Diseño de un manual - recetario de cocina, como aporte a una mejor nutrición infantil

Autores:
Gabriela Baculima
José Luis Muñoz

Tutor:
Ms. Catalina Serrano

Fotografías:
Cristian Rivera y autores, las demás cuentan con su cita respectiva

Ilustraciones:
Autores

Diseño y diagramación:
Autores

Cuenca - Ecuador
2011

Dedicatoria

Dedicamos este nuevo logro a nuestros padres, quienes creyeron en nosotros y nos ayudaron en cada momento a lo largo de esta etapa universitaria, siempre sus ejemplos de superación, esfuerzo, entrega y humildad estuvieron presentes en cada paso que hemos dado para culminar nuestra carrera.

A nuestros compañeros, con quienes hemos compartido gratos momentos, largas horas de trabajos e innumerables situaciones de alegrías y tristezas.

Gracias a todos por haber compartido cada momento; esperamos no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

Agradecimiento

Queremos agradecer a Dios por la oportunidad brindada, así también a todos los profesores que estuvieron presentes a lo largo de estos años guiando y acompañando nuestras tantas horas de aprendizaje.

Abstract

El alto indice de problemas de sobrepeso en niños de edad escolar en el Ecuador, ha obligado a varias instituciones a realizar estudios y campañas que promuevan el consumo de alimentos saludables.

Este proyecto muestra la capacidad que tiene el diseño gráfico para trabajar de manera conjunta con otras áreas, como la gastronomía y la nutrición, para desarrollar un manual-recetario que pretende aportar a una mejora de la nutrición infantil.

Además se elaboró una marca que sirve para que el producto sea reconocido y facilite el proceso de promoción en el mercado.

Índice

Cap. 1
Diagnóstico

15 Problemática

18 Diseño

45 Homólogos

48 Complementos

¡...! 51 Conclusiones

Cap. 2
Programación

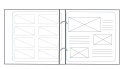
56 Criterios manual

FOOD 72 Criterios platos

Cap. 3
Diseño

86 Búsqueda de ideas

91 Selección


92 A desarrollar

✓ X 93 Selección de recetas

94 Bocetos

96 Fotografía

99 Prueba en el target

102 Marca

104 Personaje

108 Extras

¿? 115 Conclusiones

116 Bibliografía

Introducción

Este proyecto se divide en tres etapas para su desarrollo, la primera comprende el *Diagnóstico* y es en donde se conoce a profundidad sobre la problemática, los recursos de diseño y demás elementos afines al tema. La segunda etapa es la de *Programación*, en donde se seleccionan los elementos que puedan servir para obtener un diseño que ayude a solucionar la problemática planteada. La tercera y más importante es la etapa de *Diseño*, en donde se ponen a prueba los conocimientos adquiridos, se plantean ideas, se realizan bocetos y se finaliza con la realización de un producto que intenta satisfacer los objetivos planteados.

Objetivos:

General:

- Aportar a la generación de una cultura nutricional por medio de publicaciones especializadas.

Especifico:

- Diseñar un producto editorial interactivo.
- Diseñar la marca y la promoción del lanzamiento del producto.

Cap 1
Diagnóstico

Problemática

La obesidad está catalogada como el mal del siglo XXI por la Organización Mundial de la Salud (OMS), este mal afecta a nuestro país y en especial a niños a través de malos hábitos alimenticios y falta de actividad física.
(Guerrero, Diario el nuevo emprendedor, http://www.elnuevoempresario.com/noticias_24297_obesidad-provoca-inactividad-en-ninos-comprueba-estudio.php)

Img. 1

Datos y causas

Según el estudio realizado por el Dr. Pablo López en conjunto con la Facultad de Medicina de la Universidad Central de Quito en el año 2002, más de un 10% de niños escolares tiene sobrepeso, registrándose el mayor índice en zonas urbanas, donde 14 de cada 100 niños en la edad de 8 años padecen de ese problema, causado por la excesiva preferencia de comida saturada en grasas y carbohidratos además del sedentarismos y la falta de actividad física.

(López, Gordos, http://www.gordos.com/Noticias/deta¬lle.aspx?dieta=500)

Otro análisis realizado en el 2004 denominado “Estudio nacional para determinar la incidencia del sobrepeso infantil”, expone que el 14% de la población infantil sufre problemas de sobrepeso.

