trazar, ordenar y disponer. Sin embargo, la palabra latina *designare* también proviene del término: *signa* que se refiere a seña.

6.2.2.1 Definiciones de Diseño

- El diseño es la coordinación, integración y articulación de factores que de una u otra manera, participan en un proceso constitutivo de la forma de un producto final. Su objetivo es que los objetos cumplan las funciones para las que fueron concebidos. El diseñador no trabaja solo, cuando diseña necesita el trabajo de un equipo que ha participado en el proyecto de diseño desde que se define como será el nuevo producto hasta la especificaciones técnicas o de distribución (ICSID).
- Tomás Maldonado (1999) define al diseño como “la actividad creadora cuyo objetivo es determinar las cualidades formales de los objetos que producirá la industria” (p.2).

De igual forma, el autor comenta lo tradicional y común que se ha considerado en los medios académicos, que el diseño es una actividad ligada fundamentalmente a la estética que claramente está unida al concepto moda. Sin embargo, aunque es cierto que en muchas ocasiones la estética es un elemento fundamental en la concepción de alguna pieza de cualquier tipo, especialmente referente al consumo, el diseño tiene connotaciones en la gestión empresarial.

También afirma que el diseño está de moda y que aunque puede considerarse a la moda como parte del mundo del diseño, el diseño no es una moda porque una de sus características debe ser lo perdurable en el tiempo, lo trascendental.

Tampoco el diseño es sinónimo de publicidad, aunque la publicidad precise del diseño y de los diseñadores, y aunque la publicidad sea una parte esencial de la formación de la imagen corporativa de las empresas.

- Jordi Maña (1977) lo define como “la acción destinada a identificar alguna necesidad, deformación, omisión o defecto entre los objetos tal como son y tal como quisiera la persona que fuera”.
- El Diccionario de la Real Academia 22º ed. también define al diseño como:
 - Trazo o delineación de un edificio o de una figura.
 - Proyecto, plan.
 - Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie.
 - Forma de cada uno de los objetos.
 - Descripción o bosquejo verbal de algo.
 - Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.

Las definiciones de la RAE se pueden agrupar en dos conceptos:

- Diseño como proceso: planificación.
- Diseño como producto: materialización de la idea.

Planificación:

- Identificar necesidades, información y documentación.
- Reunión para la guía de trabajo.
- Considerar el mensaje y el receptor.
- Presupuesto.
- Bocetos, formato, papel, ilustraciones, fotografías.

Materialización:

- Carteles, folletos, guías, entre otros.

Por lo anterior, el diseño es una acción, o usado como adjetivo o sustantivo es creativo. Esta afirmación parte de la palabra “crear”, que tiene su origen en la palabra latina *creare*, que significa producir una cosa sin usar para ello ninguna otra, mientras que creatividad es la capacidad humana de producir contenidos mentales de cualquier tipo. Actualmente creativo como adjetivo se denomina a la gente que tiene la capacidad y facilidad de generar ideas originales.

El acto de diseñar se considera entonces que el diseñador ante un problema de diseño debe planear cómo solucionarlo y de qué forma podrá llevarlo a cabo. En cuanto a que el diseño es “innovación”, esto es posible afirmarlo ya que la innovación son las nuevas ideas que nos llevan a cambiar para mejorar. El diseñador, además de tener una actitud activa la solución de problemas, busca mejorar la condición o estado en que se encuentra determinado fenómeno.

6.2.2.2 Diseño Gráfico

A inicios de los años sesenta, en Londres se constituyó el Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico, Icograda, cuyo objetivo fue ser el máximo organismo en la promoción del diseño gráfico a nivel mundial. Dentro de sus primeras actividades, Icograda estableció lo que debía ser el diseño gráfico, definiéndolo de la siguiente manera: *“Es una actividad creativa, técnica e intelectual concerniente a la producción de imágenes así como al análisis, organización y métodos de presentación de soluciones visuales a problemas de comunicación”*.

Después de cuarenta años de su fundación, este consejo replantea su misión con nuevas definiciones sobre lo que es el diseño gráfico y su proceso:

“El proceso del diseño gráfico, es el método de solucionar un problema que requiere creatividad substancial, innovación y maestría técnica; además de una amplia comprensión de los productos o servicios del cliente y sus objetivos de negocio, así como entender a sus competidores y el mercado al que se quiere dirigir, elementos que son traducidos en soluciones creadas a través de la combinación y manipulación de formas, color, imágenes, tipografía y espacio”.

En esta redefinición que brinda Icograda en su página web (www.icograda.org), se observa que el diseñador gráfico no solo debe tener habilidades de diseño, sino

que también un amplio conocimiento de la actividad de negocio de su(s) clientes y de los cliente(s) del mismo.

Historia

Según Phillips, B. Meg. (1990) la actividad del Diseño Gráfico, como tantas otras muchas, surgió cuando el hombre tuvo necesidad de comunicarse y de expresar sus necesidades primarias de supervivencia, se puede decir que el Diseño Gráfico apareció con el desarrollo mismo de la civilización.

Los expertos discrepan sobre las raíces del diseño gráfico. Algunos identifican las pinturas rupestres como ejemplos ancestrales de los signos gráficos; otros reconocen sus formas embrionarias en Egipto, Grecia, México y Roma. Varios autores consideran que el diseño gráfico surge al mismo tiempo que la imprenta. Una corriente apunta a las vanguardias artísticas del inicio de este siglo. Otros, todavía, emplazan al pensamiento contemporáneo, con respecto al diseño gráfico, después de la segunda guerra mundial, como un fenómeno adjunto al fuerte desarrollo industrial y de los medios de comunicación.

Phillips también admite que, en un sentido más amplio, la comunicación visual tiene una historia muy larga. Cuando el hombre primitivo buscaba alimento y encontraba una huella de animal impresa en el lodo, en realidad estaba recibiendo un mensaje a través de un signo gráfico.

Sin embargo, a pesar del largo recorrido hacia la actualidad de la comunicación visual, es posible abalizar que el diseño como actividad moderna se constituirá como una demanda de la revolución industrial.

En lo que refiere a la historia del diseño gráfico, cabe destacar la influencia que tuvieron hechos como la Revolución Francesa y la Revolución Industrial, para el desarrollo del comercio y de la actividad publicitaria.

Además, es importante tomar en cuenta que muchos aspectos políticos, sociales y religiosos de cada época, han influido en la evolución o retroceso en lo que concierne a los trabajos impresos, desde la creación de los tipos de letras, el trabajo tipográfico, hasta la aparición de los libros, periódicos, enciclopedias y carteles.

6.2.2.3 Diseño Editorial

En base a las definiciones por separado tanto de Diseño como Editorial, del Diccionario de la Real Academia Española 22° ed., se puede definir que el diseño editorial se basa en la adaptación de textos e imágenes a las normas de estilo de una publicación, basándose ésta en principios de diagramación, con el fin de publicar por medio de la imprenta o por otros procedimientos el libro, revista, periódico, folleto, mapa, etc.

De igual forma, Alejandra Almirón Cartier, en su blog Aledesign (2010) comenta la definición del Diseño Editorial, la cual se basa en la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y tomar en cuenta las condiciones de

impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr unidad armónica entre el texto, la imagen y en diagramación, que permitan expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético e impulse comercialmente a la publicación. El estudio del diseño editorial observa la forma, el formato, en efectividad y en funcionalidad del medio para transmitir un mensaje. No sólo es importante el contenido de un artículo o historia, todos los elementos de diseño y producción determinan qué tan bien recibido es nuestro mensaje.

Elementos del diseño aplicados a una pieza editorial

Forma

La forma de los objetos y cosas, comunican ideas por ellos mismos, llaman la atención del receptor dependiendo de la forma elegida. Es un elemento esencial para el adecuado diseño.

Forma es cualquier elemento que se utiliza para dar o determinarla. Las formas inusuales atraen la atención, porque utilizan a la gente a ver formas regulares de las imágenes.



Disposición de las formas

Hay tres maneras de que la forma realce su disposición:

- La forma ayuda a sostener interés del lector. También se pueden utilizar para romper hacia arriba una página que contenga mucho texto.
- Se utiliza para organizar y para separarse. Una parte del texto se puede poner en una forma con un fondo colorido y agregará variedad a la página.
- La forma se utiliza para conducir el ojo del lector con el diseño. Según las disposiciones, el ojo busca un lugar para comenzar y seguir con el diseño al extremo. La forma puede ayudarle a guardar la atención de éste.

Peso

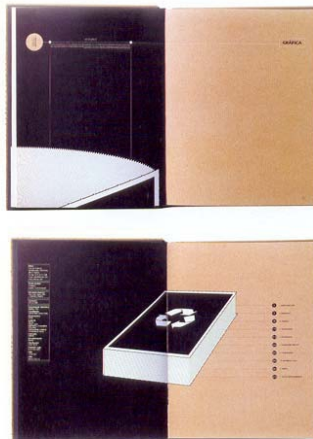
Wassily Kandinski, pintor ruso precursor de la abstracción en pintura y teórico del arte (1866-1944), propuso dividir al plano básico en cuatro partes iguales, es decir, atravesarlo por un eje vertical y otro horizontal, cuya intersección marque exactamente el centro de la obra.

- La primera relación que podemos establecer es la que divide la parte de arriba con la de abajo. La zona superior es la que menos peso visual tolera, y la inferior, la que mayor peso visual tolera. Con “peso visual” se hace referencia al efecto óptico que produce una figura grande y maciza, o un color intenso. Se trata de zonas que se perciben como “cargadas”.
- La segunda relación que se establece es la relación izquierda-derecha, que, como la anterior, también conduce de una zona menos densa, a otra más densa.

La conclusión es, entonces, que la zona más “pesada” de la obra se corresponde con el sector inferior derecho, y la zona más “liviana”, con el sector superior izquierdo.



Por supuesto, no significa que el mayor peso visual vaya a estar siempre en el sector inferior derecho. Muchas veces puede estar en el centro, o incluso en el sector superior. En tales casos el efecto de peso es más evidente, pues la figura ocupa un sector “liviano”, llaman mucho la atención y obligan a la vista a fijarse una y otra vez en ella.



Contraste

- Contraste de tono

Según La Linde Posada Ana María (1997), la utilización de tonos muy contrastados, claridad-oscuridad, establecen el contraste tonal. El mayor peso tonal lo tendría aquel elemento con mayor oscuridad o intensidad tonal, a medida que pierde tono, el elemento perdería fuerza y dimensión dentro de la composición, por lo cual se debe redimensionar para que siguiera manteniendo su peso en el conjunto del diseño.

- Contraste de colores

De igual forma, La Linde comenta que el tono tiene mayor fuerza que el propio color en el establecimiento del contraste. Dentro de las dimensiones del color:

* Matiz, es el atributo que nos permite definir a un color por su nombre y ubicarlo en el círculo cromático.

* Tono o valor, se refiere a la luminosidad u oscuridad del color.

* Croma, es la cualidad que diferencia un color intenso de uno pálido. Cada uno de los colores primarios tiene su mayor valor de intensidad antes de ser mezclados con otros. Por ejemplo, el azul pavo real es muy brillante, mientras que el marino es más bien opaco.

Mediante la utilización adecuada de la temperatura de color en diferentes elementos de la composición, se podrá dar mayor dimensión a un determinado elemento o bien dar la sensación de mayor proximidad.

Según una publicación en Internet de Ingrid Calvo Ivanovic, diseñadora gráfica, muestra la teoría de Alber Munsell, "El Árbol de Munsell", indicando que el contraste complementario es el equilibrio relativo entre cálido y frío. En concreto, Munsell establece, con base en su teoría del contraste simultáneo, que el color complementario es el que se sitúa en el lugar exactamente opuesto de la rueda de colores.



- Contraste de contornos

Según Munsell, los contornos irregulares ganan la partida en cuanto a atención a los regulares, reconocibles y previsibles. Una forma abstracta atrae mucho más la atención que una forma geométrica conocida.

- Contraste de escala

El contraste también puede ser conseguido mediante la contraposición de elementos a diferentes escalas de las normales, o la utilización de proporciones irreales. De esta forma se está negando la experiencia de percepción que puede tener el receptor en cuanto a las escalas de los elementos y por lo tanto se crea una percepción inusual y se dramatiza la percepción del elemento.

Factor de tensión y de ritmo

La tensión brinda fuerza y dinamismo al diseño y atrae la atención del espectador. Reflejar tensión no es una tarea fácil, pero hay diferentes caminos para conseguirlo:

- *Método sugestivo*, consiste en dirigir la mirada a un punto concreto, por medio de otros elementos.
- *Método rítmico*, consiste en aprovechar la tendencia que tiene el ser humano en completar secuencias de elementos.
- *Método mecánico*, consiste en dirigir la atención del receptor de una forma obligada.

Balance

Dentro de las técnicas visuales, una de las más importantes es el balance. Su importancia se basa en el funcionamiento de la percepción humana y en la intensa necesidad de equilibrio, que se manifiesta tanto en el diseño como en la reacción ante una declaración visual. En el balance existe un centro de gravedad a medio camino entre dos pesos.

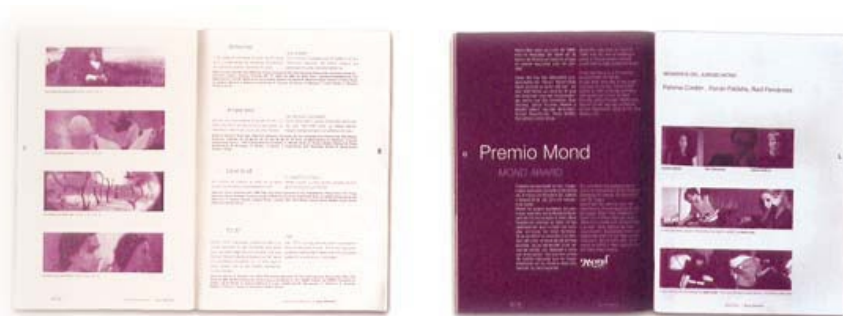


Proporción

Con las formas redondeadas, la proporción y la simetría suelen combinarse, puesto que las formas perfectamente circulares también son simétricas. Por lo que las formas circulares parecen ser menos potentes que las formas oblongas, pero crean impresiones de armonía que resuenan con suavidad y perfección.

Evidentemente el tamaño de un elemento en relación con el resto de los elementos que se coloquen en el espacio gráfico, también tendrá diferentes significados. Las formas grandes, altas o anchas, suelen ser percibidas como potentes o fuertes, mientras que las formas pequeñas, cortas o finas, nos parecen delicadas y débiles.

La interpretación del tamaño, más que de las demás dimensiones de la forma, varía sorprendentemente según las culturas y los países.



Ritmo

Se produce cuando encontramos una repetición secuencial de un conjunto de elementos.

Con esta técnica se puede producir dinamismo y armonía en la composición. Es capaz de transmitir movimiento dentro del área de diseño, gracias a la aproximación de elementos semejantes.



Armonía

La armonía es un equilibrio adecuado de elementos diversos en una totalidad que es perceptible visualmente. De manera que los elementos se perciben como una composición agradable a la vista. El balance de los elementos produce una sensación de bienestar, y los puntos de tensión y contraste son olvidados.

Movimiento

En primer lugar, el movimiento depende de la proporción. En el círculo, las fuerzas dinámicas se disparan desde el centro en todas direcciones.

En el óvalo y el rectángulo existe tensión dirigida a lo largo del eje mayor (vertical en el primer caso y horizontal en el segundo). El contenido de la obra definirá a dónde se dirige ese eje, si hacia arriba o hacia abajo, si a la izquierda o a la derecha.

Otros recursos para crear movimiento son la oblicuidad de las líneas o formas, la deformación de las figuras y también la interacción de colores que contrastan.

La dinámica de la composición se logra cuando el movimiento de cada uno de los detalles se adecua al movimiento del conjunto. La obra de arte se organiza en torno a un tema dinámico dominante, desde el cual el movimiento se propaga por toda el área de la composición.

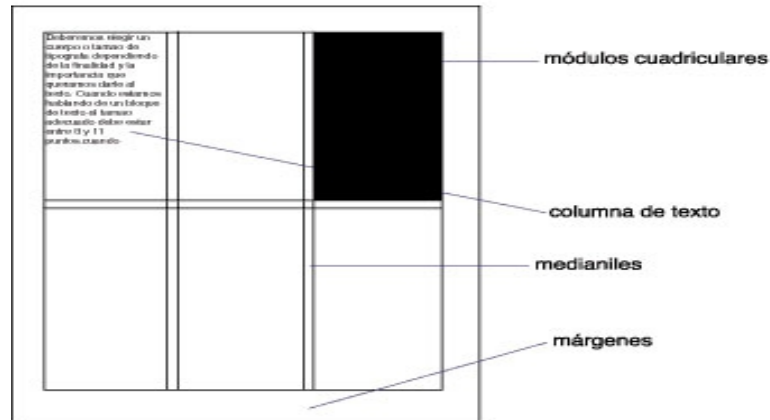


Retícula

La retícula tipográfica

La cuadrícula tipográfica se utiliza para organizar todos los elementos tipográficos y demás ilustraciones que integrarán la página. La configuración de la cuadrícula, depende de la información que se ha de transmitir y las propiedades físicas de cada elemento tipográfico. Las

cuadrículas tipográficas de formato estándar tienen módulos cuadrados, columnas de texto, márgenes, líneas de contorno y medianiles (el espacio que queda en blanco entre dos columnas de texto).



Con la retícula, el campo visual dentro de la caja tipográfica puede subdividirse en campos o espacios más reducidos a modo de reja. Los campos o espacios pueden tener las mismas dimensiones o no. La altura de los campos corresponde a un número determinado de líneas de texto; su ancho estará determinado según el cuerpo de la tipografía. Los campos se separan uno de otro por un espacio intermedio, con el objeto de que las imágenes no se toquen y que se conserve la legibilidad.

La construcción de la mancha tipográfica

El formato se define como el tamaño del área que se tiene para realizar una composición, es decir para diseñar.

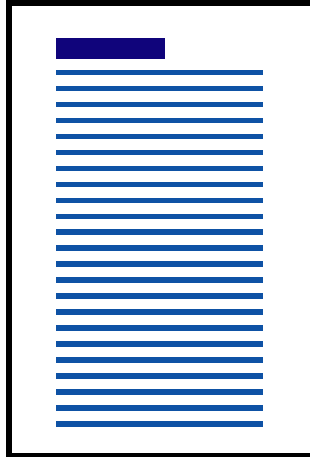
En el aspecto editorial hay ocasiones en las que el formato puede ser elegido por el diseñador, lo que le da muchas posibilidades a la hora de componer. Pero en la mayoría de las ocasiones, esto no sucede, y el espacio o formato está predefinido, lo que obliga al diseñador a adaptarse a dicho formato.

De cualquier forma, la composición o ubicación de los elementos, deberá hacerse en coherencia con el formato. Un aspecto que debemos tener en cuenta dentro de los formatos es el margen, es decir el espacio en blanco que rodea la composición.

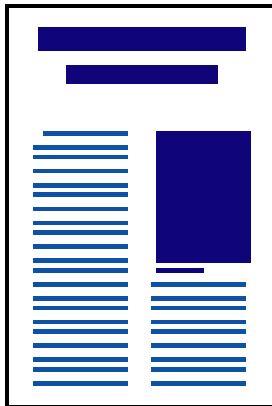
Dependiendo del tipo de trabajo que se esté realizando, el margen tendrá una función diferente.

Los formatos se pueden dividir en diferentes estructuras:

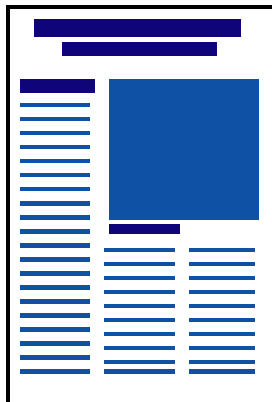
- *Formatos de una columna.* Suele emplearse para libros, al mostrar solo texto, una imagen acompañada de texto, o solo imagen.



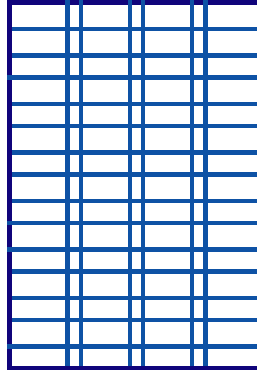
- *Formatos de dos columnas.* Ofrece más posibilidades para combinar textos e imágenes.



- *Formatos de tres columnas.* También ofrece muchas posibilidades respecto de la combinación de imágenes y textos de diferentes tamaños.



- *Formatos de cuatro columnas.* Se suele utilizar en periódicos y revistas, ya que facilita la composición cuando se trata de mucho texto. En cualquier caso hay que tener en cuenta el tamaño de las columnas, porque condicionará el tamaño de la tipografía.



Después de elegir el formato del trabajo que se va a realizar, una de las primeras cosas a establecer son los márgenes que éste tendrá. El formato de trabajo y otros aspectos tales como el tipo de trabajo que realicemos, el público al que se quiere dirigir, el grosor de la publicación o el soporte o papel del mismo, serán algunas de las características a tener en cuenta a la hora de establecer los márgenes del diseño.

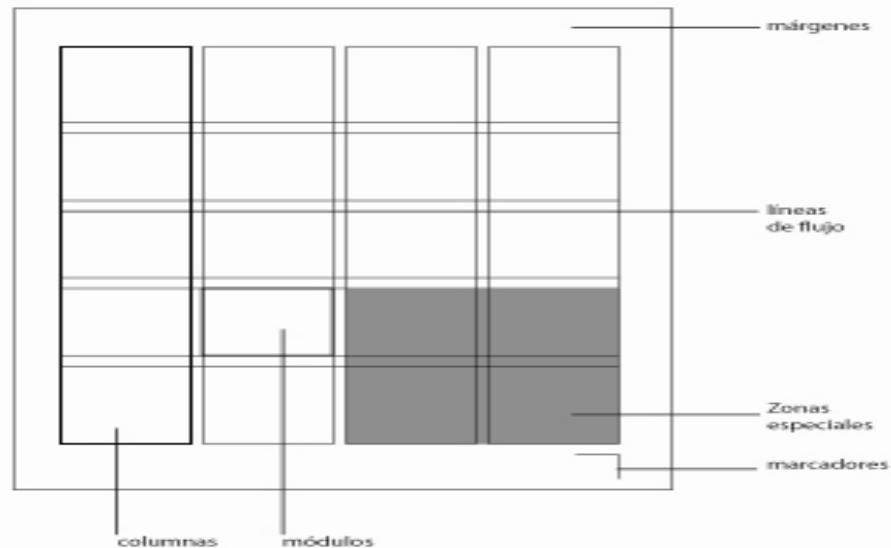
Los nombres de los márgenes que se encuentran en una publicación: el margen superior o de cabeza, el margen inferior o de pie, el margen interior o de lomo y el margen exterior o de corte. Una vez que están definidos los cuatro márgenes se obtiene el espacio de mancheta o Mancha, es decir la zona de impresión o la zona en la que estarán los contenidos de la publicación o la que equivale al tamaño de la página, menos los márgenes.

Es recomendable no utilizar los cuatro márgenes iguales, ya que esto crea un aspecto excesivamente monótono y carece de tensión compositiva, que es uno de los elementos que crea interés visual en el espectador. Es recomendable tener en cuenta, que normalmente los márgenes menores son los laterales y que el margen inferior suele ser mayor que el superior.

Cuando ya está definido un tamaño de mancheta, se puede comenzar a distribuir espacios y a crear bloques que simulen los diferentes contenidos que tendrá la página. De esta forma se podrá generar, de una forma rápida, bocetos de cómo puede ser la distribución y el aspecto de la publicación.

Las ilustraciones y los títulos pueden ocupar anchos de una, dos, tres o cuatro columnas, dependiendo del énfasis que queramos darle a cada elemento. Y siempre teniendo presente que aquellos elementos de mayor tamaño o de trazos más gruesos atraerán la atención de forma más inmediata.

Partes de una retícula



- *Márgenes*. Son espacios negativos entre el borde del formato y el contenido, que rodean y definen la zona “viva” en la que puede disponerse tipografía y las imágenes. Los márgenes pueden utilizarse para dirigir la atención, pueden servir como espacio de descanso para el ojo, o bien pueden contener determinada información secundaria.

- *Líneas de flujo*. Son alineaciones que rompen el espacio dividiéndolo en bandas horizontales. Estas líneas guían al ojo a través del formato y pueden utilizarse para imponer paradas adicionales y crear puntos de inicio para el texto o las imágenes.

- *Zonas espaciales*. Son grupos de módulos que, en su conjunto, forman campos claramente identificables. Puede asignarse un papel específico a cada campo para mostrar información; por ejemplo, un campo alargado horizontal puede reservarse para imágenes, y el campo situado debajo de éste puede reservarse para una serie de columnas de texto.

- *Los marcadores*. Son indicadores de posición para texto subordinado o repetido a lo largo del documento, como los folios explicativos, los títulos de sección, los números de página o cualquier otro elemento que ocupe una única posición en una maqueta.

- *Los módulos*. Son unidades individuales de espacio que están separados por intervalos regulares que, cuando se repiten en el formato de la página, crean columnas y filas.

- *Las columnas*. Son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones horizontales entre los márgenes. Puede haber un número cualquiera de columnas; a veces, todas tienen la misma anchura y, a veces, tienen anchuras diferentes en función de su información específica.

Tipos de Publicación

Libro

El Diccionario de la Real Academia 22º ed. lo describe como un impreso encuadernado que desarrolla extensamente un tema acorde con su título, un ensayo grande, una novela u obra literaria larga o una compilación de cuentos, ensayos u obras más pequeñas.

El Dr. Armando A. Castillas (2005) comenta que los libros están integrados por “textos” o escritos cortos, entonces se debe entender que un libro de historia está integrado por varios textos o escritos cortos que hablan sobre temas específicos de historia.

Un libro está compuesto de varios textos (o escritos cortos) son los llamados “libros de texto” El libro es el compendio de varios textos o escritos cortos. Los textos integran (dan forma) al libro.

Los libros y los textos pueden ser impresos o digitales (electrónicos).

En muchas ocasiones se comete el error de utilizar indiferentemente (por igual) la palabra texto y libro para referirse a un libro impreso en papel o digital. No se confunda, comúnmente dice que va a leer un libro de historia, pero lo que va a leer es un texto o varios textos de historia contenidos en ese libro. Un libro de historia de la revolución mexicana estaría integrado por varios textos que tratan temas específicos, presentados en capítulos, partes o unidades.

Según Castillas, el libro es la fuente principal de conocimientos del hombre y la mujer cultos. Antes y después de la invención de la imprenta, el libro a menor o mayor grado ha sido el medio por el cual se masificó la cultura y los conocimientos. Hablar de masificación de la cultura en nuestros días, es hablar de los medios masivos de comunicación, desde los inicios del periódico y el cine, hasta la invención de la radio y la televisión. En nuestros días la información electrónica o digital de la Internet juega un papel importantísimo en la divulgación de información.

Castillas afirma que los conocimientos que posee son producto de los libros que ha leído. La visión que tenga de los acontecimientos que se suscitan a su alrededor y el alcance de sus acciones, dependen en gran medida de la preparación formal e informal que usted posea. Es decir, de las lecturas (la adquisición de conocimientos) que haya realizado en la escuela y fuera de ella.

La literatura cualquiera que ésta sea (libros históricos, técnicos, teóricos, científicos, etc.), es fundamental para la formación de los hombres y las mujeres, ya que leer es la fuente de conocimiento necesaria para desarrollar su capacidad intelectual.

Revista

La enciclopedia Sopena la describe como “publicaciones periódicas, interesadas en un tema en particular y dan cabida a una serie de textos similares (artículos). Se clasifican en volúmenes, que corresponden numéricamente de la primera impresión a la última. Tienen un interés primeramente económico y usualmente se encuentran financiadas por publicidad externa”.

El Diccionario de la Real Academia 22° ed. menciona que se puede partir como un inicio de la revista, la aparición de publicaciones periódicas que no fueran solamente informativas, en forma de almanaques; es que hayan incorporado a sus páginas una variedad de lecturas.

Las primeras revistas reunían una gran variedad de material que era de interés para los lectores. Una de las primeras fue una publicación alemana: "*Erbauliche Monaths-Unterredungen*" (Discusiones Mensuales Edificantes), que apareció entre los años 1663 y 1668.

Pronto fueron surgiendo (con cierta peridocidad) más, en otros países de la misma Europa como: Francia, Inglaterra e Italia. Ya para la década de 1670 se dieron a conocer al público algunas revistas de contenido ligero (o de entretenimiento) y divertidas. La más conocida de todas ellas para esa época fue "*Le Mercure Galant*", que se conoció en el año de 1672. Más tarde esta cambió de nombre a "*Mercur de France*".

A comienzos de siglo XVIII Joseph Addison y Richard Steele crearon "*The Tatler*" (1709-1711), que se editaba tres veces por semana. La Enciclopedia Británica las define como: “una colección de textos (ensayos, artículos, reportajes, poemas), muchas veces ilustradas”.

La publicación de revistas se fue consolidando como actividad altamente rentable en todo el planeta a medida el tiempo transcurría y su consumo se volvía más diverso o hasta especializado. Ahora bien, es importante señalar que las revistas a pesar de ser tan especial, tuvieron un surgimiento similar al de los periódicos de noticias.

Hoy es uno de los medios escritos más vendido, diverso y consultado tanto por jóvenes como por adultos, mujeres, ancianos, científicos, profesionales o no; cuyo requisito mínimo de comprensión la hace un artículo de fácil uso y difusión.

Periódico

El Diccionario de la Real Academia 22° ed. indica que es un boletín no institucional que aparece regularmente y contiene noticias de índole general sobre lo que sucede en un área geográfica o del conocimiento.

Existen desde la aparición de la imprenta, siendo el primer medio de comunicación de masas y los vehículos originales del periodismo. Aunque la información sea su función más destacada, la prensa periódica posee,

como todo medio de comunicación, las funciones de informar, persuadir, promover, formar opinión, educar y entretener (habitualmente resumidas en la tríada *informar, formar y entretener*).

Boletín

El Diccionario de la Real Academia 22° ed., indica que son publicaciones periódicas que buscan informar a los integrantes de una comunidad, institución, corporación, empresa, partido o grupo acerca de los sucesos y opiniones que trascienden en el interior de la propia organización.

Folleto promocional y de servicios

Según la enciclopedia Sopena, es una publicación no encuadernada utilizada, generalmente, para transmitir información publicitaria, que ofrece información de los productos o servicios de una empresa. Suele llevar información solo de algunos productos y servicios puntuales o de ofertas concretas.

Instructivo

Según la enciclopedia Sopena, es un folleto puede ser considerado como instructivo si tiene instrucciones técnicas para el armado, ensamblado o construcción de un objeto. Se observa a un instructivo como un folleto cuyo contenido está limitado a especificaciones técnicas, de armado u operación.

Sus cualidades son similares a las del folleto en cuanto a construcción de diseño, pero en contenido se aproximan más a la de los manuales.

Dentro de los elementos básicos de su construcción se observan el glosario, índice y un amplio uso de imágenes, diagramas y fotografías.

Catálogo

El Diccionario de la Real Academia 22° ed., indica que son publicaciones que ofrecen información de los productos o servicios de una empresa y sus características. Se utilizan para promocionar o hacer publicidad de una empresa, producto o servicio.

Manual

El Diccionario de la Real Academia 22° ed., indica que es un impreso que debe estar en la mano cuando su usuario se enfrenta a la práctica; por tanto su concepto editorial y de diseño debe hacer cómoda la localización de la información, el sostenimiento del manual abierto con una mano sobre la mesa mientras se hacen manipulaciones técnicas con la otra mano, etc.

Guía

El Diccionario de la Real Academia 22° ed., indica que es un documento que tiene información introductoria muy comprensiva para un usuario novato que llevará a cabo un funcionamiento. Es un libro de indicaciones.

6.2.2.4 Impresión

El Diccionario de la Real Academia 22° ed., indica que es un proceso para la producción de textos e imágenes, típicamente con tinta sobre papel usando una prensa. A menudo se realiza como un proceso industrial a gran escala, y es una parte esencial de la edición de libros.

Materiales Impresos

La palabra "imprenta" es utilizada para designar diferentes procesos para reproducir palabras, imágenes o dibujos sobre papel, tejido, metal y otros materiales, según el Diccionario de la Real Academia 22° ed. Estos procesos, que a veces reciben el nombre de artes gráficas, consisten en esencia en obtener muchas reproducciones idénticas de un original por medios mecánicos, por lo que el libro impreso ha sido bautizado como el primer producto en serie.

Los materiales impresos se caracterizan por codificar la información mediante la utilización del lenguaje textual (suele ser el sistema simbólico predominante) combinado con representaciones icónicas. En su mayor parte son materiales que están producidos por algún tipo de mecanismo de impresión.

En este sentido, Flanagan (1991) caracteriza este tipo de medios del siguiente modo: "Los materiales impresos se diferencian de otros tipos de medios por el hecho de estar compuestos de hojas o pliegos (hechos, sobre todo de papel) sobre los que la información se presenta en hileras de caracteres o símbolos.

A veces se intercala también material visual, entre las líneas. En ocasiones, el material impreso no es más extenso que una sola hoja de papel; otras veces, contiene una serie de páginas que pueden estar plegadas, cosidas, pegadas, atadas, encuadernadas o grapadas por uno de los lados, formando una especie de paquete. "

Historia

Phillips, B. Meg. (1990) menciona que la Ilustración inglesa influyó en Francia y estableció los cimientos de la Revolución francesa de 1789, de tintes burgueses y favoreció el nacimiento de la Prensa como una nueva fuerza en toda la Europa continental.

En 1777 nació el primer diario francés, Le Journal de París que tenía sólo cuatro páginas. En la capital de la prensa italiana, Milán, apareció el primer periódico literario Il Café. En 1785, John Walter fundó el decano de la prensa inglesa, el Times. Se produjo tal auge de los periódicos, que se crean las primeras formas de verdadero periodismo político, sobre todo en Francia e Italia, donde aparecen los Monitori.

Phillips asegura que la clase política ya es consciente del enorme potencial de los medios impresos y su influencia en la opinión pública. Por esta razón, Napoleón mantuvo un gran interés por el control de la prensa. Tras la caída de Napoleón, en

Gran Bretaña y Francia, se impuso el liberalismo burgués, mientras en el resto de Europa mandaba la censura y una extrema vigilancia de los periódicos, lo que provoca que la libertad de prensa se convierta en la bandera de todos los sectores progresistas. En 1836 Emile Girardin editó La Presse, antecedente de la prensa industrial y denominada "prensa barata", que competirá con Le Siècle. Doce años más tarde, en Italia, surgió La Gazzetta del Popolo, en competencia con La Gazzetta Piemontesa, que posteriormente se convierte en la actual La Stampa.

En el siglo XIX una serie de factores influirán en el desarrollo de la prensa:

- a) La aceptación progresiva del constitucionalismo.
- b) La Revolución Industrial, que provoca el fenómeno de la urbanización, lo que implica la aparición de la clase obrera.
- c) El desarrollo de la enseñanza: la progresiva alfabetización hace que se demanden más noticias y más actuales.

De 1870 a 1914 es la "Edad de Oro" de la prensa europea. La libertad de prensa facilita la aparición de centenares de cabeceras que se clasifican como prensa de élite: Le Journal des Débats, Le Figaro, el influyente Le Temps o el Frankfurter Zeitung Allgemeine; prensa especializada: Il Sole, primer diario económico y comercial de Italia; prensa política: L'Humanité; y prensa de masas: Le Petit Journal, Le Petit Parisien, Le Matin y Le Journal, con tiradas millonarias en Francia y en Italia Il Secolo, primer periódico moderno, el Corriere della Sera o Il Messaggero. La prensa europea durante las dos guerras mundiales se limitó a defender sus respectivos intereses, tanto de los aliados como de los germanófilos, lo que convirtió a los periódicos en referentes estratégicos y propagandísticos.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial se inicia un proceso de consolidación y se crean grandes grupos de prensa en la Europa Occidental. Surgen nuevos periódicos y revistas, como Le Monde, Le Nouvel Observateur y Liberation, L'Express y Le Point en Francia; Bild Zeitung, Die Zeit, Der Spiegel y Stern, en Alemania; e Il Manifesto y La Repubblica, en Italia.

6.2.2.5 Ilustración

En general las ilustraciones son los elementos que más llaman la atención y es la parte de la composición que seguro miramos.

La presencia de una imagen abre al diseñador un abanico de posibilidades mucho más amplio, ya que son elementos que:

- Proporcionan información.
- Enseñan las características del producto.
- Hacen la comunicación más real y creíble.
- Sugieren, expresan sensaciones, estimulan.

La ilustración es otra forma de transmitir una idea, un concepto. Se le denomina así al dibujo o imagen que adorna o documenta el texto de un libro o cualquier publicación, ya que es un componente gráfico que complementa o realza el texto.

El objetivo de una ilustración es llamar la atención, comunicar un mensaje o ambas cosas.

Representa de una forma realista elementos que no existen o por mostrar elementos, productos, personajes o situaciones imaginarias o de ficción.

Dependiendo de la composición o estructura que tenga la ilustración, reflejará sensaciones diferentes.

Por ejemplo:

- Las rectas pueden expresar fuerza, definición, direccionalidad, etc.
- Por otro lado, las líneas horizontales reflejan calma y serenidad, y las líneas verticales majestuosidad, superioridad, etc.
- Las curvas pueden expresar movimiento, belleza, flexibilidad, etc.

En muchos casos muestra una gran dosis de originalidad. Hay que tener en cuenta que la ilustración dentro de un diseño, no es una parte independiente, sino un elemento que forma parte de una composición, es decir de un todo.

Las figuras, los fondos y todos los elementos que compongan la ilustración han de tener un aspecto agradable y atractivo. Además se debe conseguir, no sólo el aspecto estético o de atracción, sino que exprese las cualidades o características de lo que estamos representando, es decir de lo que queremos comunicar.

6.2.6 Diagramación

Gerbaldo, Judith (2001) resalta que la diagramación consiste en materializar el diseño en un producto final, siguiendo todas las convenciones del primer trabajo que hace referencia al diseño. Además, radican en disponer el orden, la secuencia y la importancia de los elementos visuales en una página.

Por ello, con certeza Gerbaldo afirma que la diagramación forma parte del diseño, con el diseño imaginamos y creamos, con la diagramación ubicamos y hacemos realidad nuestra imaginación.

Además, se menciona que la diagramación es la puesta en funcionamiento de nuestro diseño sobre la hoja en blanco, también significa poner los elementos en el papel, siguiendo los lineamientos que de manera general hemos definido con el diseño.

6.2.6.1 Elementos de la diagramación

El formato: Es el tamaño o área de la hoja de papel, donde va a ser impreso el diseño.

Existen diversos formatos de acuerdo a la necesidad del usuario como son los libros, revistas, periódicos, manuales, afiches, guías brochures, entre otros.

Los Márgenes: Son los espacios circundantes que se respetan entre la caja y el borde de la hoja de papel. Pueden variarse de acuerdo al diseño, pero siempre respetando la continuidad del impreso.

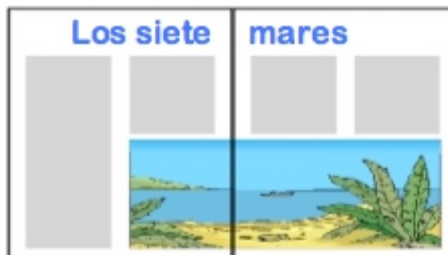
La Caja: Es el espacio real y limitante, donde se diagrama y se acomodan los elementos de la página.

6.2.6.2 Aspectos básicos de diagramación

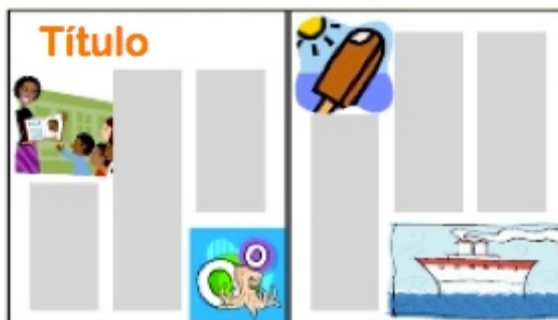
Un principio que se debe tener en cuenta, a la hora de iniciar toda obra, es a cuántas columnas se va a trabajar. Las columnas se diseñan para facilitar la lectura, junto con el tipo de letra o tipografía que se va a usar.



Un ejemplo de páginas centrales o doble página, solamente la ilustración puede eventualmente romper la caja, excepto el texto.



Otra buena estrategia de composición en doble página, es montar las ilustraciones señalando hacia el centro del documento. Así se garantiza un enfoque visual en entorno con los textos y la mantiene más interesante como un todo.



6.2.6.3 Las reglas de la diagramación

Cumpa Gonzalez (2003) Describe que la mejor forma de aprender a diagramar, es observar e imitar otros impresos tales como revistas, diarios, plegables, etc. Pero existen 6 reglas de oro que se deben tomar en cuenta al diseñar:

1. Tener presente el número de columnas a usar, para planificar la cantidad de texto.
2. Una vez ubicados los textos, no olvidar dejar espacio para los elementos gráficos.
3. No recargar la página con textos, imágenes y/o blancos. Ser conciso para no distraer del tema central.
4. Los espacios pequeños en blanco, ayudan a descansar la vista.
5. Cuando se diagrama una doble página, se debe dejar un espacio prudente en el centro de ambas, para evitar que las imágenes o el texto queden atrapados en el engrape o pegue del lomo.
6. Se recomienda no utilizar más de 2 ó 3 familias tipográficas por documento diagramado. Unificarlas por títulos, subtítulos y párrafos.

6.2.7 Tipografía

Es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir las palabras con cierta habilidad, elegancia y eficacia.

La tipografía es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre.

En los primeros signos de escritura, cada signo nos expresa una idea, un concepto o una cosa; estos signos se combinan entre sí para comunicar ideas más complejas.

El campo tipográfico, abarca la realización de libros, periódicos, anuncios publicitarios, revistas y cualquier otro documento impreso que se comunique con otros mediante palabras.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias

6.3.1.1 Antropología

Según el diccionario de Antropología cultural (1981) la Antropología es el estudio de los seres humanos desde una perspectiva biológica, social y humanista.

A la antropología se la puede dividir en cuatro ramas o subdisciplinas:

- **La Antropología Física o Biológica** es aquella que se ocupa de estudiar y analizar la diversidad que ha atravesado el cuerpo del hombre en el pasado y el presente, es decir, la evolución que correspondió a la anatomía.

- **La Antropología Social** es la sub rama que se centra en el estudio del comportamiento humano, la cultura y la estructura de las relaciones sociales.

- **La Arqueología** se encarga de estudiar la raza humana que pobló la tierra en el pasado, es decir, es aquella que nos permite saber que hacía, que comían, a que se dedicaban aquellos pueblos primitivos ya extintos.

- **La Antropología Lingüística** es la parte de la antropología que se ocupará del estudio de los lenguajes humanos, más que nada del desarrollo que fueron alcanzando a través del tiempo y de las influencias que ha tenido en ellos.

La Antropología Social o Cultural, que se enfoca más en este proyecto, consiste en el estudio de la sociedad y la cultura, describiendo y explicando las similitudes y diferencias culturales, en el tiempo y el espacio. Para ello, distingue entre lo universal (características biológicas, psicológicas, sociales y culturales compartidas por todos los humanos), lo general (compartidas por muchos, pero no por todos los grupos) y lo particular (no compartidas).

6.3.1.2 Andragogía

Malcom Knowles (1997) consideraba a la Andragogía como la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto, a diferencia de la Pedagogía que se aplicó a la educación del niño. Es la forma en que se logra el aprendizaje en la Educación de Adultos, de forma tal que éstos logran el desarrollo autos sostenido e integral que les lleva a ubicarse como individuos capaces de contribuir a logros profesionales, de crecimiento personal y de intervención comunitaria y social.

El campo andragógico se refiere a los adultos jóvenes, particularizando los estudiantes de la enseñanza superior o universitaria, así como a su desarrollo humano integral basado en competencias.

La Andragogía concibe al participante como el centro del proceso de enseñanza y aprendizaje, es él quien decide: qué aprende, cómo lo aprende y cuándo lo aprende, tomando en cuenta sus necesidades, intereses y su experiencia, lo que conlleva al desarrollo y adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes en el logro de los aprendizajes que éste necesite. En otras palabras, el participante es el único responsable de su proceso de aprendizaje.

La Andragogía no se limita a la adquisición de conocimientos y mejora de habilidades y destrezas, sino que consiste en un proceso de desarrollo integral, donde el individuo crece como persona, como profesional, como padre de familia, como ente social que forma parte de una comunidad en la que es capaz de desenvolverse de manera más adecuada posible.

6.3.1.3 Psicología

Según el Diccionario de la Real Academia Española 22° ed., es la ciencia que estudia la conducta y los procesos mentales. Trata de describir y explicar todos los aspectos del pensamiento, de los sentimientos, de las percepciones y de las acciones humanas. Por ser una ciencia, la psicología se basa en el método científico para encontrar respuestas.

Etimológicamente, Psicología, proviene del griego *psique*: alma y *logos*: tratado, ciencia. Literalmente significaría *ciencia del alma*; sin embargo, contemporáneamente se le conceptualiza a la Psicología como una parte de las Ciencias Humanas o Sociales que estudia:

- El comportamiento de los organismos individuales en interacción con su ambiente.
- Los procesos mentales de los individuos.
- Los procesos de comunicación desde lo individual a lo microsocioal.

La psicología es el estudio científico de la conducta y la experiencia de cómo los seres humanos y los animales sienten, piensan, aprenden, y conocen para adaptarse al medio que les rodea.

6.3.1.4 Psicología del Aprendizaje

Es aquella que estudia los procesos a través de los cuales los organismos cambian su conducta (externa o interna), debido a la experiencia (real o imaginaria) que no puede explicarse por un cambio transitorio en el organismo, fenómenos de maduración o por tendencias propias.

Ésta se ocupa de los procesos que producen cambios relativamente permanentes en el comportamiento del individuo (aprendizaje). La importancia de la psicología del aprendizaje consiste en que estudia procesos de conocimientos, a través de los cuales los organismos (ya sea animal o humano), procesan información.

6.3.1.5 Psicología del Color

Dado que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, José M. Parramón (1988) se refiere a que la psicología del color tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual.

Tiene mucho poder de atracción o rechazo dependiendo del uso que se le dé. Las emociones, sensaciones, y en definitiva todo lo que los colores pueden llegar a expresar y hacer sentir al espectador, forma una parte fundamental de la base de un buen diseño.

Cada color tiene un significado y expresa una sensación agradable o desagradable, fría o cálida, positiva o negativa. El estudio de la influencia psicológica de los colores, es hoy en día una ciencia que se aplica a diferentes campos debido a la importancia que puede tener en los ambientes, en la vida diaria y en la publicidad. También se debe tener en cuenta que el color puede cambiar su significado dependiendo del país y su cultura. La función de los elementos gráficos, no es solo adornar, sino atraer, representar la realidad y proporcionar más información que la escrita o hacerla más evidente.

Color

El color es la impresión producida al incidir en la retina los rayos luminosos difundidos o reflejados por los cuerpos. Algunos colores toman nombre de los objetos o sustancias que los representan naturalmente. Orientado al espectro solar, cada uno de los siete colores en que se descompone la luz blanca del sol: rojo, naranja, amarillo, verde, azul turquesa y violeta. Del color se desprende una división que serían los primarios (amarillo, rojo y azul) y los secundarios que surgen como mezcla de los anteriores (naranja, verde y violeta).

Según Parramón, el color produce una reacción que también provoca estimulación, y se utilizan las palabras *cálido* y *frío* para caracterizar los colores, pues la cualidad expresiva en cuestión es más intensa y biológicamente más importante que en la sensación de la temperatura:

- Colores cálidos: se asocian a la luz solar y al fuego, el rojo, el anaranjado y el amarillo. Son considerados como estimulantes, alegres y hasta excitantes. Estos colores en matices claros (cremas y rosas) sugieren delicadeza, feminidad, amabilidad, hospitalidad y regocijo. Los matices oscuros con predominio de rojo expresan vitalidad, poder, riqueza y estabilidad.

- Colores fríos: se asocian con el agua al azul, el violeta y el verde. Se consideran tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes. Los colores fríos en matices claros expresan delicadeza, frescura, expansión, descanso, soledad, esperanza y paz. Los matices oscuros con predominio de azul expresan melancolía, reserva, misterio, depresión y pesadez.

Significado de los colores

Amarillo

Color más intelectual y puede ser asociado con una gran inteligencia o con gran deficiencia mental. Este color significa: envidia, ira, cobardía, bajos impulsos, evoca satanismo y traición. Es el color de la luz, el sol, la acción, el poder y simboliza arrogancia, oro, fuerza, voluntad, estímulo, alegría y buen humor. Con el rojo y el naranja constituye los colores de la emoción.

Mezclado con:

- Negro, da un matiz verdoso poco agradable y expresa enemistad, disimulo, crimen, brutalidad, recelo y bajas pasiones.
- Blanco, puede expresar cobardía, debilidad o miedo.

Naranja

Actúa como estimulante de los tímidos y tristes. Representa la alegría, la juventud, el calor y el verano. Simboliza entusiasmo, incandescencia y exaltación. Aumenta el optimismo, la seguridad, la confianza, el equilibrio; disminuye la fatiga y estimula el sistema respiratorio. Cuando es muy encendido o rojizo expresa ardor y pasión.

Mezclado con:

- Negro, sugiere engaño, conspiración e intolerancia. Y si es muy oscuro, expresa opresión.

Rojo

Se le considera con una personalidad extrovertida con un temperamento vital, ambicioso y material, que se deja llevar por el impulso, más que por la reflexión. Simboliza sangre, fuego, calor, revolución, alegría, acción, pasión, fuerza, disputa, desconfianza, destrucción e impulso, crueldad y rabia.

Mezclado con:

- Blanco es frivolidad, inocencia y alegría juvenil.
- Negro estimula la imaginación y sugiere dolor, dominio y tiranía.

Violeta

Significa martirio, misticismo, tristeza, aflicción, profundidad y también experiencia. Pero en **púrpura** significa realeza, dignidad, lujo y elegancia.

Mezclado con:

- Negro es deslealtad, desesperación y miseria
- Blanco es muerte, rigidez y dolor.

Azul

Se asocia con los introvertidos o personalidad retraída o de vida interior, vinculado con la inteligencia y las emociones profundas. Es el color del infinito, de los sueños y de lo maravilloso. Simboliza la sabiduría, la fidelidad, la verdad eternal y la inmortalidad, la paz, quietud, espacio, descanso y lasitud. No fatiga los ojos en grandes extensiones.

Mezclado con:

- Blanco es pureza, fe y cielo.
- Negro es desesperación, fanatismo e intolerancia.

Verde

Es un color de gran equilibrio, porque está compuesto por colores de la emoción (amarillo=cálido) y del juicio (azul=frío). Se asocia con las personas superficialmente inteligentes y sociales. Significa realidad, reposo, esperanza, razón, lógica y juventud.

Sugiere humedad, frescura, vegetación lo cual simboliza naturaleza y crecimiento.

Mezclado con: - Blanco, debilidad o pobreza.

Blanco

Es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz. Es la suma o síntesis de todos los colores, y el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia, significa paz o rendición.

Mezclado con:

- Cualquier color reduce su croma y cambia sus potencias psíquicas, la del blanco es siempre positiva y afirmativa, da la idea de pureza y modestia.

Gris

No es un color, sino la transición entre el blanco y el negro, o sea la mezcla de ambos. Simboliza neutralidad, sugiere tristeza y es una fusión de alegrías y penas, del bien y del mal.

Negro

Es la ausencia del color. Simboliza error y mal, es la muerte. Además, por un lado significa rigor, prudencia, honestidad, seriedad y elegancia; por otro lado significa tristeza, luto, inconsciencia, odio.

6.3.1.6 Semiología o Semiótica

El Diccionario de la Real Academia 22° ed. la define como la ciencia o disciplina que se interesa por el estudio de los diferentes tipos de símbolos creados por el ser humano en diferentes y específicas situaciones. Este estudio se basa en el análisis de los significados que cada tipo de símbolo puede tener y cómo ese significado puede ir variando a lo largo del tiempo o del espacio. La semiótica (término estadounidense) o semiología (término europeo) trabaja sobre la cultura del ser humano actual y de otras épocas. El término semiótica proviene del griego *semeiotikos*, que significa 'intérprete de signos'.

Uno de los elementos más complejos e interesantes de la cultura es el conjunto de símbolos y formas que el ser humano crea para diferentes situaciones o circunstancias.

Umberto Eco (1986) comenta que cada conjunto de símbolos se aplica a un tipo de eventos o fenómenos y por eso su significado o su interpretación

es completamente particular y específica. Los símbolos son representaciones más o menos arbitrarias o subjetivas de esos fenómenos y el nacimiento de los mismos tiene que ver con la necesidad del ser humano de integrar tales fenómenos al lenguaje.

La semiótica entonces se interesará por analizar por qué esos símbolos pueden tener un significado en un momento o espacio y cambiar, o mantenerse a lo largo del tiempo si tal fuera el caso.

Saussure fue el primero que habló de la semiología y la define como: "Una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social"; añade: "Ella nos enseñará qué con los signos y cuáles son las leyes que lo gobiernan...".

Eco hace referencia en que el americano Peirce (considerado el creador de la semiótica) concibe igualmente una teoría general de los signos que llama semiótica. Ambos nombres basados en el griego "Semenion" (significa signo) se emplean hoy como prácticamente sinónimos. Ejemplo: La moda, las costumbres, los espectáculos, los ritos y ceremonias, los objetos de uso cotidiano.

El concepto de signo y sus implicaciones filosóficas, la naturaleza y clases de signos, el análisis de códigos completos, son objetos de estudio de la semiótica o semiología.

Signo

Umberto Eco (1986) explica que la definición de signo será siempre una de gran nivel abarcativo ya que éste es un elemento que puede ser utilizado en infinitas áreas del lenguaje humano para simbolizar un significado, que puede a su vez variar en cada ocasión. Si bien, el concepto de signo tiende a ser relacionado con determinado tipo de elementos (por ejemplo los signos del zodiaco, los signos de puntuación), un signo puede ser cualquier representación del lenguaje humano en su inmensa variedad.

Los signos son construidos con diversos fines, métodos y estilos. Algunos tipos de signos más reconocidos son los que se establecen en el lenguaje (cada letra o símbolo de un alfabeto es un signo, como también lo son los signos de puntuación o los signos de comunicación establecidos para personas con discapacidad auditiva), los signos religiosos y los que representan otro estilo de creencias o pensamientos como por ejemplo los signos de diferentes zodiacos, los signos del tránsito que son utilizados para organizar el movimiento vehicular.

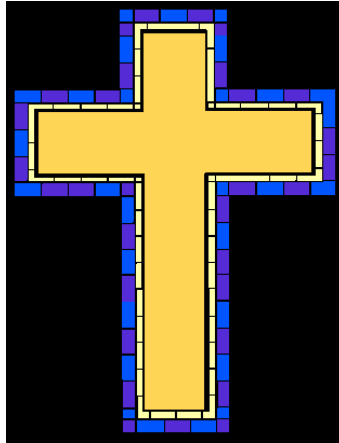
Símbolos

De igual forma, Eco describe el símbolo como una clase de signo que tiene un poder de expresión en parte contenido en su misma naturaleza y en parte dependiente de la libre imaginación del hombre. El símbolo es la forma de exteriorizar un pensamiento o idea más o menos abstracta. Los símbolos pueden componerse de información realista, extraídas del

entorno, fácil de reconocer, o también por formas, tonos, colores, texturas y elementos visuales básicos que no guardan ninguna similitud con los objetos del entorno natural.

No poseen ningún significado, excepto el que se les asigna. Su valor se puede determinar según hasta donde penetra la mente pública en términos de reconocimiento y memoria.

Por ejemplo la Cruz es el símbolo más popular del cristianismo y significa salvación.



Íconos

Se trata del signo que, a través de una relación de semejanza, puede representar un cierto objeto. Por ejemplo, el dibujo de una curva en un cartel, señala que el conductor de un vehículo se encontrará a una cierta cantidad de metros con una curva en la carretera.

El semiólogo Charles Peirce afirma que un ícono es un signo que puede representar algo mediante alguna semejanza con cualquier aspecto del objeto representado.

Son signos icónicos: Los cuadros, las esculturas figurativas, las fotografías, los dibujos animados, las caricaturas, las onomatopeyas (imitaciones del sonido), mapas, planos, gráficos que visualizan proporciones.



Semiología de la Imagen

Denis, M (1989) la describe como el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. Es el estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en el punto de vista visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, íconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

Hay que ver la semiótica de la imagen dentro de una "semiótica de lo visual"; lo visual implica una gran división entre lo estático y lo dinámico.

Al ser la imagen un componente fundamental de la cultura, Denis, M comenta que de la vida social y política, implica en reflexionar cómo se construye socialmente el sentido en ciertos procesos de comunicación visual. La imagen se puede ver no sólo como sistema de expresión, sino una estrategia política y social, como un elemento fundamental en la explicación de grupos sociales, religiones, sistemas políticos y, ahora, de los medios de información colectiva. De ahí que una semiótica de la imagen es una herramienta para el mayor conocimiento de cómo ciertos procesos se presentan en la vida social, qué efectos de sentido tienen sus construcciones, qué relaciones se pueden establecer entre aspectos estéticos y culturales o entre los perceptivos y sus usos sociales, etc.

Sougez, Marie-Loupe (1988) menciona que la palabra fotografía se armó con dos vocablos griegos: foto (luz) y graifa (escritura), derivando de su unión la idea de escribir o dibujar con luz. Lo demás fue el resultado de la convergencia de dos descubrimientos que se perfeccionaron independientemente: la obtención de imágenes fijas por medio de una cámara oscura y la reproducción de éstas mediante reacciones químicas, provocadas por la luz al incidir sobre determinadas sustancias.

6.3.1.7 Sociología

Max Weber (1982) la describe como la ciencia social por excelencia que se ocupa del estudio de las relaciones entre los individuos y las leyes que las regulan en el marco de las sociedades humanas.

Su objeto de estudio son básicamente los grupos sociales, entendidos estos como el conjunto de individuos que conviven agrupados en diferentes tipos de asociaciones humanas. Se ocupa de analizar las diversas formas internas de organización que pueden presentar los mismos, las relaciones que entre sí mantienen y con el sistema dentro del cual se encuentran insertos y, finalmente, el grado de unión que existe en la estructura social de la cual forman parte.

La Sociología puede ser estudiada a través de dos enfoques, el cualitativo, el cual supone descripciones detalladas de las situaciones, comportamientos y personas; y por otro lado, el cuantitativo, que implica características y variables que pueden ser expresadas mediante valores

numéricos y que además permiten encontrar posibles relaciones por medio del análisis estadístico.

Los grupos sociales son la realidad más inmediata para la Sociología. Estos grupos son las células básicas, y el hombre al nacer ya se encuentra inmerso en algún puesto de alguna relación social concreta.

Dentro del grupo social los individuos tienen algún tipo de relaciones entre sí, tiene cierta estabilidad y pueden ser identificados desde el exterior. Para que un grupo social exista se necesita:

- Motivos
- Tareas
- Interacción entre sus miembros

6.3.2 Artes

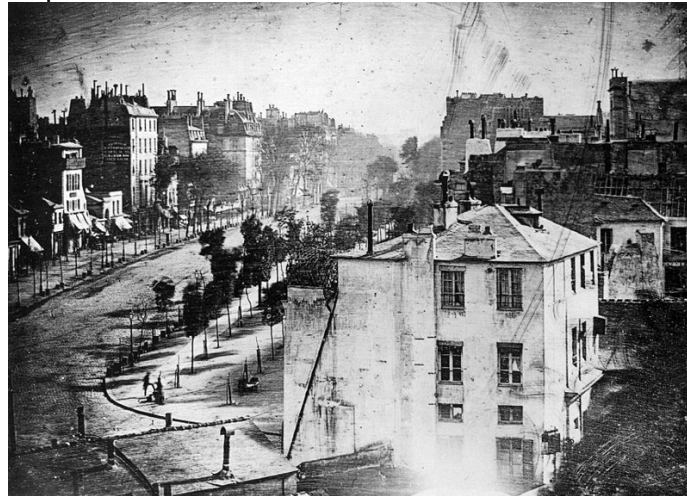
Fotografía

Historia y evolución

Según Freud, Gisele (1976), en 1822, el inventor francés Joseph N. Niepce (1765-1833) obtuvo la primera fotografía permanente, pero debería transcurrir algunos años antes de que esa técnica resultara verdaderamente práctica.



El artista francés Louis Jacques Mandé Daguerre (1789-1851) había trabajado durante años en un sistema para lograr que la luz incidiera sobre una suspensión de sales de plata, de manera que la oscureciera selectivamente y produjera un duplicado de alguna escena. En 1839, Daguerre había aprendido a disolver las sales intactas mediante una solución de sulfato de sodio, de tal manera que lo captado quedaba permanente.



Aunque el avance era notable, se tardaba alrededor de 25 a 30 minutos en efectuar una toma fotográfica, y eso si había sol. Pero este no era su principal inconveniente, sino la dificultad para obtener copias. Y fue otro inventor, William Henry Talbot (1800-1877), que hacía experimentos con lo que él llamó "calotipos", quien superó el problema en 1841. Con sus "calotipos" se obtenían unos negativos

que luego debían ser traspasados a positivos en otras hojas. En 1844 se publicó el primer libro ilustrado con fotografías.

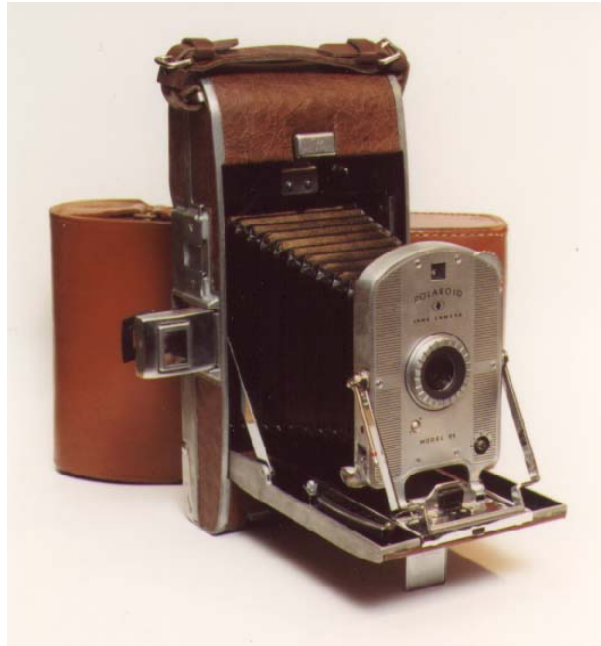


George Eastman, fundador de la Eastman Kodak Company, inventó el rollo de película en 1888 lanzando al mercado la cámara Kodak 100 vista que utilizaba carretes de 100 fotos circulares. Para revelar las mismas, había que llevar la cámara luego de finalizar el carrete a la empresa para que ellos la abrieran para poder extraer el rollo de película y poder revelar las fotografías.

El rollo de película fue mejorado en tamaño, ya que se redujo a 35 mm y en los años siguientes, Émile Reynaud desarrolló el primer film ztock perforado.



Posteriormente Polaroid introdujo el modelo 95 que utilizaba un proceso químico para desarrollar la película dentro de la cámara en menos de un minuto.



Fotografías controladas

De ésta manera, Phillips, B. Meg. (1990) explica que mientras los franceses introdujeron la imagen permanente, los japoneses trajeron un fácil control de sus imágenes al fotógrafo. En la década de 1950 Asahi, que más tarde se convirtió en Pentax, presentó el Asahiflex y Nikon presentó su cámara Nikon F.

De ésta manera surgen las cámaras SLR (Single Lens Reflex) las cuales utilizan una única lente para enfocar sobre el plano de imagen y ser usada por el fotógrafo. El visor SLR es el visor que ofrece mayor fidelidad: el encuadre observado es idéntico al que se plasmará sobre el negativo, pues la imagen que ofrece el visor es la que toma el objetivo.

Utilizan un sistema para objetivos intercambiables y otros accesorios. Para los próximos 30 años el tipo SLR las cámaras sigue siendo la cámara de elección y muchas mejoras se han introducido tanto a las cámaras y la película en sí.

A finales de 1970 y principios de 1980 las cámaras compactas fueron capaces de tomar decisiones de control de imagen calculando la velocidad de obturación, la abertura, y el enfoque, dejando libre a los fotógrafos para concentrarse en la composición.



Fotografía Digital

John Hedgecoe (2005) explica que la fotografía digital consiste en el mismo proceso de obtención de imágenes descrito anteriormente mediante una cámara oscura, de forma similar a la fotografía analógica. Sin embargo, así como en esta última las imágenes quedan grabadas sobre una película fotosensible, en la fotografía digital las imágenes son capturadas por un sensor electrónico que dispone de múltiples unidades fotosensibles y desde allí se archivan en otro elemento electrónico que constituye la memoria.

De igual forma, comenta John, la mayoría de las técnicas básicas para la toma de fotografías permanecen prácticamente sin cambios.



Fotografía en el Diseño Gráfico

Phillips, B. Meg (1990) resalta sobre el apresuramiento de las primeras revistas ilustradas a utilizar fotografías documentales. En un principio se copiaron las fotografías en plancha de madera para realizar xilografías, lo que disminuiría el realismo. Pero desde 1880 se utilizó en la imprenta el fotograbado tramado, lo que aumentó su calidad de impresión.

Hacia 1850 se empezaron a usar fotografías para anunciar productos comerciales. La publicidad fotográfica ha constituido parte fundamental de la prensa desde comienzos del siglo XX, al presentar una imagen atractiva del artículo anunciado y suscitar un deseo acuciante de adquirirlo. La fotografía de modas surgió como una rama especializada de la publicidad entre 1920 y 1930. Desde entonces ha acelerado los cambios en los estilos.

Hoy en día, sigue siendo parte fundamental en el proceso de diseño de algún material, aporta veracidad y realismo, por tanto, debe tener fuerza y un sentido específico y claro. Se debe procurar que las fotografías utilizadas no contengan información innecesaria, ya que esto puede provocar confusión y desinterés.

Las imágenes fotográficas llevan en sí un proceso analítico, de ciertos secretos para plantearse una toma correcta o fotografiar una realidad maquillada que permita transmitir las sensaciones y los valores que acompañan a nuestro producto y se conviertan en un argumento de venta, así como de seducción del lector. Hay que tener una idea clara de lo que se quiere comunicar por medio de la fotografía para que el contenido de esta sea exactamente lo que se busca.

Fotografía publicitaria

José Manuel Susperregui describe la fotografía publicitaria en su sitio web <http://www.euskonews.com> como el género que se utiliza con el fin de mostrar objetos y productos de forma atractivas para el consumidor, y así ser un elemento de mayor influencia sobre el vidente. Generalmente la fotografía publicitaria es presentada en forma que provoque o promueva una decisión.

La fotografía sirve como inspiración e influye en las ideas políticas y sociales de la gente. Por ellos alrededor de 1920 se empezó a utilizar como un componente más de la publicidad.

Susperregui aclara que la comercialización de los productos ha hecho de la fotografía publicitaria la actividad más importante del trabajo fotográfico por su volumen, técnica y creatividad. Las estrategias comerciales difieren entre sí pero todas ellas necesitan una imagen para que tal estrategia resulte eficaz y atractiva.

La fotografía publicitaria difiere del resto de los géneros fotográficos por varios motivos. Su funcionalidad le exige una adaptabilidad a los intereses comerciales que tienen por finalidad el aumento de las ventas o servicios. Si el anunciante consigue aumentar el número de ventas es cuando se valora positivamente la capacidad publicística de la fotografía. La fotografía publicitaria, por otro lado, no está comprometida con la realidad como, por ejemplo, la fotografía de prensa. Es decir, la fotografía publicitaria muchas veces se inspira en la realidad pero lo que nos representa por medio de sus imágenes es una realidad construida. A diferencia de otros tipos de fotografía, donde el fotógrafo tiene que estar alerta para obtener la instantánea, la fotografía publicitaria construye la escena exactamente igual que en el cine de ficción, y el fotógrafo se limita a captar la escena valiéndose de las técnicas de iluminación y fotográficas. En el caso de que el fotógrafo no obtenga la imagen diseñada en el primer disparo tendrá más oportunidades, tantas como hagan falta.

Susperregui comenta un aspecto indispensable, que radica en la forma de construir las imágenes, por parte de la fotografía publicitaria, le dota de un estatuto tolerante y abierto que acepta todo tipo de recursos con tal de que la imagen sea la idónea para el éxito de la campaña publicitaria. El término manipulación no resulta peyorativo al referirse a este tipo de fotografías porque los receptores saben diferenciar entre una fotografía de prensa y una publicitaria, el fotógrafo sólo tiene un límite, su imaginación. Puede recurrir a todo tipo de técnicas y trucos a diferencia de los reporteros gráficos de prensa, que pueden ser acusados de manipuladores por el solo hecho de ejercer algún control sobre sus fotografías.



En relación con la fotografía artística, la fotografía publicitaria sí está más comprometida por lo que decíamos anteriormente. La fotografía artística puede estar justificada tan sólo por la creatividad. Basta con que una fotografía reciba la denominación de artística para que sea observada como tal, no exigiéndole ninguna responsabilidad más allá de su propia justificación como obra de arte. En la fotografía publicitaria la justificación está en la funcionalidad de la imagen para lo que puede optar a todo tipo de recursos.



La originalidad supone la aportación de una imagen totalmente nueva, aún a pesar del riesgo de pasar totalmente desapercibida. La estimación de la fotografía publicitaria debe de tener presente dos supuestos conjuntamente: por un lado, la limitación creativa que supone la funcionalidad de la publicidad pero, por otro lado, también está la exigencia de originalidad para que esa funcionalidad se pueda imponer. Por lo tanto se puede puntualizar que su margen de creatividad puede ser amplio, aún a pesar de las restricciones de la funcionalidad.

Uno de los recursos más importantes de la fotografía publicitaria es la estética para la búsqueda de la originalidad. Este género fotográfico sufre las consecuencias del consumismo que propaga y está sometida a una renovación constante para mantenerse en la cúspide de la apelación. Los cambios estéticos como nuevas fórmulas de apelación son uno de los recursos más importantes del fotógrafo publicitario. Además la estética tiene valores positivos porque lo bello atrae mucho más la atención que lo feo, lo que ha provocado un culto a la belleza por parte del discurso publicitario. Llegados a este punto, se puede decir que la fotografía publicitaria entra en clara competencia con la fotografía artística en cuanto a los valores estéticos.



La fotografía publicitaria está formada por dos tipos de mensajes: denotativo y connotativo. El mensaje denotativo es un mensaje tímido pero veraz, afirmando la existencia del producto que se anuncia. La denotación no admite ni artilugios ni complejidades, pero lo cierto es que apenas existen fotografías publicitarias formuladas únicamente en base a la denotación.

En su habilidad seductora, la publicidad crea una apariencia que encubre un inventario de connotaciones, para emitir un mensaje que implica indirectamente más a las emociones que a la racionalidad. Las connotaciones también facilitan la creatividad publicitaria cuando se trata de visualizar una cualidad o atributo del producto. Las cualidades atribuidas a un producto son fácilmente visualizables por medio de las figuras de la retórica publicitaria que está directamente inspirada en la literaria. La metáfora, la sinécdoque, la metonimia y otras figuras componen esta retórica.

La metáfora sirve, por ejemplo, para comparar entre dos productos del mismo género: duración, resistencia, cualidades de este tipo se manifiestan generalmente a través de la comparación entre dos productos. En cierto grado de oposición a la metáfora se comporta la sinécdoque. Esta figura mantiene una clara relación con el objeto anunciado porque su función se basa en representar el todo por una parte.

Susperregui agrega que la metonimia consiste en designar una cosa con el nombre de otra es aplicable en el discurso de la fotografía publicitaria para crear una serie de asociaciones que definan los atributos del producto. Finalmente, para provocar la sonrisa, llamar la atención e impulsar la creatividad, los fotógrafos publicitarios acuden a la hipérbolo, a la exageración calculada de los signos.



Desde el punto de vista cultural, la fotografía publicitaria tiene un carácter globalizador. Su lenguaje moderno no conoce fronteras culturales entre los países desarrollados, por lo que se puede considerar como un lenguaje universal perfectamente compatible con otras culturas de carácter más local. También se le puede definir de manera indirecta como una fotografía que documenta ciertos valores de nuestra cultura, que se manifiestan a través de estas fotografías por su alto grado de aceptación social. No cabe duda de que la fotografía publicitaria contiene, además de unos valores en aras de su propia funcionalidad, otros contenidos que permiten analizar la cultura moderna desde diversas manifestaciones.

Fotografía y estilismo de comida (Food Styling)

Linda Bellingham (2008) lo describe como una especialización de la fotografía comercial, destinado a producir atractivas fotografías de alimentos para su uso en la publicidad, el envasado, los menús o los libros de cocina. La fotografía profesional de alimentos es un esfuerzo de colaboración, que generalmente incluye un director de arte, un fotógrafo, un estilista de alimentos, un apoyo estilista y sus asistentes.

Bellingham comenta que el papel específico del estilista de la comida es hacer que la comida se vea atractiva en la fotografía final. La principal diferencia entre cómo un cocinero o chef pueden presentar los alimentos y lo que un estilista puede hacer, radica básicamente en el tiempo y esfuerzo, ya que a un estilista le toma mucho más tiempo organizar cuidadosamente y hábilmente la comida. También es necesario saber traducir la percepción del sabor, el aroma y el atractivo que uno obtiene de una fuente real, a una fotografía de dos dimensiones.

Los estilistas de los alimentos tienen una gran formación culinaria, algunos son chefs profesionales.

Bellingham destaca en su libro muchas técnicas, consejos y reglas básicas clave para el estilismo de comida enfocado a los fotógrafos profesionales, sin embargo aconseja que de no desear profesionalizarse en ésta materia, es preferible contar con un estilista de comida profesional al momento de realizar sesiones de comida.

Aspectos básicos

Bellingham comparte aspectos básicos que deben ser tomados en cuenta al momento de una sesión de fotos de alimentos:

Iluminación

Básicamente una fotografía de alimentos es una foto de una naturaleza muerta, por lo tanto debe ser tratada de igual manera que cuando retratas un bodegón; como bien sabes en este estilo fotográfico es fundamental una buena iluminación. Un lugar excelente para este tipo de fotografías es junto a una ventana, donde habrá mucha luz natural, y con el apoyo de un flash rebotando la luz de este en techo o paredes para equilibrar luces y sombras. La luz natural te ayudará a que los alimentos se vean más frescos y naturales.



Contexto

Algo muy importante en una buena composición en la fotografía de alimentos es el cuidado del contexto y el buen uso de elementos secundarios. Cualquier desorden u objeto que distraiga o se encuentre fuera de lugar ensuciará nuestra imagen. En una buena composición se puede permitir el uso de uno o dos elementos extras siempre que aporten al conjunto de la escena.

Rapidez

Algunos alimentos nos permiten que los manipulemos por tiempo, sin limitaciones; pero otros requieren de nosotros cierta maestría y velocidad. En especial aquellos alimentos que están recién cocidos, si se los trabaja por demasiado tiempo pueden cambiar de color o de disposición, derritiéndose o tomando un aspecto que no deseamos o que haga que ya no se vean tan apetitosos como al principio. Para esto un buen fotógrafo en este estilo fotográfico siempre debe estar preparado y saber qué es lo que desea retratar, de este modo apenas se le presente la comida sabrá trabajar con rapidez.

Estilo

Como en todo tipo de fotografías, en estas también es necesario encontrar nuestro propio estilo, saber equilibrar de una forma agradable e innovadora los alimentos, utilizando con creatividad los colores, formas, líneas, etc. Una buena manera de aprender es observar el trabajo de otros, existen en el mercado cantidad de libros de cocina con unas imágenes maravillosas que nos enseñarán a agudizar nuestro ojo fotográfico para componer mejores fotografías de alimentos.



Mejorar la escena

Un secreto que esgrimen muchos fotógrafos de este estilo es el uso de aceite vegetal para darle brillo a los alimentos. Este es un buen truco, no lo olvides, un poco de aceite vegetal y un pincel harán que tus imágenes adquieran un brillo especial muy fácilmente.

Ángulo

El peor error que puedes cometer es retratar los alimentos desde arriba, si bien esto puede funcionar en algunas circunstancias, en la mayoría de los casos los mejores disparos son los que se obtienen a una altura a nivel con el objeto a retratar o ligeramente por encima del mismo.



Macro

Realizar un acercamiento máximo y explorar los detalles de los alimentos pueden hacer que obtengamos disparos realmente artísticos.

Vapor

El vapor que sueltan los alimentos recién cocidos es un efecto magnífico para nuestras imágenes, aunque muchas veces se torna un poco difícil que este permanezca todo el tiempo mientras realizamos nuestras tomas. Para solucionar este pequeño inconveniente te daremos un truco: colocar pequeñas bolas de algodón empapado en agua hirviendo detrás de los alimentos y listo. Si bien esto requiere de una preparación, bien vale la pena a la hora de componer una mejor imagen.

6.3.3 Tendencias

MINIMALISMO

Según el Diccionario de la Real Academia Española 22 ed., se describen los movimientos de las diversas formas de arte y diseño, sobre todo de arte visual y música , donde está ambientada la obra a exponer la esencia, lo esencial o la identidad de un sujeto a través de la eliminación de todas las formas no esenciales, características o conceptos. Como un movimiento específico en las artes que se identifica con la evolución de la post Guerra del Mundo del Arte II occidental, con más fuerza con las artes visuales de América en la década de 1960 y principios de 1970. Destacados artistas asociados a este movimiento incluyen Donald Judd, John McCracken, Agnes Martin, Dan Flavin, Robert Morris, Anne Truitt, y Frank Stella .Tiene sus raíces en los aspectos reduccionistas de la modernidad y es a menudo interpretado como una reacción contra el expresionismo abstracto y un puente a postminimal las prácticas artísticas.

La palabra fue utilizada por primera vez en Inglés en el siglo 20 para describir a los mencheviques.

EL DISEÑO MINIMALISTA

El minimalismo es un término que también se utiliza para describir una tendencia en diseño y arquitectura , donde en el tema se reduce a sus elementos necesarios. El diseño minimalista ha sido muy influenciada por el diseño y la arquitectura tradicional japonesa. Además, el trabajo de De Stijl artistas es una fuente importante de referencia para este tipo de trabajo. De Stijl amplió las ideas que podrían ser expresadas mediante el uso de elementos básicos tales como líneas y planos organizados de maneras muy particulares.

Arquitecto Ludwig Mies van der Rohe, adoptó el lema "Menos es más" para describir su táctica estética de la organización de los numerosos componentes necesarios de un edificio para crear una impresión de extrema sencillez, reclutando a todos los elementos y los detalles para servir a múltiples propósitos visuales y funcionales (tales como el diseño de una planta que sirva también como el radiador, o una enorme chimenea para albergar también el cuarto de baño).

Diseñador de Buckminster Fuller, adoptó el objetivo del ingeniero de "hacer más con menos", pero sus preocupaciones se orientaron hacia la tecnología y la ingeniería en lugar de la estética. Un sentimiento similar fue el diseñador industrial Dieter Rams lema ", " Menos pero mejor ", adaptación de Mies. La estructura utiliza elegantes diseños relativamente simples; ornamentaciones son de calidad y no la cantidad. La belleza de la estructura está determinada también por jugar con la iluminación, utilizando las formas geométricas básicas como líneas, utilizando sólo una forma única o un número reducido de formas como de los componentes de la unidad de diseño, con buen gusto no quisquillosos combinaciones de colores brillantes, texturas generalmente naturales y colores y acabados limpios y finos. Usando a veces la belleza de los patrones naturales de revestimiento de piedra y madera auténtica encapsulado dentro de las estructuras simplificadas ordenadas, y el metal real, produciendo una arquitectura simplificada pero de gran prestigio y

diseño de interiores. Se puede usar el balance de color brillo y el contraste entre los colores de la superficie para mejorar la estética visual.

La estructura por lo general se tienen utilidades era industrial y en el espacio de estilo (lámparas, cocinas, escaleras, tecnología, etc), componentes limpios y rectos (como paredes o escaleras) que aparecen a mecanizar con el equipo, planos o casi planos techos, agradables negativo espacios y grandes ventanas para dejar entrar mucha luz natural. Esta y la ciencia ficción puede haber contribuido a la elaboración a finales del siglo XX la arquitectura futurista, y la decoración para el hogar moderno.

La arquitectura moderna casa minimalista, con sus paredes internas innecesarias eliminado, probablemente han llevado a la popularidad de la cocina abierta y el estilo de sala de estar.

Otro maestro moderno que ejemplifica las ideas reduccionistas es Luis Barragán . En el minimalismo, los diseñadores arquitectónicos prestar especial atención a la conexión entre los planos perfectos, iluminación elegante y cuidadosa consideración de los espacios vacíos dejados por la eliminación de las formas tridimensionales a partir de un diseño arquitectónico. Los más atractivos que buscan diseños de casas minimalistas no son verdaderamente minimalista, ya que estos usos de materiales de construcción más caros y acabados, y son relativamente más grande.

Conceptos y elementos de diseño

El concepto de arquitectura minimalista, es despojar a todo, hasta su cualidad esencial y alcanzar la simplicidad. La idea no es completamente sin ornamentación, sino que todas las piezas, los detalles y la carpintería son considerados como reducido a una etapa en la que nadie puede quitar nada más para mejorar el diseño.

Las consideraciones para las esencias son de forma de luz,, detalle de materiales, espacio, lugar y condición humana. No arquitectos minimalistas sólo tienen en cuenta las cualidades físicas del edificio. Por otra parte, profundizar en la dimensión espiritual y lo invisible, al escuchar a la figura y prestar atención a los detalles, personas, espacio, naturaleza y materiales. ¿Qué revela la cualidad abstracta de algo que es invisible y la búsqueda de la esencia de las cosas invisibles? Además, abrir un diálogo con el entorno para decidir los materiales más esenciales para la construcción y crear relaciones entre los edificios y sitios.

Las formas geométricas básicas, elementos sin decoración, materiales simples y las repeticiones de las estructuras representan un sentido de orden y la calidad esencial. El movimiento de la luz natural en los edificios revela espacios simples y limpios. En el siglo 19 como el movimiento Arts and Crafts comenzó popular en Gran Bretaña, la gente valora la actitud de "fidelidad a los materiales", que respeten la característica profunda e innata de los materiales

CAPÍTULO VII: PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

7.1 APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN EL MARCO TEÓRICO

APLICACIÓN DE LA SOCIOLOGÍA EN LA ELABORACIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL IMPRESO

El material está dirigido a un grupo objetivo específico, que debe ser analizado cuidadosamente para conocer las características que poseen. La sociología es una ciencia que se ocupa del estudio de las relaciones entre los individuos y las leyes que las regulan en el marco de las sociedades humanas, por lo tanto es importante la aplicación de esta ciencia.

Mediante la realización de una encuesta al grupo objetivo, se obtendrán datos que ayuden a definir y comprender las diversas formas internas de dicho grupo; las relaciones que tienen entre sí y el sistema dentro del que se encuentran insertos y acorde al tema que se está tratando. Asimismo, la encuesta deberá revelar datos que ayuden a definir el grado de unión que existe en la estructura social de la cual forman parte.

Toda esta información deberá ser recopilada, tanto cualitativa como cuantitativamente, por lo tanto deberá incluir preguntas cerradas y abiertas para obtener dicha información. Esto con el fin de obtener descripciones detalladas de las situaciones, comportamientos y hábitos de las personas, así como las características y variables que puedan ser expresadas mediante valores numéricos.

APLICACIÓN DE LA ANTROPOLOGÍA EN LA ELABORACIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL IMPRESO

La Antropología consiste en el estudio de la sociedad y la cultura, describiendo y explicando las similitudes y diferencias culturales, en el tiempo y el espacio. Para ello, distingue entre lo universal: características biológicas, psicológicas, sociales y culturales compartidas por todos los humanos, lo general: compartidas por muchos, pero no por todos los grupos y lo particular: no compartidas.

Por lo tanto, utilizando como base las encuestas realizadas al grupo objetivo, se obtendrán estos datos mediante un análisis de los resultados en donde se definirán los aspectos demográficos del grupo objetivos, tales como el rango de edades, porcentaje de género, el ciclo de vida familiar que tienen, su nivel socioeconómico, sus ingresos estimados sus ocupaciones, el nivel educativo que poseen, sus bienes materiales y su religión practicada.

Toda esta información será obtenida mediante preguntas cerradas para el mejor manejo de los resultados. En algunos casos se harán preguntas abiertas para captar la perspectiva más personal del individuo en donde se puede aportar datos fuera del contexto ya establecido.

APLICACIÓN DE LA ANDRAGOGÍA EN LA ELABORACIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL IMPRESO

La Andragogía es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto. Es la forma en que se logra el aprendizaje en la Educación de Adultos, de forma tal que estos logran el desarrollo auto sostenido e integral que les lleva a ubicarse como individuos capaces de contribuir a logros profesionales, de crecimiento personal y de intervención comunitaria y social.

La misma se basa en tres principios, que se aplicarán en el diseño editorial impreso de la siguiente manera:

El primer principio es la Participación, que requiere que el estudiante no sea mero receptor, sino que sea capaz de interactuar con demás personas, intercambiando experiencias que ayuden a la mejor asimilación del conocimiento.

Por lo tanto, se implementarán ejercicios prácticos y creativos sobre la elaboración de las recetas, en donde se harán retos al lector para que este realice las recetas descritas pero de manera conjunta, para que el estudiante participante y pueda tomar decisiones en conjunto con otras personas o participantes y actuar con estos en la ejecución de un trabajo o de la tarea asignada.

El segundo principio, la horizontalidad, se manifiesta cuando el facilitador y el estudiante tienen características cualitativas similares (adulthood y experiencia). La diferencia la ponen las características cuantitativas (diferente desarrollo de la conducta observable). Por lo tanto, dicho material deberá ser elaborado desde una perspectiva comprensible hacia el lector, en donde se resalten las cualidades que ambos comparten, poniéndose el autor en el lugar del lector para así generar en el individuo un sentimiento de seguridad gracias a la motivación por saber que puede experimentar fácilmente lo que el lector le transmite.

El tercer principio, la Flexibilidad, trata sobre entender que los adultos, al poseer una carga educativa - formativa, llena de experiencias previas y cargas familiares o económicas, necesitan lapsos de aprendizaje acordes con sus aptitudes y destrezas. Por lo tanto, los ejercicios y recetas deberán ser prácticos, creativos y al alcance del individuo, con el objetivo de que el mismo obtenga resultados satisfactorios e inmediatos sobre lo que el autor ofrece.

APLICACIÓN DE LA PSICOLOGÍA EN LA ELABORACIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL IMPRESO

La Psicología es la ciencia que estudia la conducta y los procesos mentales. Trata de describir y explicar todos los aspectos del pensamiento, de los sentimientos, de las percepciones y de las acciones humanas. Por ser una ciencia, la psicología se basa en el método científico para encontrar respuestas.

Por lo tanto, será necesaria la aplicación de dicho método para el mejor entendimiento de la conducta y procesos mentales del grupo objetivo, con el fin de crear un material efectivo que cumpla con los objetivos que se han planteado.

Para obtener dicha información, se utilizará nuevamente como base las encuestas realizadas al grupo objetivo. Por medio de dicha herramienta se conocerán todos los aspectos psicográficos generales de las personas, así como el perfil conductual.

APLICACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR EN LA ELABORACIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL IMPRESO

Dado que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, la psicología del color tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual.

Las emociones, sensaciones, y en definitiva todo lo que los colores pueden llegar a expresar y hacer sentir al espectador, forma una parte fundamental de la base del diseño y especialmente en este caso en donde el éxito del mismo radica, en su mayoría, en el aspecto visual.

Por ser un tema centralizado en la gastronomía, se deberá tomar como aspecto imprescindible la psicología del color para transmitir al lector mediante imágenes la genialidad de las recetas o comida que se desea exponer. Por lo tanto, se deberán aplicar los colores necesarios en base a los objetivos del material, tanto en el diseño gráfico como en la fotografía.

Los colores básicos serán:

En primer lugar, se sabe que el color naranja actúa como estimulante de los tímidos y tristes. Representa la alegría y la creatividad, los que son aspectos básicos del material a elaborar. Asimismo, simboliza entusiasmo, el que será básico pues se desea transmitir dicho sentimiento al lector respecto a la culinaria.

El naranja también aumenta el optimismo, la seguridad, la confianza, el equilibrio; disminuye la fatiga y estimula el sistema respiratorio, lo que demuestra que deberá ser uno de los colores a utilizar como base dentro del material, principalmente en elementos como ilustraciones, invertidos y especialmente en las fotografías.

En segundo lugar se aplicará el color verde, que proporciona gran equilibrio, porque está compuesto por colores de la emoción (amarillo=cálido) y del juicio (azul=frío). Se asocia con las personas inteligentes. Significa realidad, reposo, esperanza, razón y lógica, aspectos que también son básicos dentro del material a realizar, ya que es necesario que

el lector perciba estos sentimientos respecto al mismo. Para completar, sugiere humedad, frescura, vegetación lo cual simboliza naturaleza y crecimiento, que son los aspectos más relevantes debido a la naturaleza del tema, el cual está relacionado con la comida. Se aplicará el color verde principalmente en los elementos fotográficos, luego en ilustraciones e invertidos.

En tercer lugar se utilizará los colores púrpura y azul pero en menor cantidad; dicho color significa dignidad, lujo y elegancia, aspectos que también son importantes que transmita el material, ya que se pretende ser creativos pero a la vez muy elegantes en todos los aspectos tanto gráficos como aportes culinarios. Por lo tanto, se utilizará el color púrpura en ilustraciones, algunos invertidos y textos.

Por último se utilizará el color blanco, negro y escala de grises. Con el blanco cualquier color reduce su croma y cambia sus potencias psíquicas. El blanco es siempre es positivo y afirmativo, da la idea de pureza y modestia, y ayuda con el minimalismo que se busca en el aspecto gráfico. Se utilizará principalmente como fondos para las fotografías e ilustraciones, así como los textos principales.

El color negro y la escala de grises vendrán a complementar los aspectos de honestidad, seriedad y elegancia, los cuales son aspectos básicos de la marca e imagen del cliente establecidos principalmente en su logotipo que es negro. Se aplicará dicho color principalmente en los textos de todo tipo, así como invertidos y algunos fondos para fotografías que ameriten dicho color para resaltar el producto.

APLICACIÓN DE LA SEMIOLOGÍA DE LA IMAGEN EN LA ELABORACIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL IMPRESO

La semiología es la ciencia que se interesa por el estudio de los diferentes tipos de símbolos creados por el ser humano en diferentes y específicas situaciones. Este estudio se basa en el análisis de los significados que cada tipo de símbolo puede tener y cómo ese significado puede ir variando a lo largo del tiempo o del espacio. Trabaja sobre la cultura del ser humano actual y de otras épocas.

En consecuencia, por tratarse de un tema gastronómico, que está ligado directamente a la cultura de una sociedad por aspectos antropológicos, se estudiarán los diferentes tipos de símbolos que se han creado en el ámbito culinario, tanto a nivel internacional como nacional, para que de este modo sean aplicados correctamente eficiente y oportunamente en la elaboración del material. Se pretende que el lector identifique cada uno de éstos símbolos y se sienta familiarizado al interpretarlos correctamente.

Específicamente se utilizarán los principales símbolos gastronómicos, estudiados en el marco teórico, sirviendo como detonantes creativos para la elaboración de ilustraciones, diagramación, diseño y fotografía acorde a los mismos.

7.2 CONCEPTUALIZACIÓN

7.2.1 MÉTODO

TÉCNICA TÉRMINOS OPUESTOS

Según Roger Martin (2008) el uso de los términos o ideas opuestas es una forma creativa de conceptualizar, es por esto que muchos líderes exitosos ganan a través del pensamiento integrador. Según Roger Martin, actual decano de la Rotman School of Management, de la Universidad de Toronto. Martin contraponen a los pensadores convencionales, quienes se centran sólo en determinados aspectos de significación obvia, sopesan los pros y los contras de las alternativas propuestas y sucesivamente las van eliminando hasta quedarse con una.

Los mejores líderes no sacrifican una cosa por otra, sino que su decisión implica considerar relaciones no lineales entre las variables, tener en cuenta factores que tal vez no salten a la vista y ver cada problema como un todo. Es la única manera de alcanzar una solución verdaderamente innovadora.

7.2.2 APLICACIÓN DEL MÉTODO

TEMA: COCINA CREATIVA

CARACTERÍSTICAS	OPUESTOS
CREAR	DESTRUIR
FÁCIL	DIFÍCIL, COMPLEJO
DIVERTIDO	ABURRIDO
IDENTIDAD, ESTILO	FALSO, ILEGÍTIMO
OBSERVAR	DISTRAER
CONTEMPLAR	INDIFERENCIA
VOLUNTAD	DESGANA
CAPACIDAD	INCAPACIDAD
TRABAJO	ABANDONO
ORIGINALIDAD	ORDINARIO, COMÚN
INNOVACIÓN	CONSERVADURISMO

CONOCIMIENTOS	IGNORANCIA
BUENA TÉCNICA	MALA TÉCNICA
BUEN PALADAR	MAL PALADAR, INSIPIDEZ
ATREVIDO	CAUTELOSO, TEMEROSO
CONFIANZA	INSEGURIDAD
SENSIBILIDAD	IMPASIBILIDAD, INSENSIBILIDAD
HONESTIDAD	DESHONESTIDAD
ÉTICA	INMORAL
VANGUARDIA	RETAGUARDIA
EXPERIENCIA	INEXPERIENCIA

FRASES CONCEPTUALES PRELIMINARES

- Perder la **inseguridad** para ser **originales** y con **buen gusto**.
- Dejar el **conservadurismo** para experimentar cosas **atrevidas** y con **estilo**.
- Aún con **inexperiencia**, pero con **voluntad**, se puede ser **creativo**.
- Evolucionar de lo **ordinario** a lo **original fácilmente**.
- Dejar de ser **complejo** si se aprenden **técnicas fáciles**.
- Dejar de ser **aburrido** cuando se busca ser **innovador**.
- **Abandonar** la **desconfianza** para ser innovador y a la **vanguardia**.
- **Observar** lo que no todo el mundo observa con **honestidad**.
- La conjunción de las **técnicas** y de los **conocimientos** que se poseen.

7.2.3 DEFINICIÓN DEL CONCEPTO

“OFRECER ALGO VERDADERAMENTE NUEVO, CREATIVO E INNOVADOR EN EL MEDIO GUATEMALTECO, Y A LA VANGUARDIA EN EL DISEÑO”.

EXPLICACIÓN

El concepto encierra las características del cliente como profesional y el tema del material impreso, ya que se trata de una propuesta completamente innovadora en el medio culinario del país. El contenido del material se basa en el tema de la Cocina Creativa accesible y fácil para cualquier persona, por lo tanto, el diseño del mismo también deberá ir acorde a dicho tema llenando las expectativas.

7.3 BOCETAJE

ELEMENTO GRÁFICO

- Forma
- Peso
- Diagramación
- Formato
- Color
- Tipografía
- Contrastes
- Tensión
- Ritmo
- Balance
- Armonía
- Movimiento
- Texturas
- Retícula
- Imágenes

PROPÓSITO

Forma:

- Atraer la atención del lector para que éste sostenga interés en el contenido.
- Organizar el texto y las imágenes de manera que haya variedad a las páginas.
- Conducir el ojo del lector a dónde debe comenzar y dónde debe terminar de leer y observar.

Peso:

- Distribuir el peso de los elementos acorde a lo que se necesite comunicar en cada página.

Diagramación:

- Disponer el orden, la secuencia y la importancia de los elementos visuales en el material.

Formato:

- Tamaño 11 X 8.5" buena textura, elegancia y distinción.

Color:

-Expresar y reforzar la información visual.

-Transmitir al lector las emociones y sensaciones correspondientes al tema o contenido.

-Estimular los sentidos en base al contenido.

Tipografía:

- Expresar y comunicar el concepto establecido para el material.

- Reproducir las palabras impresas de forma legible y eficaz.

- Reflejar modernidad e innovación mediante tipografías creativas.

Contrastes:

- Resaltar textos utilizando invertidos.

- Crear una percepción inusual al lector que dramatice la percepción del elemento mediante la contraposición de elementos a diferentes escalas de las normales.

- Resaltar elementos, denotar creatividad y dinamismo mediante la utilización de proporciones irreales.

Tensión:

-Dirigir la mirada del lector a puntos concretos.

- Brinda fuerza y dinamismo al diseño.

- Atraer la atención del lector.

Ritmo:

- Producir dinamismo en la composición.

- Transmitir armonía en la composición.

- Producir movimiento dentro del área.

Balance:

- Generar el equilibrio adecuado entre elementos gráficos.

Armonía:

- Lograr un equilibrio adecuado de elementos visuales.
- Que el lector perciba una composición agradable a la vista.
- Generar sensación de bienestar.

Movimiento:

- Dar al lector la sensación de movimiento dependiendo del contenido.
- Que el movimiento de cada uno de los detalles se adecue al movimiento del material conjunto.

Texturas:

- Generar sensación de realismo al lector.
- Que el lector perciba la profundidad de los elementos.
- Resaltar elementos gráficos para producir deseo de elaborar las recetas.

Retícula:

- Organizar los elementos tipográficos y demás ilustraciones que integrarán las páginas.
- Proporcionar orden, precisión y claridad.
- Distinguir los diversos tipos de información y facilitar la navegación del usuario a través del contenido.

Imágenes:

- Representar visualmente las recetas e ingredientes.
- Despertar sentidos: gustativo y olfato.
- Impactar e inspirar al lector a que realice las recetas.

TÉCNICA**Forma:**

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: organizar elementos en el área de trabajo.

EMOCIÓN

Dinamismo

Peso:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: organizar elementos en el área de trabajo. Balance

Diagramación:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: organizar elementos en el área de trabajo. Viveza

Formato:

- Papel couché 80 o 100 gr. Elegancia

Color:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: recuadros en porcentajes Alegría

Tipografía:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: 3 a 5 tipos de letra. Utilizar invertidos y negrillas en algunos títulos, sub títulos y frases importantes o relevantes. Distinción

Contrastes:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: herramientas de los programas. Solidez

Tensión:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: organizar elementos en el área de trabajo. Estabilidad

Ritmo:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: organizar elementos en el área de trabajo. Tenacidad

Balance:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: organizar elementos en el área de trabajo. Equilibrio

Armonía:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: organizar elementos en el área de trabajo. Bienestar

Movimiento:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: organizar elementos en el área de trabajo. Originalidad

Texturas:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign, Photoshop, Lightroom, Cámara fotográfica, iluminación artificial. Autenticidad

Retícula:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign: organizar elementos en el área de trabajo. Innovación

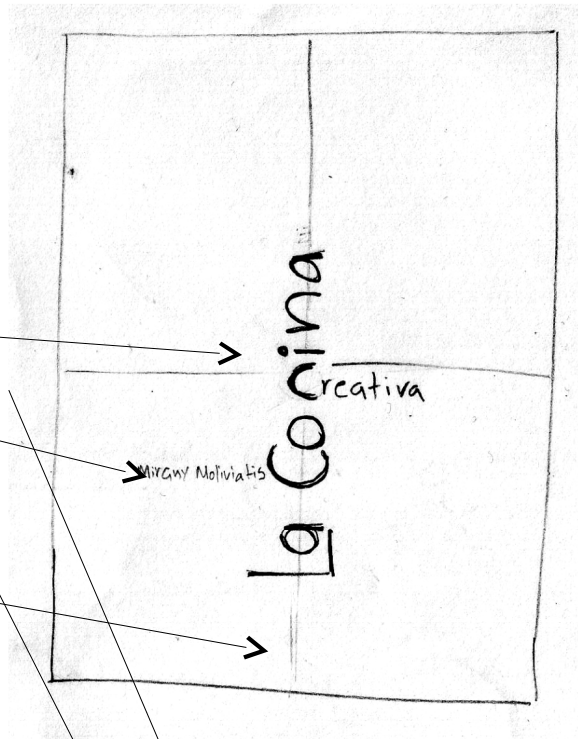
Imágenes:

- Bocetaje, Ilustrador e Indesign, Photoshop, Lightroom, Cámara fotográfica, iluminación artificial. Apetito

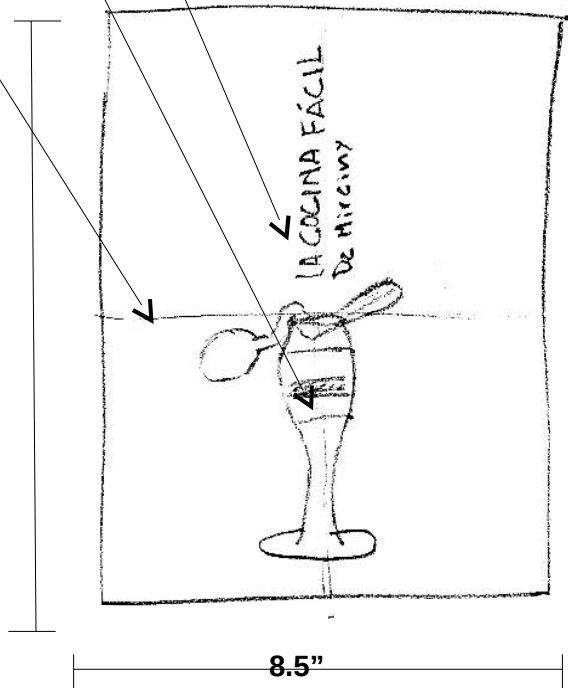
BOCETOS PORTADA

- **Tamaño:** 8.5" X 11"
- **Formato:** papel husky
- **Impresión:** full color

- Nombre del libro de forma apaisada que genera dinamismo.
- Nombre del autor del libro
- Fotografía de receta representativa de la creatividad del autor.
- Fondo negro, texto invertido.

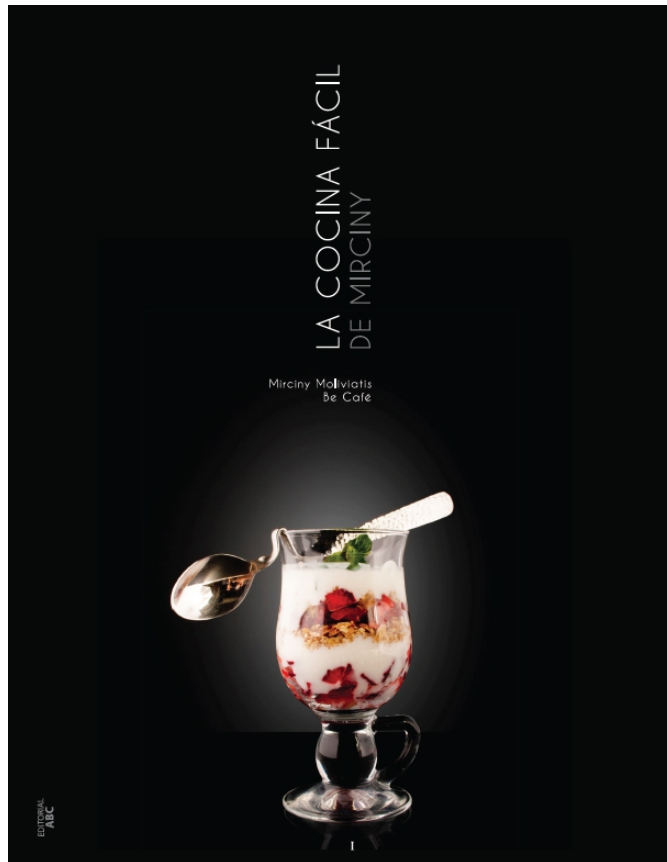


11"



8.5"

BOCETO DIGITALIZADO PORTADA



Justificación:

Se utilizó finalmente el tercer boceto, el cual se apega más al concepto del diseño. La portada es minimalista, hace alusión a la creatividad e innovación mediante la imagen que presenta. La dirección de la tipografía es inusual, así como su tipo.

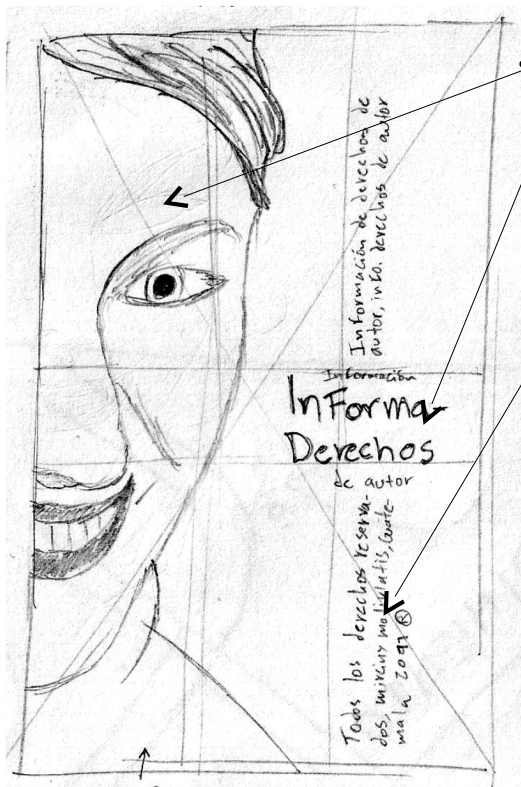
Colores:

Básicamente se utilizó color negro para resaltar la imagen y los colores de la misma, ya que ésta es el centro de atención y pretende lograr ser impactante para el lector. De igual forma, el color negro dará la sensación de elegancia.

Tipografía:

Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante.

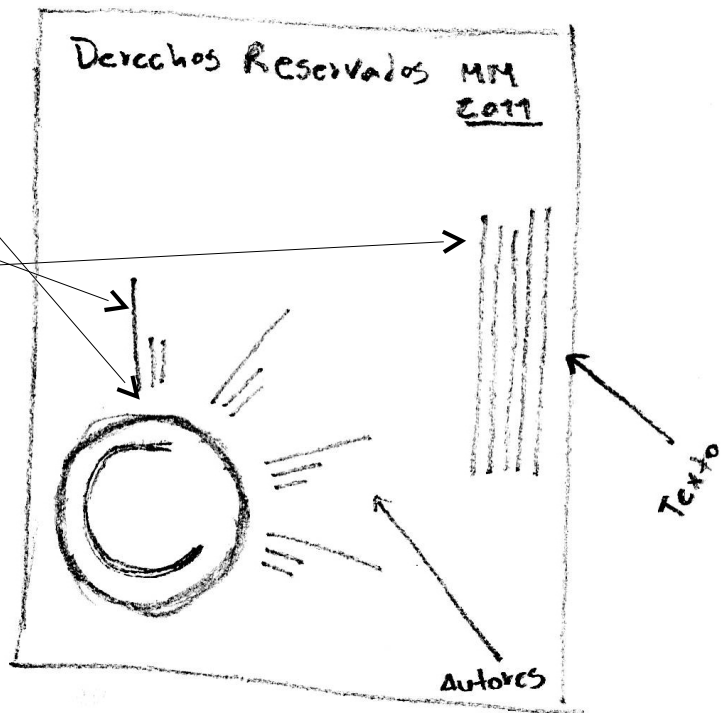
BOCETOS SECCIÓN "DERECHOS RESERVADOS"



- Fotografía de medio rostro del autor, sonriendo.
- Título de sección: "Información y Derechos R.
Tipografía Sans Serif bold
- Información de derechos autor, apaisado.
Tipografía Sans Serif

- Símbolo grande de Copyright.
- Autores en el libro.
Tipografía Sans Serif
- Texto complementario apaisado.
Tipografía Sans Serif.

- **Tamaño:** 8.5" X 11
- **Formato:** papel husky
- **Impresión:** full color



BOCETO DIGITALIZADO SECCIÓN “DERECHOS RESERVADOS”

DERECHOS RESERVADOS © 2012 MIRCIY MOLIVIATIS

Publicado en Guatemala por
Editorial ABC
Guatemala, Guatemala
(502) 2213-4453

Distribuido en Guatemala por
Lirio M4
Guatemala, Guatemala
(502) 6677-5899

Diseño Gráfico y diagramación por:
Analis Cantón
Guatemala, Guatemala
(502) 5129-2333

Fotografía por:
Aldo Cantón
Guatemala, Guatemala
(502) 5129-2333

Ilustración por:
Lirio M4
Guatemala, Guatemala
(502) 6677-5899



El arte de un cocinero es una continuación de conocimientos
que propician que su cocina posea una
personalidad propia y diferente.

II DE MIRCIY

Justificación:

Se utilizó finalmente el segundo boceto. Se cambiaron algunas posiciones de los elementos para mejor distribución de los mismos. De igual forma, se hicieron páginas confrontadas por lo que se agregó del lado derecho una frase alusiva al tema del libro, así como el nombre del libro en el contorno del mismo y de forma cortada con el objetivo de ser inusual y creativo.

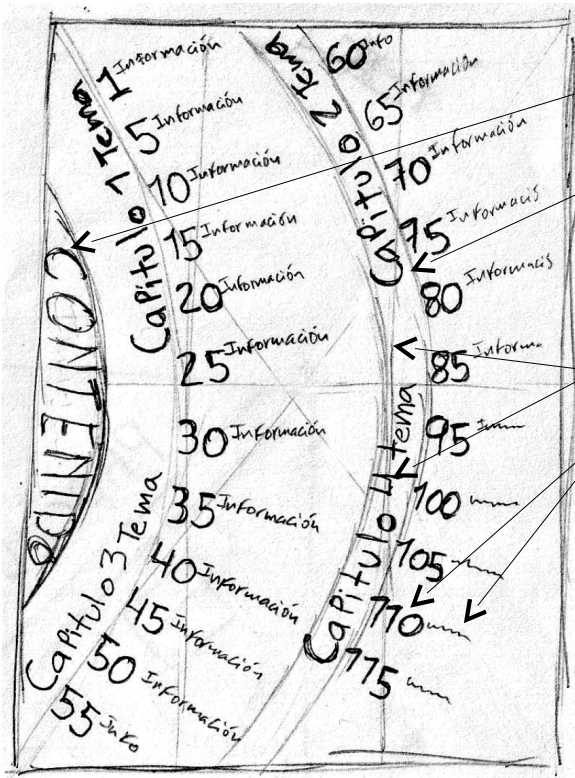
Colores:

Negro y medios tonos de gris, con el objetivo de ser simple para la lectura y que la limpieza del fondo blanco prepare la vista del lector para el contenido que cargado de mucho más color e imágenes.