Un estudio publicado en la revista “Archives of Disease in Childhood”, realizado por la Escuela Médica Península, de Gran Bretaña, Terry Wilkin, autor principal del estudio afirma que la actividad física no tiene una vinculación fuerte con la pérdida de grasa corporal, ya que tras monitorear a niños participantes con problemas de sobrepeso que hagan ejercicio en intervalos regulares, no se encontró indicios de que hacer más actividad física cause pérdida de peso, pero sí demostró que subían de peso aquellos que hacían menos ejercicio. Su conclusión fue que la nutrición es la clave para combatir la obesidad infantil.

El Ministerio de Educación y Salud del Ecuador, preocupado ante los altos índices de sobrepeso en edades escolares ha realizado controles nutricionales en el expendio de alimentos en bares de escuelas y colegios, ya que el 70% de los productos que se venden en los centros educativos corresponde a comida chatarra.

Mediante el acuerdo 280 emitido por dicho Ministerio, se expone la prohibición de venta de comida chatarra en establecimientos educativos y sanciones que se tomarán ante el incumplimiento de este, puesto que se realizan supervisiones periódicas en los establecimientos para controlar el cumplimiento del decreto. **(Ayora, Diario el comercio, http://www4.elcomercio.com/2010-05-24/Noticias/Sociedad/Noticia-Principal/EC100524SALUDBEBES.aspx)**

Posibles soluciones

A partir de este análisis se cree conveniente cambiar los hábitos alimenticios en los niños, pues, desde muy pequeños se pueden estimular conductas positivas, es decir, comportamientos adecuados que favorecen al desarrollo y a crear buenos hábitos. Los estímulos pueden ser físicos como los dulces, premios, regalos, entre otros. Esto se puede hacer con la ayuda de los elementos preferidos por los niños, como por ejemplo el gusto por personajes animados, animales, colores, entre otros.

Img. 2

Diseño

Este espacio es el que mayor profundización requiere, pues existen un sinnúmero de puntos a considerar.

Tenemos aspectos relacionados a los alimentos, en donde se ven sus funciones, cualidades, desarrollos y demás virtudes que presentan.

Por otra parte, los elementos de diseño con su amplia variedad, generan operatorias que son las que van inmersas en cualquier tipo de diseño. Es importante considerar también otros recursos gráficos como la tipografía, la cromática, diagramación, fotografía, marca, promoción, entre otros.

Food design

Los alimentos han obtenido con fuerza gran importancia. Cada vez más las personas buscan vivir nuevas experiencias a la hora de alimentarse, para esto crean nuevas formas de experimentar estas sensaciones a través de la comida creativa y el food design.

El food design se ha desarrollado en la última década, tiene sus comienzos rápidamente en Italia gracias al Salone Internazionale del Mobile (Exposición Internacional del Mueble de Milán), al esfuerzo e interés de las universidades como la Politécnica de Turín y Milán, la Asociación para el Diseño Industrial y el Estudio ONEOFF.

Esto hace posible pensar en los alimentos como un producto alimenticio diseñado que niega toda referencia a la cocina tradicional.

Food design abarca diferentes tipos de enfoques a los alimentos, hacia el diseño, estos productos son bastante diferentes entre sí, en cuanto a la metodología, conceptos y materiales que, con un análisis profundo y pareciendo imposible que se clasifiquen en el mismo término, estos se encuentran en diferentes categorías:

- Design with food o diseño con los alimentos
- Food product design o diseño de producto comestible
- Design for food o diseño para los alimentos
- Dish design o diseño del plato
- Design about food o diseño acerca de los alimentos
- Food space design and interior design for food o alimentación espacio diseño y diseño de interiores por la comida

(Zampollo, Food design, http://ifooddesign.org/designers/v.php)

Categorías

Img. 3

Img. 4

Img. 5

Design with food o diseño con los alimentos

Es el diseño que se descompone, funde, hincha, mezcla y vuelve a montar los alimentos como materia prima, la transformación para crear algo que no existía antes en términos de sabor, consistencia, temperatura, color y textura. Este diseño se trabaja en conjunto con un chef y un tecnólogo en alimentos.

En el 2002 Ferran Adriá, denominado genio de la cocina molecular, empieza a colaborar con la marca italiana Lavazza, fruto de este trabajo surge Éspesso, café que se come.

Food product design o diseño de producto comestible

Se refiere al diseño que va a obtener el alimento producido en masa.

Design for food o diseño para los alimentos

Es el diseño de todos los empaques para contener, proteger, almacenar y presentar los alimentos.

En esta categoría se encuentran todos los productos que forman parte de la preparación, distribución y comunicación de los alimentos. El embalaje no es sólo un contenedor, es uno de los medios de la comunicación del producto que hará que sea reconocido y recordado.

El ejemplo más evidente del reconocimiento del propio producto en su envase, se propone por parte de Coca Cola, la silueta de la botella de vidrio ha sido durante mucho tiempo un símbolo que no necesita la etiqueta para comunicar su mensaje.

Img. 6

Img. 7

Img. 8

Dish design o diseño del plato

Es el diseño de la composición del plato. Se trata de dar estética visual, equilibrio entre los colores, el número y posición de los componentes. El diseño del plato consiste en crear el equilibrio entre la comida, su aspecto y el concepto que se propone. En este caso, como lo es para la categoría de diseño con alimentos, el diseñador suele ser el jefe de cocina, porque además de ser la persona que concibe el plato, también es la persona que piensa en su presentación.

Design about food o diseño acerca de los alimentos

Se refiere al diseño de objetos inspirados por los alimentos. Por lo general, los alimentos como un material no están involucrados en esta categoría, en cambio, los alimentos se utilizan para reinterpretar o caracterizar el mensaje que se lanza. Los productos que surgen de esta metodología son las alfombras que parecen gigantes huevos fritos , almohadas redondas que simulan panes y otros.

Food space design and interior design for food o alimentación espacio diseño y diseño de interiores por la comida

Es la última categoría propuesta, acerca del diseño de los espacios teniendo en cuenta todas las características del medio ambiente para comer o los entornos de alimentos, tales como los interiores, materiales y colores, sino también la temperatura, iluminación y música, así como las prendas de vestir y el comportamiento de los empleados hacia los clientes, en esta subcategoría también se debe tener en cuenta aspectos tales como preparación de alimentos que juegan un papel directamente ligado al diseño de una superficie de trabajo, la dinámica de la experiencia de comer, para con esto poder diseñar la luz adecuada a la temperatura, y los colores en el entorno.

Img. 9

Comida creativa

No se sabe cuándo tuvo sus comienzos, pero surge por la necesidad de buscar nuevas formas de incentivar a los niños a que consuman alimentos nutritivos. Muchas de las personas que han recurrido a la comida creativa han notado grandes cambios y preferencias de los niños por este estilo de comida. Los platos son realizados por la persona que está a cargo de hacer los alimentos en casa, teniendo preferencia o inspiración en realizar dibujos animados, objetos, flores, entre otros. Con alimentos que sean aptos para darles formas que ayudan a realizar estos platos. **(Zampollo, Food design, http://ifooddesign.org/designers/v.php)**

Color en los alimentos

El color es una propiedad de la luz que refleja o transmite un objeto, es una repuesta que el cerebro da a esa luz. Como se conoce, los colores provocan ciertas sensaciones en las personas, estas pueden verse reflejadas también el momento de consumir alimentos de diferentes colores. El color de los alimentos da información sobre la composición, madurez y calidad, factores que son importantes para dar mayor o menor interés por los alimentos.

La naturaleza nos comunica las propiedades que cada uno de los alimentos contiene por medio de sus colores, puesto que cada color contiene una cualidad y una acción terapéutica específica, que afecta a nuestro comportamiento y crecimiento de células y tejidos.

Se encontró que la nutrición clásica brinda alimentos con calorías y nutrientes necesarios para la vida y el correcto funcionamiento de nuestro organismo, pero en la nutrición holística que recoge los mismo principios anteriormente mencionados, además tomando en cuenta factores emocionales, ambientales, o kinesiológicos, entre otros, que puedan afectar el correcto consumo y utilización de los nutrientes. **(Chiazzari, 73-75)**

Img. 10

Img. 11

Color y nutrición holística

Hoy en día los niños están acostumbrados a ingerir alimentos poco sanos, este problema está reflejado en nuestra sociedad y es de vital importancia cambiar estos hábitos, se puede comenzar por elegir comidas donde predomine un color según el ambiente, clima o estado de ánimo en el que se encuentre.