Tipografía:

Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante.
Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

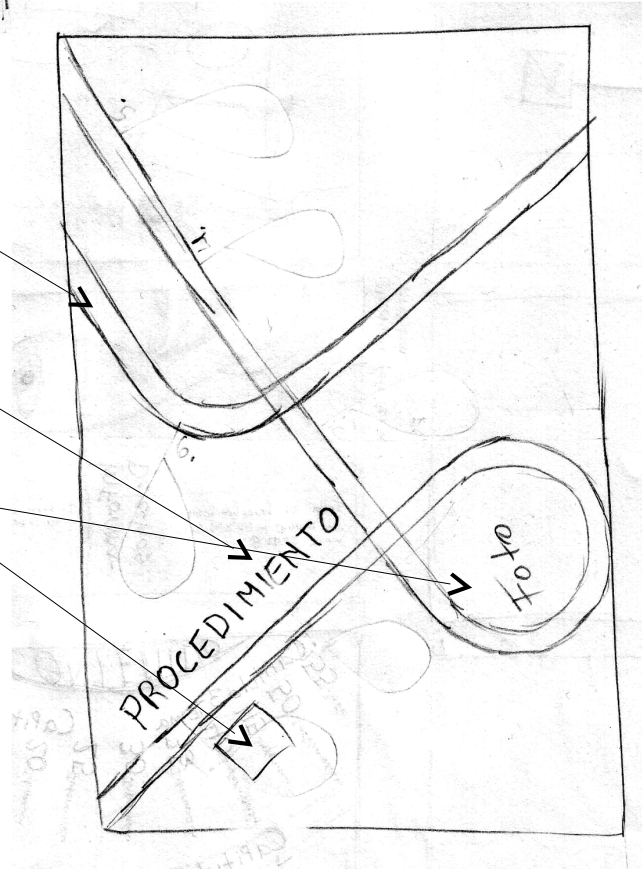
BOCETOS SECCIÓN "CONTENIDO"



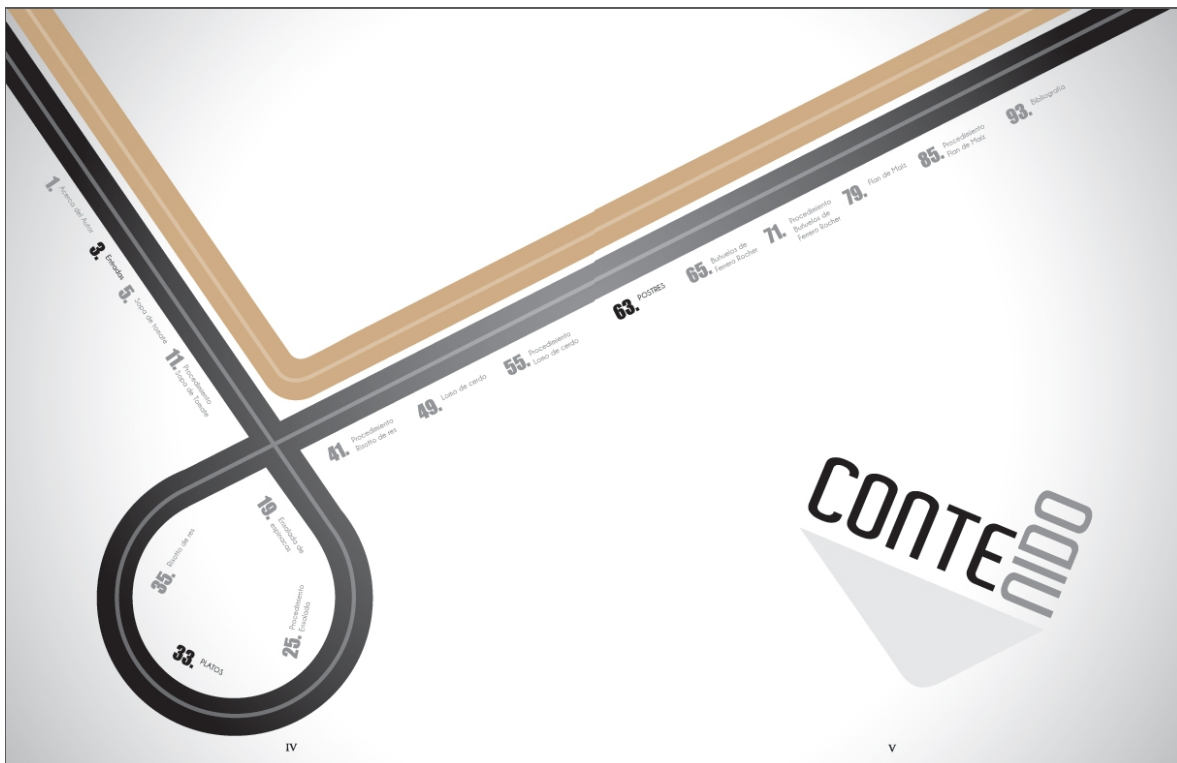
- Titular (Tipografía Sans Serif)
- Forma circular generando dinamismo.
- No. del capítulo.
- No. de página en grande.
- Contenido (Tipografía Sans Serif)
- Texto invertido.

- **Tamaño:** 8.5" X 11
- **Formato:** papel husky
- **Impresión:** full color

- Forma animada en movimiento
- Titular en paralelo
Tipografía Sans Serif
- Información del procedimiento.
Tipografía Sans Serif
- Fotografía relevante



BOCETO DIGITALIZADO SECCIÓN “CONTENIDO”



Justificación:

Básicamente se utilizó el segundo boceto que inicialmente estaba pensado para el procedimiento de las recetas, sin embargo, para guardar una línea en cuestiones de procedimientos lineales, se utilizó el mismo diseño y diagramación para la sección del contenido. Mediante la forma animada y en movimiento de las líneas paralelas, se pretende crear dinamismo y presentar una manera diferente del índice de los libros, así que se espera cumplir con el objetivo de ser creativo e innovador mediante esta diagramación.

Colores:

Se utilizó color negro 100%, medios tonos de gris para algunos textos y para el fondo. De igual forma complementan un beige claro que es 35% magenta, 20 % cian y 50 % amarillo

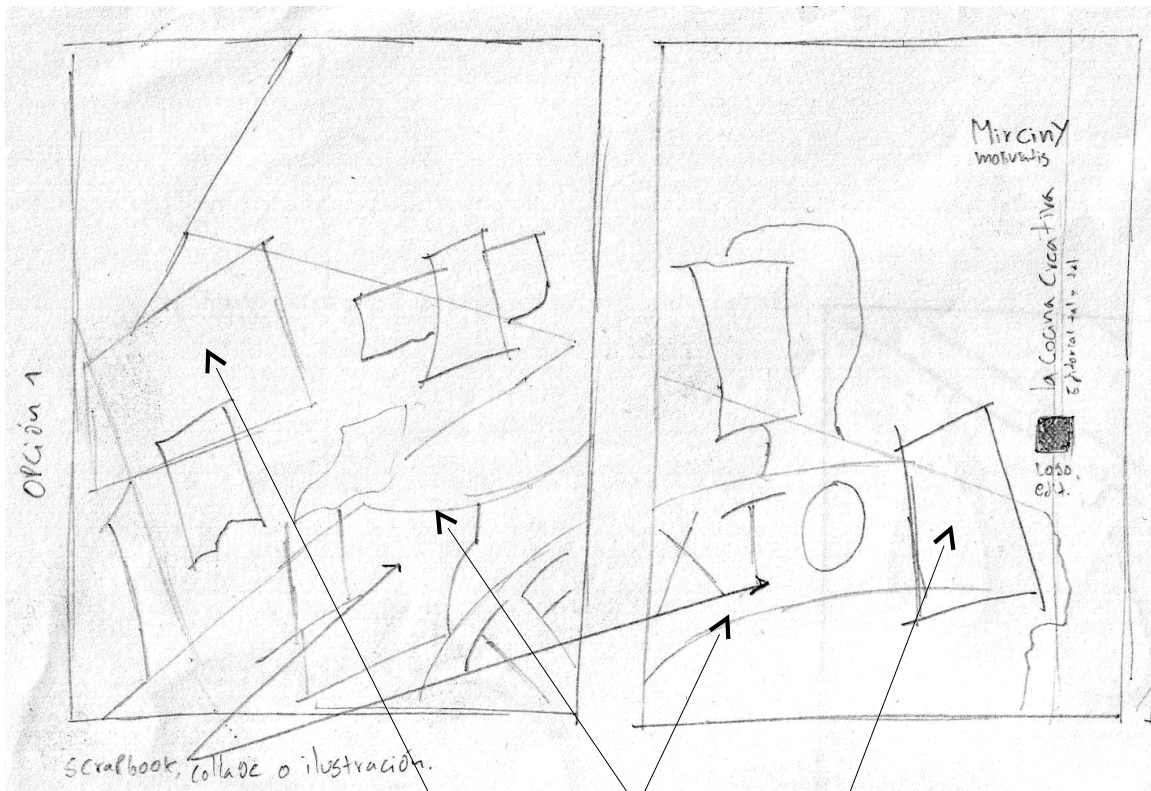
Tipografía:

Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante.

Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

BOCETOS SECCIÓN "ACERCA DEL AUTOR"



- **Tamaño:** 8.5" X 11
- **Formato:** papel husky
- **Impresión:** full color

- Scrapbook o collage de fotografías bibliográficas del autor.
- Juego de formas triangulares dinámicas.
- Titular (tipografía Sans Serif)
- Contenido bibliográfico (Tipografía Sans Serif)

BOCETO DIGITALIZADO SECCIÓN “ACERCA DEL AUTOR”



Justificación:

Se modificó el boceto y finalmente el collage de fotografías del autor se colocó del lado derecho y del lado izquierdo se completó con la información básica del autor. En este caso la retícula tipográfica no existe; se ha creado una forma triangular que es una forma completamente inusual e innovadora de presentar textos en este tipo de libros. Se trate de romper el esquema para obedecer al concepto del diseño. Complementan alrededor del texto algunas formas triangulares para realzar la información.

La fotografía del autor se colocó en esta sección, contrario a lo que se propuso al principio en donde la misma iba en la sección de “derechos de autor” y su tamaño era mucho mayor.

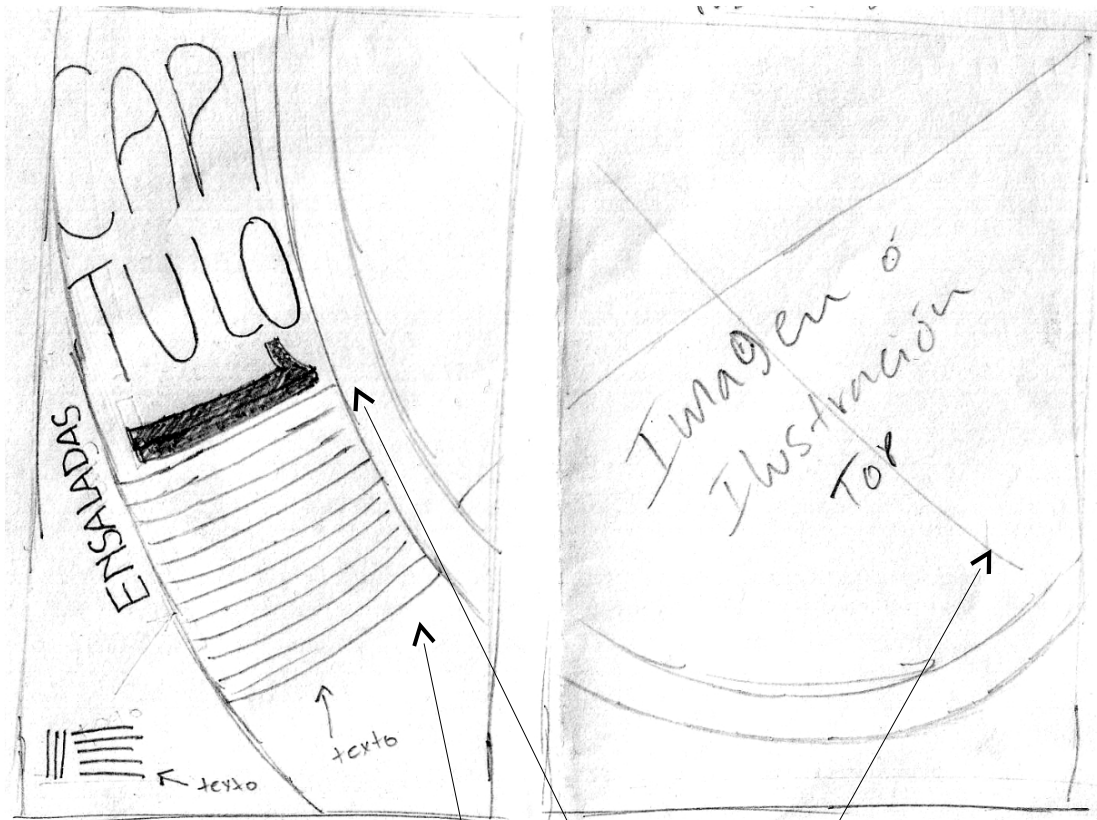
Colores:

Se utilizó color negro 80 y 60%, un tono de verde 40% cyan, 20% magenta y 65% amarillo, así un tono de beige compuesto por 35% magenta, 20 % cyan y 50 % amarillo

Tipografía:

Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante.
Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

BOCETO SECCIÓN "INTRODUCCIÓN CAPÍTULOS"



- **Tamaño:** 8.5" X 11
- **Formato:** papel husky
- **Impresión:** full color

- Nombre del capítulo (tipografía sans serif bold, dividida)
- Texto informativo (Tipografía Sans Serif)
- Fotografía representativa del capítulo
- Juego de formas curvas de diversos tonos en un mismo color

BOCETO DIGITALIZADO SECCIÓN “INTRODUCCIÓN CAPÍTULOS”



Justificación:

En este caso el boceto digitalizado quedó casi como se planteó primeramente, solamente el titular cambió por el nombre de la especialidad de cocina que trata el capítulo.

La forma del diseño y diagramación sigue la tendencia de movimiento, dinamismo y creatividad con el fin de impactar al lector e inspirarle mediante las imágenes y colores a adentrarse en el contenido del libro. El titular se presenta de forma segmentada y en dos direcciones inusuales pero de igual forma legible. Complementa el diseño una imagen en macro de una ensalada con el objetivo de estimular apetito.

Colores:

Se utilizó como base un color verde compuesto de 90% cian, 45% magenta, 95% amarillo y 55% negro. Asimismo, se trabajaron varias tonalidades o porcentajes del mismo verde descrito.

Tipografía:

Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

BOCETO SECCIÓN "INTRODUCCIÓN A RECETA"

- **Tamaño:** 8.5" X 11
- **Formato:** papel husky
- **Impresión:** full color



- Nombre de la receta en diversos tipos de letra, tamaños y direcciones
Tipografías Sans Serif bold
- Fotografía de la receta
- Juego de formas en colores acorde a la receta
- Fondo en degradé gris claro para generar profundidad

BOCETO DIGITALIZADO DE SECCIÓN “INTRODUCCIÓN A RECETA”



Justificación:

El boceto ha servido de referencia para elaborar páginas confrontadas en donde el lado derecho nos muestra un cuadro en forma 2D con el nombre de la receta priorizado en diversos tamaños de letra, así como el nombre del autor. Complementan al lado izquierdo una fotografía preliminar de la sopa a elaborar, la cual se encuentra dentro de una ilustración basada en triángulos.

Colores:

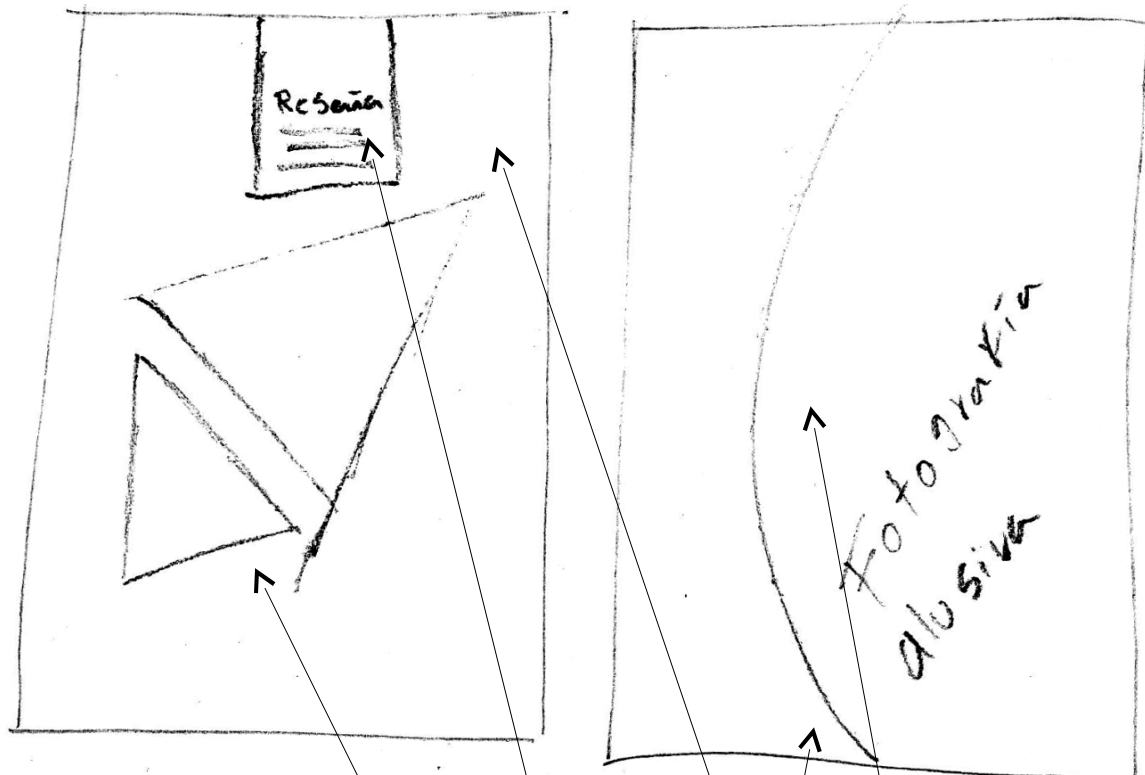
La paleta de colores es alusiva al plato o receta. Todo esto con un fondo en gris degradado circular para crear el efecto de profundidad.

Colores utilizados son: café 36% C 55% M 75% A 20% N, verde 80% C 30% M 85% A 25% N, rojo 20% C 100% M 90% A 10% N, naranja 50% M 80% A y negro 20%.

Tipografía:

Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante.
Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

BOCETO DE SECCIÓN "RESEÑA DE RECETA"



- **Tamaño:** 8.5" X 11
- **Formato:** papel husky
- **Impresión:** full color

- Juego de formas dinámicas triangulares
- Fotografía ocupando espacio completo de páginas confrontadas.
- Texto del titular (invertido) sobre "reseña" de la receta (Tipografía Sans Serif)
- Texto (invertido) de la reseña (Tipografía Sans Serif)
- Fondo en color degradé para generar profundidad.

BOCETO DIGITALIZADO DE SECCIÓN “RESEÑA DE RECETA”



Justificación:

Se coloca el texto de la misma forma que en la información del autor; sin retícula y usando siempre de base la forma triangular, así como los elementos de la misma forma que complementan alrededor para realzar el texto. En este caso se ha trabajado un invertido para hacer contraste con los fondos limpios y en blanco. El titular quedó dentro de un recuadro triangular pero inclinado en la esquina superior izquierda para seguir con la misma línea de dinamismo y movimiento. Complementa del lado derecho una fotografía del ingrediente más relevante de la receta con un efecto overlay.

Colores:

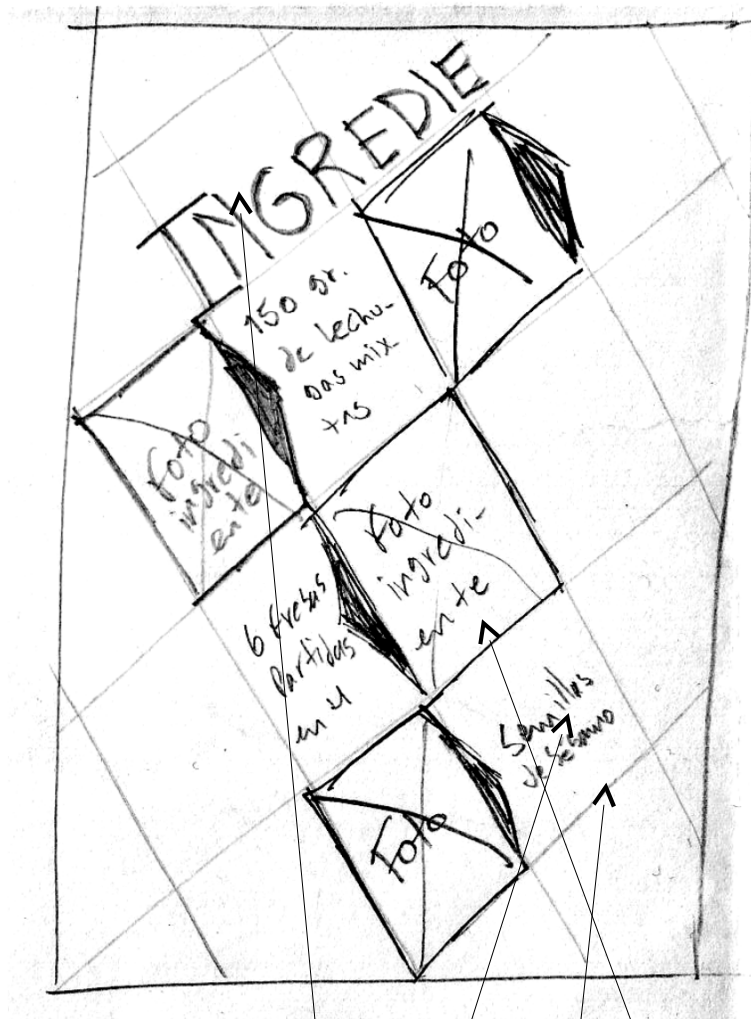
La paleta de colores es alusiva al plato o receta pero en tonalidades más cálidas y oscuras para lograr el invertido del texto.

Colores utilizados son: café oscuro 40% C 60% M 90% A 30% N, Corinto oscuro 35% C 85% M 90% A 35% N, naranja 30% C 80% M 90% A 20% N.

Tipografía:

Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante.
Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

BOCETO SECCIÓN "INGREDIENTES"



- **Tamaño:** 8.5" X 11
- **Formato:** papel husky
- **Impresión:** full color

- Juego de formas en mosaico paralelo dinámico
- Juego de fotografías combinadas con demás elementos en mosaico.
- Titular "ingredientes" Tipografía Sans Serif bold
- Fondo en degradé gris para generar profundidad.

BOCETO DIGITALIZADO SECCIÓN “INGREDIENTES”



Justificación:

En este caso se ha utilizado una retícula modular pero en una dirección inclinada de izquierda a derecha para lograr el dinamismo y creatividad objetada. Cada módulo está separado por un contorno blanco para diferenciar uno de otro, y dentro de los mismos está la información de cada cantidad del ingrediente necesario para la elaboración de la receta. Resalta en el centro y en una dirección distinta y con profundidad, el ingrediente más relevante del plato para así pasar a hablar y profundizar un poco más sobre el mismo en el lado derecho de las páginas confrontadas.

Se presenta la misma retícula tipográfica rectangular para el texto, así como la imagen de dicho ingrediente dentro de dos triángulos intercalados y con profundidad.

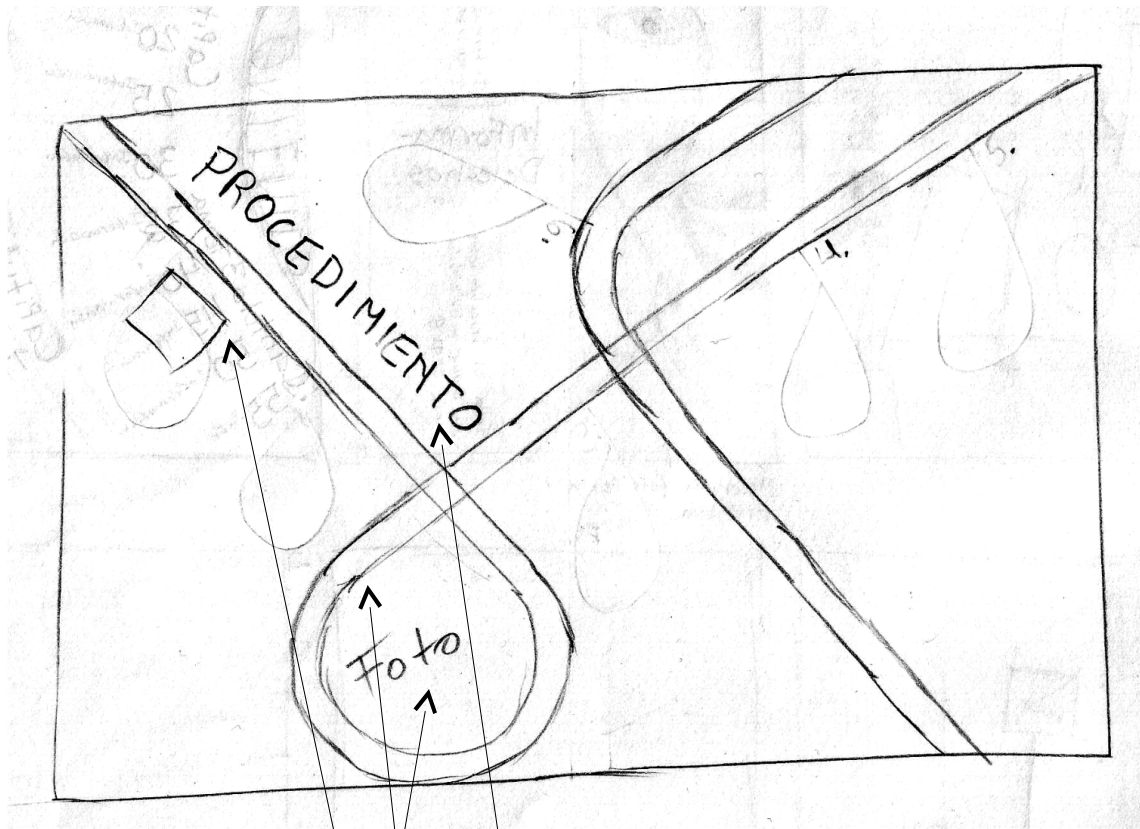
Colores:

Colores utilizados son: café 36% C 55% M 75% A 20% N, verde 80% C 30% M 85% A 25% N, rojo 20% C 100% M 90% A 10% N, naranja 50% M 80% A y negro 20%.

Tipografía:

Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante.
Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.
Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

BOCETO SECCIÓN "PROCEDIMIENTO"



- **Tamaño:** 8.5" X 11
- **Formato:** papel husky
- **Impresión:** full color

- Forma animada en movimiento
- Titular en paralelo Tipografía Sans Serif
- Información del procedimiento.
Tipografía Sans Serif
- Fotografía relevante

BOCETO DIGITALIZADO SECCIÓN “PROCEDIMIENTO”



Justificación:

Obedeciendo a la línea establecida anteriormente para cuestiones de procedimientos lineales, se utilizó el mismo diseño y diagramación para la sección del contenido. Mediante la forma animada y en movimiento de las líneas paralelas, se pretende crear dinamismo y presentar una manera diferente el procedimiento para elaborar la receta, así que se espera cumplir con el objetivo de ser creativo e innovador mediante esta diagramación.

Colores:

Colores utilizados son: café 36% C 55% M 75% A 20% N, verde 80% C 30% M 85% A 25% N y negro 20%, 60% Y 100%

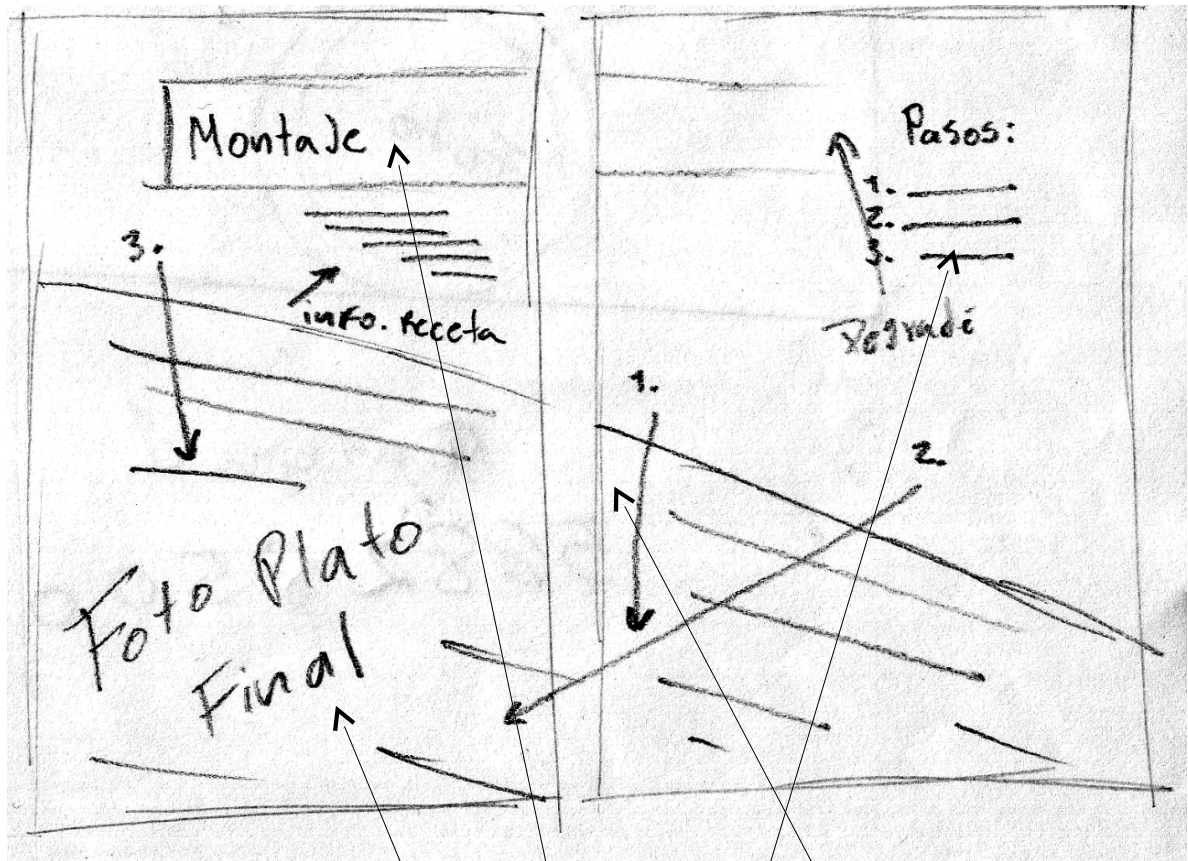
Tipografía:

Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante.

Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

BOCETO SECCIÓN "ACLARACIONES Y MONTAJE"



- **Tamaño:** 8.5" X 11
- **Formato:** papel husky
- **Impresión:** full color

- Titular "montaje" en tipografía sans serif bold.
- Pasos a seguir para montaje (tipografía sans serif)
- Flechas guía con número de referencia para indicar exactamente cada paso.
- Fotografía relevante del plato preparado.

BOCETO DIGITALIZADO SECCIÓN “ACLARACIONES Y MONTAJE”



Justificación:

La diagramación es bastante simple y minimalista. Solamente se presenta la imagen de la receta finalizada sobre fondo blanco y limpio para poder colocar en la parte superior derecha el titular que indica que se trata de las “Aclaraciones de la receta & montaje”, así como cada paso a seguir. En esta ocasión está simplemente descrito en líneas en dirección inclinada de izquierda a derecha haciendo referencia a un numeral, por lo que sobre la imagen hay líneas con el número al que pertenece cada paso, con el fin de que el lector identifique los pasos a seguir de la mejor forma.

Colores:

Colores utilizados son: naranja 50% M 80% A y negro 20%, 60%, 100%.

Tipografía:

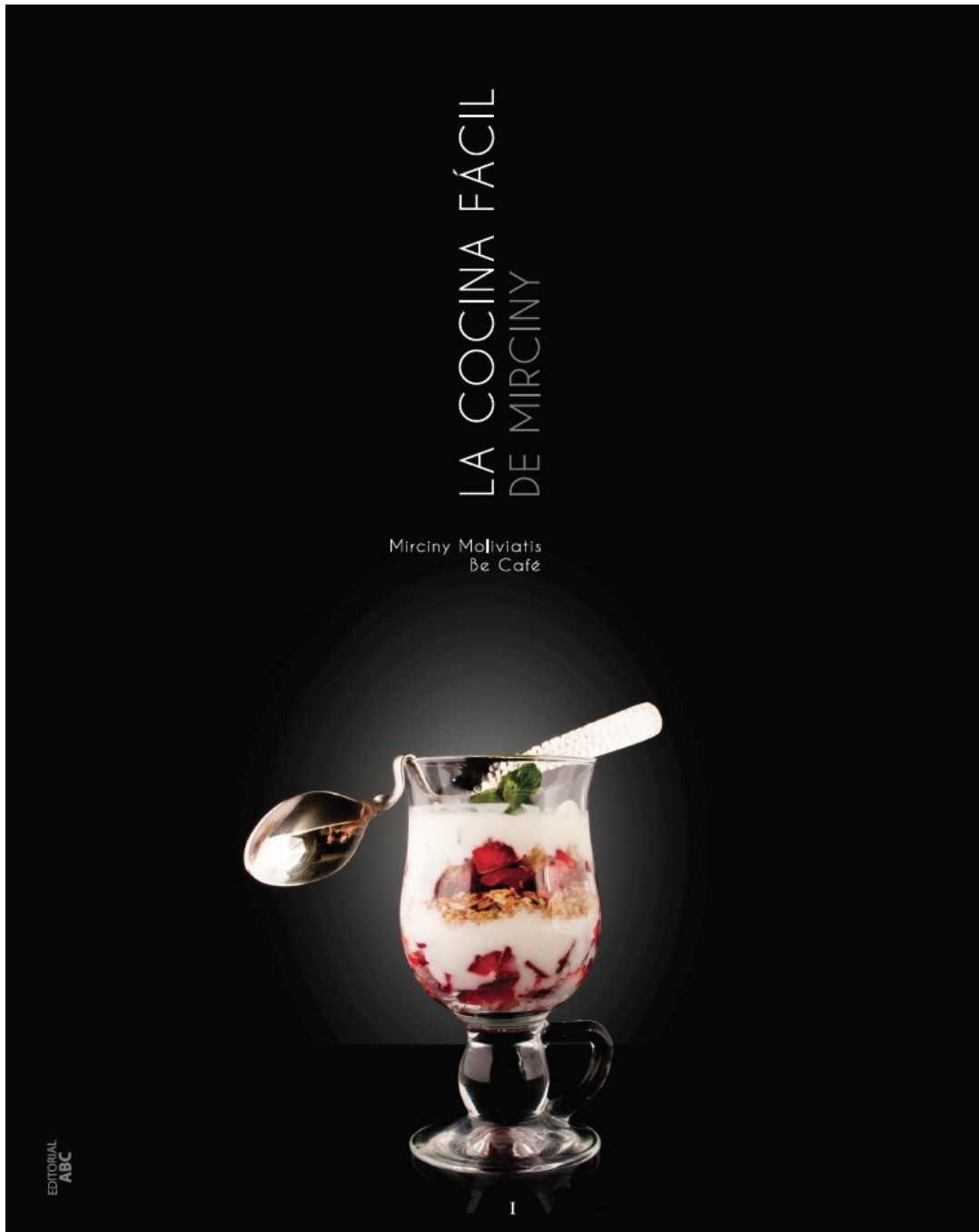
Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante.

Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

7.4 PROPUESTA PRELIMINAR

PORTADA
TAMAÑO: 8.5 X 11"

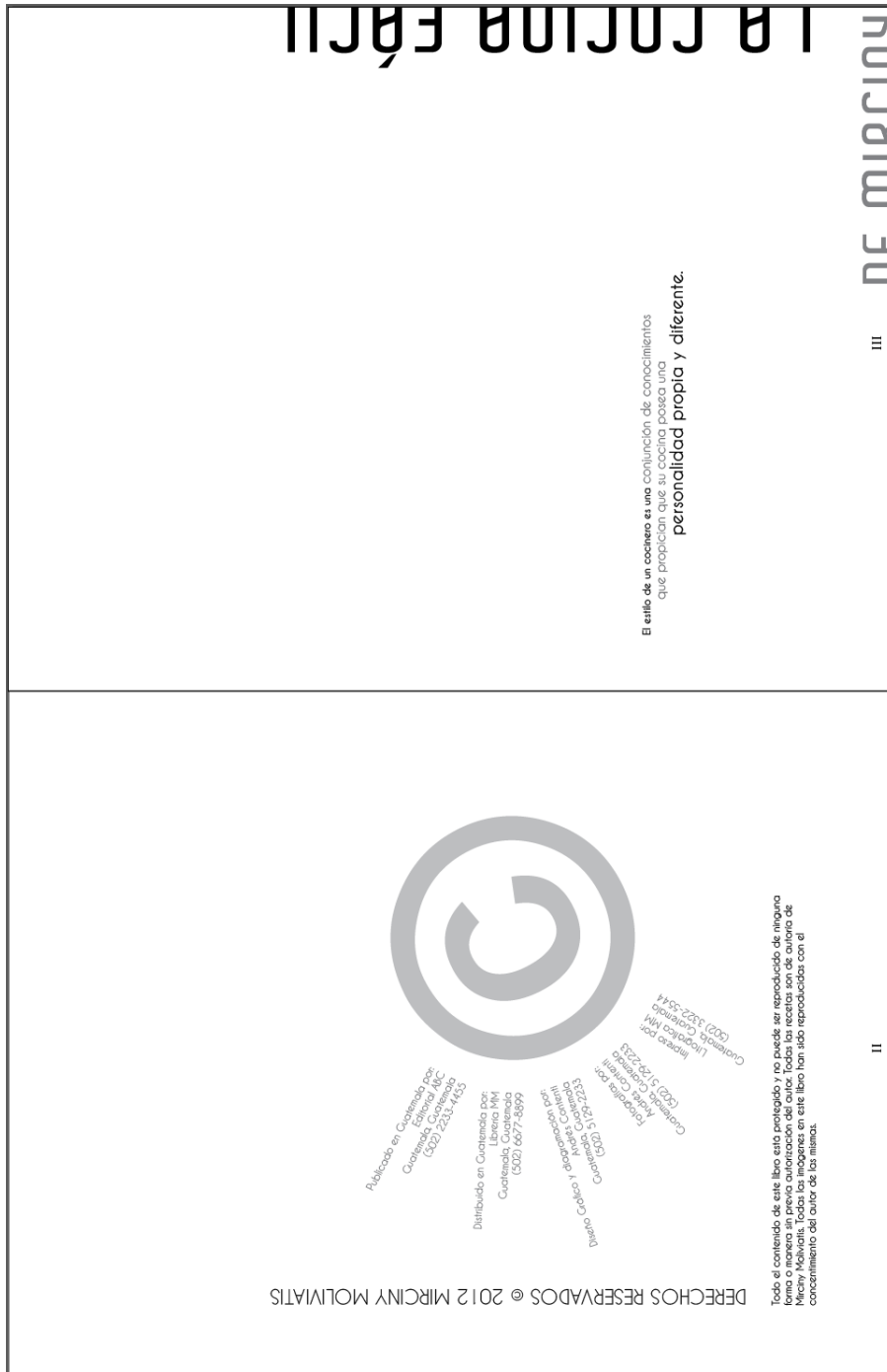


Minimalista, hace alusión a la creatividad e innovación mediante la imagen que presenta. La dirección de la tipografía es inusual, así como su tipo.

Colores: negro para resaltar la imagen y los colores de la misma, ya que ésta es el centro de atención y pretende lograr ser impactante para el lector. De igual forma, el color negro dará la sensación de elegancia.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante.

PORTADA INTERNA: DERECHOS RESERVADOS
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”

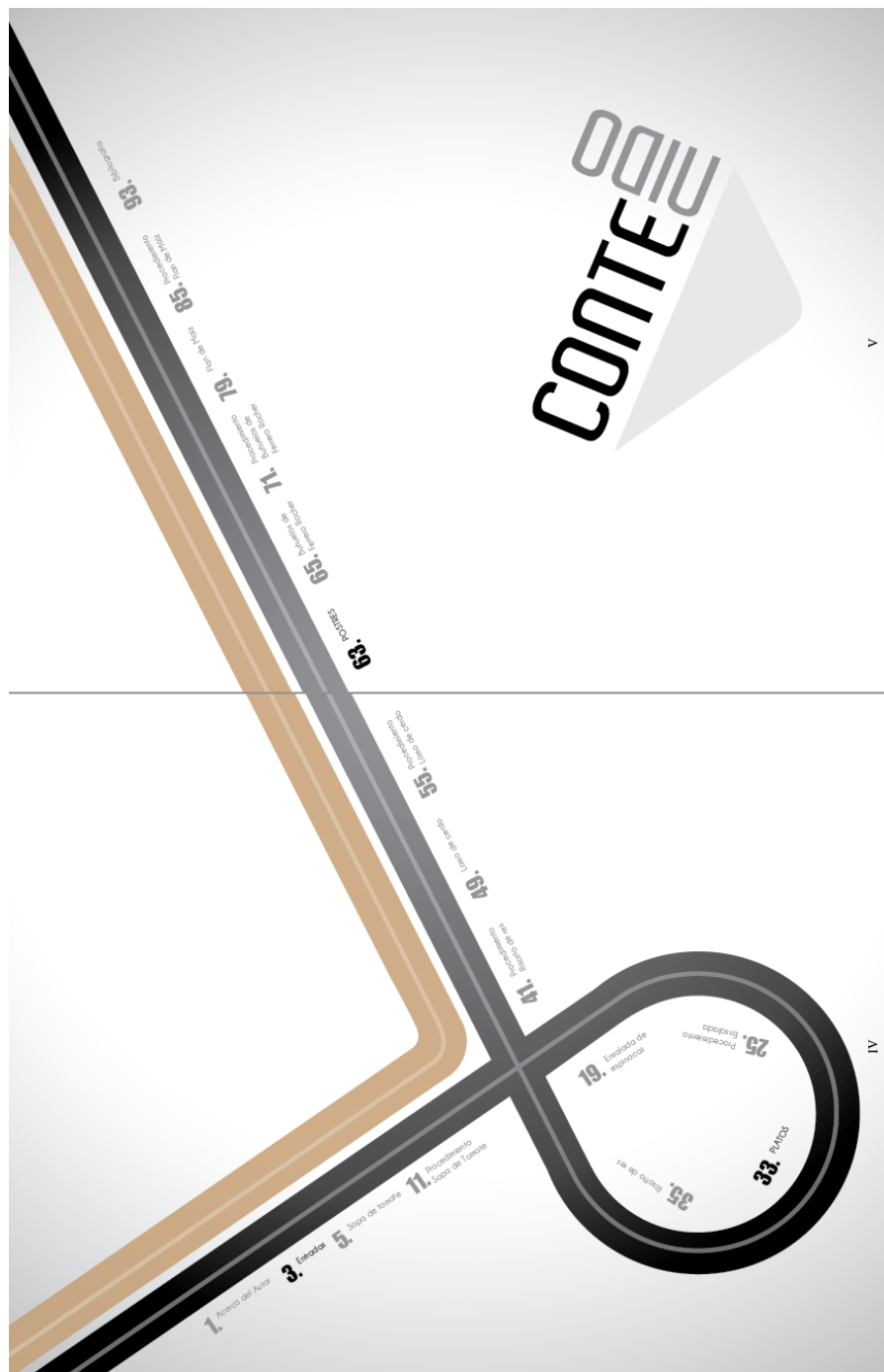


Páginas confrontadas agregando al lado derecho una frase alusiva al tema del libro, así como el nombre del libro en el contorno del mismo y de forma cortada con el objetivo de ser inusual y creativo.

Colores: Negro y medios tonos de gris, con el objetivo de ser simple para la lectura y que la limpieza del fondo blanco prepare la vista del lector para el contenido que cargado de mucho más color e imágenes.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

SECCIÓN “CONTENIDO”
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Mediante la forma animada y en movimiento de las líneas paralelas, se pretende crear dinamismo y presentar una manera diferente del índice de los libros, así que por lo tanto se espera cumplir con el objetivo de ser creativo e innovador mediante esta diagramación.

Colores: negro 100%, medios tonos de gris para algunos textos y para el fondo. De igual forma complementan un beige claro que es 35% magenta, 20 % cyan y 50 % amarillo

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 3 Y 4
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



La forma del diseño y diagramación sigue la tendencia de movimiento, dinamismo y creatividad con el fin de impactar al lector e inspirarle mediante las imágenes y colores a adentrarse en el contenido del libro. El titular se presenta de forma segmentada y en dos direcciones inusuales pero de igual forma legible. Complementa el diseño una imagen en macro de una ensalada con el objetivo de estimular apetito.

Colores: base en color verde compuesto de 90% cyan, 45% magenta, 95% amarillo y 55% negro. Así mismo, se trabajaron varias tonalidades o porcentajes del mismo verde descrito.

Tipografía: Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 5 Y 6
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Páginas confrontadas en donde el lado derecho nos muestra un cuadro en forma 2D con el nombre de la receta priorizado en diversos tamaños de letra, así como el nombre del autor. Complementan al lado izquierdo una fotografía preliminar de la sopa a elaborar, la cual se encuentra dentro de una ilustración basada en triángulos.

La paleta de colores es alusiva al plato o receta. Todo esto con un fondo en gris degradado circular para crear el efecto de profundidad.

Colores: café 36% C 55% M 75% A 20% N, verde 80% C 30% M 85% A 25% N, rojo 20% C 100% M 90% A 10% N, naranja 50% M 80% A y negro 20%.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 7 Y 8
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Se coloca el texto de la misma forma que en la información del autor; sin retícula y usando siempre de base la forma triangular, así como los elementos de la misma forma que complementan alrededor para realzar el texto. En este caso se ha trabajado un invertido para hacer contraste con los fondos limpios y en blanco. El titular quedó dentro de un recuadro triangular pero inclinado en la esquina superior izquierda para seguir con la misma línea de dinamismo y movimiento. Complementa del lado derecho una fotografía del ingrediente más relevante de la receta con un efecto overlay.

Colores: alusivos al plato o receta pero en tonalidades más cálidas y oscuras para lograr el invertido del texto: café oscuro 40% C 60% M 90% A 30% N, Corinto oscuro 35% C 85% M 90% A 35% N, naranja 30% C 80% M 90% A 20% N.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 9 Y 10
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Se ha utilizado una retícula modular pero en una dirección inclinada de izquierda a derecha para lograr el dinamismo y creatividad objetada. Cada módulo está separado por un contorno blanco para diferenciar uno de otro, y dentro de los mismos esta la información de cada cantidad del ingrediente necesario para la elaboración de la receta. Resalta en el centro y en una dirección distinta y con profundidad, el ingrediente más relevante del plato para así pasar a hablar y profundizar un poco más sobre el mismo en el lado derecho de las páginas confrontadas.

Se presenta la misma retícula tipográfica rectangular para el texto, así como la imagen de dicho ingrediente dentro de dos triángulos intercalados y con profundidad.

Colores: café 36% C 55% M 75% A 20% N, verde 80% C 30% M 85% A 25% N, rojo 20% C 100% M 90% A 10% N, naranja 50% M 80% A y negro 20%.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 11 Y 12
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Obedeciendo a la línea establecida anteriormente para cuestiones de procedimientos, se utilizó el mismo diseño y diagramación para la sección del contenido. Mediante la forma animada y en movimiento de las líneas paralelas, se pretende crear dinamismo y presentar una manera diferente el procedimiento para elaborar la receta.

Colores: café 36% C 55% M 75% A 20% N, verde 80% C 30% M 85% A 25% N y negro 20%, 60% Y 100%

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 13 Y 14
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”

AMORPHIC TON; 10000 Y

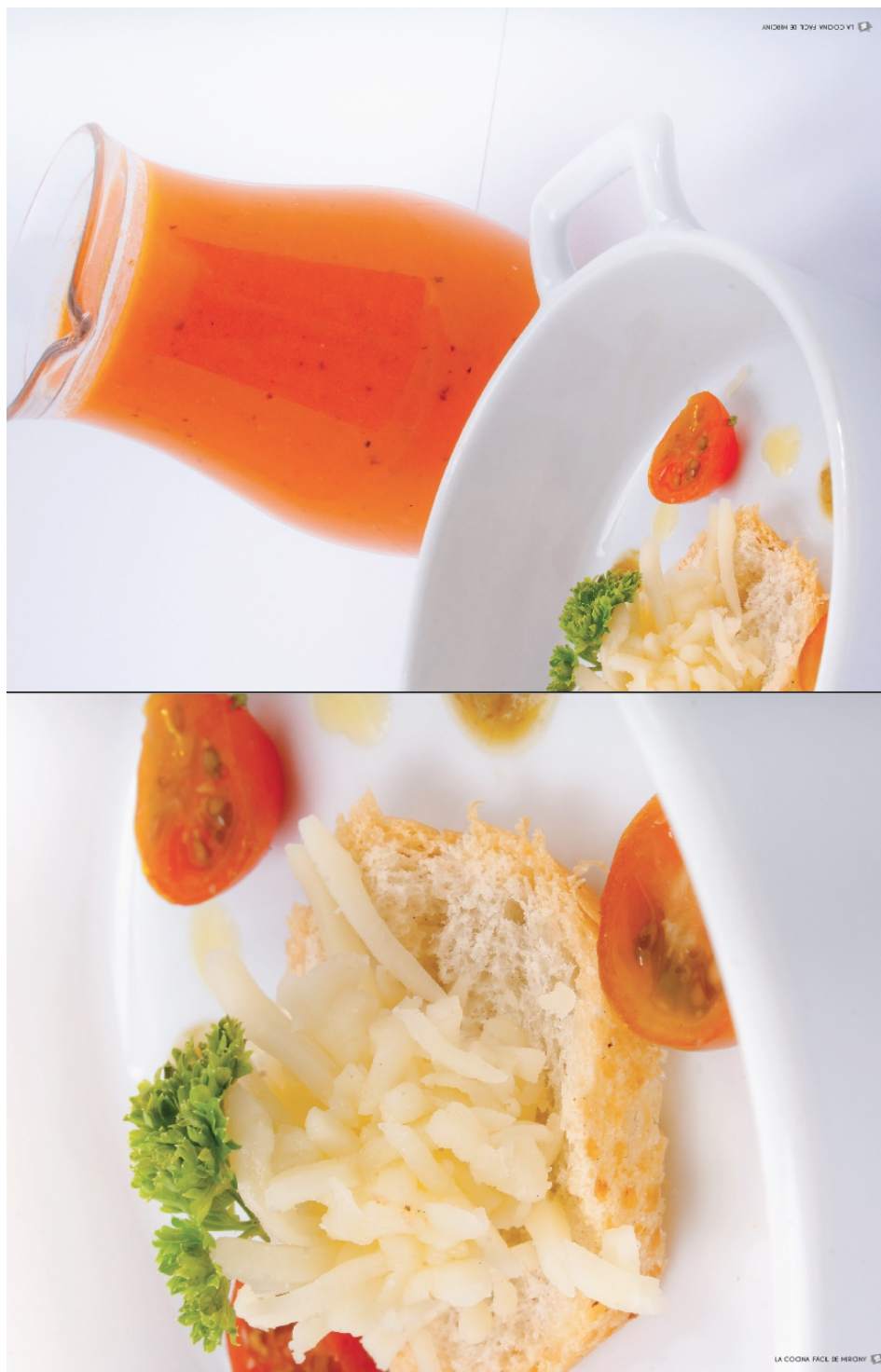


La diagramación es bastante simple y minimalista. Solamente se presenta la imagen de la receta finalizada sobre fondo blanco y limpio para poder colocar en la parte superior izquierda el titular que indica que se trata de las "Aclaraciones de la receta & montaje" así como cada paso a seguir, el cual, en esta ocasión, está simplemente descrito en líneas en dirección inclinada de izquierda a derecha haciendo referencia a un numeral, por lo que sobre la imagen hay líneas con el número al que pertenece cada paso con el fin de que el lector identifique los pasos a seguir de la mejor forma.

Colores: naranja 50% M 80% A y negro 20%, 60&, 100%.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 15 Y 16
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Fotografías de la receta final.

INTERIORES: PAG 17 Y 18
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Fotografía de receta final.

INTERIORES: PAG 19 Y 20
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Páginas confrontadas en donde el lado derecho nos muestra un cuadro en forma 2D con el nombre de la receta priorizado en diversos tamaños de letra, así como el nombre del autor. Complementan al lado izquierdo una fotografía preliminar de la sopa a elaborar, la cual se encuentra dentro de una ilustración basada en triángulos.

La paleta de colores es alusiva al plato o receta. Todo esto con un fondo en gris degradado circular para crear el efecto de profundidad.

Colores: verde 80% C 80% M 20% A 25% N, rojo 20% C 100% M 90% A 10% N, naranja 50% M 80% A y negro 20%. Morado: 80% M 50% C.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 21 Y 22
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Se coloca el texto de la misma forma que en la información del autor; sin retícula y usando siempre de base la forma triangular, así como los elementos de la misma forma que complementan alrededor para realzar el texto. En este caso se ha trabajado un invertido para hacer contraste con los fondos limpios y en blanco. El titular quedó dentro de un recuadro triangular pero inclinado en la esquina superior izquierda para seguir con la misma línea de dinamismo y movimiento. Complementa del lado derecho una fotografía del ingrediente más relevante de la receta con un efecto overlay.

Colores: verde 80% C 80% M 20% A 25%, Morado: 80% M 50% C.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 25 Y 26
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Obedeciendo a la línea establecida anteriormente para cuestiones de procedimientos, se utilizó el mismo diseño y diagramación para la sección del contenido. Mediante la forma animada y en movimiento de las líneas paralelas, se pretende crear dinamismo y presentar una manera diferente el procedimiento para elaborar la receta.

Colores: verde 80% C 80% M 20% A 25% N, Morado: 80% M 50% C.
 Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 27 Y 28
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



La diagramación es bastante simple y minimalista. Solamente se presenta la imagen de la receta finalizada sobre fondo blanco y limpio para poder colocar en la parte superior izquierda el titular que indica que se trata de las "Aclaraciones de la receta & montaje" así como cada paso a seguir, el cual, en esta ocasión, está simplemente descrito en líneas en dirección inclinada de izquierda a derecha haciendo referencia a un numeral, por lo que sobre la imagen hay líneas con el número al que pertenece cada paso con el fin de que el lector identifique los pasos a seguir de la mejor forma.

Colores: verde 80% C 80% M 20% A 25% N, Morado: 80% M 50% C. Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 29 Y 30
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Fotografía de la receta final.

INTERIORES: PAG 31 Y 32
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Fotografía de la receta final.

INTERIORES: PAG 33 Y 34
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



La forma del diseño y diagramación sigue la tendencia de movimiento, dinamismo y creatividad con el fin de impactar al lector e inspirarle mediante las imágenes y colores a adentrarse en el contenido del libro. El titular se presenta de forma segmentada y en dos direcciones inusuales pero de igual forma legible. Complementa el diseño una imagen en macro de una ensalada con el objetivo de estimular apetito.

Colores: base en color rojo compuesto de 100% magenta, 100% amarillo. Así mismo, se trabajaron varias tonalidades o porcentajes del mismo rojo descrito.

Tipografía: Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 35 Y 36
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Páginas confrontadas en donde el lado derecho nos muestra un cuadro en forma 2D con el nombre de la receta priorizado en diversos tamaños de letra, así como el nombre del autor. Complementan al lado izquierdo una fotografía preliminar de la sopa a elaborar, la cual se encuentra dentro de una ilustración basada en triángulos.

La paleta de colores es alusiva al plato o receta. Todo esto con un fondo en gris degradado circular para crear el efecto de profundidad. Colores: café 36% C 55% M 75% A 20% N, naranja 50% M 80% A y negro 20%.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 37 Y 38
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”

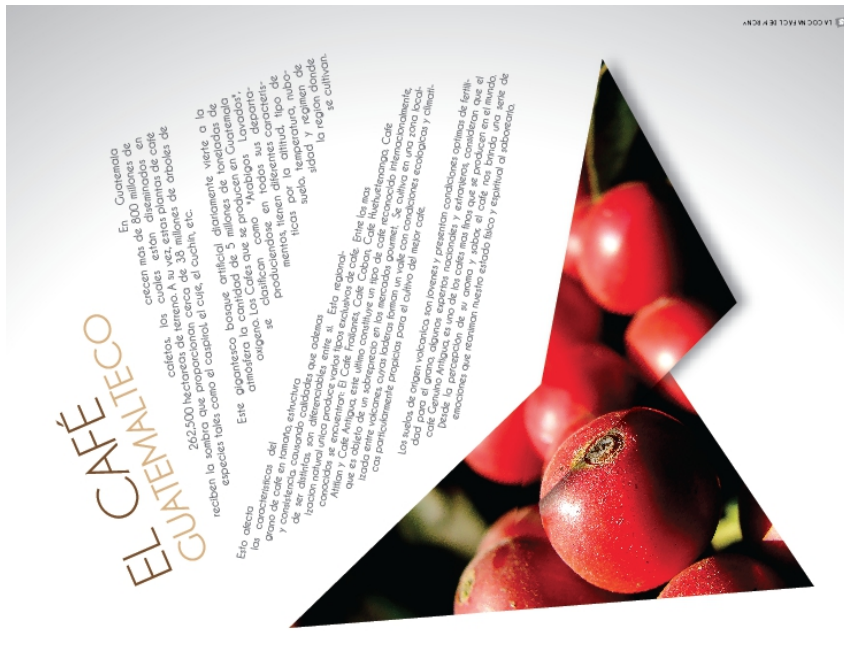


Se coloca el texto de la misma forma que en la información del autor; sin retícula y usando siempre de base la forma triangular, así como los elementos de la misma forma que complementan alrededor para realizar el texto. En este caso se ha trabajado un invertido para hacer contraste con los fondos limpios y en blanco. El titular quedó dentro de un recuadro triangular pero inclinado en la esquina superior izquierda para seguir con la misma línea de dinamismo y movimiento. Complementa del lado derecho una fotografía del ingrediente más relevante de la receta con un efecto overlay.

Colores: café 36% C 55% M 75% A 20% N, naranja 50% M 80% A y negro 20%.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 39 Y 40
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Se ha utilizado una retícula modular pero en una dirección inclinada de izquierda a derecha para lograr el dinamismo y creatividad objetada. Cada módulo está separado por un contorno blanco para diferenciar uno de otro, y dentro de los mismos esta la información de cada cantidad del ingrediente necesario para la elaboración de la receta. Resalta en el centro y en una dirección distinta y con profundidad, el ingrediente más relevante del plato para así pasar a hablar y profundizar un poco más sobre el mismo en el lado derecho de las páginas confrontadas.

Se presenta la misma retícula tipográfica rectangular para el texto, así como la imagen de dicho ingrediente dentro de dos triángulos intercalados y con profundidad.
 Colores: café 36% C 55% M 75% A 20% N, naranja 50% M 80% A y negro 20%.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 41 Y 42
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Obedeciendo a la línea establecida anteriormente para cuestiones de procedimientos, se utilizó el mismo diseño y diagramación para la sección del contenido. Mediante la forma animada y en movimiento de las líneas paralelas, se pretende crear dinamismo y presentar una manera diferente el procedimiento para elaborar la receta.

Colores: café 36% C 55% M 75% A 20% N, naranja 50% M 80% A y negro 20%.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 43 Y 44
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



La diagramación es bastante simple y minimalista. Solamente se presenta la imagen de la receta finalizada sobre fondo blanco y limpio para poder colocar en la parte superior izquierda el titular que indica que se trata de las "Aclaraciones de la receta & montaje" así como cada paso a seguir, el cual, en esta ocasión, está simplemente descrito en líneas en dirección inclinada de izquierda a derecha haciendo referencia a un numeral, por lo que sobre la imagen hay líneas con el número al que pertenece cada paso con el fin de que el lector identifique los pasos a seguir de la mejor forma.

Colores: café 36% C 55% M 75% A 20% N, naranja 50% M 80% A y negro 20%.

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 45 Y 46
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Fotografías de la receta final.

INTERIORES: PAG 47 Y 48
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Fotografía de la receta final.

INTERIORES: PAG 49 Y 50
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Páginas confrontadas en donde el lado derecho nos muestra un cuadro en forma 2D con el nombre de la receta priorizado en diversos tamaños de letra, así como el nombre del autor. Complementan al lado izquierdo una fotografía preliminar de la sopa a elaborar, la cual se encuentra dentro de una ilustración basada en triángulos.

La paleta de colores es alusiva al plato o receta. Todo esto con un fondo en gris degradado circular para crear el efecto de profundidad.

Colores: rojo 20% C 100% M 90% A 10% N, verde 80% C 30% M 85% A 25% N, negro 100%

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 51 Y 52
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Se coloca el texto de la misma forma que en la información del autor; sin retícula y usando siempre de base la forma triangular, así como los elementos de la misma forma que complementan alrededor para realzar el texto. En este caso se ha trabajado un invertido para hacer contraste con los fondos limpios y en blanco. El titular quedó dentro de un recuadro triangular pero inclinado en la esquina superior izquierda para seguir con la misma línea de dinamismo y movimiento. Complementa del lado derecho una fotografía del ingrediente más relevante de la receta con un efecto overlay.

Colores: rojo 20% C 100% M 90% A 10% N, verde 80% C 30% M 85% A 25% N, negro 100%

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 53 Y 54
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Se ha utilizado una retícula modular pero en una dirección inclinada de izquierda a derecha para lograr el dinamismo y creatividad objetada. Cada módulo está separado por un contorno blanco para diferenciar uno de otro, y dentro de los mismos esta la información de cada cantidad del ingrediente necesario para la elaboración de la receta. Resalta en el centro y en una dirección distinta y con profundidad, el ingrediente más relevante del plato para así pasar a hablar y profundizar un poco más sobre el mismo en el lado derecho de las páginas confrontadas.

Colores: rojo 20% C 100% M 90% A 10% N, verde 80% C 30% M 85% A 25% N, negro 100%. Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 55 Y 56
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Obedeciendo a la línea establecida anteriormente para cuestiones de procedimientos, se utilizó el mismo diseño y diagramación para la sección del contenido. Mediante la forma animada y en movimiento de las líneas paralelas, se pretende crear dinamismo y presentar una manera diferente el procedimiento para elaborar la receta.

Colores: rojo 20% C 100% M 90% A 10% N, verde 80% C 30% M 85% A 25% N, negro 100%

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 57 Y 58
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



La diagramación es bastante simple y minimalista. Se presenta la imagen de la receta finalizada sobre fondo blanco y limpio para poder colocar en la parte superior izquierda el titular que indica que se trata de las “Aclaraciones de la receta & montaje” así como cada paso a seguir, el cual, en esta ocasión, está simplemente descrito en líneas en dirección inclinada de izquierda a derecha haciendo referencia a un numeral, por lo que sobre la imagen hay líneas con el número al que pertenece cada paso con el fin de que el lector identifique los pasos a seguir de la mejor forma.

Colores: rojo 20% C 100% M 90% A 10% N, verde 80% C 30% M 85% A 25% N, negro 100%

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 59 Y 60
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Fotografía de la receta final.

INTERIORES: PAG 61 Y 62
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Fotografía de la receta final.

INTERIORES: PAG 63 Y 64
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



La forma del diseño y diagramación sigue la tendencia de movimiento, dinamismo y creatividad con el fin de impactar al lector e inspirarle mediante las imágenes y colores a adentrarse en el contenido del libro. El titular se presenta de forma segmentada y en dos direcciones inusuales pero de igual forma legible. Complementa el diseño una imagen en macro de una ensalada con el objetivo de estimular apetito.

Colores: base en color naranja compuesto de 50% magenta, 100% amarillo. Así mismo, se trabajaron varias tonalidades o porcentajes del mismo naranja.

Tipografía: Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 65 Y 66
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Páginas confrontadas en donde el lado derecho nos muestra un cuadro en forma 2D con el nombre de la receta priorizado en diversos tamaños de letra, así como el nombre del autor. Complementan al lado izquierdo una fotografía preliminar de la sopa a elaborar, la cual se encuentra dentro de una ilustración basada en triángulos.

La paleta de colores es alusiva al plato o receta. Todo esto con un fondo en gris degradado circular para crear el efecto de profundidad.

Colores: Verde 100% C 0% M 100% A 10% N, naranja 0% C 80% M 60% A N 0%, café 30% C 50 % M 10% A 30% N

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 67 Y 68
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Se coloca el texto de la misma forma que en la información del autor; sin retícula y usando siempre de base la forma triangular, así como los elementos de la misma forma que complementan alrededor para realzar el texto. En este caso se ha trabajado un invertido para hacer contraste con los fondos limpios y en blanco. El titular quedó dentro de un recuadro triangular pero inclinado en la esquina superior izquierda para seguir con la misma línea de dinamismo y movimiento. Complementa del lado derecho una fotografía del ingrediente más relevante de la receta con un efecto overlay.

Colores: Verde 100% C 0% M 100% A 10% N, naranja 0% C 80% M 60% A N 0%, café 30% C 50% M 10% A 30% N

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 69 Y 70
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Se ha utilizado una retícula modular pero en una dirección inclinada de izquierda a derecha para lograr el dinamismo y creatividad objetada. Cada módulo está separado por un contorno blanco para diferenciar uno de otro, y dentro de los mismos esta la información de cada cantidad del ingrediente necesario para la elaboración de la receta. Resalta en el centro y en una dirección distinta y con profundidad, el ingrediente más relevante del plato para así pasar a hablar y profundizar un poco más sobre el mismo en el lado derecho de las páginas confrontadas.

Colores: Verde 100% C 0% M 100% A 10% N, naranja 0% C 80% M 60% A N 0%, café 30% C 50% M 10% A 30% N Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 71 Y 72
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Obedeciendo a la línea establecida anteriormente para cuestiones de procedimientos, se utilizó el mismo diseño y diagramación para la sección del contenido. Mediante la forma animada y en movimiento de las líneas paralelas, se pretende crear dinamismo y presentar una manera diferente el procedimiento para elaborar la receta.

Colores: Verde 100% C 0% M 100% A 10% N, naranja 0% C 80% M 60% A N 0%, café 30% C 50% M 10% A 30% N

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 73 Y 74
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



La diagramación es bastante simple y minimalista. Se presenta la imagen de la receta finalizada sobre fondo blanco y limpio para poder colocar en la parte superior izquierda el titular que indica que se trata de las “Aclaraciones de la receta & montaje” así como cada paso a seguir, el cual, en esta ocasión, está simplemente descrito en líneas en dirección inclinada de izquierda a derecha haciendo referencia a un numeral, por lo que sobre la imagen hay líneas con el número al que pertenece cada paso con el fin de que el lector identifique los pasos a seguir de la mejor forma.

Colores: Verde 100% C 0% M 100% A 10% N, naranja 0% C 80% M 60% A N 0%, café 30% C 50 % M 10% A 30% N

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 75 Y 76
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Fotografía de la receta final.

INTERIORES: PAG 77 Y 78
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Fotografía de la receta final.

INTERIORES: PAG 79 Y 80
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Páginas confrontadas en donde el lado derecho nos muestra un cuadro en forma 2D con el nombre de la receta priorizado en diversos tamaños de letra, así como el nombre del autor. Complementan al lado izquierdo una fotografía preliminar de la sopa a elaborar, la cual se encuentra dentro de una ilustración basada en triángulos.

La paleta de colores es alusiva al plato o receta. Todo esto con un fondo en gris degradado circular para crear el efecto de profundidad.

Colores: naranja 0% C 80% M 60% A N 0%, café 30% C 50% M 10% A 30% N rojo 0% C 100% M 100% A 0% N verde 100% C 100% A

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 81 Y 82
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Se coloca el texto de la misma forma que en la información del autor; sin retícula y usando siempre de base la forma triangular, así como los elementos de la misma forma que complementan alrededor para realzar el texto. En este caso se ha trabajado un invertido para hacer contraste con los fondos limpios y en blanco. El titular quedó dentro de un recuadro triangular pero inclinado en la esquina superior izquierda para seguir con la misma línea de dinamismo y movimiento. Complementa del lado derecho una fotografía del ingrediente más relevante de la receta con un efecto overlay.

Colores: naranja 0% C 80% M 60% A N 0%, café 30% C 50 % M 10% A 30% N rojo 0% C 100% M 100% A 0% N verde 100% C 100% A

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible.

INTERIORES: PAG 83 Y 84
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Se ha utilizado una retícula modular pero en una dirección inclinada de izquierda a derecha para lograr el dinamismo y creatividad objetada. Cada módulo está separado por un contorno blanco para diferenciar uno de otro, y dentro de los mismos esta la información de cada cantidad del ingrediente necesario para la elaboración de la receta. Resalta en el centro y en una dirección distinta y con profundidad, el ingrediente más relevante del plato para así pasar a hablar y profundizar un poco más sobre el mismo en el lado derecho de las páginas confrontadas.

Colores: naranja 0% C 80% M 60% A N 0%, café 30% C 50% M 10% A 30% N rojo 0% C 100% M 100% A 0% N verde 100% C 100% A

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 85 Y 86
 PÁGINAS CONFRONTADAS
 FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
 FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



Obedeciendo a la línea establecida anteriormente para cuestiones de procedimientos, se utilizó el mismo diseño y diagramación para la sección del contenido. Mediante la forma animada y en movimiento de las líneas paralelas, se pretende crear dinamismo y presentar una manera diferente el procedimiento para elaborar la receta.

Colores: naranja 0% C 80% M 60% A N 0%, café 30% C 50 % M 10% A 30% N rojo 0% C 100% M 100% A 0% N verde 100% C 100% A

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 87 Y 88
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



La diagramación es bastante simple y minimalista. Se presenta la imagen de la receta finalizada sobre fondo blanco y limpio para poder colocar en la parte superior izquierda el titular que indica que se trata de las “Aclaraciones de la receta & montaje” así como cada paso a seguir, el cual, en esta ocasión, está simplemente descrito en líneas en dirección inclinada de izquierda a derecha haciendo referencia a un numeral, por lo que sobre la imagen hay líneas con el número al que pertenece cada paso con el fin de que el lector identifique los pasos a seguir de la mejor forma.

Colores: naranja 0% C 80% M 60% A N 0%, café 30% C 50 % M 10% A 30% N rojo 0% C 100% M 100% A 0% N verde 100% C 100% A

Tipografía: Caviar Dreams: Sans serif delgada, moderna y elegante. Impact: sans bold gruesa, clásica, simple y muy legible. Aldo: Sans serif de grosor medio, moderna y simple.

INTERIORES: PAG 89 Y 90
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



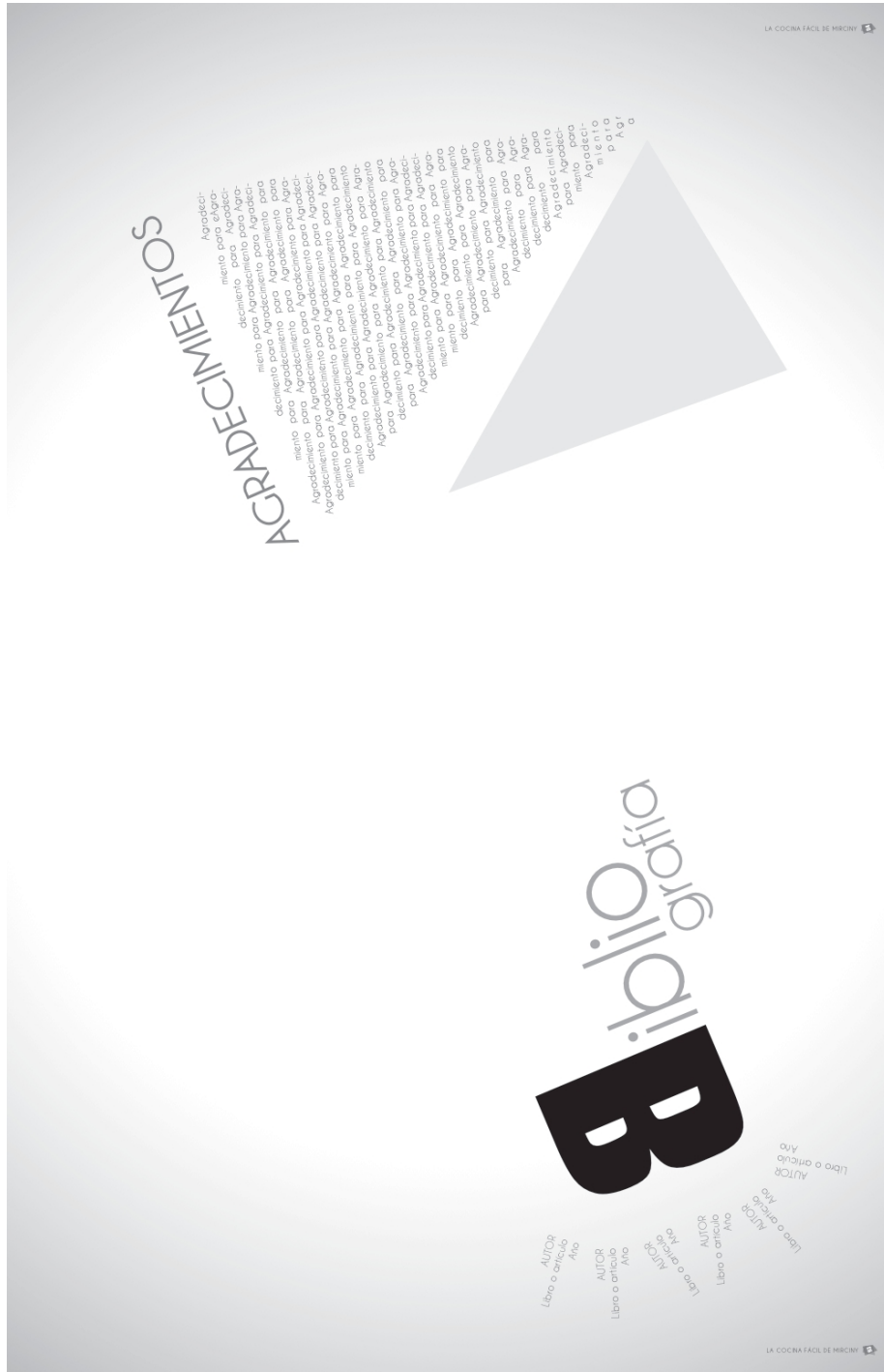
Fotografía de la receta final.

INTERIORES: PAG 91 Y 92
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11"
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11"



Fotografía de la receta final.

INTERIORES: PAG 93 Y 94
PÁGINAS CONFRONTADAS
FORMATO 1 PÁGINA: CARTA 8.5 X 11”
FORMATO DOBLE PÁGINA: TABLOIDE 17 X 11”



CAPÍTULO VIII: VALIDACIÓN TÉCNICA

Después de realizar la propuesta inicial del diseño editorial impreso, es necesario verificar que lo que se ha diseñado tiene fundamentos y es aceptado ante el público. Para esto, se procedió a establecer dentro del proceso de diseño una forma de evaluar el rendimiento de los logros obtenidos en el material.

Se implementó un instrumento de validación enfocado en tres áreas de la Comunicación y el Diseño para:

- Visualizar logros respecto de los objetivos planteados en el proyecto.
- Verificar la eficiencia de los elementos del diseño en cuanto a colores, formas, tipografía, íconos, elementos comunicativos y fotografías.

Para la validación del proyecto fue necesario establecer parámetros de referencia en cuanto a la implementación y eficiencia del proyecto y con esto verificar el logro de los objetivos planteados, así como los cambios que puedan surgir para mejorar el proyecto.

El número total de encuestados para este proyecto fue de 82 personas. A continuación se explica detalladamente quiénes fueron parte de esta validación.

8.1 Población y muestreo:

Para que la validación del proyecto fuera efectiva, se acudió a recolectar información de:

- Cliente: Chef ejecutiva del restaurante Be Café.

Es la persona encargada de administrar y dirigir dicho restaurante y a su vez la autora del contenido del material que se ha trabajado.

Perfil del encuestado:

- Edad: 37 años.
- Profesión: chef, empresaria y conductora de programas televisivos de cocina.
- Líder en el gremio culinario guatemalteco y latinoamericano.

Número de encuestados: 1 persona.

- Grupo objetivo: Comensales del restaurante Be Café.

Perfil Demográfico:

Chef Mirciny es conocida en toda la región guatemalteca gracias al rating del programa de televisión guatemalteco El Sabor de mi Tierra, que tiene una audiencia aproximada de 2,800,000 personas según la fuente del canal televisivo.

El Restaurante Be Café tiene una afluencia de comensales de aproximadamente 600 personas al mes, según Mirciny Moliviatis, Chef ejecutiva de dicho restaurante.

- Edades: de 20 a 65 años
- Género: masculino y femenino
- Ciclo de vida familiar: adultos dependientes e independientes, matrimonios con y sin hijos.
- Nivel socioeconómico: C, C+, B
- Ingresos: entre Q 12,000 y Q. 45,000
- Ocupación: empresarios, ejecutivos de nivel medio y alto, comerciantes, vendedores y dependientes.
- Nivel educativo: superior, licenciatura, maestría y doctorado.
- Bienes: casa, departamento, terrenos y condominios cerca de costas, autos de tipo compacto, van y 4x4, motos.
- Religión: católicos y evangélicos en su gran mayoría.

Para el cálculo de la muestra se aplicará el procedimiento probabilístico de selección de muestras aleatorio simple. Dicho procedimiento es muy práctico y útil para este tipo de validación.

Cálculo del tamaño de la muestra de base

El tamaño adecuado de la muestra para una encuesta relativa a la población está determinado por tres factores: i) prevalencia estimada de la variable considerada ;ii) nivel deseado de fiabilidad; y iii) margen de error aceptable.

El tamaño de la muestra para un diseño de encuesta basado en una muestra aleatoria simple, puede calcularse mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{t^2 \times p(1-p)}{m^2}$$

Descripción:

n = tamaño de la muestra requerido

t = nivel de fiabilidad de 95% (valor estándar de 1,96)

p = prevalencia estimada población (en este caso las 600 comensales mensuales de Be Café representan el 0.02142% de los 2,800,000 de personas que conocen a Chef Mirciny)

m = margen de error de 5% (valor estándar de 0,05)

Por lo tanto:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.02142(1-0.02142)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.02096}{0.0025}$$

$$n = 33$$

Finalmente se encuestaron: 82 personas.

- Especialistas en Comunicación, Publicidad, Diseño Gráfico (editorial especialmente) y Fotografía comercial.

Los especialistas aportaron un valor significativo en la parte semiológica y operativa para la validación del proyecto. Asimismo, proporcionaron información útil para la correcta implementación del diseño del material editorial impreso.

Perfil de especialistas en Comunicación y Diseño:

- Sus edades oscilan entre los 27 y 70 años.
- Son profesionales en las áreas de Comunicación, Diseño y Fotografía.
- Algunos son catedráticos universitarios.

Número de entrevistados: 10 personas

Perfil de cada experto entrevistado:

Nombre: Licda. Paula Toruño de Passarelli

Profesión: Diseñadora Gráfica

Especialización: Diseño Editorial y diagramación

Lugar de trabajo: Prensa Libre

Años de experiencia: 8 años

Nombre: Lic. Ricardo Ubico

Profesión: Mercadólogo y Fotógrafo

Especialización: Fotografía comercial y foodstyling

Lugar de trabajo: Decorafoto

Años de experiencia: 30 años

Nombre: Licda. Vivian Margnoni

Profesión: Diseñadora Gráfica

Especialización: Diseño Gráfico

Lugar de trabajo: Equity

Años de experiencia: 5 años

Nombre: Licda. Lidia Vanesa Anleu

Profesión: Diseñadora Gráfica

Especialización: Diseño Gráfico Editorial

Lugar de trabajo: Prensa Libre

Años de experiencia: 17 años

Nombre: Ivana Aguilar Samayoa

Profesión: Diseñadora Gráfica

Especialización: Diseño Gráfico y fotografía comercial

Lugar de trabajo: GetCreative&Cerobolas

Años de experiencia: 6 años

Nombre: Licda. Madelyn Renata Albanés

Profesión: Diseñadora Gráfica

Especialización: Diseño Gráfico Editorial y diagramación

Lugar de trabajo: Prensa Libre

Años de experiencia: 7 años

Nombre: Lic. Jorge Eduardo Mayén

Profesión: Diseñador Gráfico

Especialización: Fotografía Comercial

Lugar de trabajo: Prensa Libre

Años de experiencia: 8 años

Nombre: Lic. Denis Ramírez

Profesión: Publicista

Especialización: Diseño Gráfico

Lugar de trabajo: Prensa Libre

Años de experiencia: 17 años

Nombre: Lic. José Miguel Guzmán

Profesión: Diseñador Gráfico

Especialización: Diseño Gráfico

Lugar de trabajo: Milk'n Cookies

Años de experiencia: 5 años

8.2 Método e instrumento

Para validar el proyecto se implementó un instrumento investigativo que permitió reunir información sobre la eficiencia del diseño editorial impreso para verificar si se cumplía con los objetivos.

8.2.1 Instrumento: Encuesta

La encuesta es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana. Se utilizan procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

La encuesta es un instrumento simple y que responde a los resultados evaluativos del rendimiento objetivo, semiológico y operativo del diseño editorial impreso. Se basa en doce preguntas, que están segmentadas en tres áreas:

- La parte **objetiva** responde a los objetivos generales y específicos del proyecto.
- La parte **semiológica** está constituida por el conjunto de elementos visuales interactivos que transmiten mensajes y la idea del concepto creativo que incluyen: (colores, tipografía, ilustraciones, imágenes, formas, estilos y movimientos).
- La parte **operativa** es la que se encargará de verificar que el material sea funcional, práctico, fácil de interpretar y atractivo e innovador.

INSTRUMENTOS

ENCUESTA GRUPO OBJETIVO



ENCUESTA DE VALIDACIÓN (GRUPO OBJETIVO)

Mirciny Moliviatís es Chef ejecutiva del restaurante Be Café, así como conductora del programa televisivo nacional El Sabor de mi Tierra y Puro Chef del canal internacional Utilísima. Como proyecto de graduación se ha diseñado un material editorial impreso que recopila sus recetas de cocina creativa.

Por lo tanto, con el objetivo de validar la propuesta, se solicita su colaboración para llenar la presente encuesta marcando con una línea la respuesta que considere correcta. Favor marcar una sola respuesta en cada pregunta.

Muchas gracias por su colaboración.

Objetiva

1. ¿El material editorial impreso recopila las recetas de cocina creativa de su autoría?
SI NO
2. ¿Considera que el material editorial impreso recopila en su contenido conceptos, ideas y aportes culinarios respecto a la cocina creativa?
SI NO
3. ¿El material editorial impreso recopila la información necesaria sobre ingredientes, regiones o entornos donde se ha inspirado en la elaboración de sus recetas?
SI NO
4. ¿El material editorial impreso contiene suficientes fotografías de los platos, así como de los ingredientes relevantes de las recetas?
SI NO
5. ¿El material editorial impreso cumple con el siguiente concepto de diseño?:
“Nuevo, creativo e innovador en el medio culinario y a la vanguardia en el diseño”
SI NO

6. ¿El concepto de diseño anterior concuerda con su filosofía y personalidad del autor?

SI NO

7. ¿Existe armonía entre la diagramación, fotografía y contenido del material editorial impreso?

SI NO

Semiológica

8. Qué emoción causa la forma del material:

Dinamismo Lentitud Movimiento Inactividad

9. La diagramación del material producen un sentimiento de:

Viveza Apagamiento Animación Lentitud

10. Al observar los colores del material, le produce un sentimiento de:

Tristeza Alegría Paz Enojo

11. El movimiento del material causa sensación de:

Ordinariez Mal gusto Originalidad Desagrado

12. Las imágenes del material despiertan la sensación de:

Apetito Desagrado Aburrimiento Desgana

13. Los colores del material cumplen con el propósito de:

Denotar apetito y alegría Denotar aburrimiento Denotar desagrado Denotar tristeza

14. Los colores del material también cumplen con el propósito de:

Estimular creatividad y diversión Estimular aburrimiento Estimular tristeza

Estimular lentitud

15. El tipo de letra del material también cumple con el propósito de reflejar:

Modernidad e innovación ~~Ordinariedad~~ Aburrimiento Desagrado

Operacional

16. La tipografía del material cumple con el propósito de ser:

Ilegible Legible y eficaz Ordinaria Aburrida

17. La tensión del material cumple con el propósito de brindar:

Orientación de lectura Desorientación Desequilibrio Estres

18. El ritmo del material cumple con el propósito de producir:

Dinamismo Lentitud Aburrimiento Desproporción

19. La armonía del material cumple con el propósito de lograr:

Equilibrio Desequilibrio Desproporción Desorientación

20. El movimiento del material cumple con el propósito de dar:

Dinamismo Agilidad Lentitud Incongruencia

21. Las texturas cumplen el propósito de generar la sensación de:

Realismo Incredulidad Aburrimiento Desagrado

ENCUESTA EXPERTOS



ENCUESTA DE VALIDACIÓN (EXERTOS)

Mirciny Moliviatis es Chef ejecutiva del restaurante Be Café, así como conductora del programa televisivo nacional El Sabor de mi Tierra y Puro Chef del canal internacional Utilísima.

Como proyecto de graduación se ha diseñado un material editorial impreso que recopila sus recetas de cocina creativa.

Por lo tanto, con el objetivo de validar la propuesta, se solicita su colaboración para llenar la presente encuesta marcando con una línea la respuesta que considere correcta. Favor marcar una sola respuesta en cada pregunta.

Muchas gracias por su colaboración.

Nombre: _____

Profesión: _____

Lugar de trabajo: _____

Puesto: _____

Años de experiencia en el área: _____

Correo electrónico: _____

Teléfono: _____

Firma: _____

Objetiva

1. ¿El material editorial impreso recopila las recetas de cocina creativa de la Chef Mirciny Moliviatis del Restaurante Be Café?

SI NO

2. ¿Considera que el material editorial impreso contiene conceptos, ideas y aportes de Chef Mirciny Moliviatis respecto a la cocina creativa?

SI NO

3. ¿El material editorial impreso provee la información y datos necesarios sobre los ingredientes, regiones o entornos donde el autor se ha inspirado en la elaboración de sus recetas?

SI NO

4. ¿Considera que el material editorial impreso está elaborado con los principios y aspectos básicos del diseño editorial?

SI NO

5. ¿El material editorial impreso contiene suficientes fotografías de los platos, así como de los ingredientes relevantes de las recetas?

SI NO

6. ¿El material editorial impreso cumple con el siguiente concepto de diseño?: "Nuevo, creativo e innovador en el medio culinario y a la vanguardia en el diseño"

SI NO

7. ¿El concepto de diseño anterior concuerda con la filosofía y personalidad del autor?

SI NO

8. ¿La diagramación está acorde al concepto de diseño mencionado anteriormente?

SI NO

9. En base al concepto de diseño, ¿existe armonía entre la diagramación, fotografía y contenido del material editorial impreso?

SI NO

Semiológica

10. Qué emoción le causa la forma del material:

Dinamismo Lentitud Movimiento Inactividad

11. El peso del material causa el sentimiento de

Discordia Balance Desequilibrio Equilibrio

12. La diagramación del material producen un sentimiento de:

Viveza Apagamiento Animación Lentitud

13. El formato (tipo de papel) produce un sentimiento de:

Elegancia Ordinarietà Distinción Mal gusto

14. Al observar los colores del material, le produce un sentimiento de:

Tristeza Alegría Paz Enojo

15. La tensión del material produce un sentimiento de:

Inestabilidad Estabilidad Provisionalidad Solidez

16. El ritmo del material le produce un sentimiento de:

Tenacidad Pasividad Empeño Inconstancia

17. El balance del material causa un sentimiento de:

Equilibrio inestabilidad Estabilidad Desestabilidad

18. La armonía del material produce sentimiento de:

Desagrado Bienestar Descontento Tranquilidad

19. El movimiento del material causa sensación de:

Ordinarietà Mal gusto Originalidad Desagrado

20. Las texturas de las imágenes producen la sensación de:

Falsedad Autenticidad Inexactitud Veracidad

21. La retícula del material causa sentimiento de:

Primitivismo Innovación Ordinarietà Creatividad

22. Las imágenes del material despiertan la sensación de:

Apetito Desagrado Aburrimiento Desgana

23. Los colores del material también cumplen con el propósito de:

Denotar apetito y alegría Denotar aburrimiento Denotar desagrado Denotar tristeza

24. Los colores del material también cumplen con el propósito de:

Estimular creatividad y diversión Estimular aburrimiento Estimular tristeza Estimular lentitud

25. La tipografía del material también cumple con el propósito de reflejar:

Modernidad e innovación ~~Ordinariedad~~ Aburrimiento Desagrado

26. El contraste del material también cumple con el propósito de crear una percepción:

Inusual Ordinaria Aburrida Desagradable

27. El ritmo del material cumple con el propósito de producir:

Dinamismo Lentitud Aburrimiento Desproporción

28. La armonía del material también cumple con el propósito de generar la sensación de:

Bienestar Aburrimiento Desagrado Lentitud

29. Las texturas también cumplen con el propósito de generar la percepción de:

Profundidad ~~Irrealismo~~ Desagrado Incongruencia

Operacional

30. Al analizar la forma del material impreso, ésta cumple el propósito de ser:

Atractivo Desorganizado Aburrido De mal gusto

31. Al analizar la forma del material impreso, ésta también cumple el propósito de ser:

Desproporcionado Organizado Desorganizado Inestable

32. Al analizar la forma del material impreso, ésta también cumple el propósito de:

Guiar la lectura del lector Desviar la atención Aburrir Desestabilizar

33. Al analizar el peso del material impreso, éste cumple con el propósito de ser:

Distribuido correctamente Balanceado DesequilibradoDesproporcionado

34. Al observar la diagramación del material, ésta cumple con el propósito de:

Disponer el orden Desordenar Desestabilizar Aburrir

35. Al observar la diagramación del material, ésta también cumple con el propósito de:

Ser consecuente Ser inconsecuente Desestabilizar Aburrir

36. Al observar la diagramación del material, ésta también cumple con el propósito de disponer la importancia de:

Los elementos visuales El contenido El texto La retícula

37. El formato del material cumple con el propósito de ser:

Elegante Ordinario Distintivo De mal gusto

38. Los colores del material cumplen con el propósito de:

Reforzar la info. visual Desviar atención Aburrir Desagradar

39. La tipografía del material cumple con el propósito de ser:

Illegible Legible y eficáz Ordinaria Aburrida

40. La tipografía del material también cumple con el propósito de ser:

Original y divertida Ordinaria Aburrida Illegible

41. El contraste del material cumple con el propósito de:

Resaltar los textos Opacar textos Ser legible Ser ilegible

42. La tensión del material cumple con el propósito de brindar:

Orientación de lectura Desorientación Desequilibrio Estres

43. La tensión del material también cumple con el propósito de brindar al diseño:

Fuerza Debilidad Incongruencia Aburrimiento

44. La tensión del material también cumple con el propósito de brindar al diseño:

Atracción Rechazo Incongruencia Aburrimiento

45. El ritmo del material también cumple con el propósito de transmitir:

Armonía en la composición Ordinarietà en el material Desequilibrio en el material
Debilidad en el material

46. El ritmo del material también cumple con el propósito de producir dentro del material:

Movimiento Lentitud Desequilibrio Incongruencia

47. El balance cumple el propósito de generar entre los elementos gráficos:

Equilibrio Desequilibrio Desproporción Desorientación

48. La armonía del material cumple con el propósito de lograr:

Equilibrio Desequilibrio Desproporción Desorientación

49. La composición del material cumple el propósito de ser:

Agradable y coherente Desagradable Incoherente Desproporcionada

50. El movimiento del material cumple con el propósito de dar:

Dinamismo Agilidad Lentitud Incongruencia

51. Las texturas cumplen el propósito de generar la sensación de:

Realismo Incredulidad Aburrimiento Desagrado

52. Las texturas también cumplen con el propósito de resaltar elementos de:

Gráficos Texto Diagramas Reticula

53. La reticula cumple con el propósito de que los elementos tipográficos e ilustraciones se vean:

Organizados Desorganizados Aburridos Incongruentes

54. La reticula del material cumple también con el propósito de proporcionar:

Orden, precisión y claridad Desorden Desequilibrio Ilegibilidad

55. La reticula del material cumple también con el propósito de facilitar al lector dentro del contenido:

La navegación El desorden La ilegibilidad El aburrimiento

56. La reticula del material cumple también con el propósito de:

Impactar al lector Aburrir al lector Perder al lector Desmotivar al lector

57. La reticula del material cumple también con el propósito de:

Inspirar al lector Desmotivar al lector Aburrir al lector Perder al lector

58. Observaciones, comentarios o sugerencias:

ENCUESTA CLIENTE



ENCUESTA DE VALIDACIÓN (CLIENTE)

Nombre: _____

Lugar de trabajo: _____

Puesto: _____

Correo electrónico: _____

Teléfono: _____

Firma: _____

Objetiva

1. ¿El material editorial impreso recopila las recetas de cocina creativa de su autoría?
SI NO
2. ¿Considera que el material editorial impreso recopila en su contenido conceptos, ideas y aportes culinarios de su autoría respecto a la cocina creativa?
SI NO
3. ¿El material editorial impreso recopila la información necesaria sobre ingredientes, regiones o entornos donde se ha inspirado en la elaboración de sus recetas?
SI NO
4. ¿Considera que el material editorial impreso está fundamentado con los principios y aspectos básicos del diseño editorial?
SI NO
5. ¿El material editorial impreso contiene suficientes fotografías de los platos, así como de los ingredientes relevantes de las recetas?
SI NO

6. ¿El material editorial impreso cumple con el siguiente concepto de diseño?:

“Nuevo, creativo e innovador en el medio culinario y a la vanguardia en el diseño”

SI NO

7. ¿El concepto de diseño anterior concuerda con su filosofía y personalidad como chef?

SI NO

8. ¿La diagramación está acorde al concepto de diseño mencionado anteriormente?

SI NO

9. ¿Existe armonía entre la diagramación, fotografía y contenido del material editorial impreso?

SI NO

Semiológica

10. Qué emoción causa la forma del material:

Dinamismo Lentitud Movimiento Inactividad

11. El peso del material causa el sentimiento de

Discordia Balance Desequilibrio Equilibrio

12. La diagramación del material producen un sentimiento de:

Viveza Apagamiento Animación Lentitud

13. El formato (tipo de papel) produce un sentimiento de:

Elegancia Ordinarietà Distinción Mal gusto

14. Al observar los colores del material, le produce un sentimiento de:

Tristeza Alegría Paz Enojo

15. La tensión del material produce un sentimiento de:

Inestabilidad Estabilidad Provisionalidad Solidez

16. El ritmo del material le produce un sentimiento de:

Tenacidad Pasividad Empeño Inconstancia

17. El balance del material causa un sentimiento de:

Equilibrio inestabilidad Estabilidad ~~Desestabilidad~~

18. La armonía del material produce sentimiento de:

Desagrado Bienestar Descontento Tranquilidad

19. El movimiento del material causa sensación de:

Ordinariez Mal gusto Originalidad Desagrado

20. Las texturas de las imágenes producen la sensación de:

Falsedad Autenticidad Inexactitud Veracidad

21. Las imágenes del material despiertan la sensación de:

Apetito Desagrado Aburrimiento Desgana

22. Los colores del material cumplen con el propósito de:

Denotar apetito y alegría Denotar aburrimiento Denotar desagrado Denotar tristeza

23. Los colores del material también cumplen con el propósito de:

Estimular creatividad y diversión Estimular aburrimiento Estimular tristeza

Estimular lentitud

24. La tipografía del material también cumple con el propósito de reflejar:

Modernidad e innovación ~~Ordinariedad~~ Aburrimiento Desagrado

Operacional

25. Al analizar la forma del material impreso, ésta cumple el propósito de ser:

Atractivo Desorganizado Aburrido De mal gusto

26. Al analizar el peso del material impreso, éste cumple con el propósito de ser:

Distribuido correctamente Balanceado DesequilibradoDesproporcionado

27. Al observar la diagramación del material, ésta cumple con el propósito de:

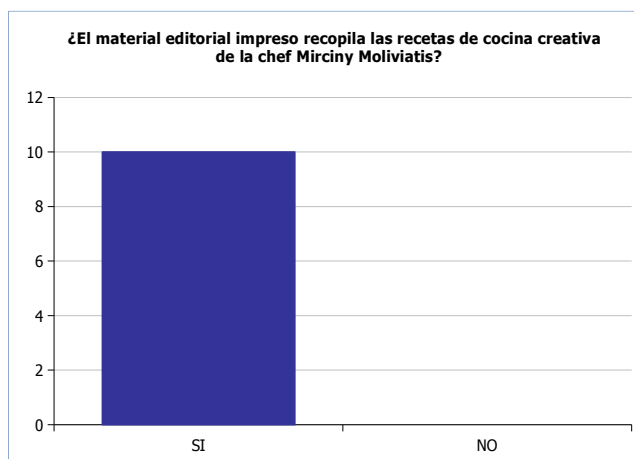
Disponer el orden Desordenar Desestabilizar Aburrir

8.3 RESULTADOS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

GRUPO OBJETIVO

PREGUNTA 1

SI	100%
NO	0%



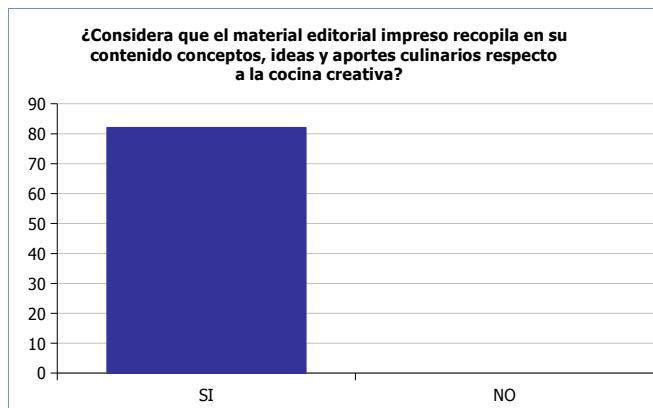
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% han respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA NO. 2

SI	100%
NO	0%
TOTAL	



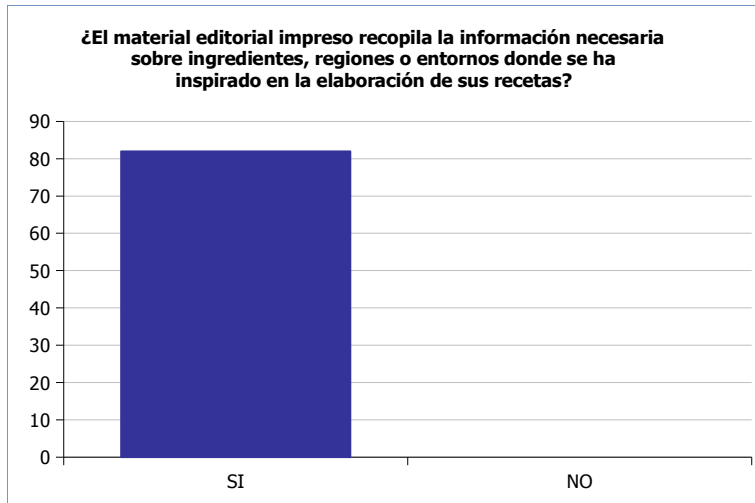
INTERPRETACIÓN:

El 100% de la población encuestada ha considerado que el material impreso sí recopila los conceptos, ideas y aportes culinarios respecto a la cocina creativa.
El 0% considera que el material no las recopila.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el segundo objetivo.

PREGUNTA NO. 3

SI 100%
NO 0%
TOTAL



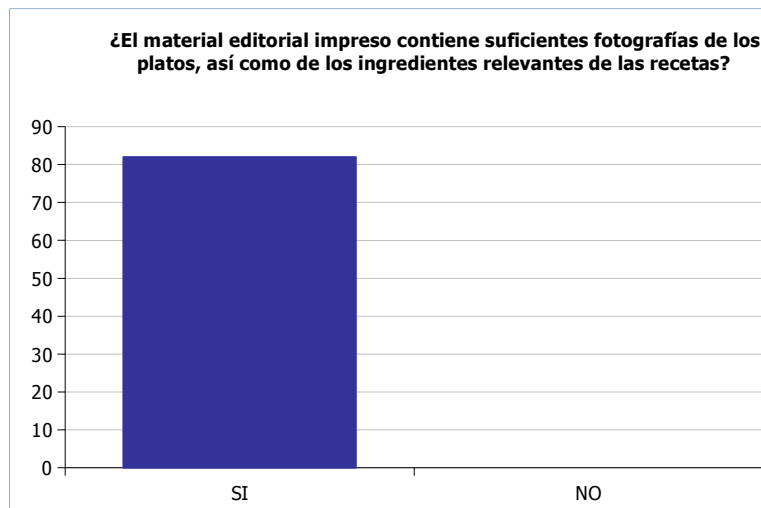
INTERPRETACIÓN:

El 100% de la población encuestada ha considerado que el material impreso sí recopila la información necesaria sobre ingredientes, regiones o entornos donde se ha inspirado en la elaboración de sus recetas. El 0% considera que el material no las recopila.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el tercer objetivo.

PREGUNTA NO. 4

SI 100%
NO 0%
TOTAL



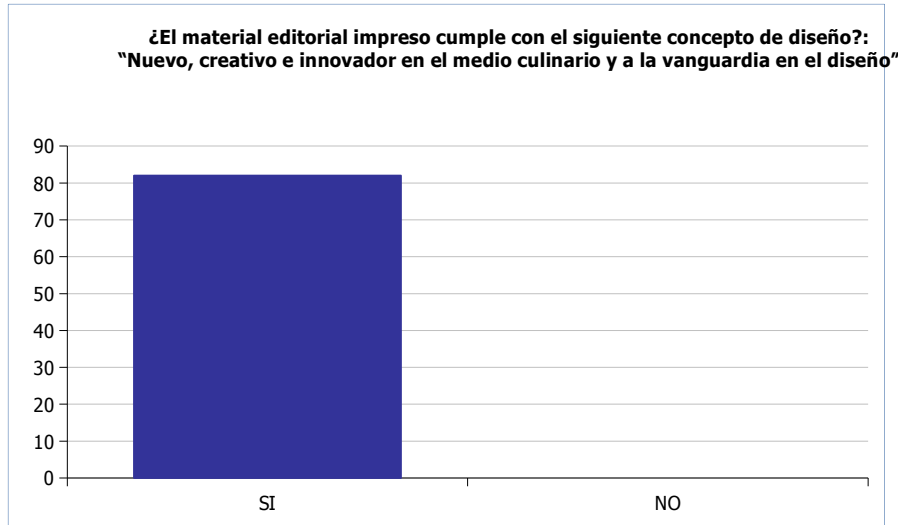
INTERPRETACIÓN:

El 100% de la población encuestada ha considerado que el material impreso sí contiene suficientes fotografías de los platos, así como de los ingredientes relevantes de las recetas.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el cuarto objetivo.

PREGUNTA NO. 5

SI	100%
NO	0%
TOTAL	



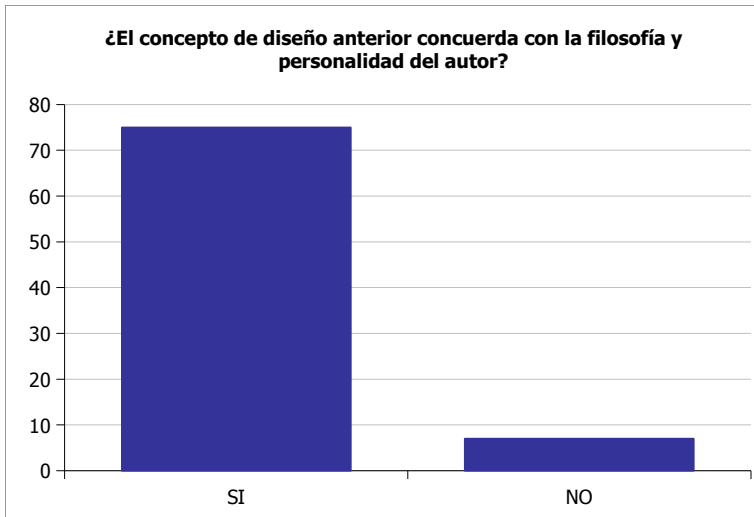
INTERPRETACIÓN:

El 100% de la población encuestada ha considerado que el material impreso sí recopila la información necesaria sobre ingredientes, regiones o entornos donde se ha ha inspirado en la elaboración de sus recetas. El 0% considera que el material no las recopila.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el quinto objetivo.

PREGUNTA NO. 6

SI	91%
NO	9%
TOTAL	



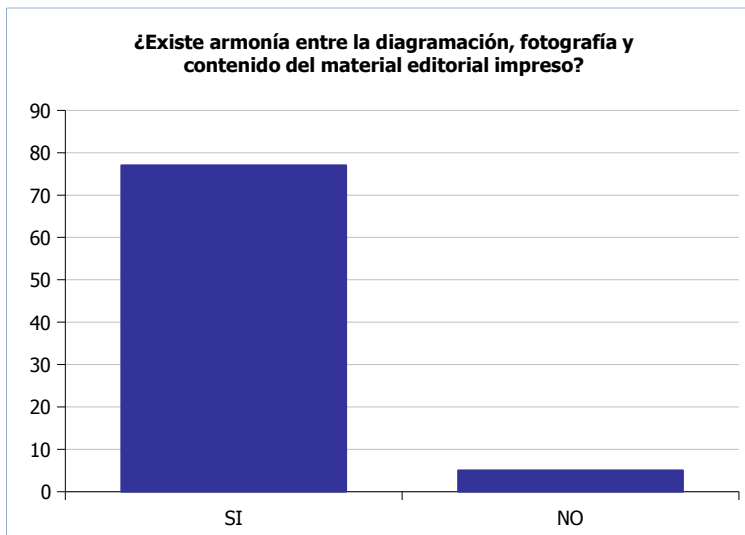
INTERPRETACIÓN:

El 91% de la población encuestada ha considerado que concepto del material impreso sí concuerda con la filosofía y personalidad del autor. Solo el 9% considera que no concuerda.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el sexto objetivo.

PREGUNTA NO. 7

SI	94%
NO	6%
TOTAL	



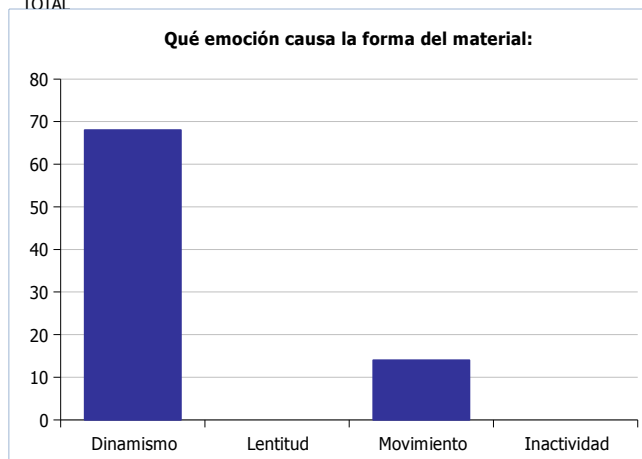
INTERPRETACIÓN:

El 94% de la población encuestada ha considerado que sí existe armonía entre diagramación, fotografía y contenido del material impreso. Solo el 6% ha considerado que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el sexto objetivo.

PREGUNTA NO. 8

Dinamismo	83%
Lentitud	0%
Movimiento	17%
Inactividad	0%
TOTAL	



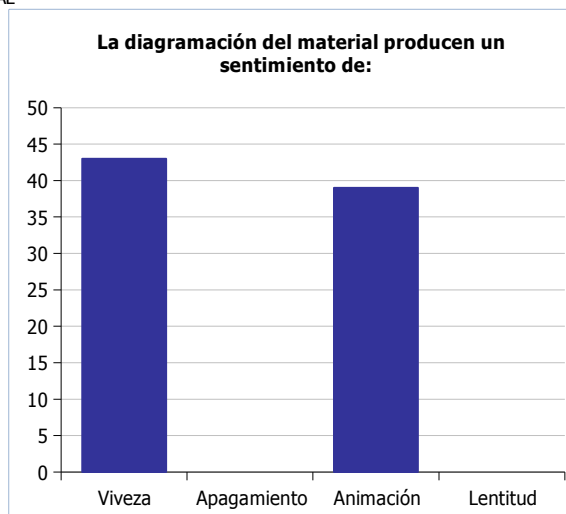
INTERPRETACIÓN:

El 83% de la población encuestada ha considerado que la forma del material impreso causa la emoción de "dinamismo". El otro 14% ha considerado que el material impreso causa la emoción de "movimiento"

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de atraer la atención del lector para que éste sostenga interés en el contenido.

PREGUNTA NO. 9

Viveza	52%
Apagamiento	0%
Animación	48%
Lentitud	0%
TOTAL	



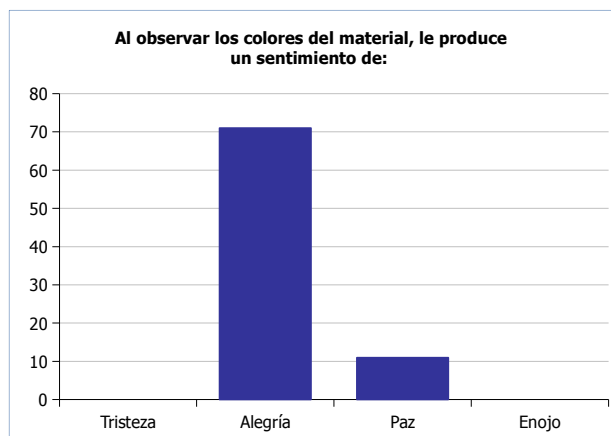
INTERPRETACIÓN:

El 52% de la población encuestada ha considerado que el material impreso produce sentimiento de "viveza". El otro 48% ha considerado que el material impreso causa el sentimiento de "animación".

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de generar sensación de actividad al lector.

PREGUNTA NO. 10

Tristeza	0%
Alegría	87%
Paz	13%
Enojo	0%
TOTAL	



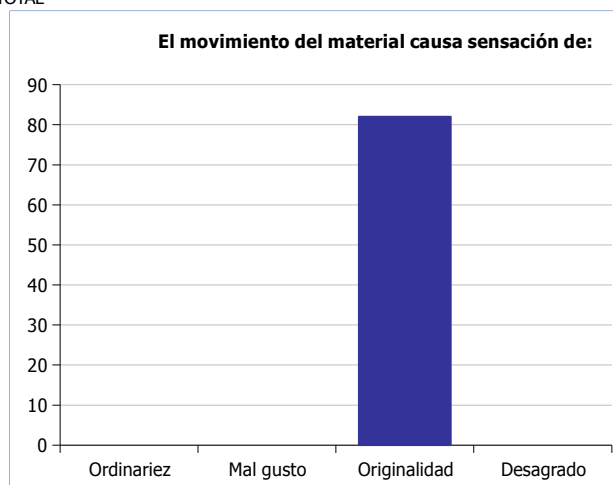
INTERPRETACIÓN:

El 87% de la población encuestada ha considerado que el color del material impreso causa el sentimiento de "alegría". El otro 13% ha considerado que el material impreso causa la emoción de "paz".