Es común en las familias mantener una rutina alimenticia pues se cree que los niños no se van a adaptar a una dieta basada en verduras y carbohidratos, pero en realidad los niños responden al color de forma instintiva y se los puede animar desde pequeños a consumir alimentos sanos; tonalidades de colores que se encuentran en sus platos por medio de estímulos como gustos o preferencias por dibujos animados, deportes, juguetes, entre otros. Y así fomentar el gusto por los alimentos sanos y naturales. **(Chiazzari, 74)**

A continuación se presenta un análisis de los diferentes grupos de alimentos según su color:

Img. 12

Img. 13

Img. 14

Alimentos de color rojo

Aquellos que aportan la mayor cantidad de energía, son ricos en vitamina C, entre estos alimentos tenemos: cerezas, frambuesas, fresas, remolacha, carne, mariscos, pimientos rojos, rábanos y manzanas rojas. El tomate que contiene un pigmento que da su color llamado Licopeno lucha contra ciertas toxinas que pueden causar células cancerígenas. **(Chiazzari, 76)**

Alimentos de color naranja

Ayudan a estimular el buen apetito y facilita la digestión, el pigmento naranja llamado Betacaroteno que aportan vitamina A, B y C, este antioxidante está presente en todas las frutas y verduras de colores vivos, es un potente antioxidante que protege contra efectos dañinos de la contaminación atmosférica y protege contra los efectos envejecedores de las radiaciones ultravioletas, entre estos alimentos tenemos: naranjas, mangos, papayas, duraznos, nabos, calabazas, zanahorias, nueces, huevos, yemas y el jengibre. **(Chiazzari,** 77)

Alimentos de color amarillo

Mejoran el ánimo, brindan una actitud positiva y feliz, favorecen al buen humor, reactiva el sistema nervioso y alimenta el cerebro, además al tiempo que estimulan las facultades mentales y mejoran la memoria. En la piña se encuentra la Bromelina que es un excelente tónico para el páncreas. Entre estos alimentos tenemos: cereales integrales, arroz, lentejas amarillas, frutos secos, melones, mantequilla, peras, plátanos, piñas, miel oscura, aceite de maíz y otros aceites vegetales. **(Chiazzari,** 77)

Img. 15

Img. 16

Img. 17

Alimentos de color verde

Conocidos como la fuerza equilibrada y armonizadora de la naturaleza, constituyen una fuente de fibra natural, estabilizan la presión sanguínea, utilizados desde hace años por sus facultades medicinales. Entre estos alimentos tenemos: pimientos verdes, arvejas, brócoli, lechuga, calabacín, kiwis, higos, limones, col, coliflor, yogurt, leche, aceite de oliva, limas, apio y pepino.**(Chiazzari, 78)**

Alimentos de color azul

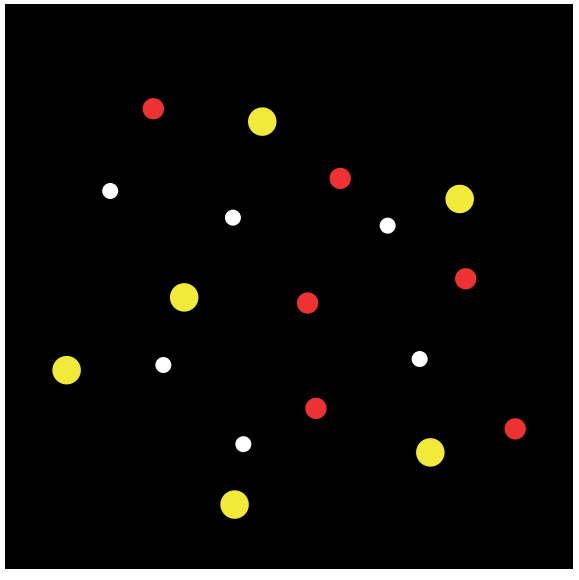
Se caracterizan por su resultado calmante y por producir efectos refrescantes. Entre estos alimentos tenemos: ciruelas negras, moras, cerezas negras, levadura de cerveza, champiñones silvestres, uvas, ciruelas pasas y algunos pescados de agua dulce. **(Chiazzari, 78)**