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de expresar y reforzar la información visual mediante producir sentimientos de armoniosos.

PREGUNTA NO. 11

Ordinariez	0%
Mal gusto	0%
Originalidad	100%
Desagrado	0%
TOTAL	

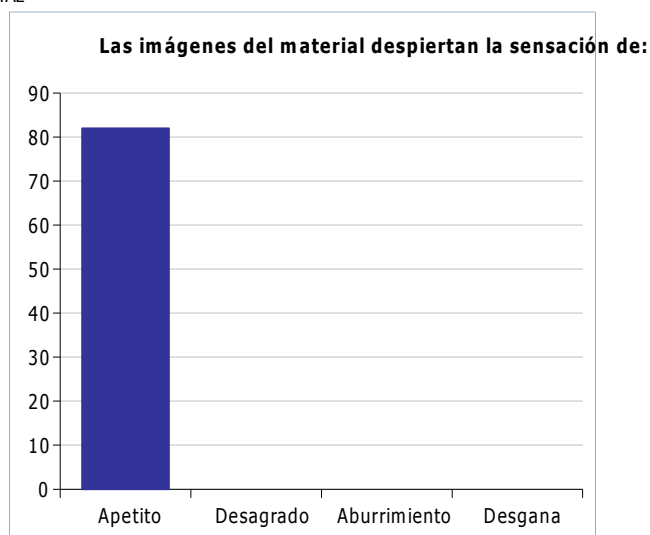


El 100% de la población encuestada ha considerado que el material causa la sensación de movimiento.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de producir dicha sensación en el lector.

PREGUNTA NO. 12

Apetito	100%
Desagrado	0%
Aburrimiento	0%
Desgana	0%
TOTAL	



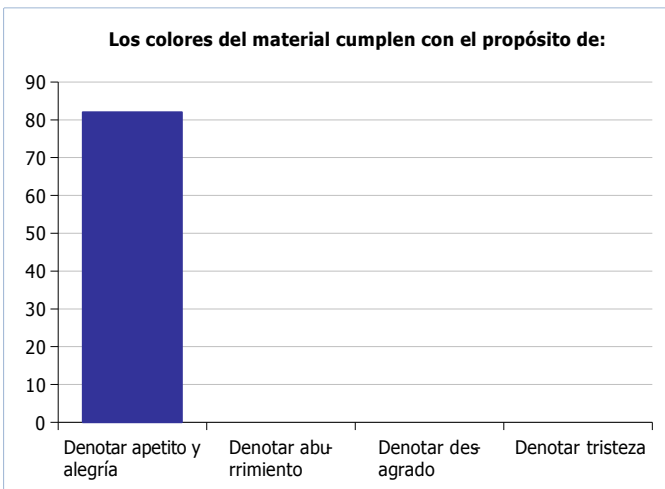
INTERPRETACIÓN:

El 100% de la población encuestada ha considerado que las imágenes del material despiertan la sensación de "apetito".

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple dicho propósito en el lector.

PREGUNTA NO. 13

Denotar apetito y alegría	100%
Denotar aburrimiento	0%
Denotar desagrado	0%
Denotar tristeza	0%
TOTAL	



INTERPRETACIÓN:

El 100% de la población encuestada ha considerado que los colores del material cumplen con el propósito de denotar apetito y alegría.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple dicho propósito en el lector.

PREGUNTA NO. 14

Estimular creatividad y diversión	100%
Estimular aburrimiento	0%
Estimular tristeza	0%
Estimular lentitud	0%
TOTAL	



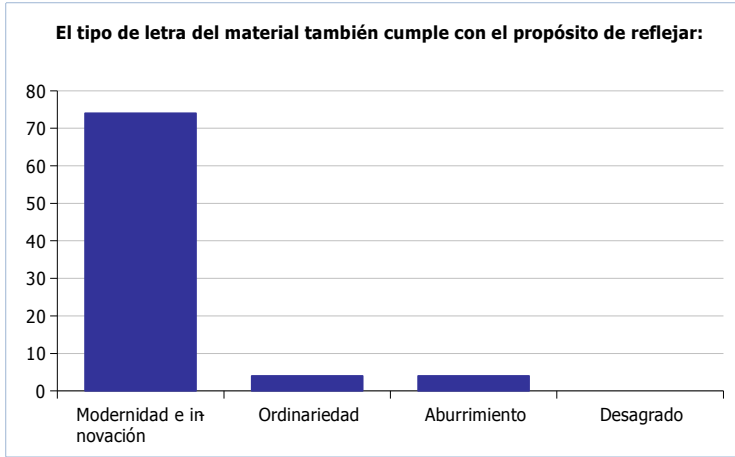
INTERPRETACIÓN:

El 100% de la población encuestada ha considerado que los colores del material cumplen con el propósito de estimular creatividad y diversión.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple dicho propósito en el lector.

PREGUNTA NO. 15

Modernidad e innovación	90%
Ordinariedad	5%
Aburrimiento	5%
Desagrado	0%
TOTAL	



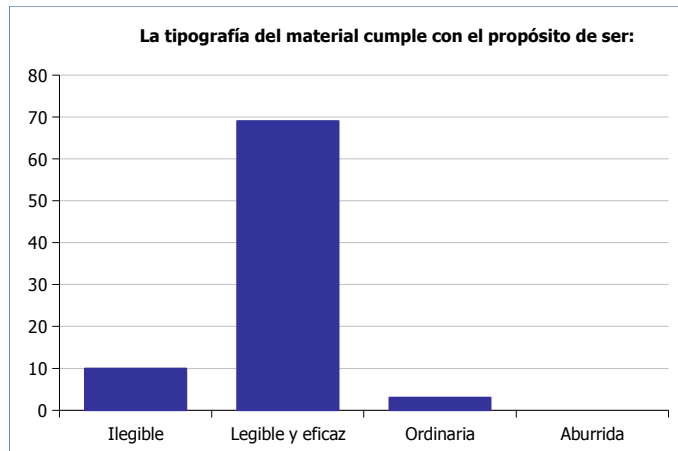
INTERPRETACIÓN:

El 90% de la población encuestada ha considerado que el tipo de letra cumple con el propósito de reflejar modernidad e innovación. El 5% ha considerado que cumple con la ordinariedad, y el otro 5% ha considerado que cumple con el aburrimiento.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple dicho propósito reflejar modernidad e innovación.

PREGUNTA NO. 16

Ilegible	12%
Legible y eficaz	84%
Ordinaria	4%
Aburrida	0%
TOTAL	



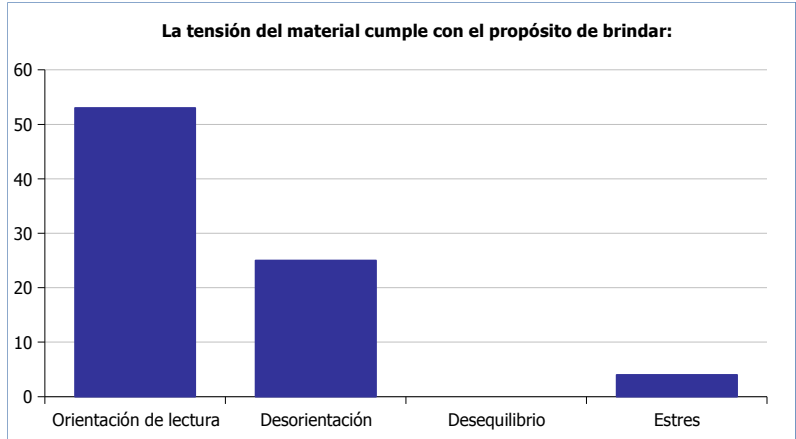
INTERPRETACIÓN:

El 84% de la población encuestada ha considerado que la tipografía del material es legible y eficaz. El 12% ha considerado que es ilegible y el 4% restante la considera aburrida.

Se esperaba que en este punto más gente se manifestara inconforme con la legibilidad del texto debido a lo innovador e inusual de la retícula tipográfica utilizada, lo cual es parte del concepto de diseño. De igual forma, la gran mayoría se manifestó a favor de su legibilidad, así que las especulaciones más los resultados estadísticos indican que sí se ha cumplido con el propósito que se esperaba respecto a la tipografía.

PREGUNTA NO. 17

Orientación de lectura	65%
Desorientación	30%
Desequilibrio	0%
Estres	5%
TOTAL	



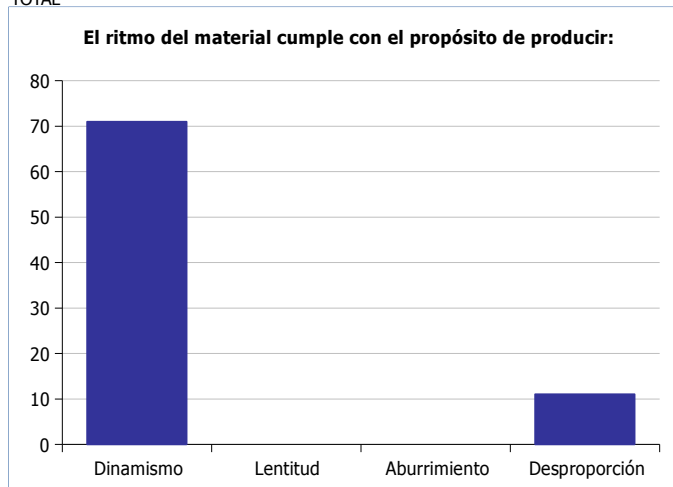
INTERPRETACIÓN:

El 65% de la población encuestada ha considerado que la tensión del material cumple con el propósito de brindar orientación de lectura. El 30% ha considerado que con el propósito de la desorientación y el 5% restante que provoca estrés.

Se esperaba que en éste punto más gente se manifestara inconforme con la legibilidad debido a lo innovador e inusual de la retícula y diagramación utilizada, lo cual es parte del concepto de diseño. De igual forma, más de la mitad se manifestó a favor, así que las especulaciones más los resultados estadísticos indican que sí se ha cumplido con el propósito que se esperaba respecto a la tipografía. Sin embargo, algunas sugerencias y comentarios serán tomados en cuenta para mejorar un poco más ese aspecto.

PREGUNTA NO. 18

Dinamismo	87%
Lentitud	0%
Aburrimiento	0%
Desproporción	13%
TOTAL	



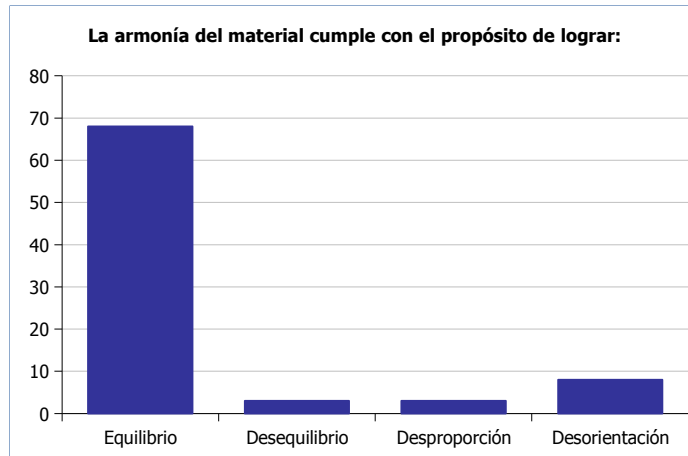
INTERPRETACIÓN:

El 87% de la población encuestada ha considerado que el ritmo del material cumple con el propósito de producir "dinamismo". El otro 13% ha considerado que produce "desproporción".

En consecuencia, el material sí cumple con el propósito de producir la sensación de dinamismo al lector.

PREGUNTA NO. 19

Equilibrio	83%
Desequilibrio	4%
Desproporción	4%
Desorientación	10%
TOTAL	



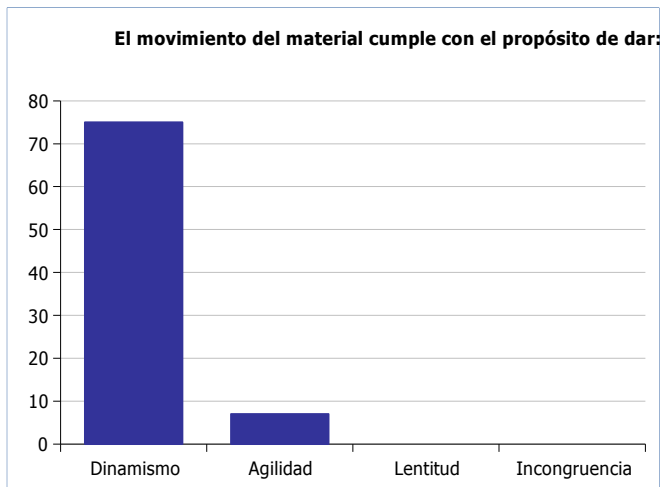
INTERPRETACIÓN:

El 83% de la población encuestada ha considerado que la armonía del material cumple con el propósito lograr "equilibrio". El 4% ha considerado que produce "desequilibrio", otro 4% ha considerado que produce "desproporción" y el 10% restante ha considerado que produce "desorientación".

En consecuencia, el material impreso sí cumple con el propósito de lograr armonía.

PREGUNTA NO. 20

Dinamismo	91%
Agilidad	9%
Lentitud	0%
Incongruencia	0%
TOTAL	



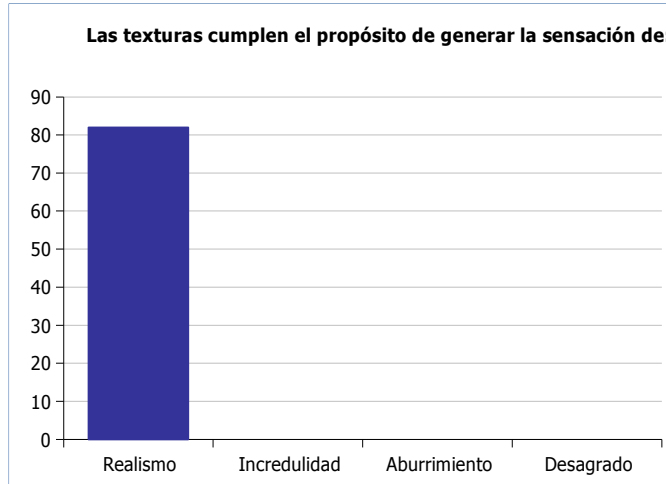
INTERPRETACIÓN:

El 91% de la población encuestada ha considerado que el material cumple con el propósito de dar "dinamismo". El 9% restante también considera que cumple con proporcionar "agilidad".

En consecuencia, el material sí cumple con el propósito de producir la sensación de dinamismo y agilidad al lector.

PREGUNTA NO. 21

Realismo	100%
Incredulidad	0%
Aburrimiento	0%
Desagrado	0%
TOTAL	



INTERPRETACIÓN:

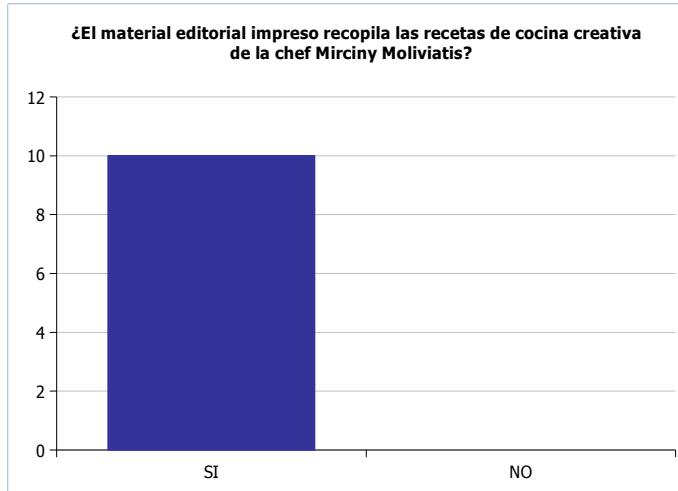
El 100% de la población encuestada ha considerado que las texturas del material cumplen con el propósito de generar la sensación de "realismo".

En consecuencia, el material sí cumple con el propósito de producir la sensación de realidad al lector al mirar las fotografías.

RESULTADOS EXPERTOS

PREGUNTA 1

SI	100%
NO	0%



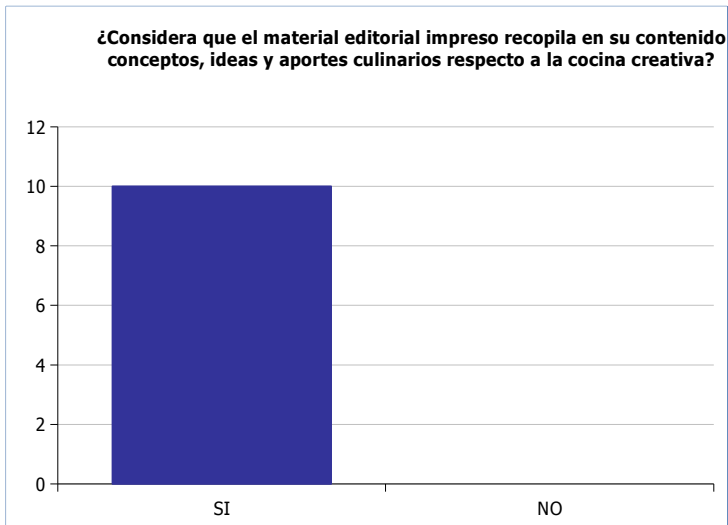
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 2

SI	100%
NO	0%



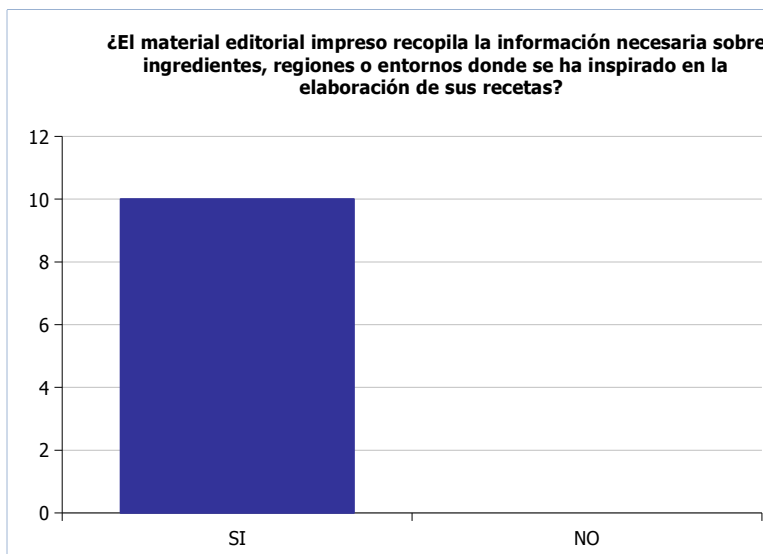
INTERPRETACION:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 3

SI 100%
NO 0%



INTERPRETACIÓN:

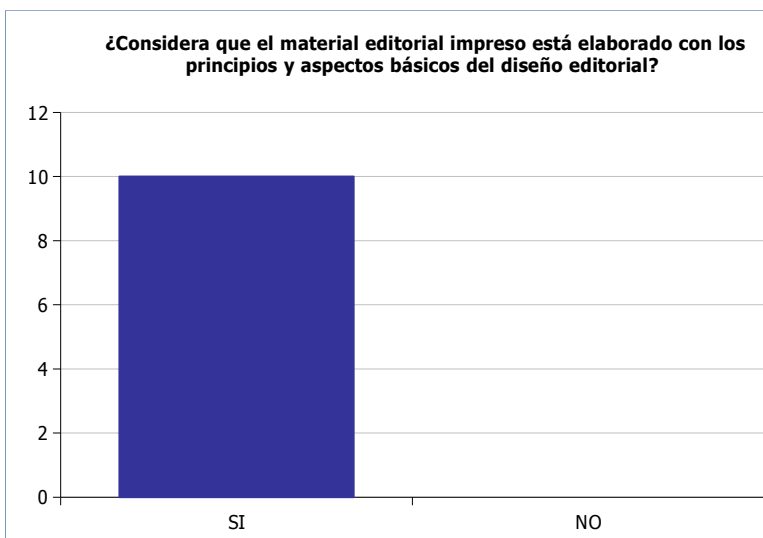
El 100% de los expertos encuestados han respondido que sí a la pregunta.

El 0% han respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 4

SI 100%
NO 0%



INTERPRETACIÓN:

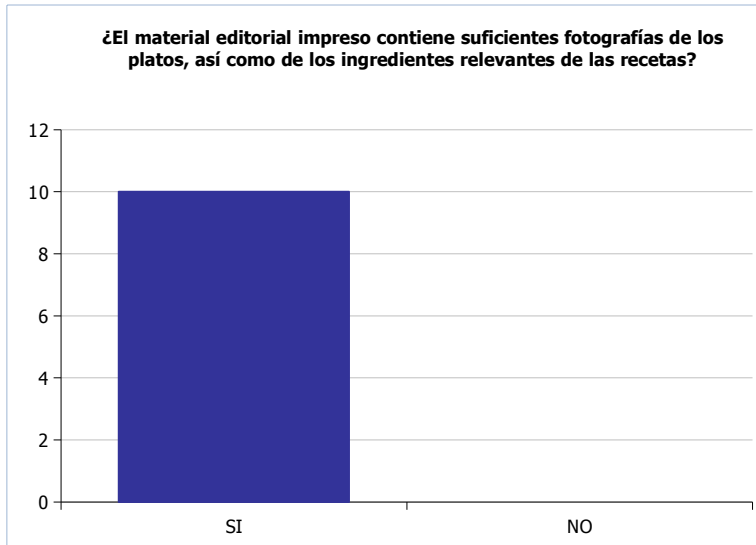
El 100% de los expertos encuestados han respondido que sí a la pregunta.

El 0% han respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 5

SI	100%
NO	0%



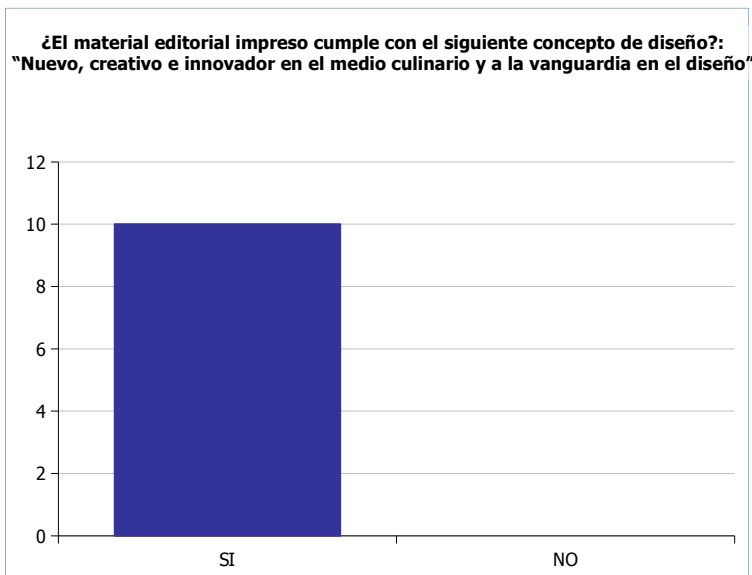
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 6

SI	100%
NO	0%



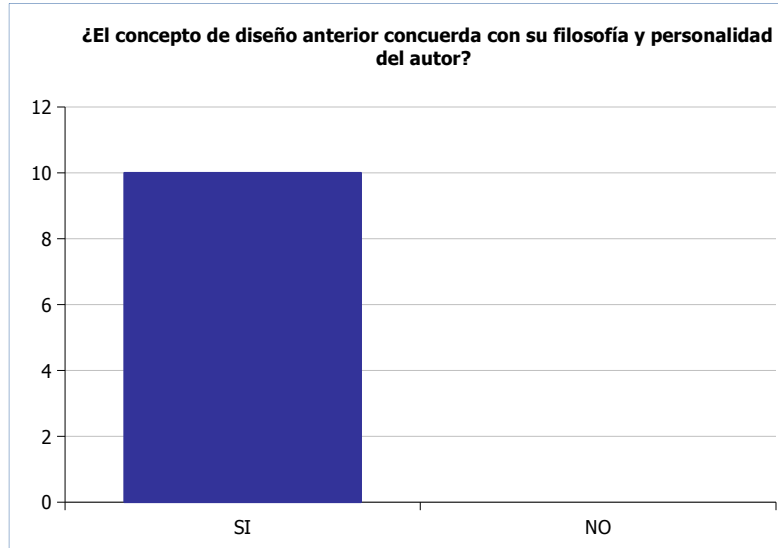
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 7

SI 100%
NO 0%



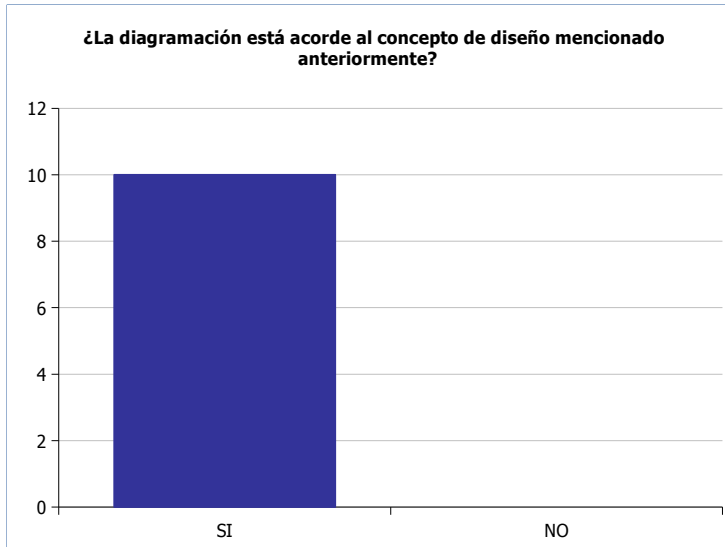
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 8

SI 100%
NO 0%



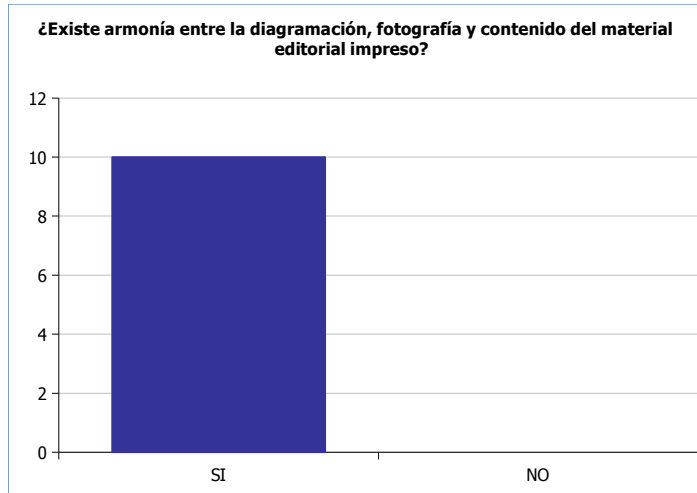
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 9

SI	10	100%
NO	0	0%
	10	



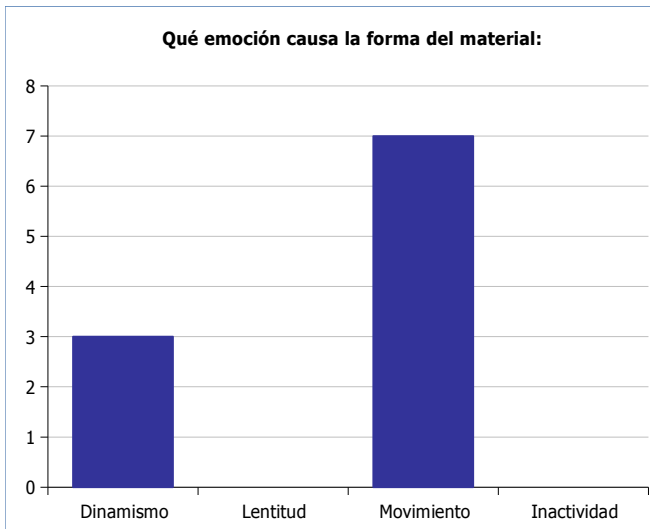
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 10

Dinamismo	30%
Lentitud	0%
Movimiento	70%
Inactividad	0%



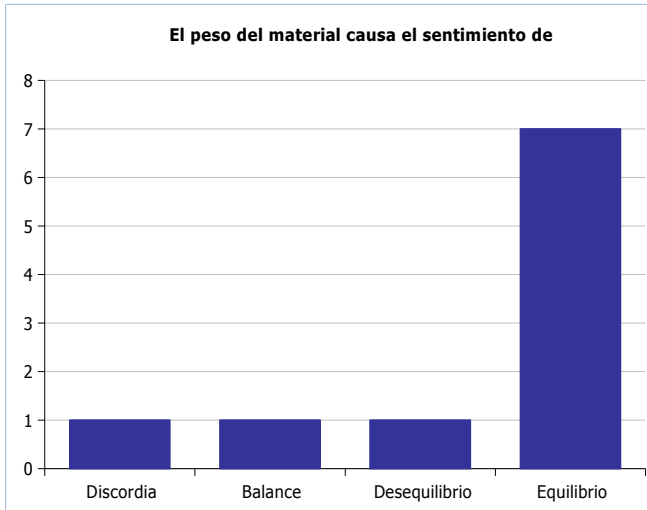
INTERPRETACIÓN:

El 70% de los expertos encuestados ha respondido que les causa la emoción de movimiento. El 30% restante ha respondido que les causa dinamismo.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las emociones establecidas.

PREGUNTA 11

Discordia	10%
Balance	10%
Desequilibrio	10%
Equilibrio	70%



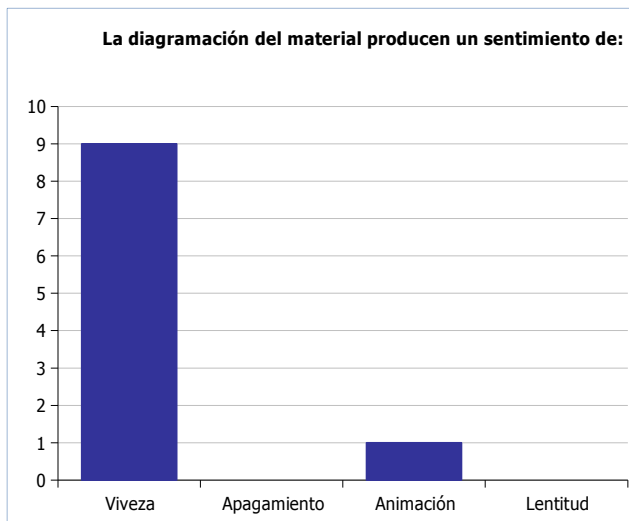
INTERPRETACIÓN:

El 70% de los expertos encuestados ha respondido que les causa la emoción de equilibrio. Un 10% ha respondido que les causa discordia, otro 10% ha respondido que causa balance y el otro 10% restante que les causa desequilibrio.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las emociones establecidas.

PREGUNTA 12

Viveza	90%
Apagamiento	0%
Animación	10%
Lentitud	0%



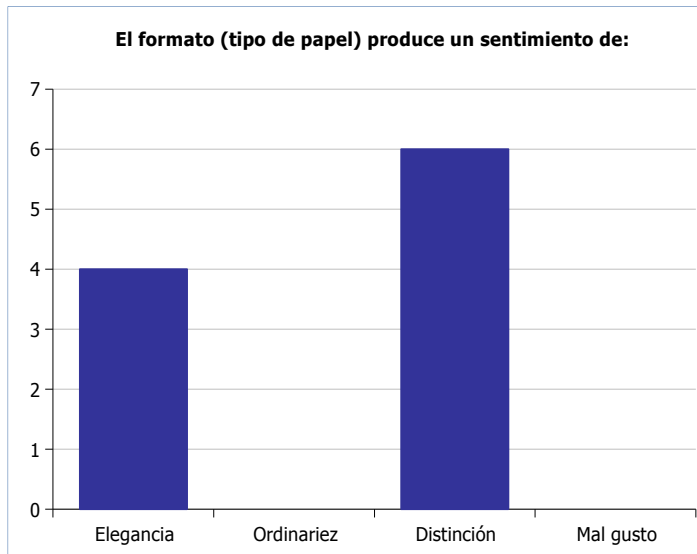
INTERPRETACIÓN:

El 90% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de viveza. El 10% restante ha respondido que les causa animación.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular los sentimientos establecidos.

PREGUNTA 13

Elegancia	40%
Ordinariez	0%
Distinción	60%
Mal gusto	0%



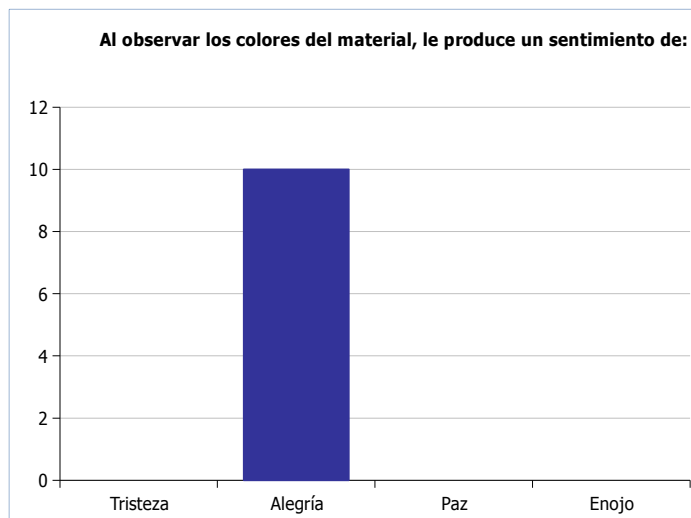
INTERPRETACIÓN:

El 40% de los expertos encuestados ha respondido que les causa el sentimiento de elegancia. El 60% restante ha respondido que causa distinción.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular los sentimientos establecidos.

PREGUNTA 14

Tristeza	0%
Alegría	100%
Paz	0%
Enojo	0%



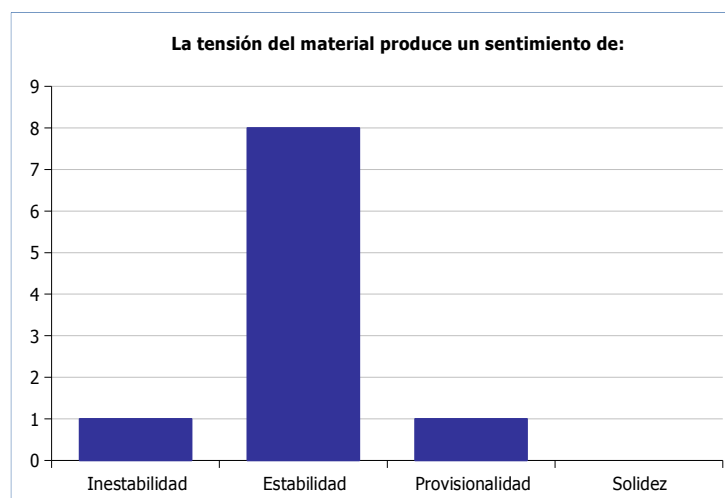
INTERPRETACION:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de alegría.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 15

Inestabilidad	10%
Estabilidad	80%
Provisionalidad	10%
Solidez	0%

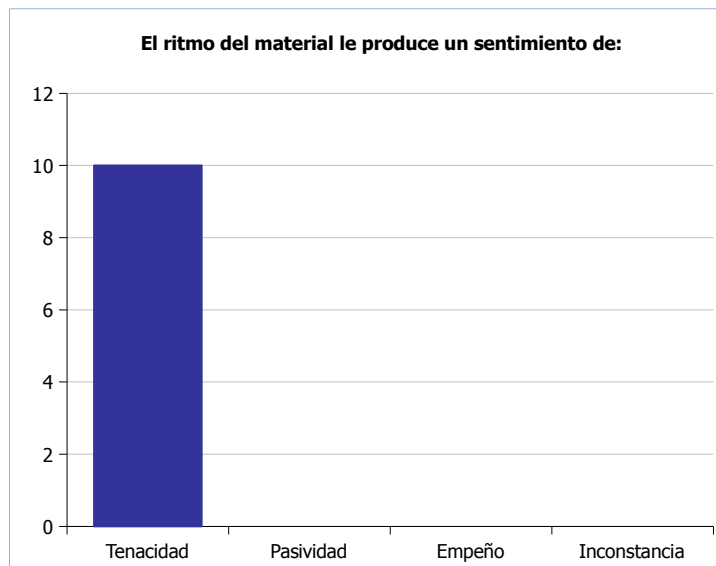
**INTERPRETACIÓN:**

El 80% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de estabilidad. Un 10% ha respondido que les causa inestabilidad y el otro 10% restante ha respondido que les causa provisionalidad.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 16

Tenacidad	100%
Pasividad	0%
Empeño	0%
Inconstancia	0%

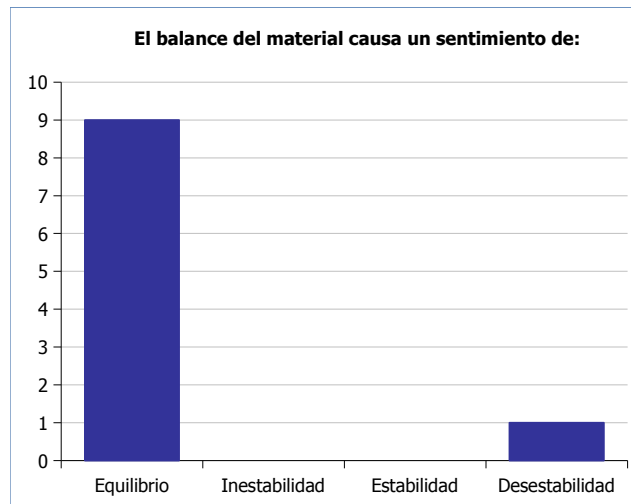
**INTERPRETACIÓN:**

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de tenacidad.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 17

Equilibrio	90%
Inestabilidad	0%
Estabilidad	0%
Desestabilidad	10%



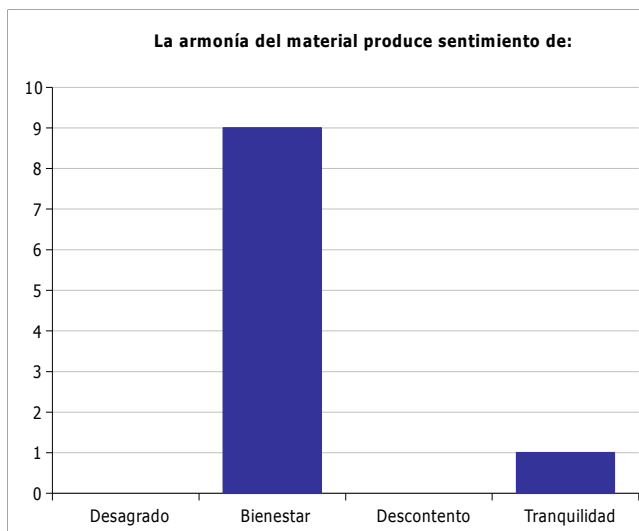
INTERPRETACIÓN:

El 90% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de equilibrio. El 10% restante ha respondido que les causa desestabilidad.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 18

Desagrado	0%
Bienestar	90%
Descontento	0%
Tranquilidad	10%



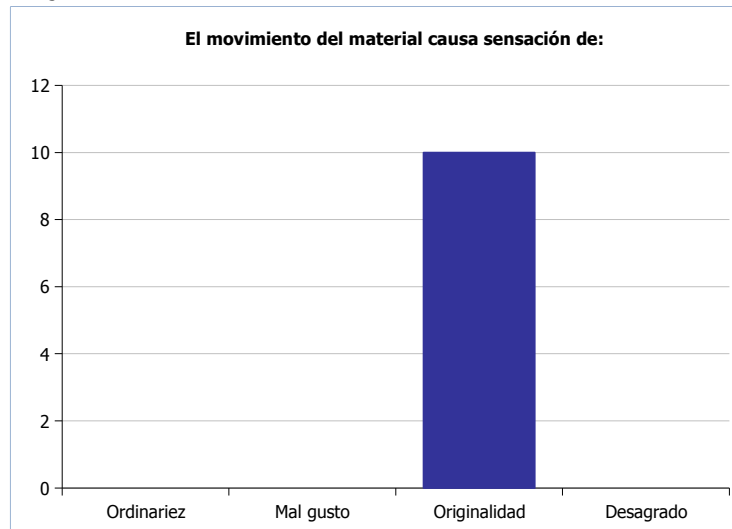
INTERPRETACIÓN:

El 90% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de bienestar. El 10% restante ha respondido que les causa tranquilidad.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 19

Ordinariez	0%
Mal gusto	0%
Originalidad	100%
Desagrado	0%



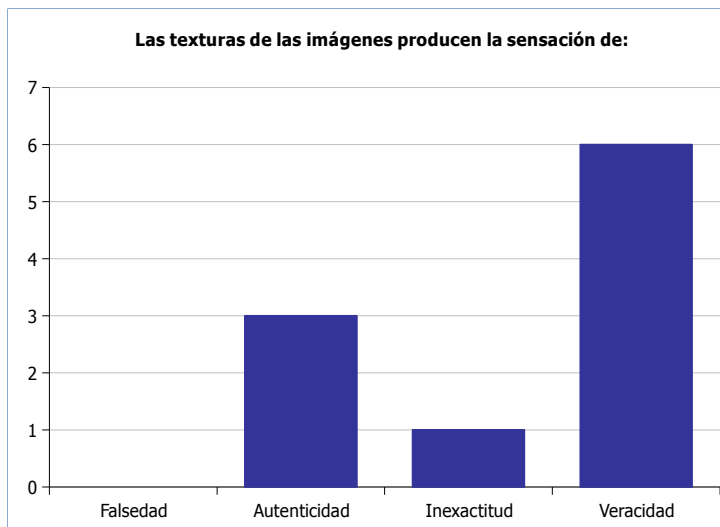
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de originalidad.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 20

Falsedad	0%
Autenticidad	30%
Inexactitud	10%
Veracidad	60%



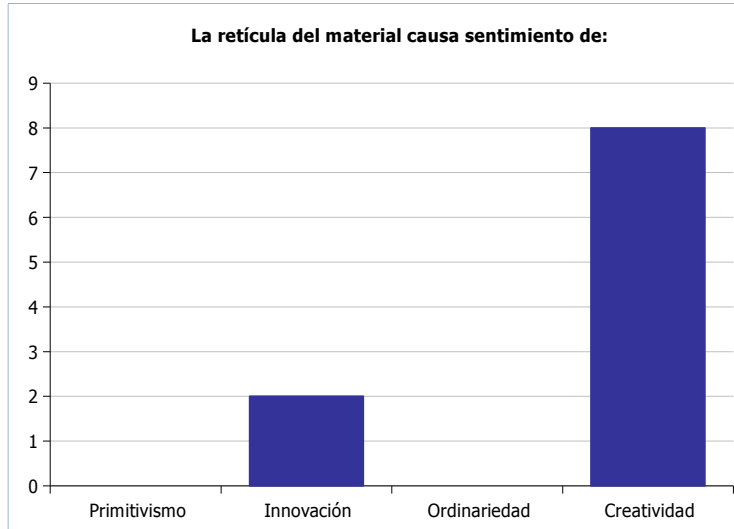
INTERPRETACIÓN:

El 60% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sensación de veracidad. Un 30% ha respondido que les causa sensación de autenticidad. El 10% restante han considerado que son inexactas.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 21

Primitivismo	0%
Innovación	20%
Ordinariedad	0%
Creatividad	80%



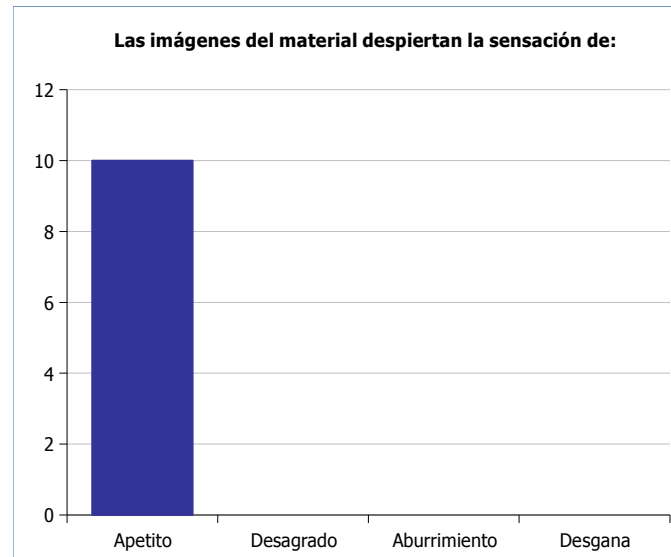
INTERPRETACION:

El 80% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sensación de creatividad. El 20% restante ha respondido que les causa sentimiento de innovación.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 22

Apetito	100%
Desagrado	0%
Aburrimiento	0%
Desgana	0%



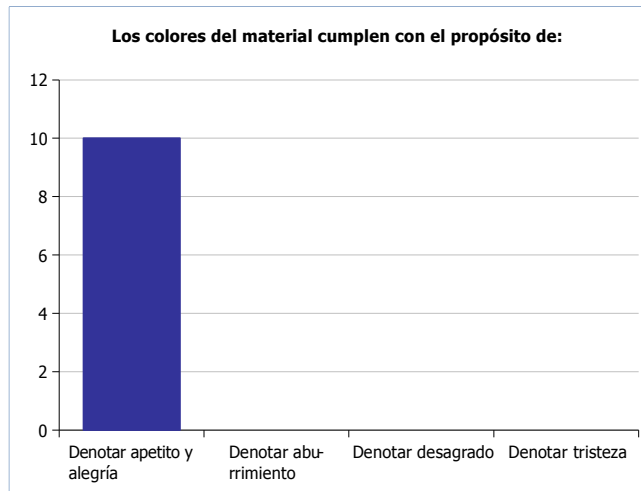
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sensación de apetito.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 23

Denotar apetito y alegría	100%
Denotar aburrimiento	0%
Denotar desagrado	0%
Denotar tristeza	0%



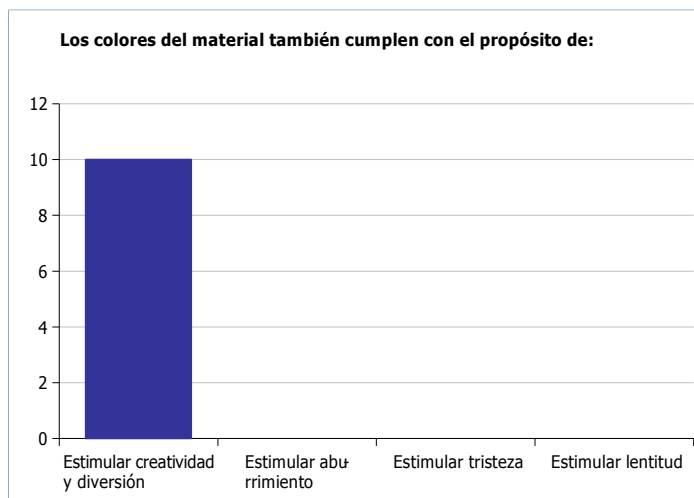
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material denota apetito y alegría.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 24

Estimular creatividad y diversión	100%
Estimular aburrimiento	0%
Estimular tristeza	0%
Estimular lentitud	0%



INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material estimula creatividad y diversión.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 25

Modernidad e innovación	100%
Ordinariedad	0%
Aburrimiento	0%
Desagrado	0%



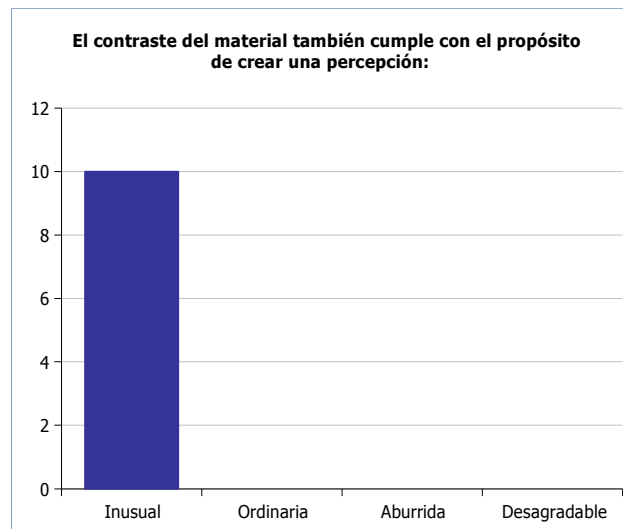
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material refleja modernidad e innovación a través de la tipografía.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 26

Inusual	100%
Ordinaria	0%
Aburrida	0%
Desagradable	0%



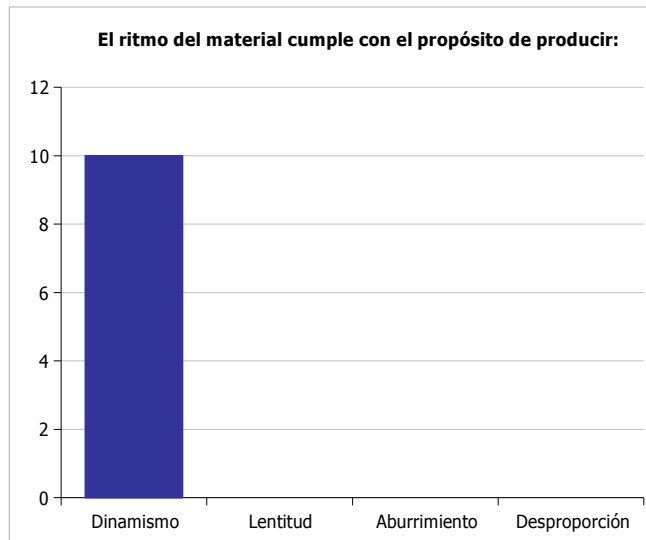
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con crear la percepción de ser inusual en su contraste.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 27

Dinamismo	100%
Lentitud	0%
Aburrimiento	0%
Desproporción	0%



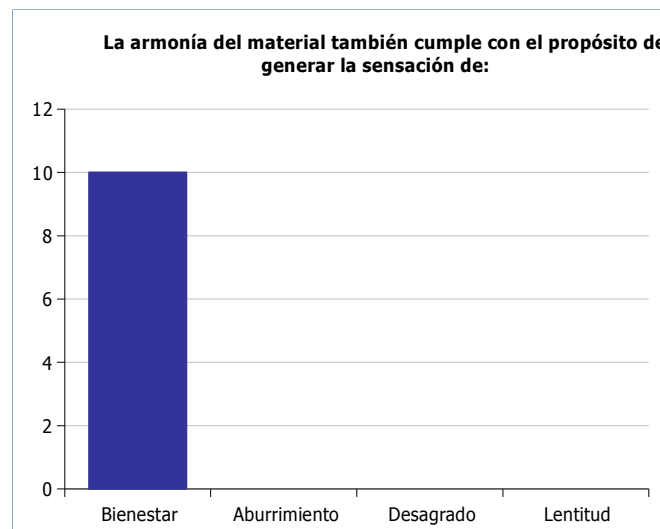
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de producir dinamismo respecto al ritmo.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 28

Bienestar	100%
Aburrimiento	0%
Desagrado	0%
Lentitud	0%



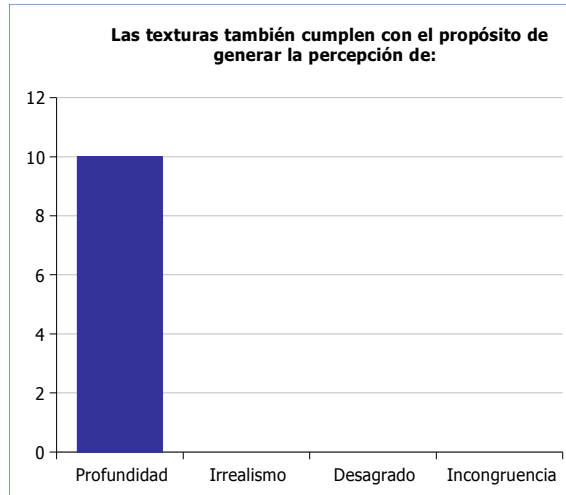
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de producir bienestar respecto a la armonía.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 29

Profundidad	100%
Irrealismo	0%
Desagrado	0%
Incongruencia	0%



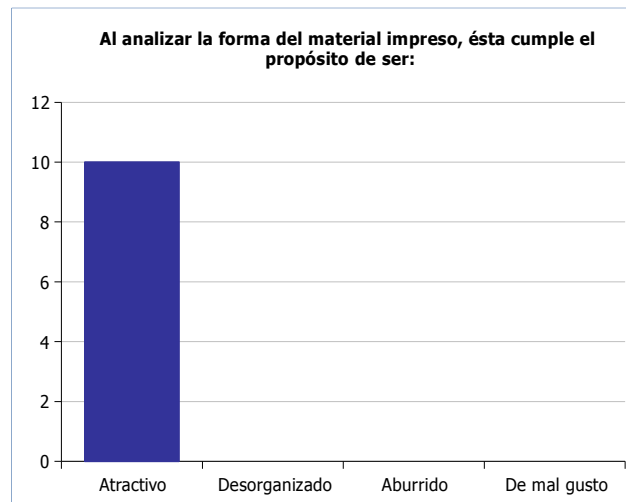
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de generar profundidad respecto a las texturas.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 30

Atractivo	100%
Desorganizado	0%
Aburrido	0%
De mal gusto	0%

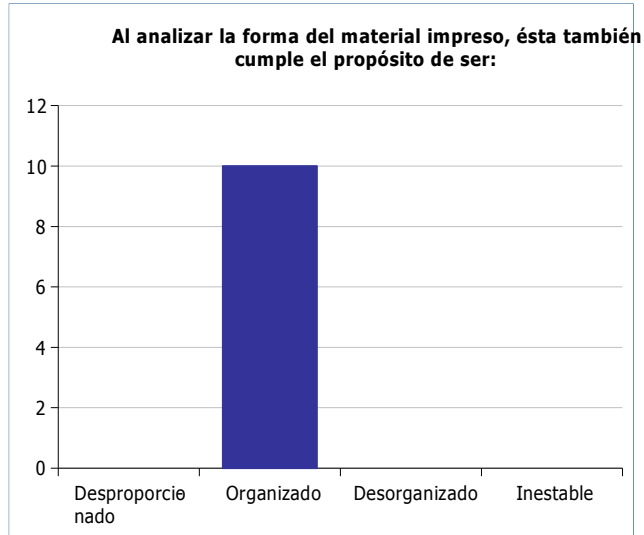


INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de ser atractivo respecto a su forma.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

Desproporcionado	0%
Organizado	100%
Desorganizado	0%
Inestable	0%



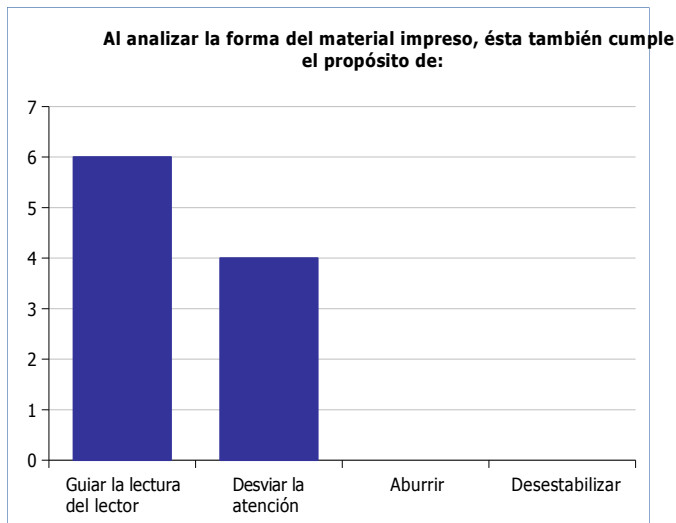
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de ser organizado respecto a su forma.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 32

Guiar la lectura del lector	60%
Desviar la atención	40%
Aburrir	0%
Desestabilizar	0%



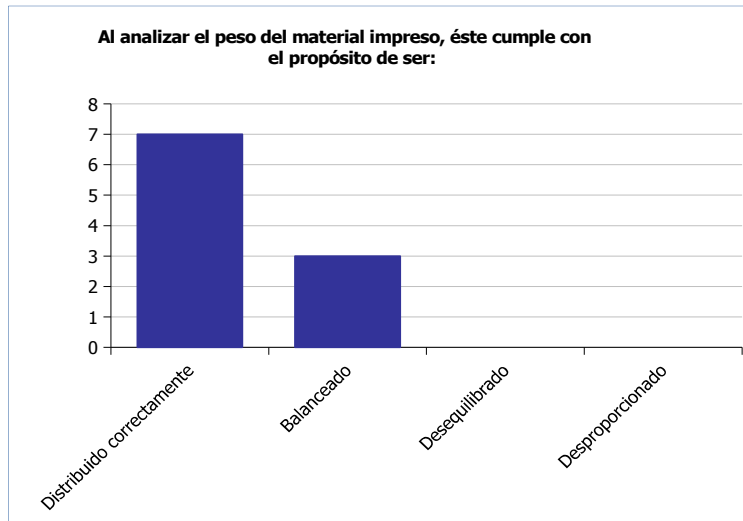
INTERPRETACIÓN:

El 60% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de guiar la lectura del lector. El 40% restante ha respondido que la forma del material desvía la atención.

En consecuencia, el material editorial impreso debe mejorarse en éste punto para generar lograr el propósito establecido al máximo.

PREGUNTA 33

Distribuido correctamente	70%
Balanceado	30%
Desequilibrado	0%
Desproporcionado	0%



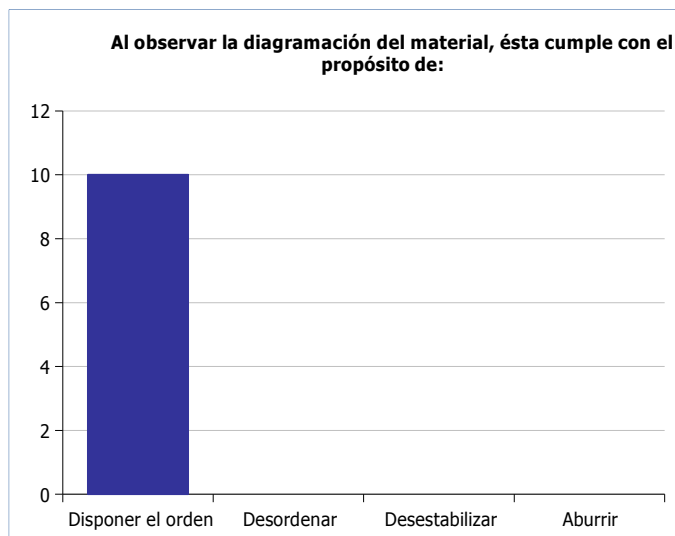
INTERPRETACIÓN:

El 70% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de distribuir correctamente el peso. El 30% restante ha respondido que es balanceado respecto al peso.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para este punto.

PREGUNTA 34

Disponer el orden	100%
Desordenar	0%
Desestabilizar	0%
Aburrir	0%



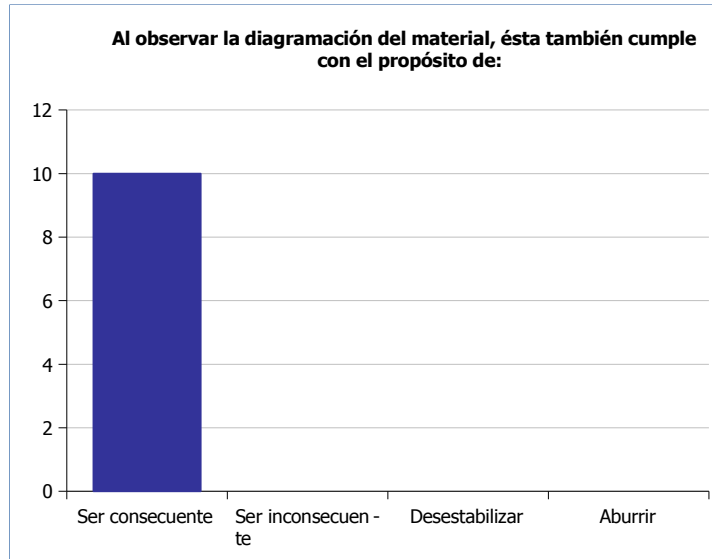
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de disponer el orden respecto a la diagramación.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para este punto.

PREGUNTA 35

Ser consecuente	100%
Ser inconsecuente	0%
Desestabilizar	0%
Aburrir	0%



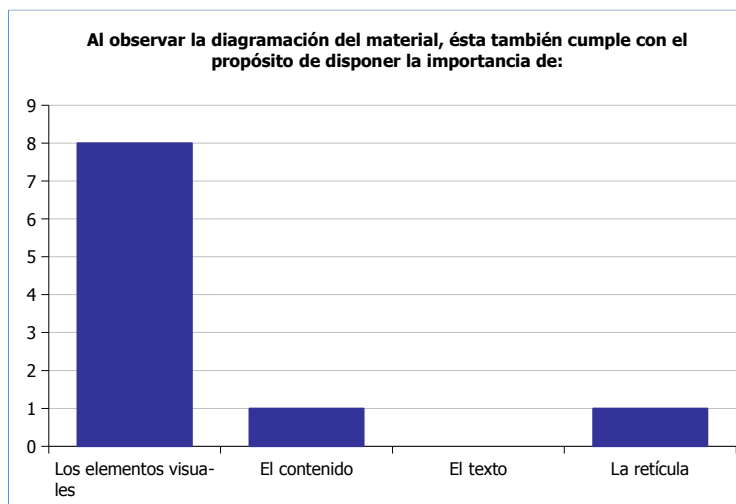
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de disponer ser consecuente respecto a la diagramación.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para este punto.

PREGUNTA 36

Los elementos visuales	80%
El contenido	10%
El texto	0%
La retícula	10%



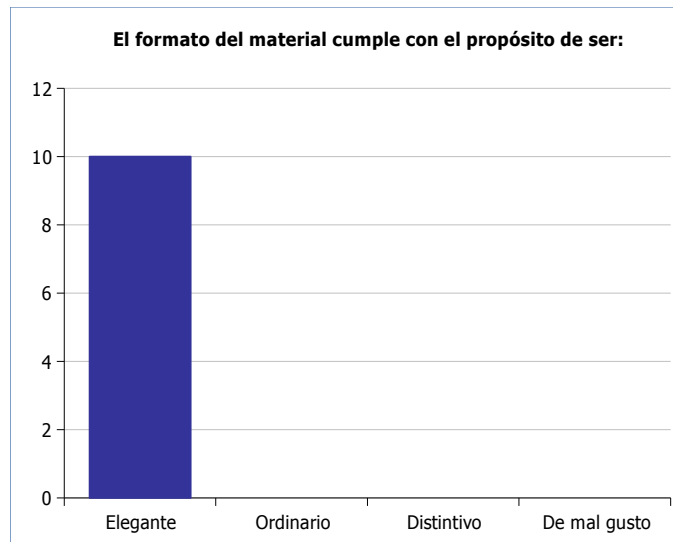
INTERPRETACIÓN:

El 80% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de disponer la importancia de los elementos visuales respecto a la diagramación. Un 10% respondió que resalta el contenido y el otro 10% restante la retícula.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 37

Elegante	100%
Ordinario	0%
Distintivo	0%
De mal gusto	0%



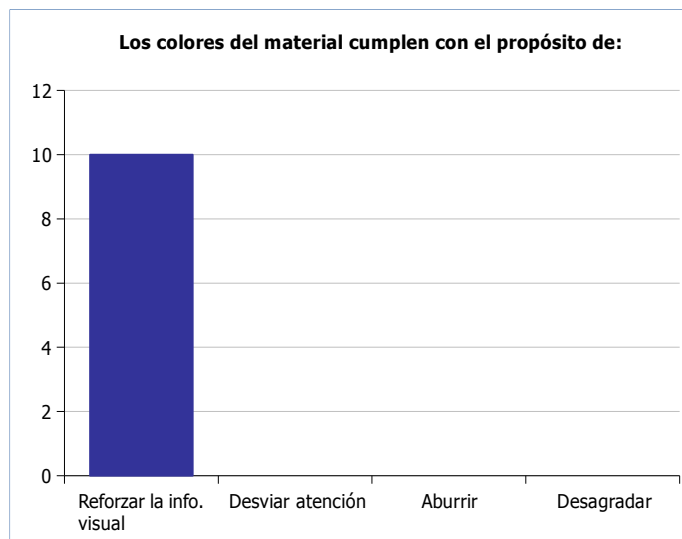
INTERPRETACION:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de ser elegante respecto al formato.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 38

Reforzar la info. visual	100%
Desviar atención	0%
Aburrir	0%
Desagradar	0%



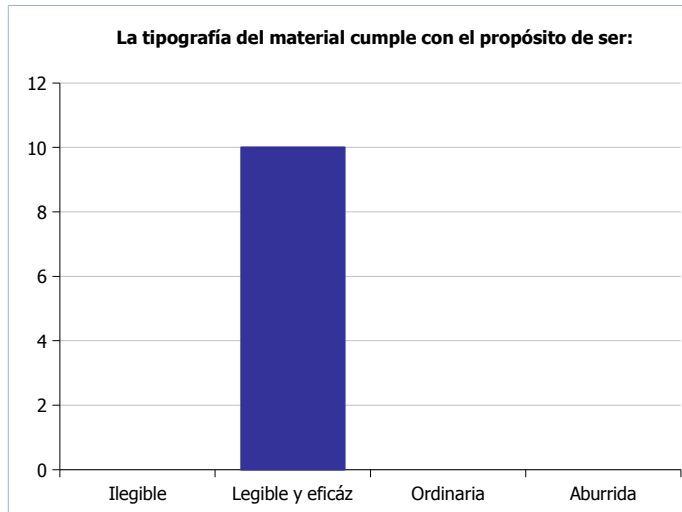
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de reforzar la info. Visual respecto a los colores.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 39

Ilegible	0	0%
Legible y eficaz	10	100%
Ordinaria	0	0%
Aburrida	0	0%



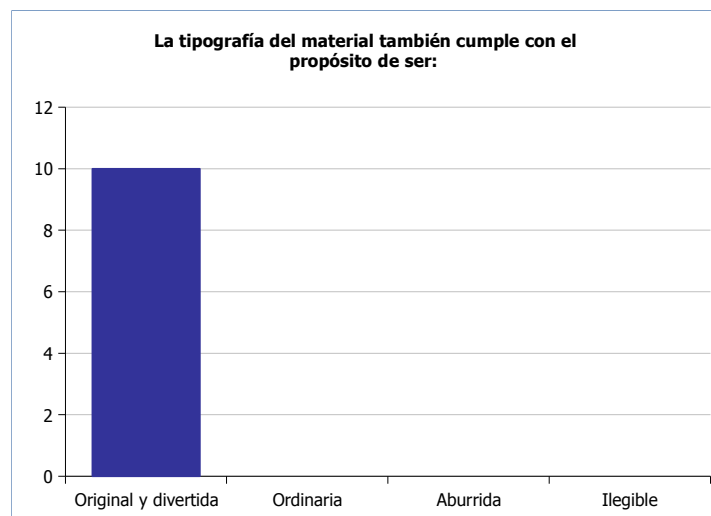
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de ser legible y eficaz respecto a la tipografía.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 40

Original y divertida	100%
Ordinaria	0%
Aburrida	0%
Ilegible	0%



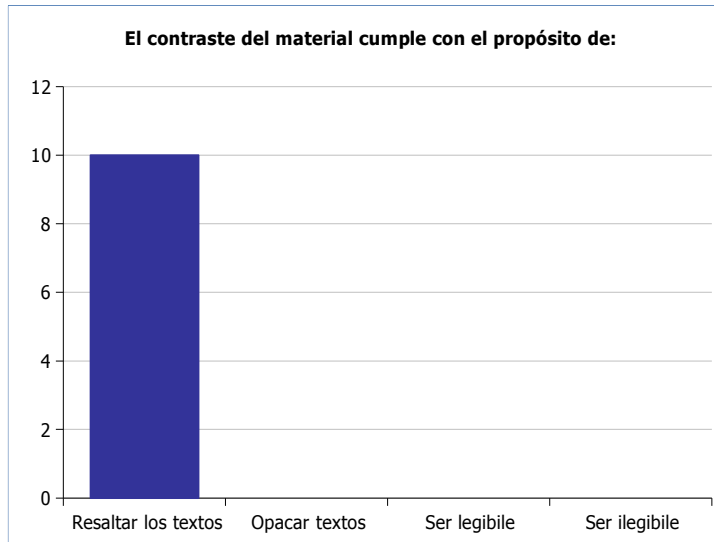
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de ser original y divertido respecto a la tipografía.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 41

Resaltar los textos	100%
Opacar textos	0%
Ser legible	0%
Ser ilegible	0%



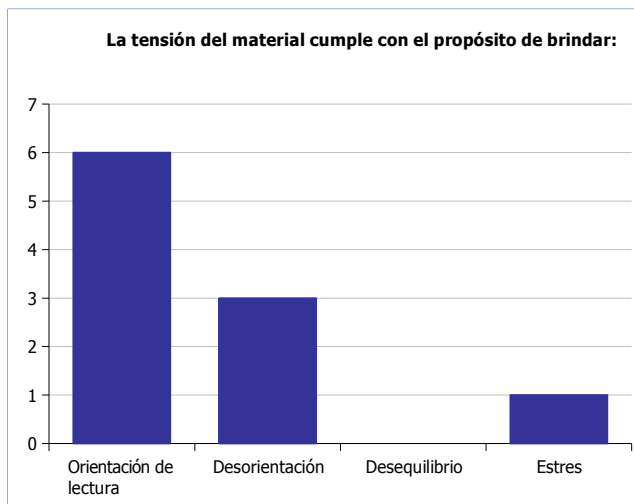
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de resaltar los textos respecto al contraste.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 42

Orientación de lectura	60%
Desorientación	30%
Desequilibrio	0%
Estres	10%



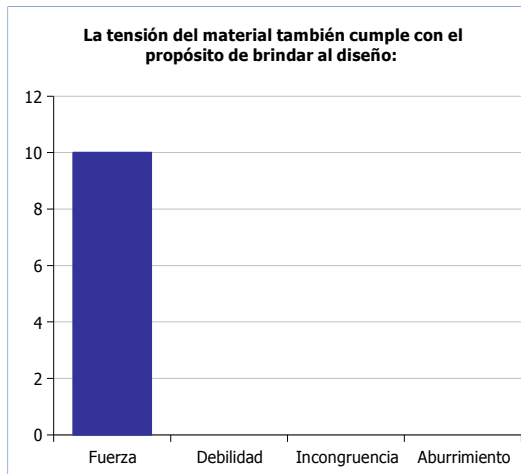
INTERPRETACIÓN:

El 60% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de orientar la lectura respecto a la tensión. Un 30% ha respondido que desorienta y el 10% restante ha respondido que provoca estrés.

En consecuencia, el material editorial impreso debe ser mejorado en dicho aspecto para que cumpla con el propósito establecido al máximo.

PREGUNTA 43

Fuerza	100%
Debilidad	0%
Incongruencia	0%
Aburrimiento	0%



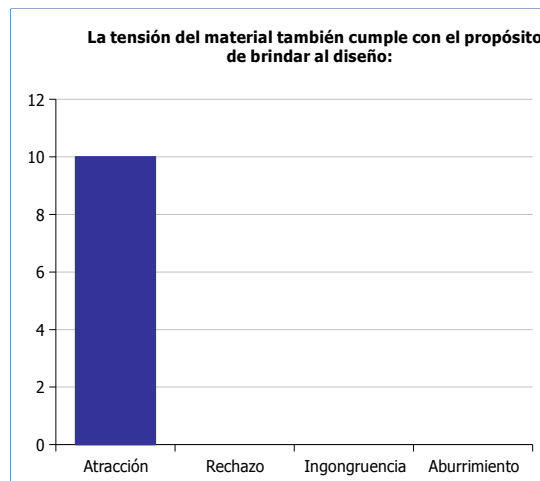
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de brindar fuerza respecto a la tensión del mismo que desorienta y el 10% restante ha respondido que provoca estrés.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 44

Atracción	100%
Rechazo	0%
Ingongruencia	0%
Aburrimiento	0%



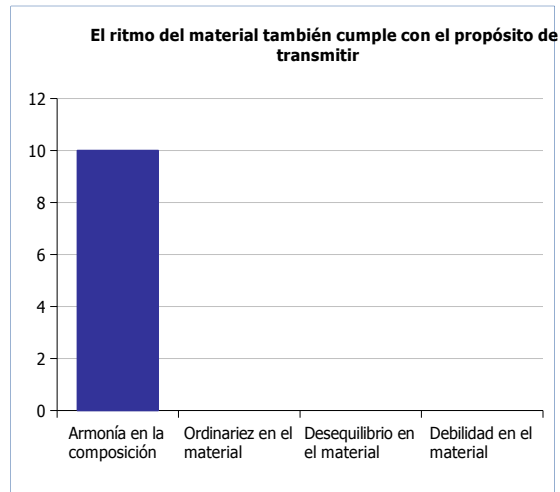
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de brindar atracción respecto a la tensión.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 45

Armonía en la composición	100%
Ordinariez en el material	0%
Desequilibrio en el material	0%
Debilidad en el material	0%



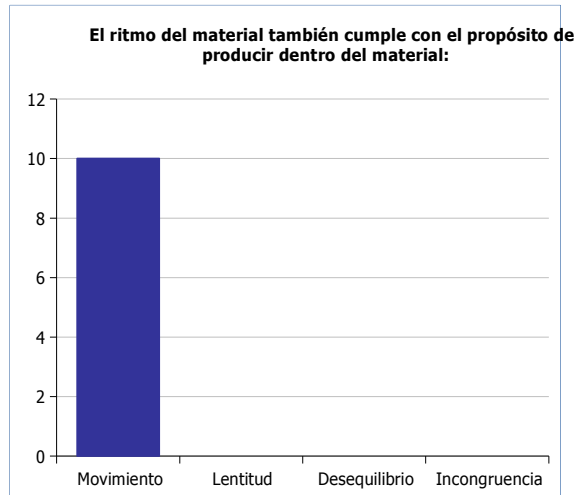
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de transmitir armonía en la composición respecto al ritmo.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 46

Movimiento	100%
Lentitud	0%
Desequilibrio	0%
Incongruencia	0%



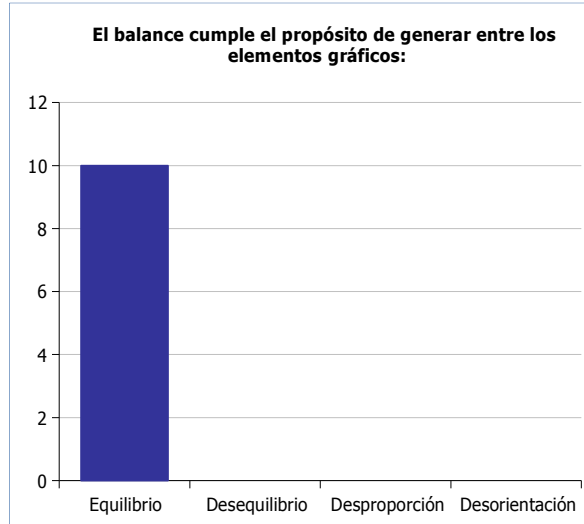
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de producir movimiento respecto al ritmo.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 47

Equilibrio	100%
Desequilibrio	0%
Desproporción	0%
Desorientación	0%



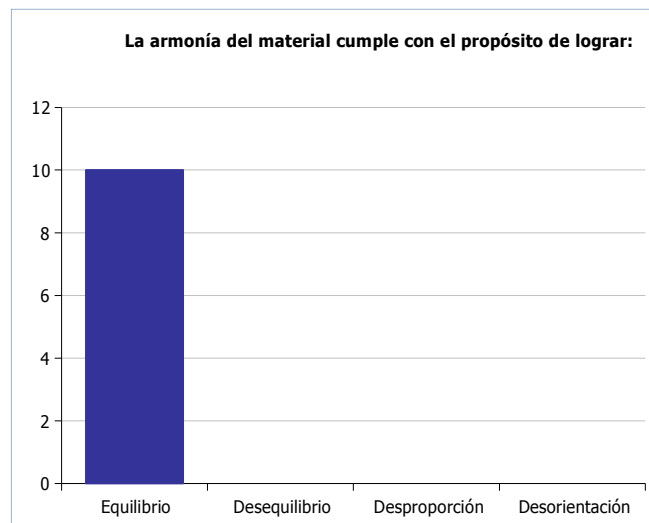
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de generar equilibrio respecto al balance.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 48

Equilibrio	100%
Desequilibrio	0%
Desproporción	0%
Desorientación	0%



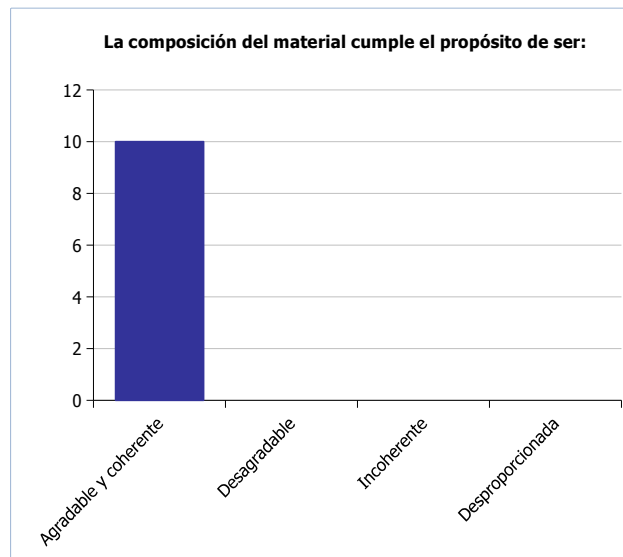
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito lograr equilibrio respecto a la armonía.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 49

Agradable y coherente	100%
Desagradable	0%
Incoherente	0%
Desproporcionada	0%



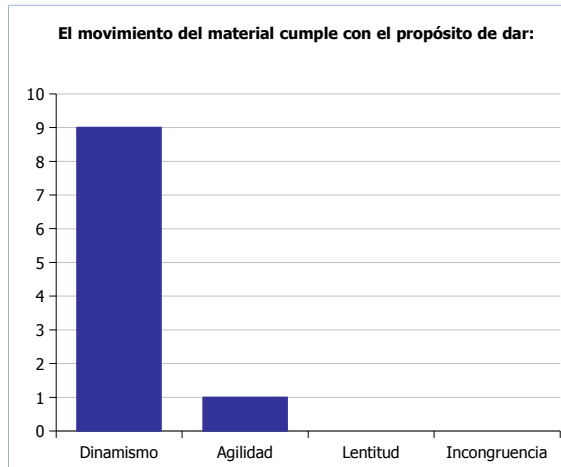
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de ser agradable y coherente respecto a la composición.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 50

Dinamismo	90%
Agilidad	10%
Lentitud	0%
Incongruencia	0%



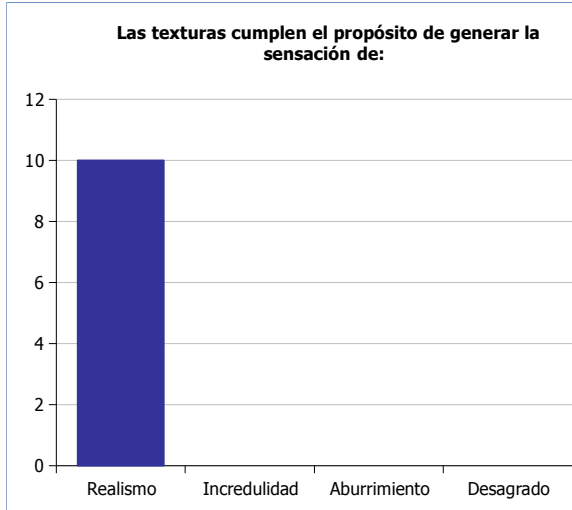
INTERPRETACIÓN:

El 90% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de dar dinamismo respecto al movimiento. El 10% restante ha respondido que al material da agilidad.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 51

Realismo	100%
Incredulidad	0%
Aburrimiento	0%
Desagrado	0%



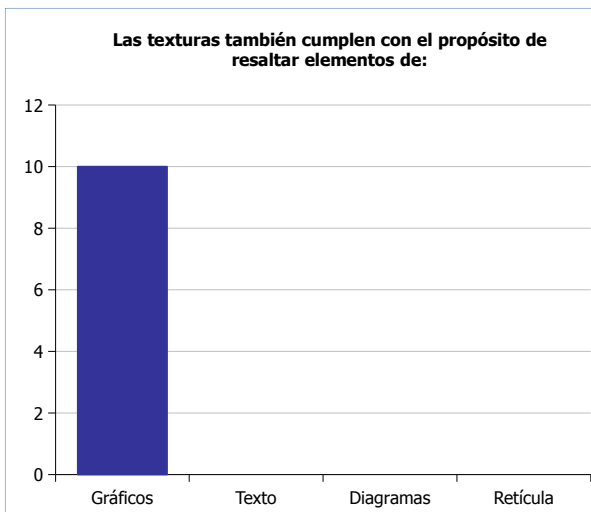
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de generar realismo respecto a las texturas.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 52

Gráficos	100%
Texto	0%
Diagramas	0%
Reticula	0%



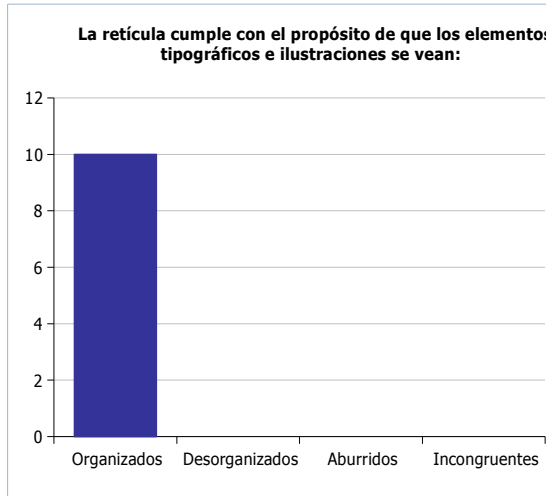
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de resaltar elementos gráficos.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 53

Organizados	100%
Desorganizados	0%
Aburridos	0%
Incongruentes	0%



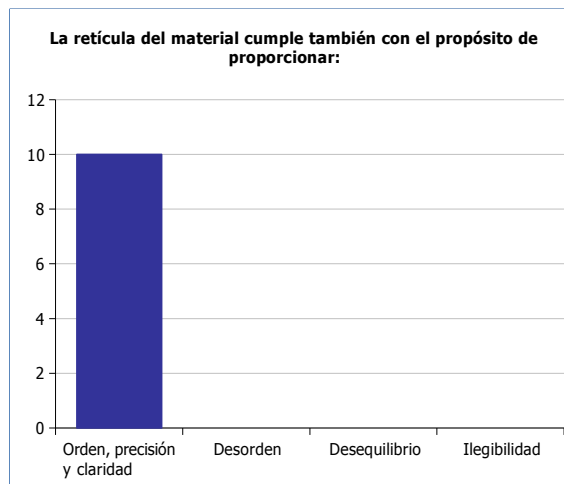
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de que los elementos tipográficos e ilustraciones se vean organizados respecto a la retícula.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 54

Orden, precisión y claridad	100%
Desorden	0%
Desequilibrio	0%
Ilegibilidad	0%



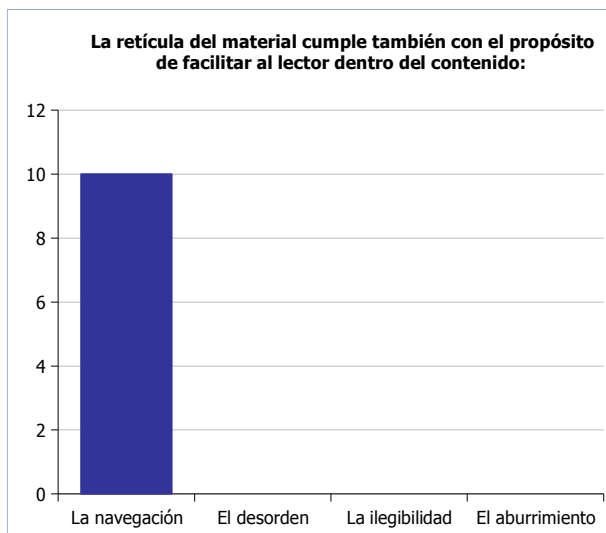
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de proporcionar orden, precisión y claridad respecto a la retícula.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 55

La navegación	100%
El desorden	0%
La ilegibilidad	0%
El aburrimiento	0%



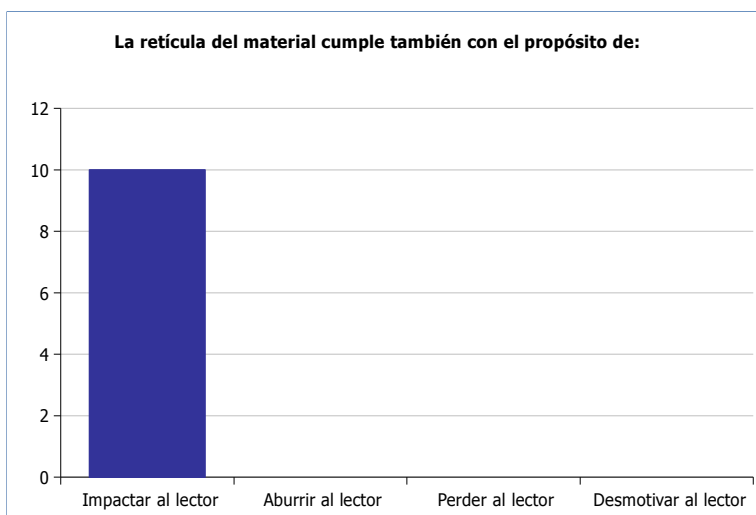
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de facilitar al lector dentro del contenido la navegación.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 56

Impactar al lector	100%
Aburrir al lector	0%
Perder al lector	0%
Desmotivar al lector	0%



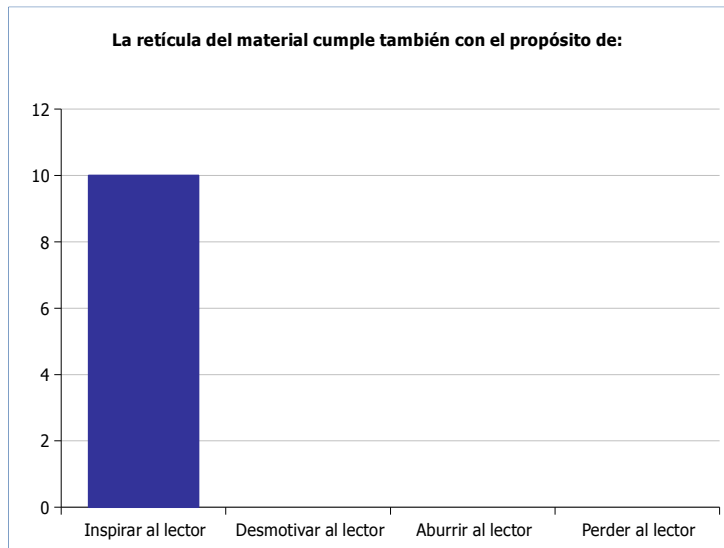
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de impactar al lector respecto a la retícula.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 57

Inspirar al lector	100%
Desmotivar al lector	0%
Aburrir al lector	0%
Perder al lector	0%



INTERPRETACIÓN:

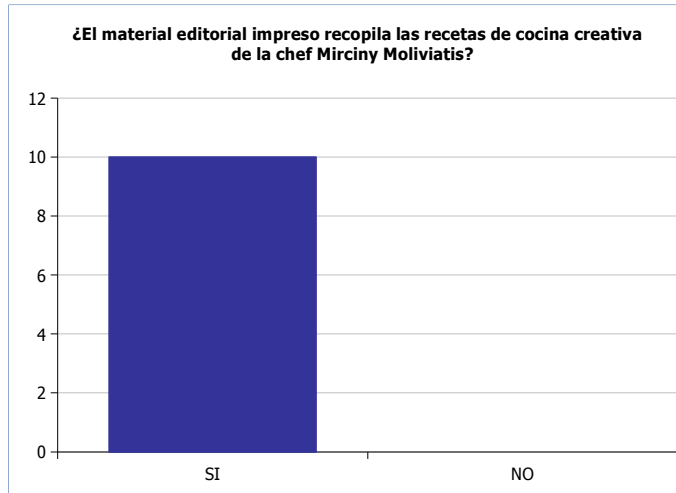
El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de inspirar al lector respecto a la retícula.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

RESULTADOS CLIENTE

PREGUNTA 1

SI	100%
NO	0%



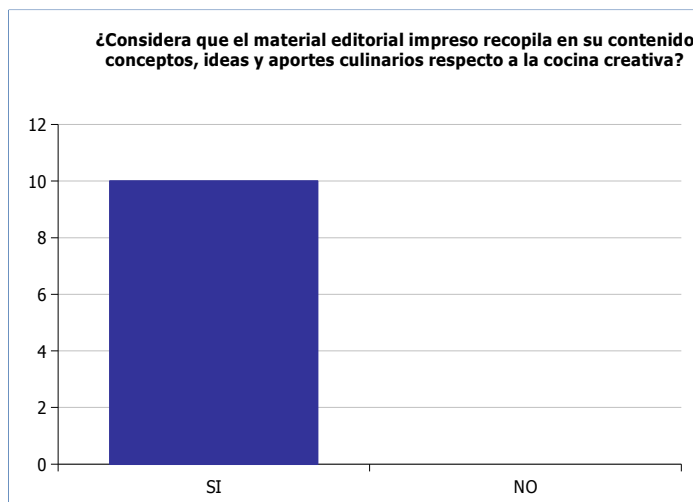
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 2

SI	100%
NO	0%



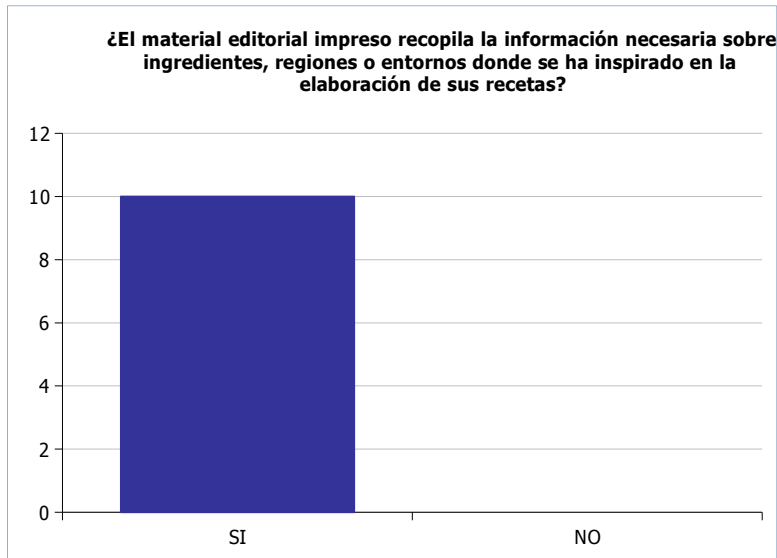
INTERPRETACION:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 3

SI 100%
NO 0%



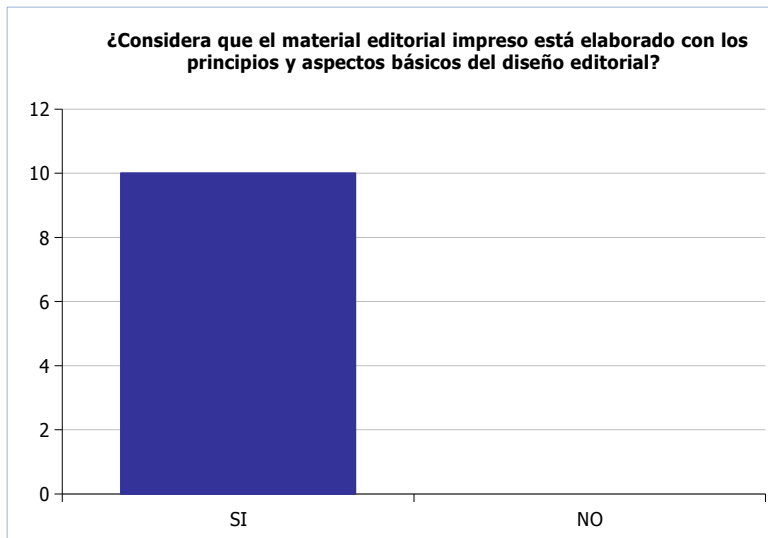
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 4

SI 100%
NO 0%



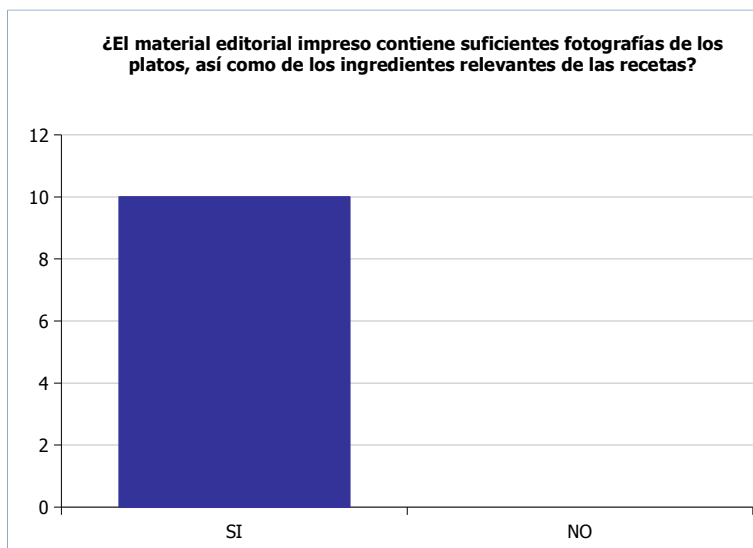
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 5

SI	100%
NO	0%



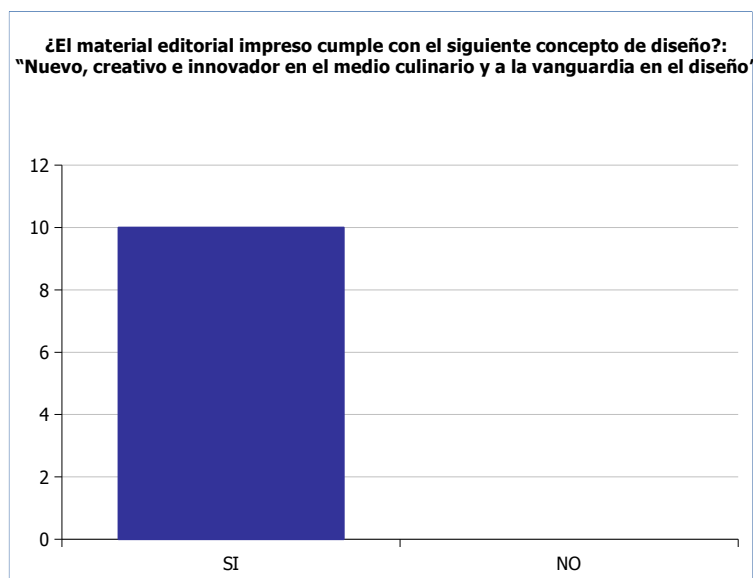
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 6

SI	100%
NO	0%



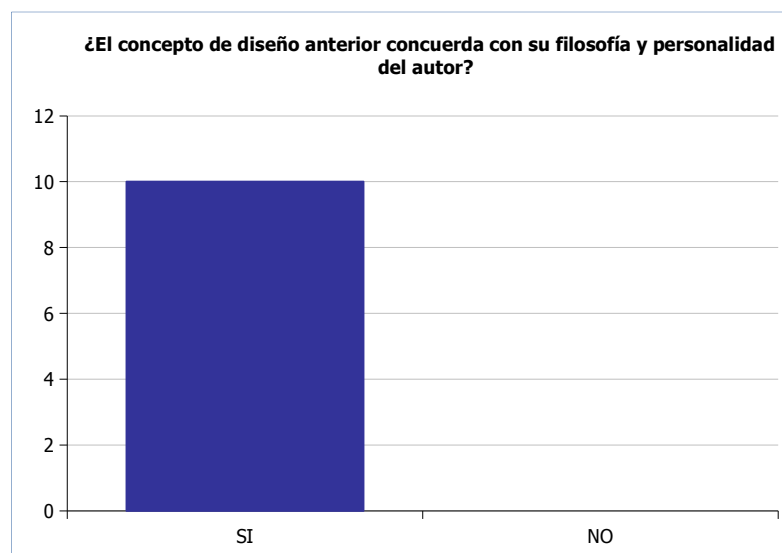
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 7

SI 100%
NO 0%



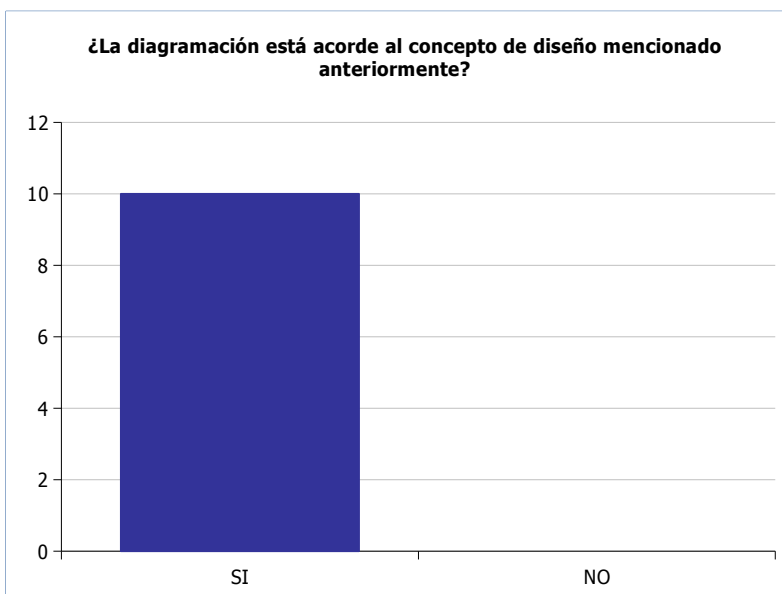
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 8

SI 100%
NO 0%



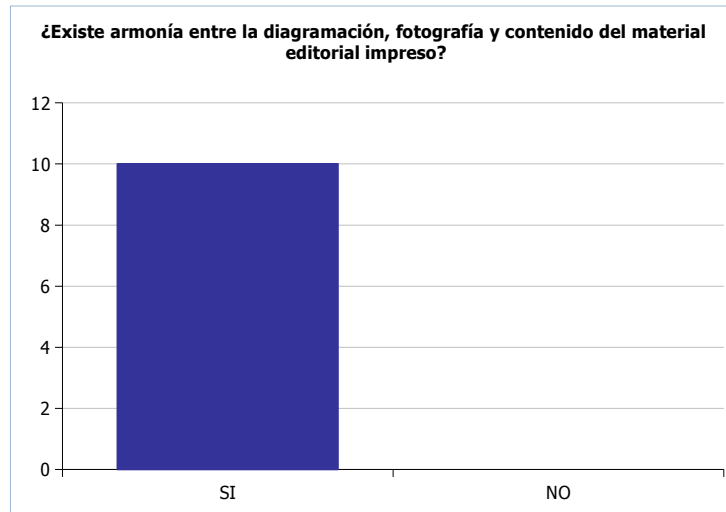
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 9

SI	10	100%
NO	0	0%



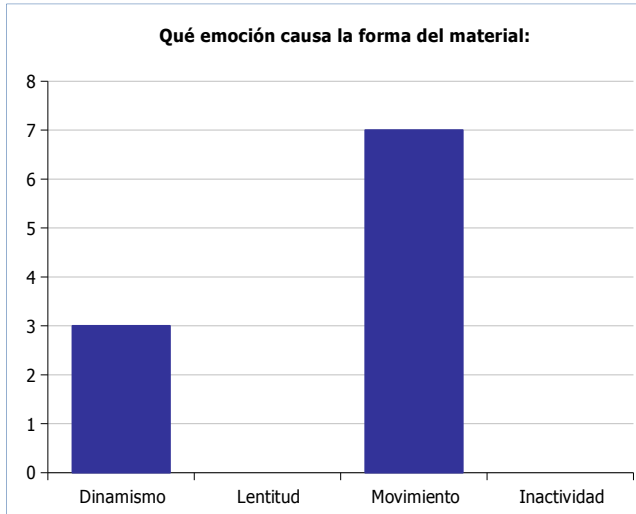
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que sí a la pregunta.
El 0% ha respondido que no.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el primer objetivo.

PREGUNTA 10

Dinamismo	30%
Lentitud	0%
Movimiento	70%
Inactividad	0%



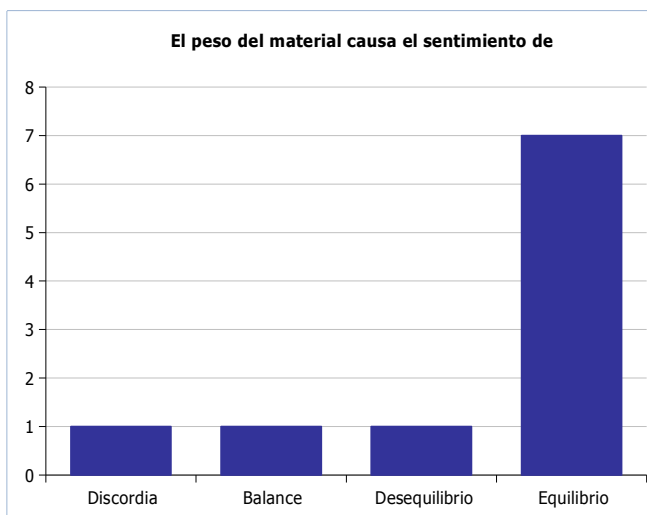
INTERPRETACIÓN:

El 70% de los expertos encuestados ha respondido que les causa la emoción de movimiento. El 30% restante ha respondido que les causa dinamismo.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las emociones establecidas.

PREGUNTA 11

Discordia	10%
Balance	10%
Desequilibrio	10%
Equilibrio	70%



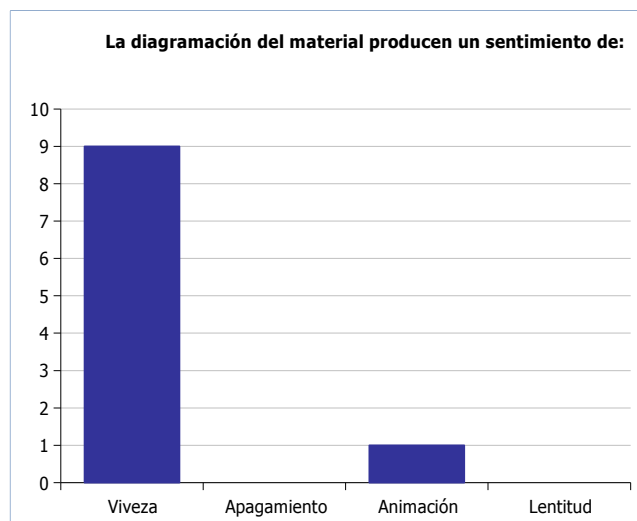
INTERPRETACIÓN:

El 70% de los expertos encuestados ha respondido que les causa la emoción de equilibrio. Un 10% ha respondido que les causa discordia, otro 10% ha respondido que causa balance y el otro 10% restante que les causa desequilibrio.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las emociones establecidas.

PREGUNTA 12

Viveza	90%
Apagamiento	0%
Animación	10%
Lentitud	0%



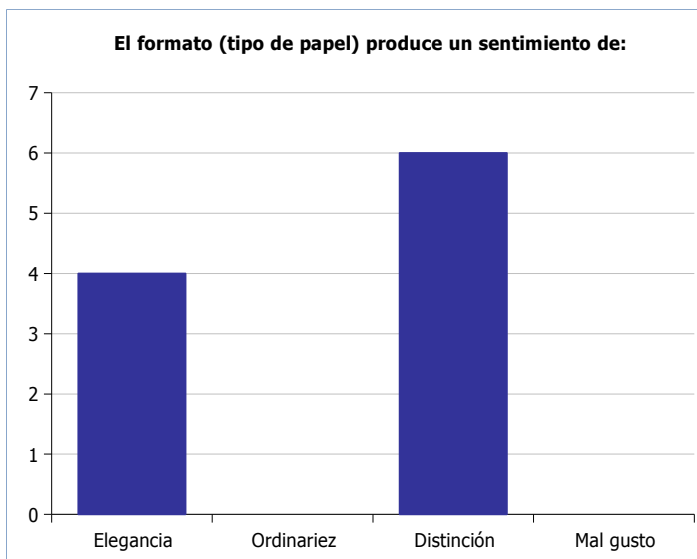
INTERPRETACIÓN:

El 90% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de viveza. El 10% restante ha respondido que les causa animación.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular los sentimientos establecidos.

PREGUNTA 13

Elegancia	40%
Ordinariez	0%
Distinción	60%
Mal gusto	0%



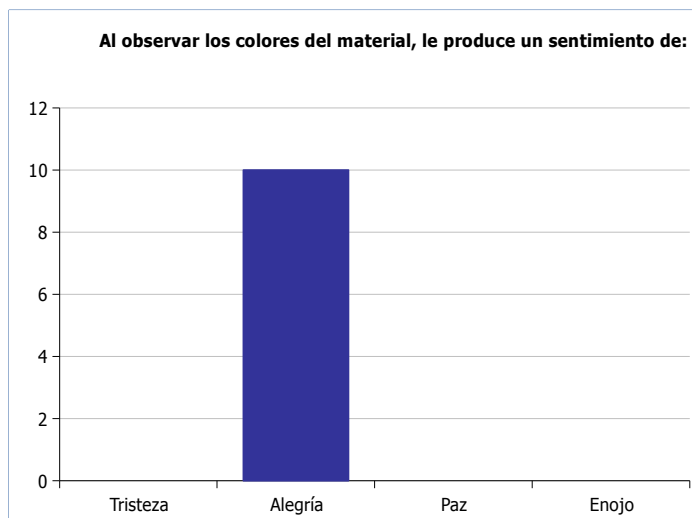
INTERPRETACIÓN:

El 40% de los expertos encuestados ha respondido que les causa el sentimiento de elegancia. El 60% restante ha respondido que causa distinción.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular los sentimientos establecidos.

PREGUNTA 14

Tristeza	0%
Alegría	100%
Paz	0%
Enojo	0%



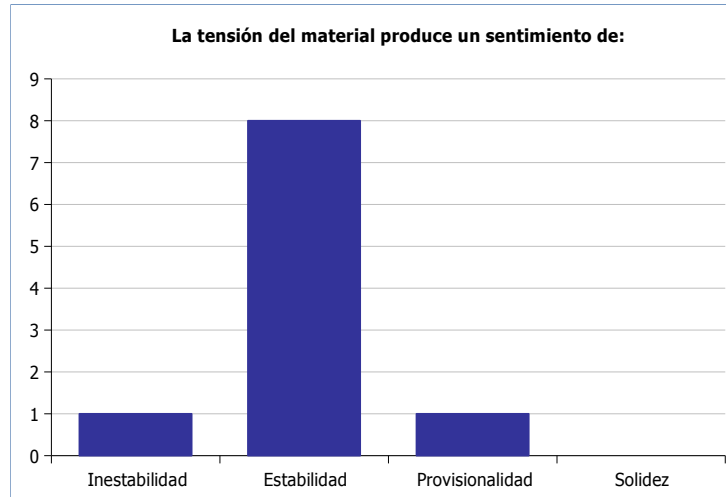
INTERPRETACION:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de alegría.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 15

Inestabilidad	10%
Estabilidad	80%
Provisionalidad	10%
Solidez	0%



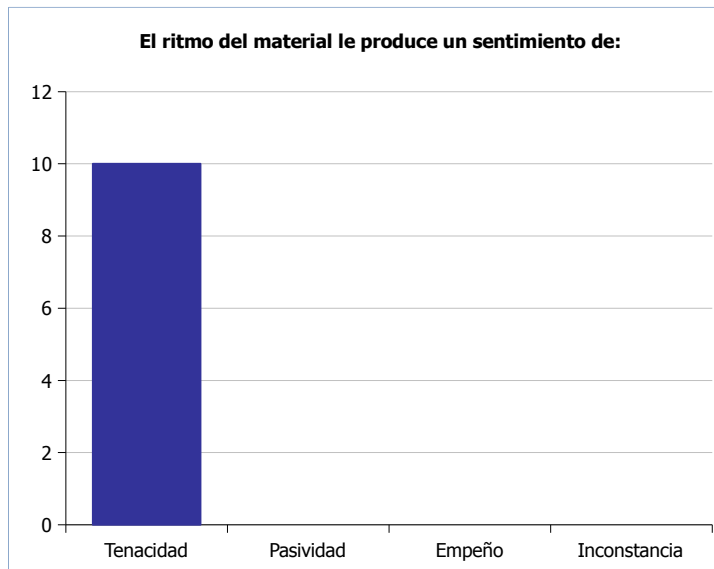
INTERPRETACIÓN:

El 80% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de estabilidad. Un 10% ha respondido que les causa inestabilidad y el otro 10% restante ha respondido que les causa provisionalidad.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 16

Tenacidad	100%
Pasividad	0%
Empeño	0%
Inconstancia	0%



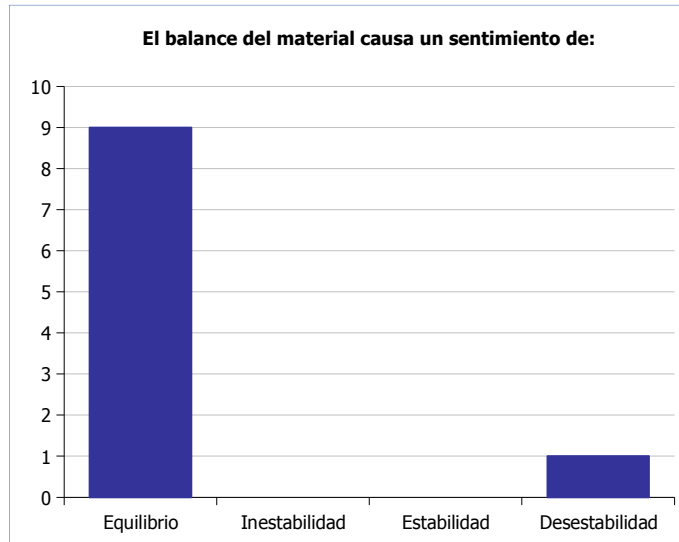
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de tenacidad.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 17

Equilibrio	90%
Inestabilidad	0%
Estabilidad	0%
Desestabilidad	10%



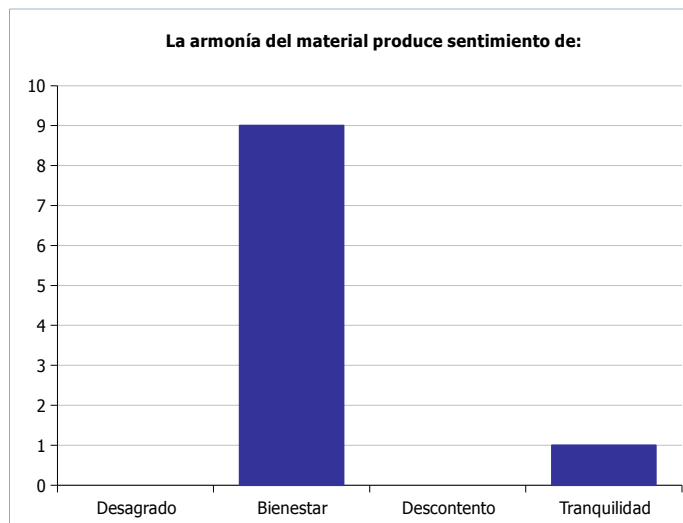
INTERPRETACIÓN:

El 90% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de equilibrio. El 10% restante ha respondido que les causa desestabilidad.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 18

Desagrado	0%
Bienestar	90%
Descontento	0%
Tranquilidad	10%



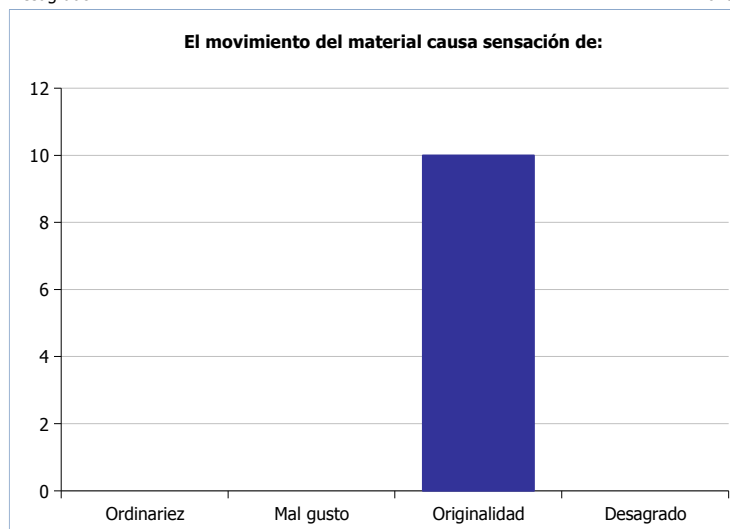
INTERPRETACIÓN:

El 90% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de bienestar. El 10% restante ha respondido que les causa tranquilidad.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 19

Ordinariez	0%
Mal gusto	0%
Originalidad	100%
Desagrado	0%



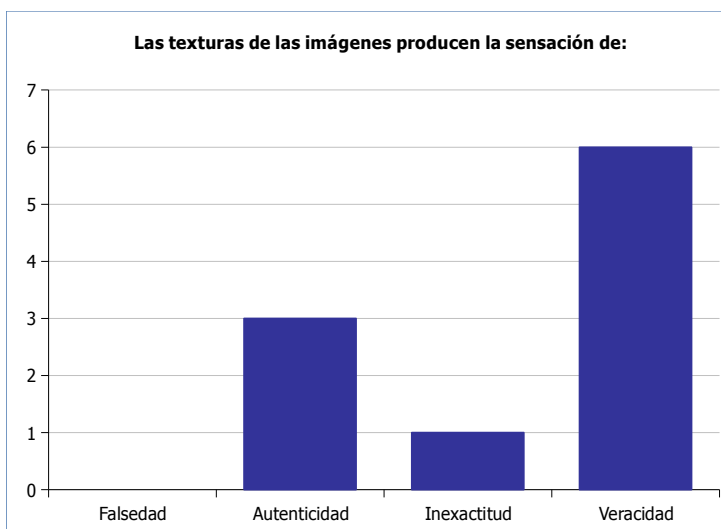
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sentimiento de originalidad.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular el sentimiento establecido.