Alimentos de color púrpura o violeta

Los alimentos de este color elevan el espíritu y son inspiradores, brindan paz mental y satisfacción. Entre estos alimentos tenemos: Uvas negras, berenjenas, col púrpura, cebolla púrpura, alcachofas, remolacha y tomillo, entre otros. Los alimentos púrpura presentan un equilibrio de energía roja y azul, lo cual son muy nutritivas y no resultan excesivamente estimulantes. **(Chiazzari, 79)**

Elementos de diseño

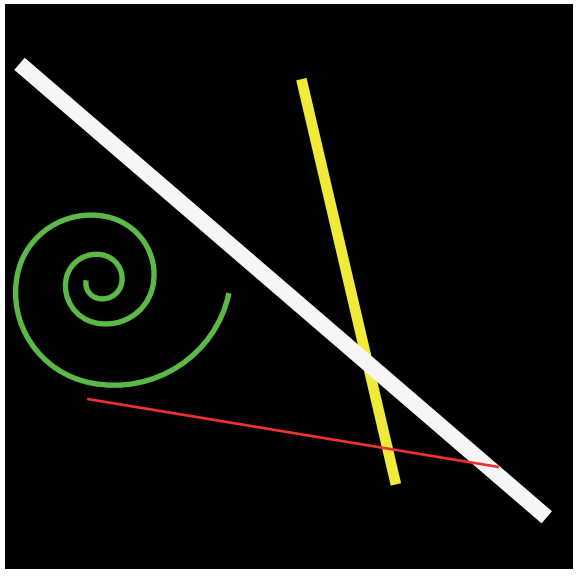
Para realizar cualquier tipo de diseño, en el soporte que sea, siempre es necesario saber reconocer los elementos básicos que conforman el arte. Por tal motivo es importante conocer que existen elementos como el punto, la línea y el plano, que de manera independiente o combinada crean infinidad de posibilidades, las mismas que sumadas a otros elementos como texturas o colores, generan un número mayor de posibles soluciones gráficas.



Img. 18

El punto

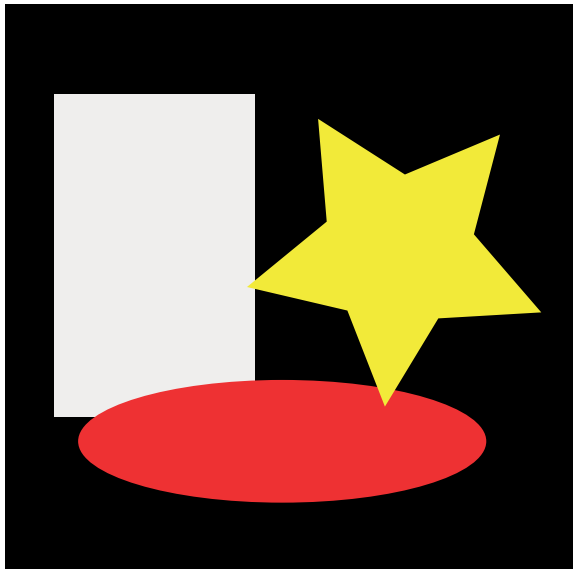
Es la unidad más simple de comunicación visual, que tiene gran nivel de atracción sobre el ojo, se lo encuentra en muchas partes y es muy fácil de realizarlo con cualquier elemento sobre una superficie. **(Wong, 13-14)**



Img. 19

La línea

Conocida como la sucesión de puntos que para la vista del hombre resulta difícil encontrar espacios entre ellos; también es explicada como el movimiento de un punto de un lugar a otro. Una característica de la línea es que puede ser rígida como una recta o flexible como una curva. **(Wong, 13-14)**



Img. 20

El plano

Es considerado un conjunto de puntos y líneas que ocupan un lugar en el espacio. El tamaño de un plano es libre y se lo puede utilizar desde espacios diminutos hasta espacios sumamente grandes. **(Wong, 13-14)**