PREGUNTA 20

Falsedad	0%
Autenticidad	30%
Inexactitud	10%
Veracidad	60%



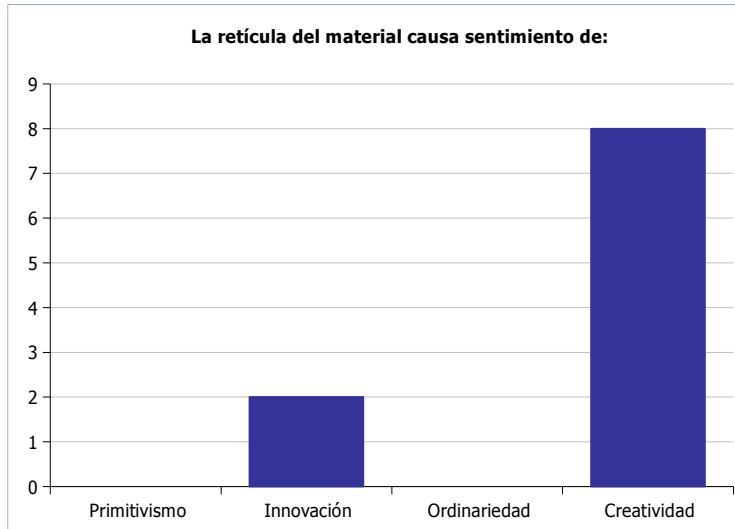
INTERPRETACIÓN:

El 60% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sensación de veracidad. Un 30% ha respondido que les causa sensación de autenticidad. El 10% restante ha considerado que son inexactas.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 21

Primitivismo	0%
Innovación	20%
Ordinariedad	0%
Creatividad	80%



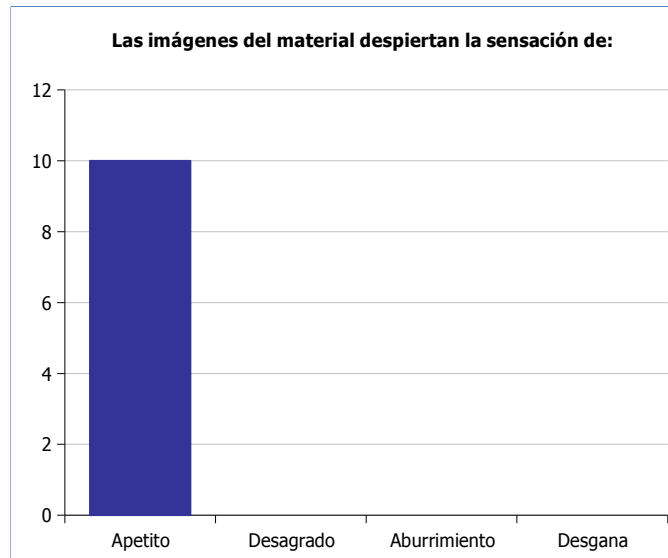
INTERPRETACION:

El 80% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sensación de creatividad. El 20% restante ha respondido que les causa sentimiento de innovación.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 22

Apetito	100%
Desagrado	0%
Aburrimiento	0%
Desgana	0%



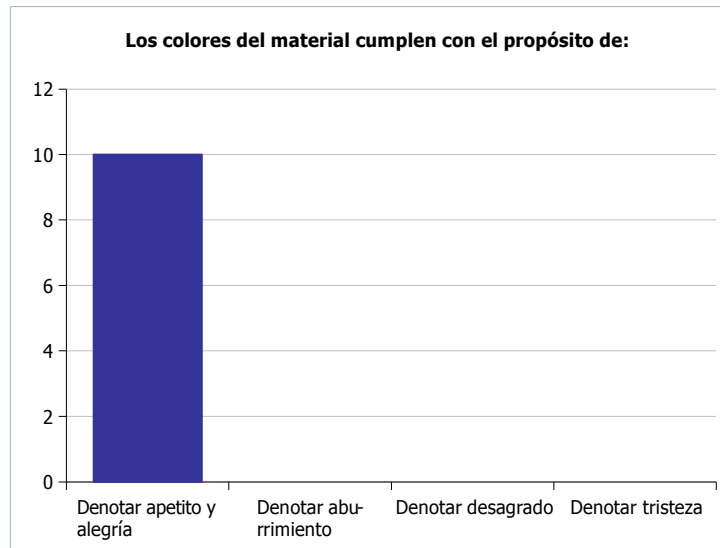
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que les causa sensación de apetito.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 23

Denotar apetito y alegría	100%
Denotar aburrimiento	0%
Denotar desagrado	0%
Denotar tristeza	0%



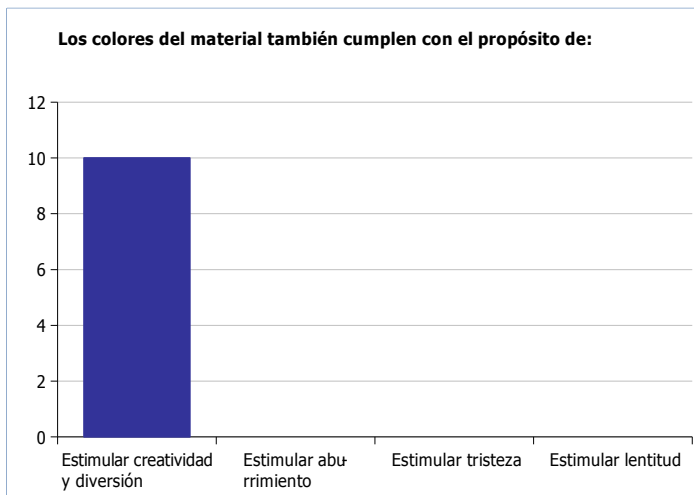
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material denota apetito y alegría.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 24

Estimular creatividad y diversión	100%
Estimular aburrimiento	0%
Estimular tristeza	0%
Estimular lentitud	0%



INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material estimula creatividad y diversión.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 25

Modernidad e innovación	100%
Ordinariedad	0%
Aburrimiento	0%
Desagrado	0%



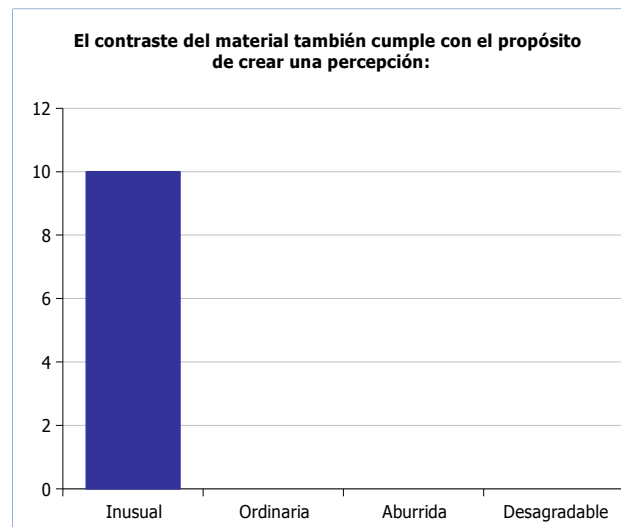
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material refleja modernidad e innovación a través de la tipografía.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 26

Inusual	100%
Ordinaria	0%
Aburrida	0%
Desagradable	0%



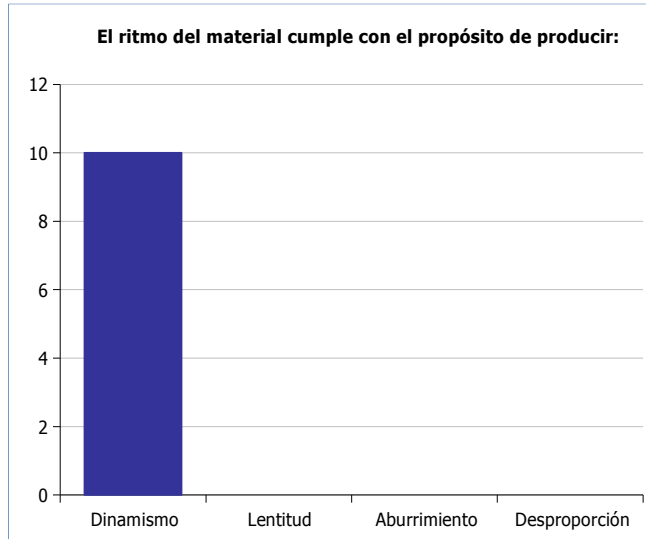
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con crear la percepción de ser inusual en su contraste.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 27

Dinamismo	100%
Lentitud	0%
Aburrimiento	0%
Desproporción	0%



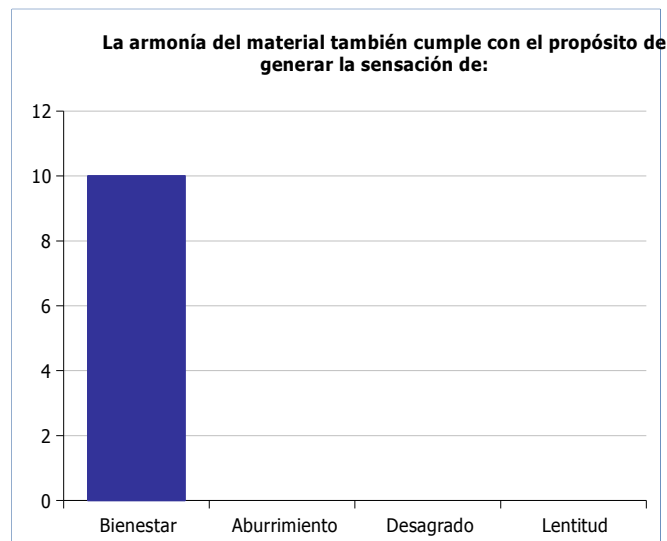
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de producir dinamismo respecto al ritmo.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 28

Bienestar	100%
Aburrimiento	0%
Desagrado	0%
Lentitud	0%



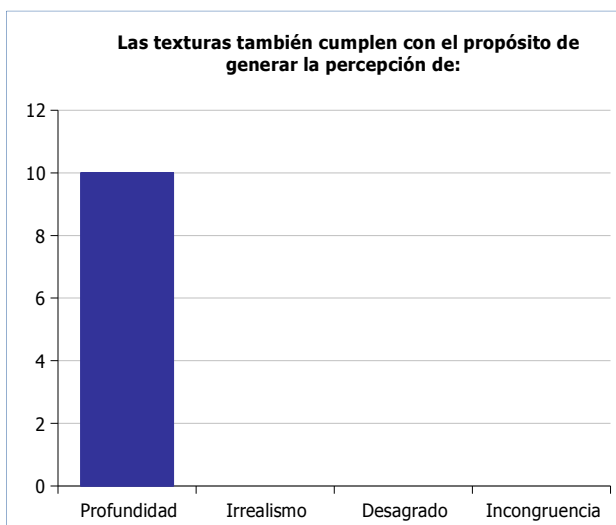
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de producir bienestar respecto a la armonía.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 29

Profundidad	100%
Irrealismo	0%
Desagrado	0%
Incongruencia	0%



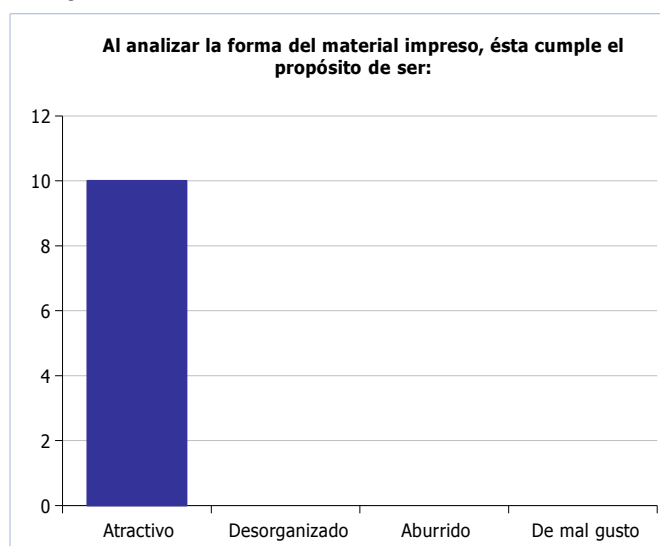
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de generar profundidad respecto a las texturas.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 30

Atractivo	100%
Desorganizado	0%
Aburrido	0%
De mal gusto	0%



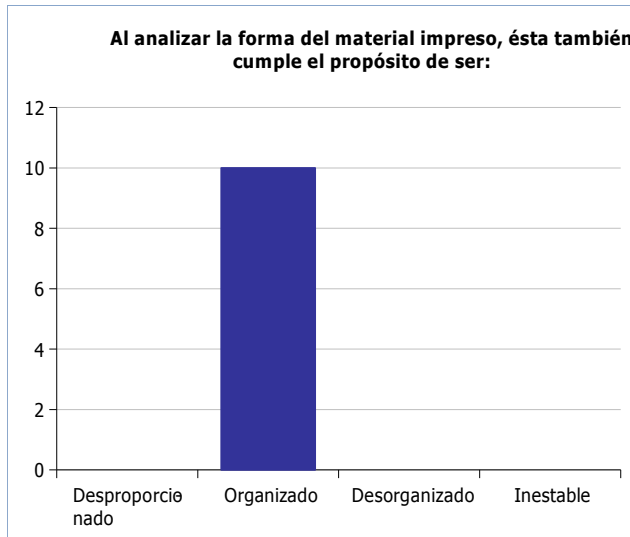
INTERPRETACION:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de ser atractivo respecto a su forma.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 31

Desproporcionado	0%
Organizado	100%
Desorganizado	0%
Inestable	0%



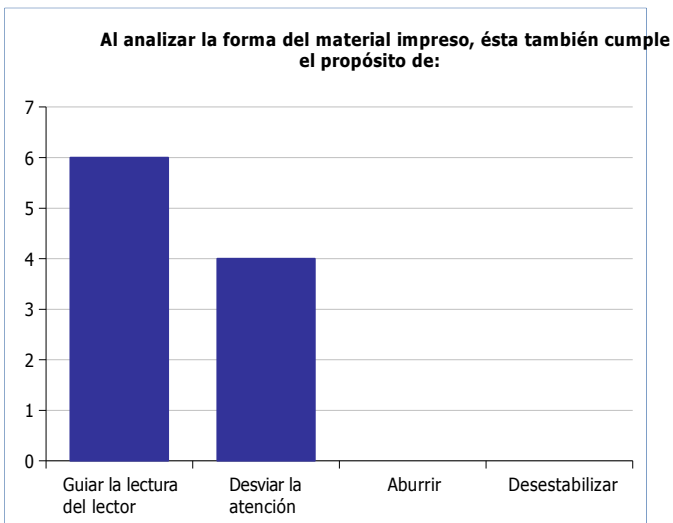
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de ser organizado respecto a su forma.

En consecuencia, el material editorial impreso sí cumple con el propósito de estimular las sensaciones establecidas.

PREGUNTA 32

Guiar la lectura del lector	60%
Desviar la atención	40%
Aburrir	0%
Desestabilizar	0%



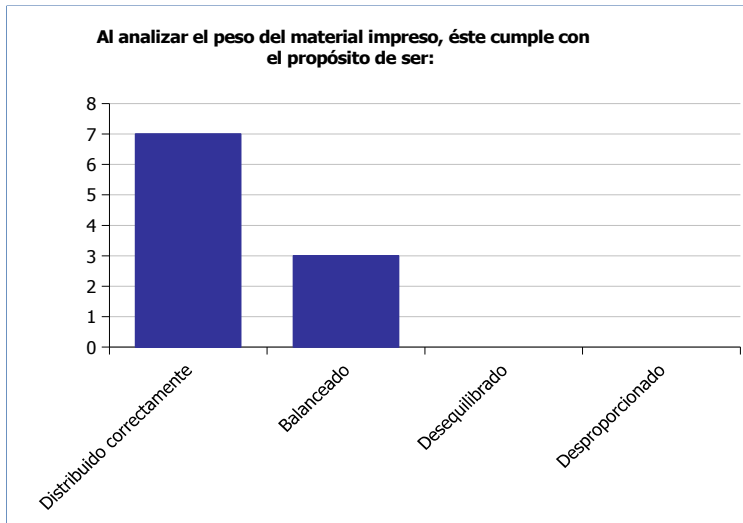
INTERPRETACIÓN:

El 60% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de guiar la lectura del lector. El 40% restante ha respondido que la forma del material desvía la atención.

En consecuencia, el material editorial impreso debe mejorarse en éste punto para generar lograr el propósito establecido al máximo.

PREGUNTA 33

Distribuido correctamente	70%
Balanceado	30%
Desequilibrado	0%
Desproporcionado	0%



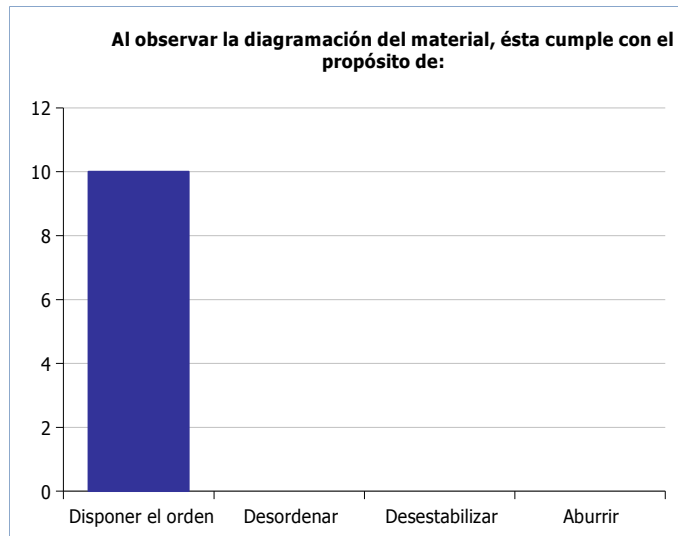
INTERPRETACIÓN:

El 70% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de distribuir correctamente el peso. El 30% restante ha respondido que es balanceado respecto al peso.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para este punto.

PREGUNTA 34

Disponer el orden	100%
Desordenar	0%
Desestabilizar	0%
Aburrir	0%



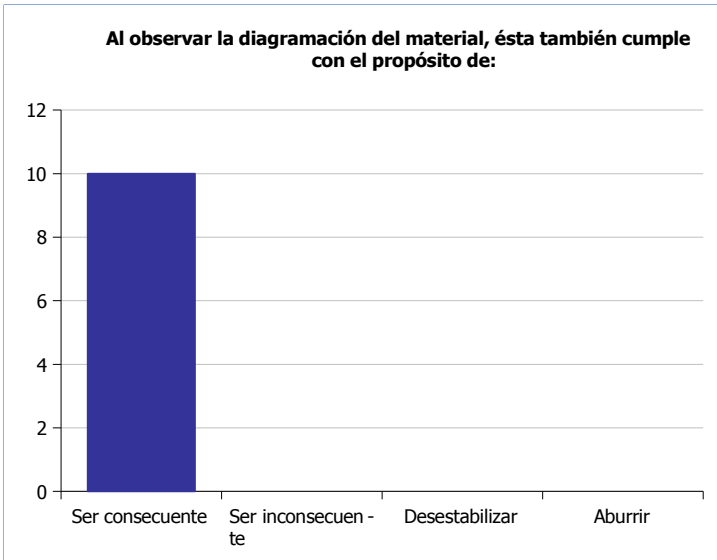
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de disponer el orden respecto a la diagramación.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para este punto.

PREGUNTA 35

Ser consecuente	100%
Ser inconsecuente	0%
Desestabilizar	0%
Aburrir	0%



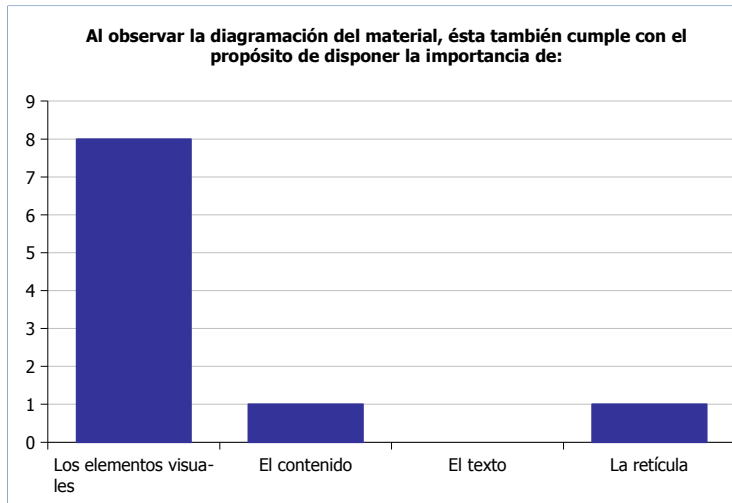
INTERPRETACIÓN:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de disponer ser consecuente respecto a la diagramación.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para este punto.

PREGUNTA 36

Los elementos visuales	80%
El contenido	10%
El texto	0%
La retícula	10%



INTERPRETACIÓN:

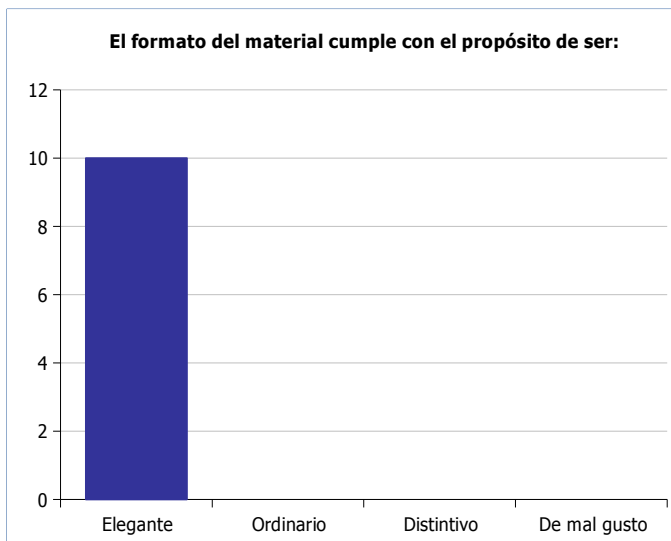
El 80% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de disponer la importancia de los elementos visuales respecto a la diagramación.

Un 10% respondió que resalta el contenido y el otro 10% restante la retícula.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

PREGUNTA 37

Elegante	100%
Ordinario	0%
Distintivo	0%
De mal gusto	0%



INTERPRETACION:

El 100% de los expertos encuestados ha respondido que el material cumple con el propósito de ser elegante respecto al formato.

En consecuencia, el material editorial impreso cumple con el propósito establecido para éste punto.

8.4 CAMBIOS EN BASE A RESULTADOS

PORTADA

ANTES



DESPUÉS

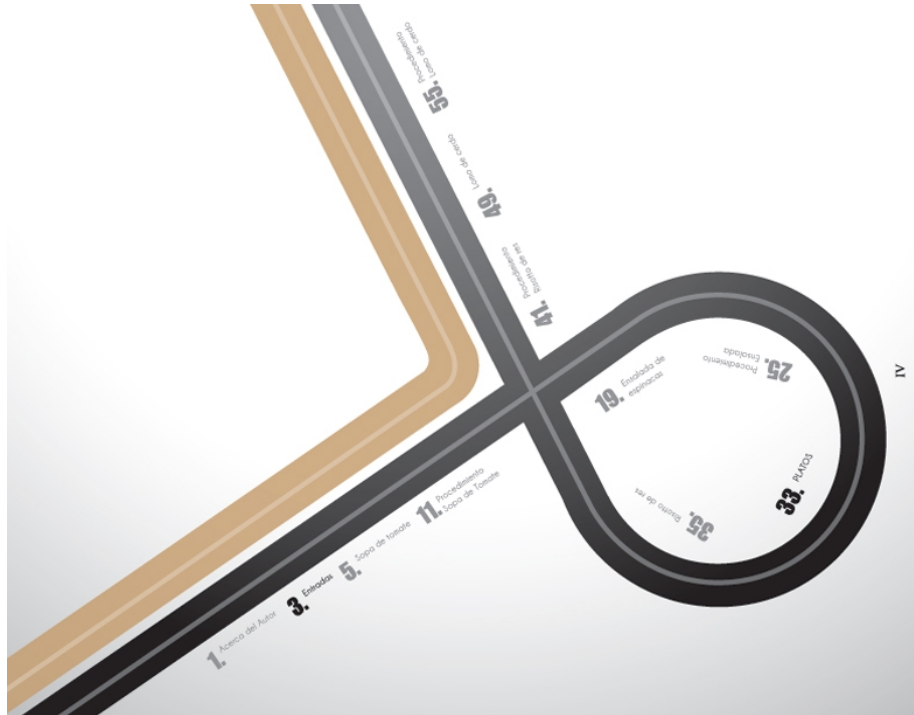


RAZONAMIENTO: En base a los comentarios y sugerencias recopiladas de varios de los expertos encuestados, se retocó la fotografía de la portada, específicamente la cuchara que presentaba un error de reflejo del fotógrafo en la misma.

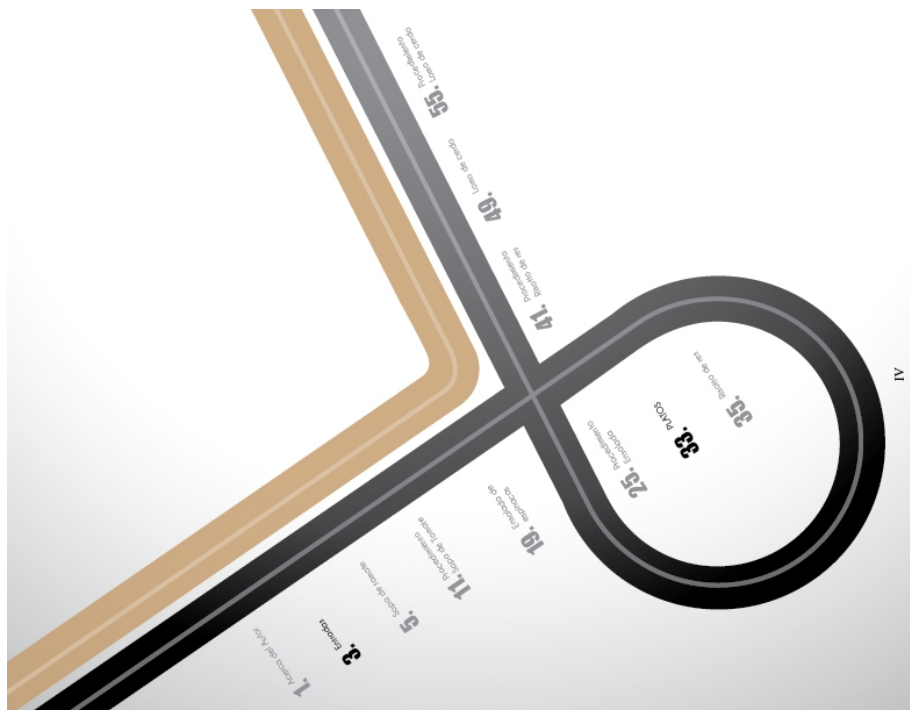
PÁGINA IV “CONTENIDO”

RAZONAMIENTO: En base a los resultados de la pregunta no. 32, de la encuesta para expertos, se mejoró el propósito de “guiar la lectura del lector” corrigiendo la dirección de los puntos 1,3, 5, 11, 19, 25, 33 y 35 de la página IV en la parte de “Contenido”.

ANTES



DESPUÉS



ACERCA DEL AUTOR

RAZONAMIENTO: En base a los resultados de la pregunta no. 42, para mejorar la orientación de la lectura del material respecto a la tensión: En la página 1 "Acercas del autor", se corrigió la direccionalidad de la lectura para que cada línea empiece desde la esquina izquierda hasta la derecha del triangulo de texto.

ANTES

ACERCA DEL AUTOR

Mircely Malviets es Chef gastronómica radicada en el mismo país. Su formación académica, su experiencia profesional, su competitividad, su capacidad de innovación y su liderazgo en el mundo culinario, la han convertido en una de las figuras más importantes de la gastronomía internacional.

Actualmente trabaja como Chef ejecutiva en el restaurante El Bulli, en el programa de televisión El Sabor de la Tierra en la cadena FOX, ha sido premiada como Mejor Chef del mundo en el canal internacional de la cultura gastronómica y ha sido reconocida como una de las 100 mujeres más poderosas del mundo.

Su formación académica ha sido mayormente en el plano internacional, obteniendo títulos de Maestra de Cocina, Maestra de Pastelería y Maestra de Repostería, así como la distinción de Cheff Carlos de España del Chef Ferrán Adrià.

De esta manera, Mircely Malviets es una figura importante y reconocida en el mundo culinario que ve sus programas de televisión o lee sus artículos y reportajes en los periódicos, se caracteriza por su entorno participativo, creativo y colaborativo. Para ella, la cocina es un camino que se va descubriendo y creando, innovando en detalles sobre la preparación de la receta, desde la elección de los ingredientes, hasta la presentación y el sabor.

LA COCINA MOL DE MIRCELY

Mircely Malviets

DESPUÉS

ACERCA DEL AUTOR

Mircely Malviets es Chef gastronómica radicada en el mismo país. Su formación académica, su experiencia profesional, su competitividad, su capacidad de innovación y su liderazgo en el mundo culinario, la han convertido en una de las figuras más importantes de la gastronomía internacional.

Actualmente trabaja como Chef ejecutiva en el restaurante El Bulli, en el programa de televisión El Sabor de la Tierra en la cadena FOX, ha sido premiada como Mejor Chef del mundo en el canal internacional de la cultura gastronómica y ha sido reconocida como una de las 100 mujeres más poderosas del mundo.

Su formación académica ha sido mayormente en el plano internacional, obteniendo títulos de Maestra de Cocina, Maestra de Pastelería y Maestra de Repostería, así como la distinción de Cheff Carlos de España del Chef Ferrán Adrià.

De esta manera, Mircely Malviets es una figura importante y reconocida en el mundo culinario que ve sus programas de televisión o lee sus artículos y reportajes en los periódicos, se caracteriza por su entorno participativo, creativo y colaborativo. Para ella, la cocina es un camino que se va descubriendo y creando, innovando en detalles sobre la preparación de la receta, desde la elección de los ingredientes, hasta la presentación y el sabor.

LA COCINA MOL DE MIRCELY

Mircely Malviets

RESEÑAS DE RECETAS

RAZONAMIENTO: En base a resultados de la pregunta no. 32 de la encuesta para expertos, para mejorar el aspecto de "guiar la lectura del lector": en todas las "Reseñas" de las recetas, se cambió el triángulo de texto por un rectángulo de texto con la misma inclinación del cuadro que contiene el título.

ANTES



DESPUÉS



ANTES

RESERVA
Escalada de
espiral con
queso de cabra

Generalmente las escaladas se utilizan como ensaladas, aunque también pueden elaborarse como platos de entrada. Principalmente, cuando se elaboran en platos como plato principal, se elaboran en platos sencillos y sencillos, como platos sencillos, sencillos y sencillos.

En este caso, la escalada de espiral con queso de cabra se elabora con queso de cabra, leche de vaca, azúcar, sal y vinagre. El queso de cabra se desmenuza y se mezcla con la leche de vaca, el azúcar y la sal. Se añade el vinagre y se mezcla bien. Se deja reposar en la nevera durante 24 horas para que el queso de cabra se hidrate y se suavice.

Finalmente, se elabora el queso de cabra con queso de cabra, leche de vaca, azúcar, sal y vinagre. El queso de cabra se desmenuza y se mezcla con la leche de vaca, el azúcar y la sal. Se añade el vinagre y se mezcla bien. Se deja reposar en la nevera durante 24 horas para que el queso de cabra se hidrate y se suavice.

LA COCINA FACIL DE KENWOOD

DESPUÉS

RESERVA
Escalada de
espiral con
queso de cabra

En este caso, la escalada de espiral con queso de cabra se elabora con queso de cabra, leche de vaca, azúcar, sal y vinagre. El queso de cabra se desmenuza y se mezcla con la leche de vaca, el azúcar y la sal. Se añade el vinagre y se mezcla bien. Se deja reposar en la nevera durante 24 horas para que el queso de cabra se hidrate y se suavice.

Finalmente, se elabora el queso de cabra con queso de cabra, leche de vaca, azúcar, sal y vinagre. El queso de cabra se desmenuza y se mezcla con la leche de vaca, el azúcar y la sal. Se añade el vinagre y se mezcla bien. Se deja reposar en la nevera durante 24 horas para que el queso de cabra se hidrate y se suavice.

LA COCINA FACIL DE KENWOOD

ANTES

RESEÑA
Risotto de ris
con chocolate
y café

El risotto es, junto con la pasta, uno de los platos italianos más tradicionales y reconocidos. Se trata de un plato que se prepara cocinando arroz con caldo de pollo o de verduras y un poco de vino blanco. El resultado es un plato cremoso y sabroso que se sirve caliente.

En este caso, hemos de preparar un risotto con chocolate y café. Para ello, vamos a utilizar un arroz tipo Arborio, que es el más adecuado para este tipo de platos. Además, vamos a utilizar un chocolate de buena calidad y un café de especialidad. El resultado será un risotto cremoso y sabroso que se sirve caliente.

Los ingredientes necesarios para preparar este risotto son: 1 taza de arroz tipo Arborio, 2 tazas de caldo de pollo o de verduras, 1 taza de vino blanco, 100g de chocolate de buena calidad, 1 taza de café de especialidad, sal y pimienta al gusto.

El procedimiento para preparar este risotto es el siguiente: 1. Calentar el caldo de pollo o de verduras a fuego lento. 2. Poner a calentar el vino blanco en una sartén. 3. Dorar el arroz en una sartén con aceite de oliva. 4. Añadir el caldo de pollo o de verduras y el vino blanco. 5. Cocinar el arroz a fuego lento durante 15 minutos. 6. Añadir el chocolate y el café. 7. Cocinar el risotto durante 5 minutos más. 8. Servir caliente.

LA COCINA FÁCIL DE MEXICO

DESPUÉS

RESEÑA
Risotto de ris
con chocolate
y café

El risotto es, junto con la pasta, uno de los platos italianos más tradicionales y reconocidos. Se trata de un plato que se prepara cocinando arroz con caldo de pollo o de verduras y un poco de vino blanco. El resultado es un plato cremoso y sabroso que se sirve caliente.

En este caso, hemos de preparar un risotto con chocolate y café. Para ello, vamos a utilizar un arroz tipo Arborio, que es el más adecuado para este tipo de platos. Además, vamos a utilizar un chocolate de buena calidad y un café de especialidad. El resultado será un risotto cremoso y sabroso que se sirve caliente.

Los ingredientes necesarios para preparar este risotto son: 1 taza de arroz tipo Arborio, 2 tazas de caldo de pollo o de verduras, 1 taza de vino blanco, 100g de chocolate de buena calidad, 1 taza de café de especialidad, sal y pimienta al gusto.

El procedimiento para preparar este risotto es el siguiente: 1. Calentar el caldo de pollo o de verduras a fuego lento. 2. Poner a calentar el vino blanco en una sartén. 3. Dorar el arroz en una sartén con aceite de oliva. 4. Añadir el caldo de pollo o de verduras y el vino blanco. 5. Cocinar el arroz a fuego lento durante 15 minutos. 6. Añadir el chocolate y el café. 7. Cocinar el risotto durante 5 minutos más. 8. Servir caliente.

LA COCINA FÁCIL DE MEXICO

ANTES

RESEÑA
Lomo de cerdo
con salsa de
cilantro y Chile
Cobanero

El exquisito sabor del lomo, su rica proporción de grasas y la alta concentración de proteínas y vitaminas, hacen de este corte de carne un alimento nutritivo y saludable. En este caso, la combinación de ingredientes como el ajo, el cilantro y el Chile, le dan un sabor único y delicioso. Para conservar sus propiedades nutritivas, se recomienda cocinarlo a la plancha o al horno, evitando así el uso de aceites y grasas. Este plato es ideal para quienes buscan una opción saludable y sabrosa. La combinación de ingredientes como el ajo, el cilantro y el Chile, le dan un sabor único y delicioso. Para conservar sus propiedades nutritivas, se recomienda cocinarlo a la plancha o al horno, evitando así el uso de aceites y grasas. Este plato es ideal para quienes buscan una opción saludable y sabrosa.

La combinación de vinagre de arroz y azúcar, le da un toque dulce y ácido que equilibra el sabor de la carne. Este plato es ideal para quienes buscan una opción saludable y sabrosa. La combinación de ingredientes como el ajo, el cilantro y el Chile, le dan un sabor único y delicioso. Para conservar sus propiedades nutritivas, se recomienda cocinarlo a la plancha o al horno, evitando así el uso de aceites y grasas. Este plato es ideal para quienes buscan una opción saludable y sabrosa.

LA COCINA FÁCIL DE HEBRY

DESPUÉS

RESEÑA
Lomo de cerdo
con salsa de
cilantro y Chile
Cobanero

El exquisito sabor del lomo, su rica proporción de grasas y la alta concentración de proteínas y vitaminas, hacen de este corte de carne un alimento nutritivo y saludable. En este caso, la combinación de ingredientes como el ajo, el cilantro y el Chile, le dan un sabor único y delicioso. Para conservar sus propiedades nutritivas, se recomienda cocinarlo a la plancha o al horno, evitando así el uso de aceites y grasas. Este plato es ideal para quienes buscan una opción saludable y sabrosa. La combinación de ingredientes como el ajo, el cilantro y el Chile, le dan un sabor único y delicioso. Para conservar sus propiedades nutritivas, se recomienda cocinarlo a la plancha o al horno, evitando así el uso de aceites y grasas. Este plato es ideal para quienes buscan una opción saludable y sabrosa.

La combinación de vinagre de arroz y azúcar, le da un toque dulce y ácido que equilibra el sabor de la carne. Este plato es ideal para quienes buscan una opción saludable y sabrosa. La combinación de ingredientes como el ajo, el cilantro y el Chile, le dan un sabor único y delicioso. Para conservar sus propiedades nutritivas, se recomienda cocinarlo a la plancha o al horno, evitando así el uso de aceites y grasas. Este plato es ideal para quienes buscan una opción saludable y sabrosa.

LA COCINA FÁCIL DE HEBRY

ANTES

RESEÑA
Bunches de
Ferrero Rocher

El risotto es, junto con la patata, una de las más gloriosas creaciones de la cocina italiana. Es sencillamente un ingrediente en sí mismo, el risotto patata, o para el vehículo, en este caso como la patata son platos para ser adaptados a diversas combinaciones de sabores e ingredientes.

En este caso, hemos de preparar un risotto con chocolate y café, dos clásicos, ingredientes de primerísimo nivel, que reúnen los atributos de la aceptación de su uso que reúnen los atributos de la palatabilidad y el espíritu del chocolate. Además, las propiedades físicas y espirituales del chocolate son perfectas combinadas con el café. Dichos ingredientes están muy afeitados en los mercados mundiales, por lo que ambos son recetas producidas en la más alta calidad.

La receta es sencilla y rápida de preparar, pero el resultado es espectacular. El risotto patata con chocolate y café, es un plato que se puede preparar en cualquier momento y lugar, y que es perfecto para cualquier ocasión. El resultado es un plato que se puede preparar en cualquier momento y lugar, y que es perfecto para cualquier ocasión.

LA COCINA FACIL DE HRCOVI

DESPUÉS

RESEÑA
Bunches de
Ferrero Rocher

El risotto es, junto con la patata, una de las más gloriosas creaciones de la cocina italiana. Es sencillamente un ingrediente en sí mismo, el risotto patata, o para el vehículo, en este caso como la patata son platos para ser adaptados a diversas combinaciones de sabores e ingredientes.

En este caso, hemos de preparar un risotto con chocolate y café, dos clásicos, ingredientes de primerísimo nivel, que reúnen los atributos de la aceptación de su uso que reúnen los atributos de la palatabilidad y el espíritu del chocolate. Además, las propiedades físicas y espirituales del chocolate son perfectas combinadas con el café. Dichos ingredientes están muy afeitados en los mercados mundiales, por lo que ambos son recetas producidas en la más alta calidad.

La receta es sencilla y rápida de preparar, pero el resultado es espectacular. El risotto patata con chocolate y café, es un plato que se puede preparar en cualquier momento y lugar, y que es perfecto para cualquier ocasión.

LA COCINA FACIL DE HRCOVI

ANTES

Como bien se sabe, el principal ingrediente de la Resena Fon de maíz es el hueso ya que, al cocerse con agua, adquiere una textura ligera y esponjosa. Junto a los huesos, son necesarios otros ingredientes que le aporten sabor, generalmente se trata de leche cocida con vainilla, canela o cáscara de limón; aunque también existen recetas que utilizan zumos y compotas de frutas. Existen muchísimas variaciones que incluyen variedades de friente y café, queso cremoso o yogur, almendras, plátano, cajeta, limón y otras recetas con piñenta y miel, así como otro muy peculiar elaborado con atún, queso, almendra, orinado con azúcar, espinaca y crema pastelera.

Sin embargo, en este caso innovaremos un poco utilizando un ingrediente muy representativo de nuestro país y cultura, el maíz. Su sabor es indispensable en la cultura gastronómica guatemalteca.

LA COCINA MAG. DE HICHOY

DESPUÉS

Como bien se sabe, el principal ingrediente de la Resena Fon de maíz es el hueso ya que, al cocerse con agua, adquiere una textura ligera y esponjosa. Junto a los huesos, son necesarios otros ingredientes que le aporten sabor, generalmente se trata de leche cocida con vainilla, canela o cáscara de limón; aunque también existen recetas que utilizan zumos y compotas de frutas. Existen muchísimas variaciones que incluyen variedades de friente y café, queso cremoso o yogur, almendras, plátano, cajeta, limón y otras recetas con piñenta y miel, así como otro muy peculiar elaborado con atún, queso, almendra, orinado con azúcar, espinaca y crema pastelera.

Sin embargo, en este caso innovaremos un poco utilizando un ingrediente muy representativo de nuestro país y cultura, el maíz. Su sabor es indispensable en la cultura gastronómica guatemalteca.

LA COCINA MAG. DE HICHOY

DESCRIPCIÓN INGREDIENTES

RAZONAMIENTO: En base a los resultados de la pregunta no. 42, para mejorar la orientación de la lectura del material respecto a la tensión: se corrigió la direccionalidad de la lectura para que cada línea empiece desde la esquina izquierda hasta la derecha del triángulo de texto. Todo esto en cada descripción de ingredientes del libro.

ANTES



DESPUÉS



QUESO DE CABRA

Aunque la leche de vaca y la de cabra tienen contenidos grasos similares, la mayor parte de los ácidos grasos de la leche de cabra son de tipo saturado, como el ácido caprílico y el ácido caproico, que le dan un sabor más ácido y una textura más cremosa.

El queso de cabra se elabora a partir de la leche de cabra, que es más rica en proteínas y calcio que la de vaca. Este tipo de queso se elabora en diferentes variedades, como el queso fresco, el queso curado y el queso de cabra tipo feta.

El queso de cabra es un alimento muy saludable y nutritivo. Es rico en calcio, proteínas y vitaminas. Además, es un alimento muy versátil que se puede utilizar en muchas recetas diferentes. Por ejemplo, se puede utilizar para hacer pasteles, pizzas, ensaladas y salsas.



DESPUÉS

QUESO DE CABRA

Aunque la leche de vaca y la de cabra tienen contenidos grasos similares, la mayor parte de los ácidos grasos de la leche de cabra son de tipo saturado, como el ácido caprílico y el ácido caproico, que le dan un sabor más ácido y una textura más cremosa.

El queso de cabra se elabora a partir de la leche de cabra, que es más rica en proteínas y calcio que la de vaca. Este tipo de queso se elabora en diferentes variedades, como el queso fresco, el queso curado y el queso de cabra tipo feta.

El queso de cabra es un alimento muy saludable y nutritivo. Es rico en calcio, proteínas y vitaminas. Además, es un alimento muy versátil que se puede utilizar en muchas recetas diferentes. Por ejemplo, se puede utilizar para hacer pasteles, pizzas, ensaladas y salsas.



ANTES

ANTES

EL CAFÉ GUATEMALTECO

En Guatemala crecen más de 800 millones de cafetales, las ciudades están sembradas de café. A su vez, estas plantas de café producen 38 millones de arrobas de café cada año.

Este gigante bosque artificialmente viene a la sombra de las montañas de Guatemala. En las zonas altas, los cafetales se cultivan en las laderas de las montañas. Los cafetales que se producen en Guatemala se clasifican como "Arabigos, Lavados", "Naturales" y "Hijos de Madre". Se caracterizan por tener diferentes tipos de variedades, como el casapint, el cuchin, etc.

Este gigante bosque artificialmente viene a la sombra de las montañas de Guatemala. En las zonas altas, los cafetales se cultivan en las laderas de las montañas. Los cafetales que se producen en Guatemala se clasifican como "Arabigos, Lavados", "Naturales" y "Hijos de Madre". Se caracterizan por tener diferentes tipos de variedades, como el casapint, el cuchin, etc.

Las variedades de origen volcánico, son lavadas y presentan características únicas de fertilidad. Desde la percepción de su aroma y sabor, el café se produce en el mundo, las condiciones ecológicas y climáticas que recaman nuestro estado físico y espiritual al laborearlo.



DESPUÉS

EL CAFÉ GUATEMALTECO

En Guatemala crecen más de 800 millones de cafetales, las ciudades están sembradas de café. A su vez, estas plantas de café producen 38 millones de arrobas de café cada año.

Este gigante bosque artificialmente viene a la sombra de las montañas de Guatemala. En las zonas altas, los cafetales se cultivan en las laderas de las montañas. Los cafetales que se producen en Guatemala se clasifican como "Arabigos, Lavados", "Naturales" y "Hijos de Madre". Se caracterizan por tener diferentes tipos de variedades, como el casapint, el cuchin, etc.

Este gigante bosque artificialmente viene a la sombra de las montañas de Guatemala. En las zonas altas, los cafetales se cultivan en las laderas de las montañas. Los cafetales que se producen en Guatemala se clasifican como "Arabigos, Lavados", "Naturales" y "Hijos de Madre". Se caracterizan por tener diferentes tipos de variedades, como el casapint, el cuchin, etc.



ANTES



EL CHILE COBANERO

Llamado también, tolito, variedad originaria de las Verapaces, dada originalmente en el sur y centro del departamento de Guatemala actualmente, se caracteriza por ser globoso de El Petén, así como al noreste del departamento de Izabal. El típico chile cobanero, se caracteriza por ser globoso y de color rojo claro, tomando un color rojo oscuro después de haber sido tostado en el horno de secamiento previo a ser sometido a molinera para reducirlo a polvo, forma esta que tanta demanda tiene entre la población guatemalteca.

Por sus requerimientos de luminarias puede desarrollarse fácilmente a nivel de huerto familiar, aunque es muy frecuente observarlo cultivado en monocultivo, dada la gran demanda que tiene.

LA COCHA MAL DE MICHÉ

DESPUÉS



EL CHILE COBANERO

Llamado también, tolito, variedad originaria de las Verapaces, dada originalmente en el sur y centro del departamento de Guatemala actualmente, se caracteriza por ser globoso de El Petén, así como al noreste del departamento de Izabal. El típico chile cobanero, se caracteriza por ser globoso y de color rojo claro, tomando un color rojo oscuro después de haber sido tostado en el horno de secamiento previo a ser sometido a molinera para reducirlo a polvo, forma esta que tanta demanda tiene entre la población guatemalteca.

Por sus requerimientos de luminarias puede desarrollarse fácilmente a nivel de huerto familiar, aunque es muy frecuente observarlo cultivado en monocultivo, dada la gran demanda que tiene.

LA COCHA MAL DE MICHÉ

ANTES

LA VANILLA

El origen de la orquídea de la vainilla tahitiana, cuyos frutos curados son la fuente natural de un raro y muy apreciado condimento culinario, ha eludido por mucho tiempo a los botánicos. Conocida por el nombre científico *Vanilla tahitensis*, la vainilla tahitiana existe sólo en cultivo; nunca se han encontrado poblaciones silvestres de esta orquídea.

El análisis de ADN corrobora lo que las fuentes históricas dicen: que la vainilla fue un producto comercial llevado por marineros franceses a Tahiti a mediados del siglo XIX. El almirante francés responsable de la introducción de la vainilla a Tahiti, Alphonse Hamelin, empleó vainillas procedentes de Filipinas. Los registros históricos nos cuentan que la vainilla (que no es nativa de Filipinas) fue introducida con anterioridad en esa región mediante el comercio de los galeones de Manila, desde América, y específicamente desde Guatemala.



ALCANTARA DE VINO Y VINO V1

DESPUÉS

LA VANILLA

El origen de la orquídea de la vainilla tahitiana, cuyos frutos curados son la fuente natural de un raro y muy apreciado condimento culinario, ha eludido por mucho tiempo a los botánicos. Conocida por el nombre científico *Vanilla tahitensis*, la vainilla tahitiana existe sólo en cultivo; nunca se han encontrado poblaciones silvestres de esta orquídea.

El análisis de ADN corrobora lo que las fuentes históricas dicen: que la vainilla fue un producto comercial llevado por marineros franceses a Tahiti a mediados del siglo XIX. El almirante francés responsable de la introducción de la vainilla a Tahiti, Alphonse Hamelin, empleó vainillas procedentes de Filipinas. Los registros históricos nos cuentan que la vainilla (que no es nativa de Filipinas) fue introducida con anterioridad en esa región mediante el comercio de los galeones de Manila, desde América, y específicamente desde Guatemala.



ALCANTARA DE VINO Y VINO V1

ANTES

EL MAÍZ GUATEMALTECO

El maíz tiene muchos usos y sus productos secundarios son más numerosos. En Guatemala se consume principalmente en forma de tortillas, tamales, atoles, pan, etc.

El maíz es rico en almidón, que se utiliza en el lavado de ropa y en la cocina. Hay seis tipos fundamentales de tipos de maíz: dentado, duro, blando, o harinoso, dulce, reventón y envainado.

El Gobierno de Guatemala declaró el maíz, base de la dieta alimenticia de la población, como Patrimonio Cultural de la Nación. Un decreto señala que el maíz es considerado como un elemento fundamental para la alimentación y la espiritualidad del pueblo maya.

El grano ha sido utilizado desde tiempos ancestrales en Guatemala y es parte de la mitología, la cosmogonía, los calendarios y ha sido parte fundamental de la espiritualidad y las prácticas culturales del pueblo Maya.



LA COOMA FACILE BERNINI

DESPUÉS

EL MAÍZ GUATEMALTECO

El maíz tiene muchos usos y sus productos secundarios son más numerosos. En Guatemala se consume principalmente en forma de tortillas, tamales, atoles, pan, etc.

El maíz es rico en almidón, que se utiliza en el lavado de ropa y en la cocina. Hay seis tipos fundamentales de tipos de maíz: dentado, duro, blando, o harinoso, dulce, reventón y envainado.

El Gobierno de Guatemala declaró el maíz, base de la dieta alimenticia de la población, como Patrimonio Cultural de la Nación. Un decreto señala que el maíz es considerado como un elemento fundamental para la alimentación y la espiritualidad del pueblo maya.

El grano ha sido utilizado desde tiempos ancestrales en Guatemala y es parte de la mitología, la cosmogonía, los calendarios y ha sido parte fundamental de la espiritualidad y las prácticas culturales del pueblo Maya.



LA COOMA FACILE BERNINI

PROCEDIMIENTOS

RAZONAMIENTO: En base a resultados de la pregunta no. 32, para mejorar el aspecto de "guiar la lectura del lector": En todos los "procedimientos" se corrigió la dirección de los puntos no. 1 y 2 para que éstos vayan de igual forma que el resto.