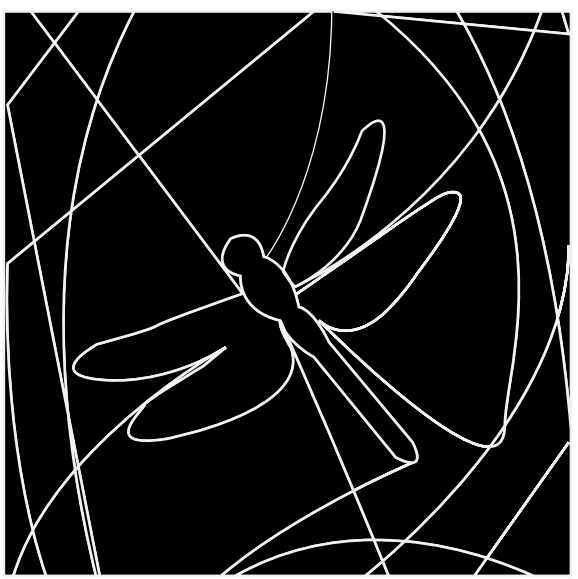
Img. 21

Forma

Toda persona puede crear formas a su gusto, pero para un diseñador el hecho de crear una forma implica pensar en su función, en el motivo para el cual es creado; es pensar en como formar una estructura para combinar dichas formas.

Existen un sinnúmero de formas como el punto, la línea, el plano, el volumen, cada una de ellas con sus posibles combinaciones y variaciones, siendo esto un factor muy utilizado en la elaboración de cualquier tipo de diseño.

Para crear nuevas formas podemos optar por operaciones como el distanciamiento, el toque, la superposición, la penetración, la unión, sustracción, adición y otras mas que se las puede realizar de forma individual o combinada. **(Dondis, 13-102)**

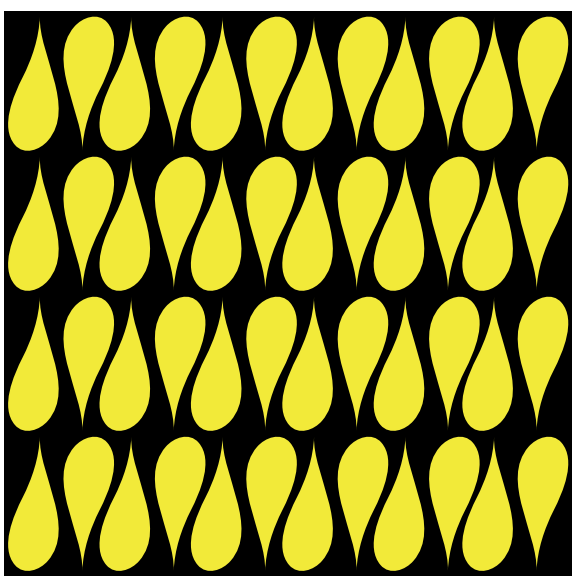


Img. 22

Contraste

Puede ser considerado como una comparación de un objeto con otro, en nuestro caso puede ser entre colores, formas o de dos elementos cualesquiera. El contraste siempre está presente, con mayor o menor visibilidad, por ejemplo una línea recta cruzada por una curva, un punto y el espacio blanco a su alrededor, cuando una forma es mayor que otra, es decir, se encuentra por todas partes en cada momento de nuestras vidas.

Existen varias formas de crear contraste como por ejemplo: anomalía, figuras, color, tamaño, textura, dirección, posición y espacio. Cada una de ellas puede ser aplicada dependiendo de lo que se quiere lograr. **(Dondis, 103-121)**



Img. 23

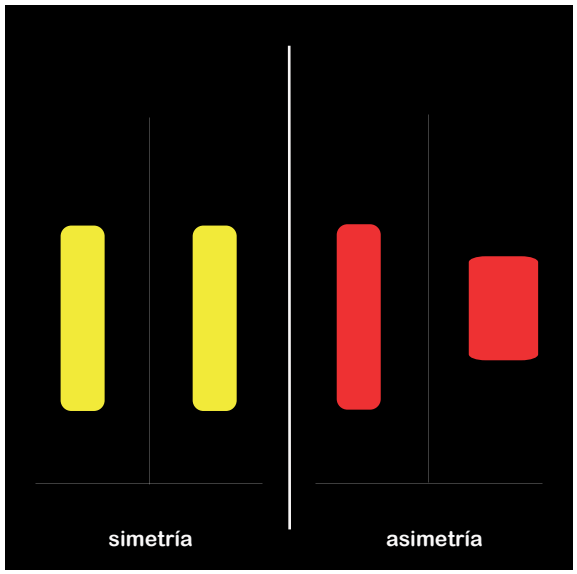
Textura

Es un elemento visual que hace referencia a las características de las superficies, toda figura tiene superficies y por consiguiente cada superficie tiene sus propias características como suave, dura, lisa, rugosa, blanda, opaca o brillante y más aspectos.