ANTES



DESPUÉS



ANTES

PROCEDIMIENTO

- 1** Cocinar el tocinete en una sartén, una vez se haya derretido la grasa, agregar los tocitos por 4 minutos.
- 2** Mezclar el vinagre de champagne, aceite de oliva, capote picado, jugo de limón, chistes picados, menta y miel hasta dar a verde una vinagreta, sazonar con sal y pimienta.
- 3** Espinar los melajones de lechuga, bien caliente, dar a caer y sazonar cada uno con la vinagreta.

LA COCINA FACIL DE MICRY

DESPUÉS

PROCEDIMIENTO

- 1** Cocinar el tocinete en una sartén, una vez se haya derretido la grasa, agregar los tocitos por 4 minutos.
- 2** Mezclar el vinagre de champagne, aceite de oliva, capote picado, jugo de limón, chistes picados, menta y miel hasta dar a verde una vinagreta, sazonar con sal y pimienta.
- 3** Espinar los melajones de lechuga, bien caliente, dar a caer y sazonar cada uno con la vinagreta.

LA COCINA FACIL DE MICRY

ANTES

PROCEDIMIENTO

- 1 Retojar las chokras en el aceite caliente.
- 2 Agregar el fondo de res y hervir durante unos 15 minutos.
- 3 Tapar con una tapa y cocinar a fuego bajo por 1 hora y media. Retirar el arroz y servir con el arroz.



LA COCINA FACIL DE MERICURY

DESPUÉS

PROCEDIMIENTO

- 1 Retojar las chokras en el aceite caliente.
- 2 Agregar el fondo de res y hervir durante unos 15 minutos.
- 3 Tapar con una tapa y cocinar a fuego bajo por 1 hora y media. Retirar el arroz y servir con el arroz.



LA COCINA FACIL DE MERICURY

ANTES

1 Prender nuestro horno de arriba hacia abajo una vez dentro al horno, al volver con la sartén de aceite, pimienta, ajo picado.

2 Sellar un trozo de panillo bien caliente con un poco de aceite. Terminar de cocinar en el horno por 25 minutos más aproximadamente a 400°F.

3 Calentar en un cacerola mediana el agua, la cebolla, el ajo, el aceite, la salsa de tomate y la salsa de queso. Hervir a fuego lento y agregar el resto de ingredientes en caliente y agregar el resto de agua.

LA COCINA FACIL DE HERCULES

DESPUÉS

1 Hervir la salsa de queso y la salsa de tomate en un cacerola mediana. Hervir a fuego lento y agregar el resto de ingredientes en caliente y agregar el resto de agua.

2 Sellar un trozo de panillo bien caliente con un poco de aceite. Terminar de cocinar en el horno por 25 minutos más aproximadamente a 400°F.

3 Calentar en un cacerola mediana el agua, la cebolla, el ajo, el aceite, la salsa de tomate y la salsa de queso. Hervir a fuego lento y agregar el resto de ingredientes en caliente y agregar el resto de agua.

LA COCINA FACIL DE HERCULES

ANTES

PROCEDIMIENTO

- 1** Invertir las brochetas en las chocolates fundidas y poner a congelar.
- 2** Mezclar el harina, canela, dajo, sal, azúcar, vainilla y el agua mineral y dejar reposar.
- 3** Hervir la leche con el azúcar y la yema de huevo, agregar el queso rallado y dejar reposar. Agregar el queso rallado y dejar reposar. Agregar el queso rallado y dejar reposar. Agregar el queso rallado y dejar reposar.




LA COCINA FÁCIL DE MICHNY

DESPUÉS

PROCEDIMIENTO

- 1** Invertir las brochetas en las chocolates fundidas y poner a congelar.
- 2** Mezclar el harina, canela, dajo, sal, azúcar, vainilla y el agua mineral y dejar reposar.
- 3** Hervir la leche con el azúcar y la yema de huevo, agregar el queso rallado y dejar reposar. Agregar el queso rallado y dejar reposar. Agregar el queso rallado y dejar reposar.



LA COCINA FÁCIL DE MICHNY

ANTES

PROCEDIMIENTO

- 1** Batir el queso crema la leche evaporada la leche condensada, los azúcares, la sal, la vainilla, luego las nueces de dos en dos hasta que todo esté bien unido.
- 2** Hacer un caramelo con la taza de azúcar colocándolo en una cacerola al azucar y el agua y la galletita de limón a fuego mediano hasta que llegue a punto de caramelo oscuro.
- 3** Verter en un molde 300g por taza y hornear a 180°C por 35 minutos.
- 4** Dejar enfriar, desmoldar y servir.




LA COCINA FACIL DE MERCURY

DESPUÉS

PROCEDIMIENTO

- 1** Batir el queso crema la leche evaporada la leche condensada, los azúcares, la sal, la vainilla, luego las nueces de dos en dos hasta que todo esté bien unido.
- 2** Hacer un caramelo con la taza de azúcar colocándolo en una cacerola al azucar y el agua y la galletita de limón a fuego mediano hasta que llegue a punto de caramelo oscuro.
- 3** Verter en un molde 300g por taza y hornear a 180°C por 35 minutos.
- 4** Dejar enfriar, desmoldar y servir.



LA COCINA FACIL DE MERCURY

FOTOGRAFÍA ENSALADA

ANTES



DESPUÉS



RAZONAMIENTO: En base a comentarios y sugerencias de la encuesta a los expertos, se retocaron fotografías de ensalada. Específicamente se limpiaron hojas de espinaca de todo elemento antiestético.

FOTOGRAFÍAS RISOTTO

ANTES



DESPUÉS



RAZONAMIENTO: En base a comentarios y sugerencias de la encuesta a los expertos, se retocaron fotografías del risotto de res. Específicamente se limpiaron elementos antiestéticos como puntitos negros en el arroz blanco que contrastaban y parecían suciedad.

FOTOGRAFÍA LOMO DE CERDO

ANTES



DESPUÉS



RAZONAMIENTO: En base a comentarios y sugerencias de la encuesta a los expertos, se retocaron fotografías del lomo de cerdo. Específicamente se limpiaron elementos antiestéticos como puntitos negros en que contrastaban y parecían suciedad.

FOTOGRAFÍA FLAN DE ELOTE

ANTES



DESPUÉS



RAZONAMIENTO: En base a comentarios y sugerencias de la encuesta a los expertos, se retocaron fotografías del flan de elote. Específicamente se limpiaron elementos antiestéticos como puntitos que contrastaban y parecían suciedad, así como las hojas de yerba buena que tenían algunos bordes marchitos.

CAPÍTULO IX: PROPUESTA GRÁFICA FINAL

LA COCINA FÁCIL DE MIRCINY

Mirciny Moliviatis
Be Café



DERECHOS RESERVADOS © 2012 MIRCINY MOLIVIATIS

Publicado en Guatemala por:
Editorial ABC
Guatemala, Guatemala
(502) 2233-4455

Distribuido en Guatemala por:
Librería MM
Guatemala, Guatemala
(502) 6677-8899

Diseño Gráfico y diagramación por:
Andrés Contenti
Guatemala, Guatemala
(502) 5129-2233

Fotografías por:
Andrés Contenti
Guatemala, Guatemala
(502) 5129-2233

Impreso por:
Litográfica MM
Guatemala, Guatemala
(502) 3322-5544



Todo el contenido de este libro está protegido y no puede ser reproducido de ninguna forma o manera sin previa autorización del autor. Todas las recetas son de autoría de Mirciny Moliviatis. Todas las imágenes en este libro han sido reproducidas con el consentimiento del autor de las mismas.

El estilo de un cocinero es una conjunción de conocimientos
que propician que su cocina posea una
personalidad propia y diferente.

1. Acerca del Autor

3. Entradas

5. Sopa de tomate

11. Procedimiento Sopa de Tomate

19. Ensalada de espinacas

25. Procedimiento Ensalada

33. PLATOS

35. Risotto de res

41. Procedimiento Risotto de res

49. Lomo de cerdo

55. Procedimiento Lomo de cerdo

63. POSTRES

65. Buñuelos de Ferrero Rocher

71. Procedimiento Buñuelos de Ferrero Rocher

79. Flan de Maíz

85. Procedimiento Flan de Maíz

93. Bibliografía

CONTENIDO



acerca del AUTOR

Mirciny Moliviatis es Chef guatemalteca radicada en el mismo país. Su formación académica, así como su trayectoria profesional, es competitiva. Actualmente labora como Chef ejecutiva de los restaurantes 7 Caldos, Be Café y de la empresa Be Catering. Es conductora de los programas televisivos El Sabor de Mi Tierra en la televisión nacional y Puro Chef en el canal internacional Utilísima de la cadena FOX. Ha sido nombrada como Embajadora de la Cultura Gastronómica Guatemalteca y fue premiada como Mujer del Año por Cremy, además de contar con diversos reconocimientos importantes a nivel nacional e internacional.

Su formación académica ha sido mayormente en el plano internacional asistiendo a escuelas culinarias importantes y reconocidas a nivel mundial, como la escuela de cocina Aiala Centro de Formación de Chef Karlos Arguiñano, España Guipouskua, y el Restaurante El Bulli Roses, Girona España del Chef Ferrán Adrià.

De esta manera, Mirciny Moliviatis es una figura importante y reconocida tanto en el gremio gastronómico guatemalteco, como por el público en general que ve sus programas televisivos o lee sus artículos y reportajes en revistas o periódicos. Se caracteriza por ser amante de la cocina creativa inspirándose en su entorno particular y cotidiano, creando así recetas y combinaciones innovadoras e inéditas. Pero además, gusta enfocarse en detalles sobre el entorno y contexto de la receta; desde la procedencia o historia muy particular de

algún ingrediente, hasta ideas sobre cómo preparar y decorar la mesa.



Mirciny
Moliviatis



ENTRA S





SOPA de tomate

**CON ACEITE INFUSIONADO DE CHILTEPE
CON AGAR-AGAR DE CHILE
PIMIENTO AMARILLO**

**AUTOR: MIRCELY MOLINATES
PORCIÓN: 4 PERSONAS**





microminny
mohvalis

RESEÑA

Sopa de Tomate con aceite infusio- nado de chiltepe

La sopa es algo que no puede faltar en nuestra mesa. Las hay de diversos tipos y sabores, algunas son bastante simples y otras muy complejas. Como es bien sabido, se sirve al inicio de la comida como entrada o aperitivo. Suele proceder de una preparación culinaria con evaporación, como los cocidos, o las bien conocidas cremas o ligadas, las cuales se trituran los ingredientes cocidos en puré y se espesan y sazonan con diversos ingredientes.

En este caso, prepararemos una sopa de tomate con aceite infusionado de chiltepe; uno de los chiles más característicos de nuestro país y un clásico en las cocinas guatemaltecas, el cual es utilizado en la preparación de chirmol, salsas picantes o en forma de curtido. Se caracteriza por la forma globosa y ovoide del fruto y el color anaranjado del mismo y principalmente por su sabor especial y grado medio de pungencia.

Así mismo, es oportuno espesar la sopa con agar-agar, el cual es una mezcla heterogénea de dos clases de polisacáridos: agaropectina y agarosa. Los polisacáridos de agar sirven como la estructura primaria de la pared celular de las algas, por lo que su uso es ideal como espesante para sopas.

Por lo tanto, tendremos una combinación creativa y muy agradable al paladar, la cual nos hace recordar algo muy típico de nuestro país en una clásica sopa de tomate, haciendo de la presentación también un factor importante.



INGREDIENTES



2 unidades en juliana

CEBOLLA



CHILE PIMIENTO

4 unidades en juliana



TOMATE

1,3 kgs



PIMIENTA

c/s

SAL

c/s

ACEITE OLIVA



CHILTEPE

1 gramo



CREMA

1 litro



AJO

1,3 kgs



QUESO MOZZARELLA

4 cucharadas



PAN

4 rodajas



AGUA DE CHILE PIMIENTO AMARILLO

250 gramos

ORÉGRANO

1 cucharadita



AGAR-AGAR

11 gramos



HOJITAS ORÉGRANO

16 unidades

EL CHILTEPE

Chile de montaña o chiltepe, está en los bosques secos, húmedos o muy húmedos; algunas veces en bosques rocosos, 1200 msnm. o menos de altura. Se encuentra en los departamentos de El Petén, Izabal, Zacapa, Chiquimula, Jalapa, Solalá, Huehuetenango, Jutiapa, Santa Rosa, Escuintla, Retalhuleu, Suchitepéquez, Belice y fuera de Guatemala.

Esta especie está distribuida tanto en la franja costera del pacífico como en la del Atlántico de Guatemala; se caracteriza por la forma globosa y ovoide del fruto y el color anaranjado del mismo y principalmente por su sabor especial y grado de pungencia. Es utilizado en la preparación de chirmol, salsas picantes y en forma de curtido.



PROCEDIMIENTO

1 Para el agua del chile pimiento amarillo, licuar el chile y colar la preparación.

2 Disolver en un poco del agua de pimiento el agar agar y luego llevar a ebullición con el resto del líquido.

3 Cuajar en una bandeja muy plana.

4 Disolver en un poco del agua de pimiento el agar agar y luego llevar a ebullición con el resto del líquido.



mm

5 Pochar los tomates con las cebollas, chiles pimientos, ajo, oregano, sal pimienta.

6 Licuar la preparacion anterior con un poco de agua y colar.

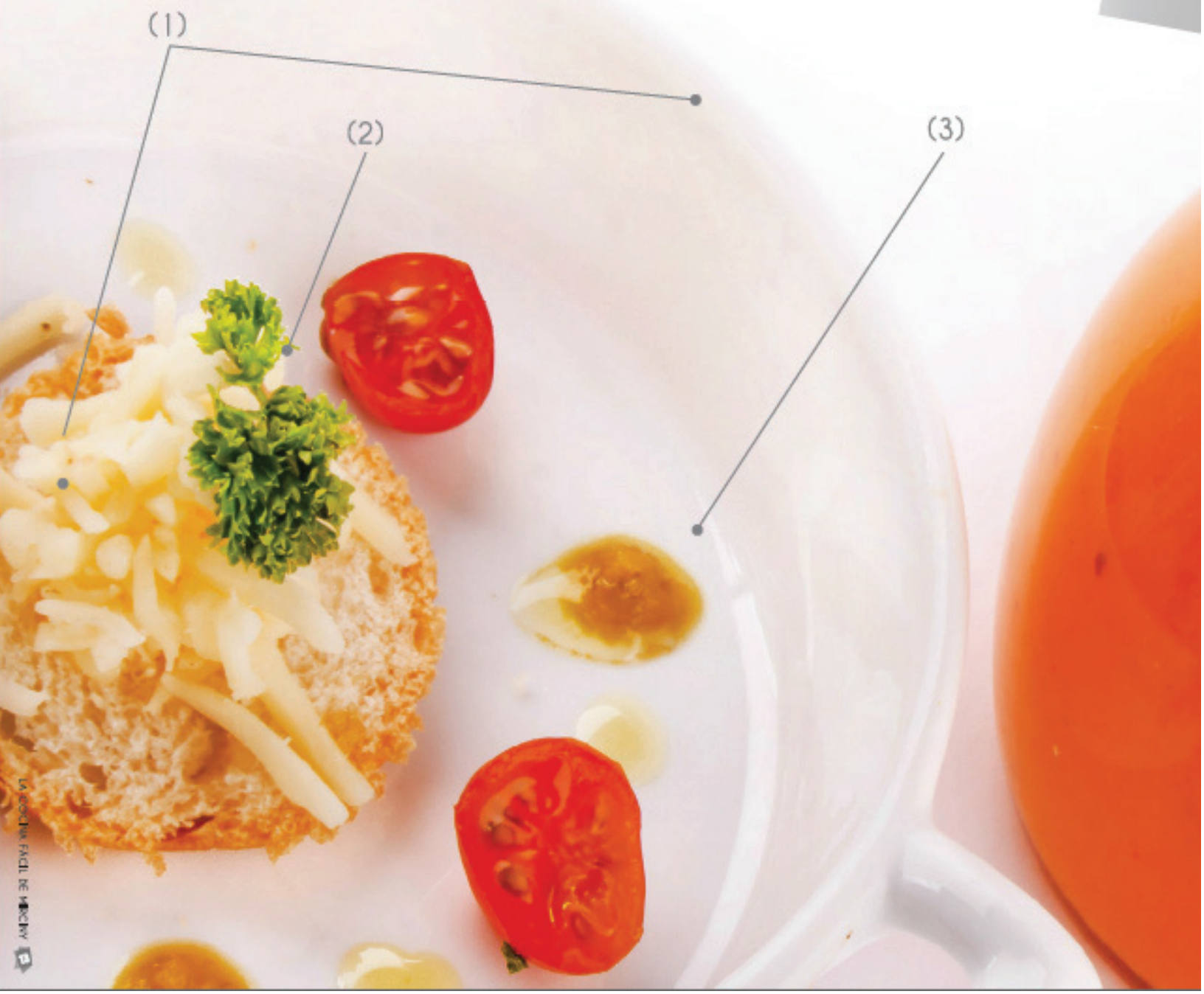
7 En una olla dejar hervir la preparacion y salpimentar, volver a rectificar el oregano, agregar la crema.

8 Infusionar el aceite de chile chiltepe calentando el aceite a 80°C y dejar caer los chiles.



ACLARACIONES DE LA RECETA & MONTAJE

- (1) En un plato ando disponer la tostada de pan al centro con el queso mozzarella encima.
- (2) Además de unas hojas de orégano, 3 cuadrados de la gelatina de chile pimiento amarillo previamente calentada en la gratinadora.
- (3) Agregar un poco del aceite de chiltepe.
- (4) En una jarrita aparte agregar la sopa de tomate.
- (5) La idea es que la sopa de tomate la sirva en la mesa.



(4)











ENSALADA

de espinacas

CON QUESO DE CABRA Y NUECES, UVAS, TOCINO
CON VINAGRETA DE CHAMPAGNE

AUTOR: MERCURY HOLIVIAIS & BE CAFÉ

PORCIÓN: 4 PERSONAS





milciny
mowolis

RESEÑA

Ensalada de espinaca con queso de cabra

Generalmente las ensaladas se utilizan como entradas, aunque también pueden servirse como platos principales dependiendo de la elaboración y se trata de una mezcla fría de hortalizas cortadas en trozos y aderezadas usualmente con salsas cítricas, aceites y vinagre.

Dicha ensalada básica puede ser aumentada en ingredientes que aporten contrastes de sabores y texturas. En este caso se ha seleccionado el queso de cabra como ingrediente principal a resaltar dentro de la misma. La leche de cabra tiene contenidos grasos parecidos a la leche de vaca, sin embargo contiene una mayor proporción de ácidos grasos de cadena media, por lo que esto contribuye al característico sabor ácido del queso de cabra. De esta manera es oportuno complementar nuestra ensalada con nueces que aportarán una textura crujiente e inusual para una ensalada, así como uvas y tocino para dar un contraste de sabores al paladar. Finalmente se aderezará con una vinagreta de champagne como complemento perfecto para resaltar todos los sabores de los ingredientes involucrados.



INGREDIENTES

TOMO

4 lonchas en brunoise



UJOS MORADOS

20 unidades a la mitad



NUCES

80 gr.



PIPIENTA

C/S



UNAGRE DE CHAMPAGNE

1 taza



JUGO DE LIMON

1 cucharada



QUESO DE CABRA

8 drajas de 25 gr. c/u



SAZ

C/S



ESPINACA

250 gr.



CEBOLLI PICADO

1 cucharada



ACEITE DE OLIVA

C/S



MENTA

1 cucharada



MIEL

1 cucharada



CHARLOTES PICADAS

1 cucharada



TOMATOS CHERRY

10 unidades a la mitad



QUESO DE CABRA

Aunque la leche de vaca y la de cabra tienen contenidos grasos parecidos, la mayor proporción de ácidos grasos de cadena media, como el caproico, el caprílico y el cáprico (todos ellos toman su nombre del latín capra, 'cabra'), de la leche de cabra contribuye al característico sabor ácido del queso de cabra. Estudios recientes muestran que el queso hecho de leche de cabra tiene más proteína que el de vaca, y que es muy similar a la leche humana.

Es bueno para el riñón y adecuado para quienes padecen insuficiencia renal crónica gracias a su bajo contenido en potasio. Sin embargo, debe tenerse cuidado con su contenido en fosfatos. Aunque en Occidente se ha popularizado el empleo de leche de vaca, la de cabra y sus derivados se emplean extensivamente en el resto del mundo. Debido a que el queso de cabra se elabora a menudo en regiones donde la refrigeración no siempre está disponible, los quesos de cabra curados suelen tratarse con sal para mejorar su conservación. Debido a esto, la sal ha sido relacionada con el sabor del queso de cabra, especialmente en el caso del feta, que se conserva en salmuera.



PROCEDIMIENTO

1 Cocinar el tocino en una sartén, una vez suelta su grasa, agregar los tomatillos, las uvas y pochar por 4 minutos.

2 Mezclar el vinagre de champagne, aceite de oliva, cebollín picado, jugo de limón, chalotes picados, menta y miel hasta que quede una vinagreta, sazonar con sal y pimienta.

3 Empanar los r de queso de nueces y se de teflon



mm

medallones
de cabra con las
cebollas en una sartén
bien caliente.

4 Mezclar en un
bowl la espinaca
y la vinagreta de
champagne.



ACLARACIONES DE LA RECETA & MONTAJE

- (1) Colocar al centro del plato la espinaca.
- (2) Disponer los tomatitos, el tocino y las uvas encima de ella, los medallones de queso.
- (3) Acompañar con panitos variados pequeños, tipo grissini.



(1)











PLA SOL





RISOTTO

de res

CON CHOCOLATE Y CAFÉ

AUTOR: MIRCINY MOLIVATIS Y BE CAFÉ
PORCIÓN: 4 PERSONAS

merciny
mohvais

RESEÑA

Risotto de res con chocolate y café

El risotto es, junto con la pasta, una de las más afortunadas creaciones de la cocina italiana. Se prepara como en el caso de la pasta, a partir esencialmente de un ingrediente vehículo, en este caso el arroz. De esta manera, el risotto así como la pasta son platos para ser adaptados a diversas combinaciones de sabores e ingredientes.

En este caso, hemos de preparar un risotto con chocolate y café, dos clásicos ingredientes de primerísima calidad en Guatemala. Desde la percepción de su aroma y sabor, el café nos brinda una serie de emociones que reaniman nuestro estado físico y espiritual al saborearlo. Así mismo, las propiedades del chocolate son exquisitas al paladar, además de ser una perfecta combinación con el café. Dichos ingredientes están muy enraizados en nuestro país y ambos son reconocidos mundialmente como productos de la más alta calidad.

Los Italianos lo definen como "minestra asciuta", es decir, sopa seca, lo que parece contradictorio sin serlo, significa que el resultado debe ser cremoso, pero no caldoso y para ser consumido con tenedor.



INGREDIENTES

200 gr.

CHIL DURS
picadas finas



C/S

ACEITE
VEGETAL



FONDO DE RES
12 L



50 gr.

QUESO
Parmesano



PIMIENTA



C/S

CAFÉ
EXPRESSO



2,5 tazas

20 gr.

KOCOPILI



400 gr.

ARROZ
ARROREO



80 gr.

ANJATES
O SETRAS



SAL

C/S



EL CAFÉ GUATEMALTECO

En Guatemala crecen más de 800 millones de cafetos, los cuales están diseminados en 262,500 hectáreas de terreno. A su vez, estas plantas de café reciben la sombra que proporcionan cerca de 38 millones de árboles de especies tales como el caspirol, el cuje, el cuchin, etc.

Este gigantesco bosque artificial diariamente vierte a la atmósfera la cantidad de 5 millones de toneladas de oxígeno. Los Cafés que se producen en Guatemala se clasifican como "Arabigos Lavados", produciéndose en todos sus departamentos, tienen diferentes características por la altitud, tipo de suelo, temperatura, nubosidad y régimen de la región donde se cultivan. Esto afecta las características del grano de café en tamaño, estructura y consistencia, causando calidades que además de ser distintas, son diferenciables entre sí. Esta regionalización natural única produce varios tipos exclusivos de café. Entre los más conocidos se encuentran: El Café Fraijanes, Café Cobán, Café Huehuetenango, Café Atitlán y Café Antigua, que es último constituye un tipo de café reconocido internacionalmente. Se cultiva en una zona localizada entre volcanes, cuyas laderas forman un valle con condiciones ecológicas y climáticas particularmente propicias para el cultivo del mejor café.

Los suelos, de origen volcánico, son jóvenes y presentan condiciones óptimas de fertilidad para el grano, algunos expertos nacionales y extranjeros, consideran que el café Genuino Antigua, es uno de los cafés más finos que se producen en el mundo. Desde la percepción de su aroma y sabor, el café nos brinda una serie de emociones que reaniman nuestro estado físico y espiritual al saborearlo.



PROCEDIMIENTO

1 Rehogar las chalotas en el aceite caliente.

2 Agregar el fondo de res. Hervir durante unos 15 minutos

3 Poner el arroz en la olla y dejar hervir conjuntamente, revolviendo una espátula.



m

en una
ligeramente el
moviendo con
ula.

4 Añadir el líquido progresivamente sin dejar de mezclar para conferir el arroz una textura y brillo con una cocción homogénea (preparación clásica del risotto) añadir el café y el xocopilín ya disuelto en el café. Rectificar sazón. Agregar queso parmesano rallado.

5 Saltar las setas en un sartén y condimentar con sal y pimienta.

6 Calentar un sartén pequeño de teflón, agregar un poco del queso parmesano rallado, una capa fina. Fundir y hacer la forma deseada.



ACLARACIONES DE LA RECETA & MONTAJE

- (1) En un plato con molde de timbal, disponer el risoto en el centro.
- (2) Agregar setas alrededor del plato y el papel de parmesa encima.
- (3) Decorar con un arbolito de perejil colacho.
- (4) Rallar un poco de xocopilin encima.



(3)



(1)

(2)

(4)









LOMO de cerdo

CON SALSA DE CILANTRO
Y CHILE COBANERO

AUTOR: MIRCINY MOLIVIATIS Y BE CAFÉ
PORCIÓN: 4 PERSONAS



MIRCIINY
MOLIVALS

RESEÑA

Lomo de cerdo
con salsa de
cilantro y chile
cobanero

El exquisito sabor del lomo, su rico contenido en nutrientes y la baja proporción de grasa, lo hacen un alimento excelente. En este caso, será oportuno brindar nuestro lomo debido a las características de la carne. Para conservar sus jugos, será importante sellarla antes de cocinarla en salsa suave y delicada inspirada en los sabores muy auténticos de Guatemala: el cilantro y el chile cobanero.

La combinación de vinagre de arroz y azúcar nos brindará una salsa muy agradable al paladar a la cual solo será necesario agregar el chile cobanero y cilantro para que dichos sabores sean agregados a la salsa y aporte las características de los ingredientes característicos de nuestra región.



INGREDIENTES

MANTEQUILLA
2 cucharaditas

SAL
C/S

BROTOS DE CEBOLLA
1 cajita

UNAGRE DE ARROZ
1 taza

LOMO DE CERDO Entero y limpio
85 gr. 3 lb.

AJO
3 dientes picados

RECETA VEGETAL
C/S

CHILE COBRANERO
3 unidades

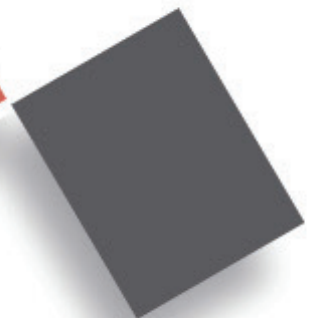
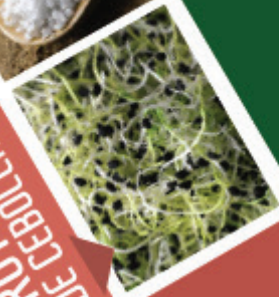
PIPIENTA
C/S

AZÚCAR
3/4 taza

CULANPRO
3 cucharadas

AJO PICADO
12 L

shutterstock



EL CHILE COBANERO

Llamado también tolito, variedad originaria de las Verapaces, diseminada actualmente en el sur y centro de El Petén, así como al noreste del departamento de Izabal. El típico chile cobanero, se caracteriza por ser globoso y de color rojo claro, tomando un color rojo oscuro después de haber sido tostado en el horno de secamiento previo a ser sometido a molendera para reducirlo a polvo, forma esta que tanto demanda tiene entre la población guatemalteca.

Por sus requerimientos de lumíneas puede desarrollarse fácilmente a nivel de huerto familiar, aunque es muy frecuente observarlo cultivado en monocultivo, dado la gran demanda que tiene.



PROCEDIMIENTO

1 Brindar nuestro lomo de cinta haciéndole unos amarres al inicio, al centro y al final. Luego sobar con la mantequilla, sal, un poco de aceite, pimienta, ajo picado.

2 Sellar en una parrilla bien caliente con un poco de aceite nuestro lomo y terminar de cocinarlo en el horno por 25 minutos más aproximadamente a 400°F

3 Calentar en una cacerola mediana, el vinagre de arroz, el azúcar, y llevar a hervir. Bajar temperatura y dejar cocinar por 3 minutos. Hasta que tome la consistencia de miel. Dejar en enfriar y agregar el resto de ingredientes.



mmm

4 Cortar el lomo de cerdo
sesgado y servir con la
salsa.



(4)

ACLARACIONES DE LA RECETA & MONTAJE

- (1) Los chiles deben ser rojos y sin semillas cortados en brunoise.
- (2) El lomo de cerdo limpio.
- (3) Montar al centro del plato el cerdo.
- (4) Agregar la salsa napando los medallones.
- (5) Decorar con brotes de cebolla.

(2)

(1)

(3)













POS TRES





BUÑUELOS

de ferrero rocher

AUTOR: MIRCINY MOLIVIATIS
PORCIÓN: 4 PERSONAS



micromix
molivalls

RESEÑA

Buñuelos de Ferrero Rocher

El risotto es, junto con la pasta, una de las más afortunadas creaciones de la cocina italiana. Se prepara como en el caso de la pasta, a partir esencialmente de un ingrediente vehículo, en este caso el arroz. De esta manera, el risotto así como la pasta son platos para ser adaptados a diversas combinaciones de sabores e ingredientes.

En este caso, hemos de preparar un risotto con chocolate y café; dos clásicos ingredientes de primerísima calidad en Guatemala. Desde la percepción de su aroma y sabor, el café nos brinda una serie de emociones que reaniman nuestro estado físico y espiritual al saborearlo. Así mismo, las propiedades del chocolate son exquisitas al paladar, además de ser una perfecta combinación con el café. Dichos ingredientes están muy enraizados en nuestro país y ambos son reconocidos mundialmente como productos de la más alta calidad.

Los Italianos lo definen como "minestra asciuta", es decir: sopa seca, lo que parece contradictorio sin serlo, significa que el resultado debe ser cremoso, pero no caldoso y para ser consumido con tenedor.



INGREDIENTES

AZUCAR

2 cucharadas



SEMS DE HUEVO

5 unidades



CHAROTES PICADOS

1 cucharada



BRACHETAS DE MADERA

12 unidades



HELADO DE PISTACHO

12 cucharadas



AZUCAR

75 g.



VANILINA

1 vaina



CLAUD

1/4 cucharadita



FERRERO ROCHER

12 unidades



HARINA

150 gramos



AGUA MINERAL CON GAS

1 taza



CANELA

1 raja



SAI



ACEITE VEGETAL

c/s



CANELA EN POLVO

1 cucharadita



LA VAINILLA

El origen de la orquídea de la vainilla tahitiana, cuyos frutos curados son la fuente natural de un raro y muy apreciado condimento culinario, ha eludido por mucho tiempo a los botánicos. Conocida por el nombre científico *Vanilla tahitensis*, la vainilla tahitiana existe sólo en cultivo; nunca se han encontrado poblaciones silvestres de esta orquídea.

El análisis de ADN corrobora lo que las fuentes históricas dicen: que la vainilla fue un producto comercial llevado por marineros franceses a Tahití a mediados del siglo XIX. El almirante francés responsable de la introducción de la vainilla en Tahití, Alphonse Hamelin, empleó vainilla procedente de Filipinas. Los registros históricos nos cuentan que la vainilla (que no es nativa de Filipinas) fue introducida con anterioridad en esa región mediante el comercio de los galeones de Manila, desde América, y específicamente desde Guatemala.



PROCEDIMIENTO

1 Insertar los brochetos en los chocolates ferrero y poner a congelar.

2 Mezclar el harina, canela, clavo, sal, azúcar, vainilla, con el agua mineral y dejar reposar.

3 Hervir la leche con el azúcar y la canela, agregar las yemas de huevo templadas y hasta que lleguen a 78°C, sacar del fuego, colar y dejar reposar tapado con film al ras.



mm

4 Tamizar harina en un plato. Enharinar los chocolates y pasar por la mezcla de butielos. Freir.



ACLARACIONES DE LA RECETA & MONTAJE

- (1) Servir en recipientes tipo copa flauta o en algun tipo tequillero alto.
- (2) Agregar natilla al fondo.
- (3) Luego una chucharada de helado de pistacho y encima los buñuelos.













FLAN

de maíz

AUTOR: MERCINY MOLIVATIS
PORCIÓN: 4 A 6 PERSONAS



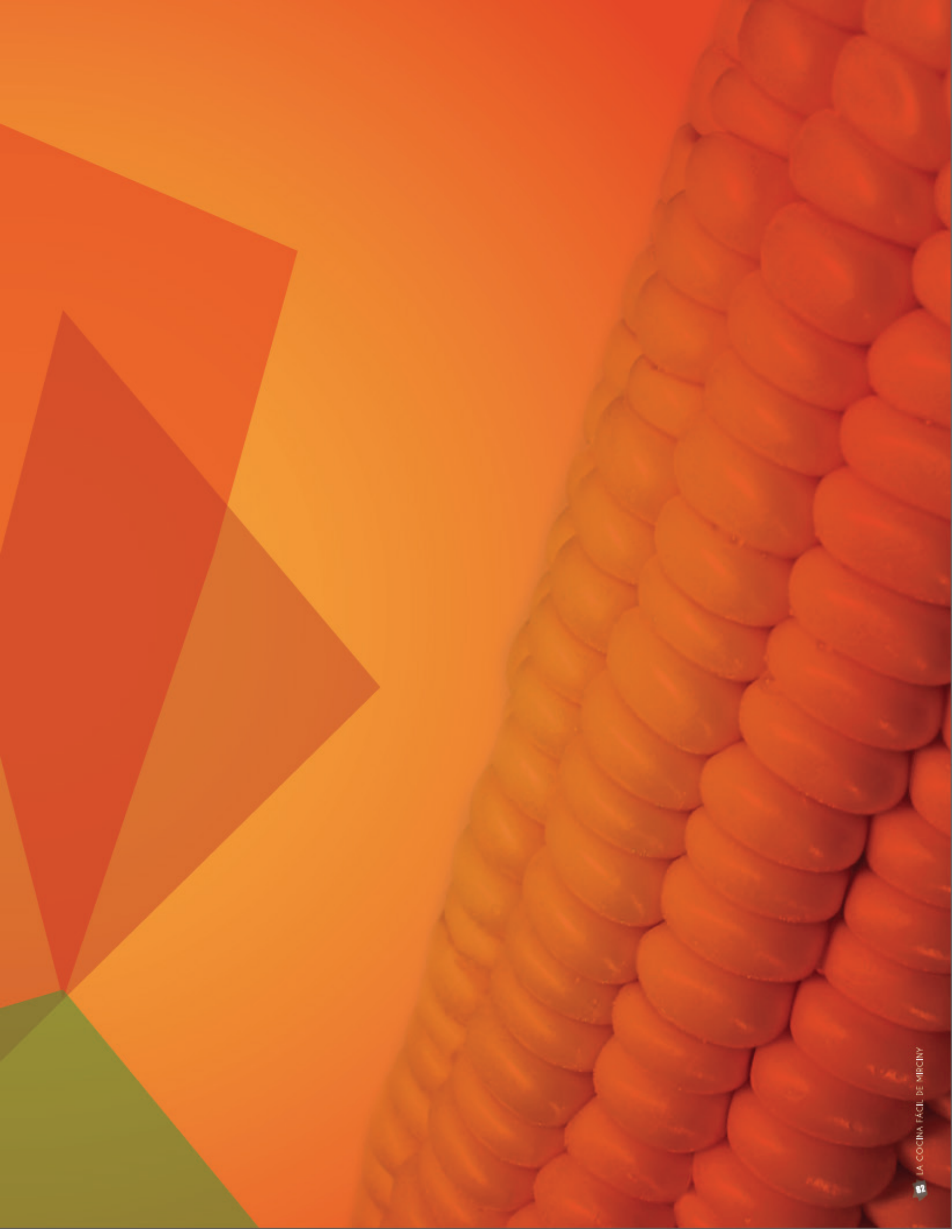
mircoiny
multivals

RESEÑA

Flan de maíz

Como bien se sabe, el ingrediente principal del flan es el huevo, ya que, al cocerse al baño María, sus yemas se cuajan y toman la forma del molde, adquiriendo una textura ligera y gelatinosa y/o cremosa. Junto a los huevos, son necesarios otros ingredientes que le aporten sabor: generalmente, se trata de leche cocida con vainilla, canela o cáscara de limón; aunque también existen recetas que utilizan zumos y compotas de frutas, chocolate fundido, café, queso cremoso o yogur. Existen muchas otras variaciones que incluyen almendras, pistacho, cajeta, limón y otras variedades de frutas; antiguamente había recetas con pimienta y miel, así como otro muy peculiar elaborado con azúcar, queso, almendra, pescado, canela, espinaca y crema pastelera.

Sin embargo, en este caso innovaremos un poco utilizando un ingrediente muy representativo de nuestro país y cultura; el maíz. Su sabor es indispensable en la cultura gastronómica guatemalteca.



INGREDIENTES



QUESO CREMA
230 gr.



LECHE
CONDENSADA
1 lata



LECHE
CONDENSADA
1 lata



AZUCAR
50 gr.



LIMÓN
5 gotitas



EXTRACTO
DE VAINILLA
2 cucharaditas



ELOTE
200 gr.



HUEVOS
6 uni.



AGUA
1 taza



Sal
1 pizca

EL MAÍZ GUATEMALTECO

El maíz tiene muchos usos y sus productos secundarios son más numerosos aún. En Guatemala se consume principalmente en forma de tortillas, tamales, atoles, pan, etc.

El maíz es rico en almidón, que se utiliza en el lavado de ropa y en la cocina. Hay seis tipos fundamentales de tipos de maíz: dentado, duro, blando, o harinoso, dulce, reventón y envainado.

El Gobierno de Guatemala declaró el maíz, base de la dieta alimenticia de la población, como Patrimonio Cultural de la Nación. Un decreto señala que el maíz es considerado como un elemento fundamental para la alimentación y la espiritualidad del pueblo maya.

El grano ha sido utilizado desde tiempos ancestrales en Guatemala y que es parte de la mitología, la cosmogonía, los calendarios y ha sido parte fundamental de la espiritualidad y prácticas culturales del pueblo Maya.



PROCEDIMIENTO

1 Batir el queso crema, la leche evaporada, la leche condensada, los elotitos, la sal, la vainilla luego los huevos de dos en dos, hasta que todo esté bien unido.

2 Hacer un caramelo con la taza de azúcar, colocando en una cacerola el azúcar y el agua y las gotitas de limón a fuego moderado hasta que llegue a punto caramelo oscuro.

3 Verter en un molde para flan y en baño de maría hornear a 300° F por 35 minutos.

4 Dejar enfriar, desmoldar y servir



miraliny
malvatis

mm



ACLARACIONES DE LA RECETA & MONTAJE

(1) Cortar con un cortador en forma redonda.

(2) decorar con fresas y hojas de menta.

(1)

(2)













Bibliografía

AUTOR
Libro o artículo
Año

AUTOR
Libro o artículo
Año

AUTOR
Libro o artículo
Año

AUTOR
Libro o artículo
Año

AUTOR
Libro o artículo
Año

AUTOR
Libro o artículo
Año

LA COCINA FÁCIL
DE MIRCINY

Mirciny Molivatis
Be Café

CAPÍTULO X: PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Para que el proyecto del libro impreso cumpla con su función de recopilar e ilustrar el trabajo, identidad y aportes sobre Cocina Creativa de Chef Mirciny Moliviatis a los ciudadanos guatemaltecos que gustan de la gastronomía a todo nivel, es necesario implementarlo y presentarlo al grupo objetivo al que va dirigido, a Mirciny Moliviatis quien respalda el proyecto y a expertos de diseño y fotografía. Para ello se tomarán en cuenta ciertos aspectos que se detallan a continuación.

10.1 Plan de Costos de elaboración: Es el proceso creativo y la elaboración de la propuesta del libro. Este inciso permitirá establecer los parámetros y recursos que fueron utilizados para realizarlo.

10.2 Plan de costos de producción: Consiste en el diseño de los artes finales del libro, fotografía publicitaria y foodstyling, incluyendo la etapa de bocetaje y la digitalización de los mismos.

A continuación se presenta un cuadro en donde se detalla cada uno de los puntos:

Cuadro del Plan de Costos de Elaboración y Producción

MATERIAL ELABORADO	FORMATO DE PUBLICACIÓN	TIEMPO DE ELABORACIÓN	COSTO DE ELABORACIÓN
<p>Libro de cocina.</p> <p>Sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El producto es impreso. - Contiene diversas recetas de Chef MircinyMolivitis. - Contiene fotografías e ilustraciones en el interior y exterior del libro. 	<p>Las dimensiones de la guía para imprimir son de 8.5" ancho x 11" largo.</p> <p>Características de la impresión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La portada y contraportada será en pasta dura forrada en couché 100 con barniz UV. - El interior en papel husky 100. - Full color tiro y retiro. 	<p>Para determinar el tiempo de elaboración del libro, fue necesario determinar algunos puntos:</p> <p>Elaboración del Marco Teórico y Metodológico.</p> <p>Se recopiló información teórica que sustentará las enseñanzas, conceptos de comunicación y diseño, que sirvieron para desarrollar la el libro.</p> <p>Tiempo empleado: 15 semanas.</p> <p>Recopilación de información que contiene el libro: Se</p>	<p>Para determinar los costos de elaboración del libro, es necesario basarse en los costos del Mercado según la hora de trabajo. En este caso debe ser el sueldo de un diseñador gráfico que es aproximadamente de: Q.5,000.00 mensuales, así como los ingresos promedios mensuales de un fotógrafo comercial que es aproximadamente de: Q. 10,000</p> <p>En promedio,</p>

	<p>- Encuadernado con lomo pegado y cosido.</p>	<p>recopilaron las recetas, conceptos, ideas y aportes de Moliviatis acerca de la Cocina Creativa. Tiempo empleado: 6 semanas. Pre producción, post producción y producción de fotografías: se hizo la recopilación fotográfica mediante sesiones “foodstyling” de los platos, ingredientes y regiones, así como el proceso de post producción digital de las mismas. Tiempo empleado: 5 semanas. Bocetaje y metodología del diseño: se realizaron bocetos preliminares que dieron respuesta a las necesidades del grupo objetivo. Tiempo empleado: 5 semanas. Digitalización de los bocetos y presentación del libro: En esta etapa se diseñó y editó el libro en base a los artes digitales realizados; la validación de la propuesta y la implementación del</p>	<p>tenemos un salario de Q. 7,500 El pago del día trabajado es de Q.250 y la hora promedio tiene un valor de Q.32.00 Precio total x horas: 925 hrs x Q.32.00= Q.29,600.00 Además, se debe agregar el costo variable de luz eléctrica e impresiones que se realizaron de prueba, así como la movilización para la validación. Q. 3,000.00 El costo total de la elaboración y producción de la Guía ilustrada es de: <u>Q. 32,600.00</u></p>
--	---	---	---

		libro terminado. Tiempo estimado: 6 semanas. - Total de semanas trabajadas: 37 semanas - Total de días trabajados: 185 (5 días por semana) - Total de horas de trabajo: 925 (8hr/diarias).	
--	--	--	--

10.3 Plan de costos de reproducción:

TOTAL DE PIEZAS A REPRODUCIR	FORMATO	TIEMPO ESTIMADO	COSTOS
Los ejemplares para distribuirlos en el restaurante Be Café serán: 300 ejemplares	Las dimensiones del material son: 8.5X 11" Características de la impresión: 100 páginas, tamaño carta impresas a full color, tiro y retiro, pasta dura a full color sobre couche base 140 gramos. Papel husky cover 216 gr.	El tiempo estimado para la reproducción de los 300 ejemplares es de: 45 días calendario.	<i>Según cotización realizada en "Textos y formas impresas", la impresión de los 300 ejemplares es de:</i> Q 36,300.00 Precio por unidad: Q. 102.00

10.4 Plan de Costos de Distribución:

Medios de publicación:

Prensa: se cotizó la pauta de 4 cuartos de página en el suplemento Weekend de Prensa Libre puesto que el mismo es el más acorde al grupo objetivo establecido para el material.

Precio: Q. 13,432

Redes sociales: se promocionará a través de las redes sociales la publicación del libro, especialmente en las fan page de la autora las cuales tienen un proceso previo de mercadeo, por lo tanto están bien posicionadas en el mercado y abarcan cantidad considerable de personas.

Precio: Q. 00.00

Restaurante Be Café: finalmente el lugar donde se distribuirá el material será en el restaurante de la autora en donde llegan personas que gustan de su comida, así como sus aportes culinarios a la sociedad.

Precio: Q. 00.00

Total: Q. 13,432

10.5 Cuadro con resumen general de costos:

- Costo del proyecto en la fase de elaboración y producción: **Q. 32,600.00**
- Costo del proyecto en la fase de reproducción: **Q. 36,600.00**
- Costo del proyecto en la fase de distribución: **Q. 13,432.00**

Costo total del proyecto: Q. 82,632.00

CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1 CONCLUSIONES

- 11.1.1 En base al objetivo general, se diseñó un material editorial impreso que recopila recetas de cocina creativa de la chef Mirciny Moliviatis para el restaurante Be Café.
- 11.1.2 De acuerdo al primer objetivo específico, se investigaron los temas relacionados al diseño editorial impreso que sirvieron como fundamento para la elaboración del material.
- 11.1.3 De acuerdo al segundo objetivo específico, se recopilaron las recetas, conceptos, ideas y aportes de Chef Mirciny Moliviatis respecto a la Cocina Creativa para elaboración del contenido del documento impreso.
- 11.1.4 En base al tercer objetivo específico, se recopiló la información necesaria sobre ingredientes, regiones o entornos donde el autor se ha inspirado en la elaboración de sus recetas.
- 11.1.5 De acuerdo al cuarto objetivo específico, se realizaron las fotografías correspondientes mediante sesiones “foodstyling” de las recetas, así como de algunos ingredientes relevantes y regiones de donde proceden, para la elaboración del material.
- 11.1.6 En base al quinto objetivo específico, se definió un concepto de diseño acorde al estilo culinario del contenido teórico, así como la misma filosofía y personalidad del autor, que sirvió como fundamento para la elaboración del material.
- 11.1.7 De acuerdo al sexto objetivo específico, se diagramó el material acorde al concepto de diseño establecido, en donde existe armonía entre diagramación, fotografía y contenido.

11.2 RECOMENDACIONES

- 11.2.1 Distribuir el material dentro del grupo objetivo, así como dentro del gremio culinario de país, ya que el mismo es completamente innovador en el medio nacional, lo que dará una pauta de diferenciación absoluta ante la competencia.
- 11.2.2 Elaborar más publicaciones futuras de este tipo en donde se pueda ampliar aún más. El autor cuenta con muchos recursos y aportes para el legado cultural gastronómico de Guatemala
- 11.2.3 Mantener la línea y concepto de diseño establecidos para futuras publicaciones editoriales, ya que la misma se caracteriza por ser muy innovadora en el medio culinario nacional.
- 11.2.4 Elaborar las próximas sesiones de fotografía comercial con un poco más de tiempo para lograr obtener resultados aún mejores.

- 11.2.5 Mantener el concepto de diseño establecidos para futuras publicaciones de todo tipo y en todo medio, esto con el objetivo de generar más presencia en el mercado pero de una forma en la que pueda ser reconocido por su imagen gráfica y de comunicación.
- 11.2.6 Mantener esa estrecha relación entre fotografía, diseño, diagramación y contenido al momento de elaborar material editorial. Todo esto con el objetivo de generar una unidad en el diseño.

CAPÍTULO XII: REFERENCIAS

LIBROS, COMPILADOS Y TESIS

- Ferrán Adriá (1997), «Los Secretos del Bulli» Ediciones Altaya, SA., 1997 Musitu, 15. 08023 Barcelona, España.
- De Álvarez, Aurora Sierra (2002) «Cocina Regional Guatemalteca», Editorial Piedra Santa, Guatemala.
- INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo) (2011), «Mapa Culinario», sección 2.3.2.2.
- Cervecería Centroamericana (2001), «La Cocina Tradicional Guatemalteca».
- Sandra Rosenstiel, (2007), «*The Everything Intermediate Spanish Book*», Everything Books.
- Tomás Maldonado (1993), «El diseño industrial reconsiderado» Barcelona, España.
- Jordi Maña (1977), «El Diseño Industrial» Ed. Salvat. Col. Grandes Temas.
- Phillips, B. Meg. (1990), «Historia del diseño gráfico» Madrid: Trillas
- Gerardo Kloss Fernández del Castillo (2001), «Entre el diseño y la edición», DistritoFederal, México, Universidad Autonoma Metropolitana.
- Bellingham, Linda (2008) «Food Styling for Photographers», *Focal Press*.
- Enciclopedia Sopena (1988)
- Diccionario de la Real Academia Española 22° ed
- Catharine Fishel (1999), «Minimal Graphics» Rockport Publishers, Inc. United States.
- La Linde Posada, Ana María (1997), «Tiempo para el Diseño y la Diagramación», OCIC-AL, UCLAP ONDA-AL, Quito.
- José M. Parramón (1988), «Teoría y Práctica del Color» Editorial Parramón, Barcelona, España.
- De Buen, José (2000), «Manual de Diseño Editorial», Editorial Santillana, S.A., México D.F.

- Dr. Armando Arturo Casillas Castañeda (2005), «Técnicas de lectura y redacción de textos», *San Luis Potosí, México, 2005*
- Diccionario: «Antropología Cultural», Ediciones Rioduero (1981)
- Eco, Umberto (1976), «Tratado de Semiótica General», Editorial Lumen. Barcelona, España.
- Eco, Umberto (1974), «La Estructura Ausente» Editorial Lumen. Barcelona, España.
- Golias Silva (2006), «Sociología», Florianópolis : SEAD/UFSC.
- Sougez, Marie-Loupe (1988), «Historia de la Fotografía»
- John Hedgecoe (2005), «The Art of Digital Photography»
- Gerbaldo, Judith (2001), «Medios y Organizaciones Sociales y Producción de Realidad», Ceopal. Córdoba, Argentina.
- CUMPA GONZÁLES, Alberto (2003) «FUNDAMENTOS DE DIAGRAMACIÓN» REVISTAS, Perú.
- Juand Díaz Bordenabe y Horacio Martínez Carvalho (1978). «Planificación y Comunicación». Editorial Don Bosco 1ra edición.
- Knowles, M. S. and Knowles, H. F. (1955) «How to Develop Better Leaders» New York, Association Press.

BIBLIOWEB

Blog Escuela de Chef. Recuperado septiembre de 2009, <http://chef-endg.blogspot.com/2009/09/gastronomia.html>

<http://www.monografias.com/trabajos11/histgast.shtml>

Gastronomía de Guatemala. Recuperado enero 2008
<http://www.dequate.com/infocentros/guatemala>

Fotografía publicitaria, José Manuel Susperregui. Recuperado septiembre 2012
<http://www.euskonews.com>

Teoría del color, Ingrid Calvo Ivanovic. Recuperado el 13 de septiembre de 2010.
<http://www.proyectacolor.cl/teoria-de-los-colores/circulo-cromatico/>

Book Designonline. ¿Qué es el Diseño Editorial? Recuperado el 29 de Julio de 2010, de
<http://espana.bookdesignonline.com/que-es-una-editorial.aspx>

Nutrición y alimentación. Recuperado marzo 2008. www.alimentacion-sana.org

Aledesign. Recuperado febrero 2010. Alejandra Almirón Cartier.
<http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/>

CAPÍTULO XIII: ANEXOS

ENCUESTA PARA LA DEFINICIÓN DE PERFIL PSICOGRÁFICO Y CONDUCTUAL DEL GRUPO OBJETIVO RESPECTO AL TEMA DE TESIS

1. Género:
 - a. Masculino
 - b. Femenino

2. Edad:

3. Situación laboral:
 - a. Estudio
 - b. Trabajo
 - c. Ambas

4. ¿A qué dedica su tiempo libre? Puede marcar más de una opción.
 - a. Arte
 - b. Belleza
 - c. Cine
 - d. Cocina
 - e. Comer fuera
 - f. Compras
 - g. Salir o estar con amigos
 - h. Internet
 - i. Lectura
 - j. Practicar deporte
 - k. Paseos
 - l. Otro (por favor especifique)

5. Cuando sale a divertirse, ¿qué tipo de lugares visita?
 - a. Restaurantes
 - b. Centros Comerciales
 - c. Bares
 - d. Discotecas
 - e. Cine
 - f. Teatro
 - g. Otros (especifique)

6. ¿Con qué frecuencia visita restaurantes de alta gastronomía?
 - a. 1 más veces a la semana
 - b. 1 vez cada 15 días
 - c. 1 o más veces al mes
 - d. 1 vez cada dos meses
 - e. 1 vez cada 3 meses
 - f. 1 vez cada 6 meses
 - g. 1 vez al año
 - h. Nunca

Explique por qué visita éste tipo de restaurantes:

7. ¿Qué tipo de comida le gusta más (guatemalteca, francesa, italiana, tailandesa, etc.) y por qué?
8. ¿Le gusta probar comidas diferentes, creativas y fuera de lo convencional o conservador?
 - a. Sí, siempre que tengo la oportunidad lo hago
 - b. A veces, depende de cómo se vea y el contenido de la misma
 - c. Nunca, no me gusta
9. ¿Le gusta leer? Y de ser así, ¿qué tipo de lectura prefiere?
10. ¿Le gustan los programas de cocina?
 - a. Si (¿Cuáles?)
 - b. No
11. ¿Posee algún libro de cocina?
 - a. Si (¿cuál?)
 - b. No
12. ¿Compraría un libro de cocina de un autor guatemalteco destacado?
 - a. Si
 - b. No (¿por qué?)

POBLACIÓN TOTAL POR SEXO, CENCO 2002, GUATEMALA.

Actualizado (Viernes, 12 de Marzo de 2010 00:05)

Guatemala: Estimaciones de la Población total por sexo con base en el Censo 2002. Período 2010.

Hombres		Mujeres	
0- 4	1,103,521	0- 4	1,062,224
5- 9	1,017,180	5- 9	987,490
10-14	906,603	10-14	891,659
15-19	794,459	15-19	795,688
20-24	646,911	20-24	675,214
25-29	538,214	25-29	590,746
30-34	418,535	30-34	494,657
35-39	323,010	35-39	402,681
40-44	258,454	40-44	321,849
45-49	215,304	45-49	260,145
50-54	182,662	50-54	211,040
55-59	165,910	55-59	184,214
60-64	139,395	60-64	152,936
65-69	103,433	65-69	111,058
70-74	81,809	70-74	88,219
75-79	60,257	75-79	68,733
80 y más	47,678	80 y más	59,778
Total	7,003,337	Total	7,358,328

Fuente: Proyecciones de Población con base en el censo 2002