La textura puede ser solo visual como el caso de una impresión, copia, fotografía serían elementos bidimensionales; o puede ser táctil como una roca, la arena y todas las superficies que se pueden tocar, a esta se la puede considerar como elementos tridimensionales. **(Dondis, 70)**

Operatoria de diseño

Son operaciones realizadas utilizando los elementos de diseño, que bien trabajadas dan como resultado elementos que comunican y llaman la atención del usuario.



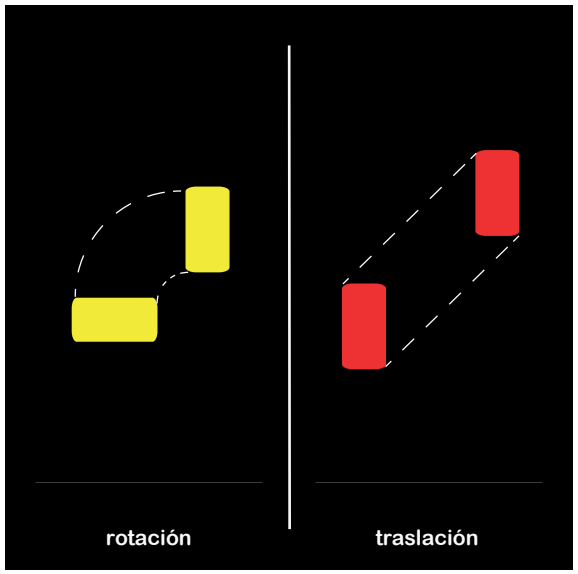
Img. 24

Simetría

Se la considera como un elemento visual equilibrado, para comprobar esto se coloca una línea imaginaria que corta al elemento gráfico y los elementos del un lado deben repetirse de la misma manera en los del otro lado. **(Dondis, 131)**

Asimetría

Es totalmente lo opuesto a la simetría, es decir que los elementos de un lado son diferentes a los de otro, con esto no decimos que no sea equilibrada, ya que en este caso se puede lograr un equilibrio mediante el peso visual de los elementos en cada lado. **(Dondis, 131)**



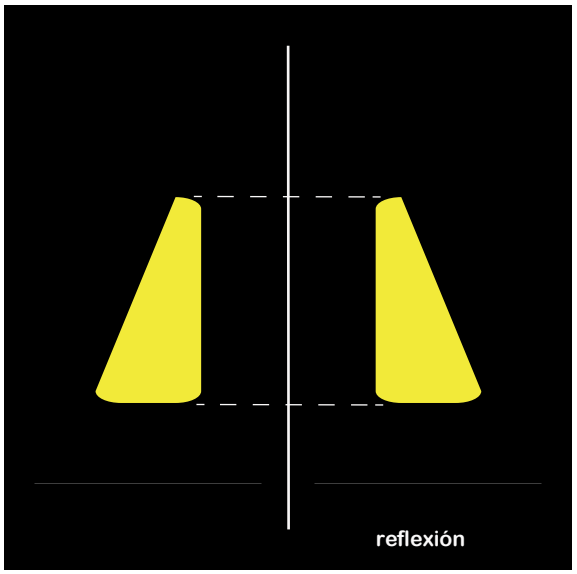
Img. 25

Rotación

Es el giro que puede realizar cualquier elemento gráfico pero visto desde un punto imaginario que actúa como eje a través del cual puede realizar los diferentes movimientos. **(Mogrovejo, 23)**

Traslación

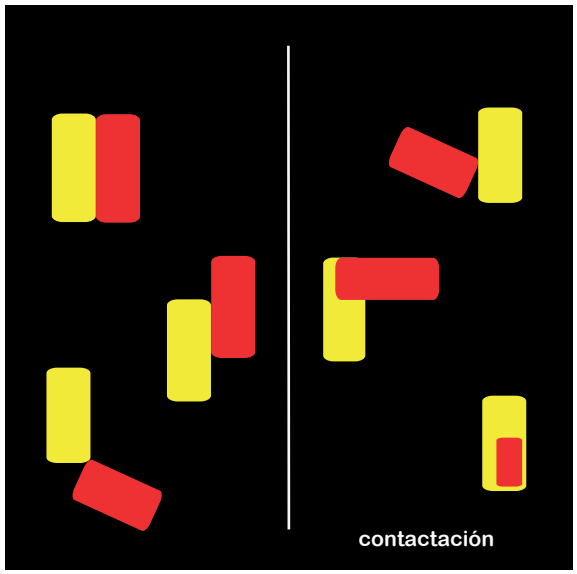
Es el movimiento de un elemento de un lugar a otro, sin necesidad de regirse a un eje de rotación. **(Mogrovejo, 23)**



Img. 26

Reflexión

Es el movimiento que se le puede dar a un elemento gráfico a través de un eje de simetría, en donde el elemento cambia de lado pero conserva todas sus características, también se lo puede considerar como un espejo. **(Mogrovejo, 23)**

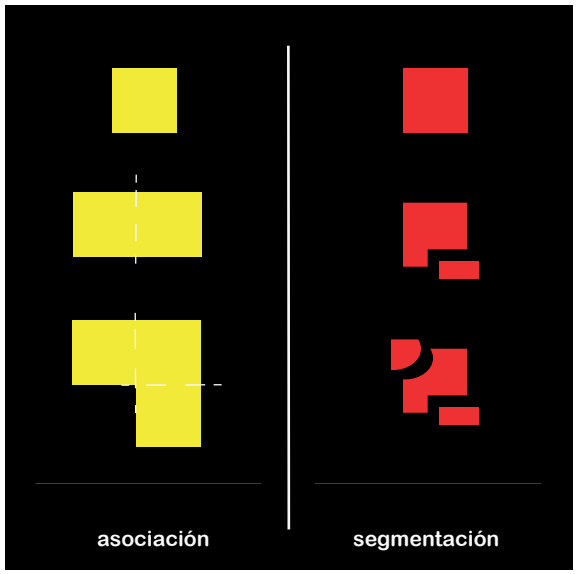


Img. 27

Contactación

Existen muchas formas en la que un elemento puede contactarse con otros elementos, entre estas formas tenemos:

- Lado parcial, las figuras unen parcialmente uno de sus lados.
- Lado total, las figuras unen totalmente uno de sus lados.
- Punto y línea, un vértice de una figura toca el lado de la otra figura.
- Punto y punto, un vértice de cada una de las figuras se une.
- Plano parcial, una parte del plano de una figura se superpone a la otra
- Plano total, una figura se encuentra completamente insertada sobre otra figura. **(Mogrovejo, 17)**



Img. 28

Asociación

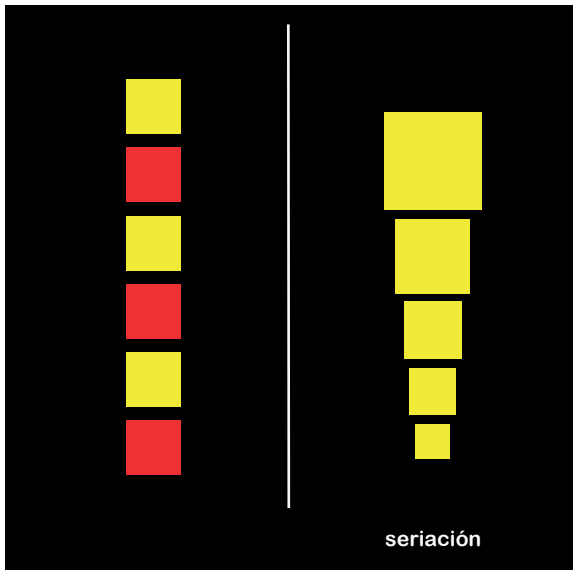
Es la obtención de nuevas formas a partir de la unión de formas similares o distintas. **(Mogrovejo, 16)**

Segmentación

Es obtener nuevas formas a partir de la división en partes iguales o distintas de una forma. **(Mogrovejo, 22)**

Adición y sustracción

Es la suma o resta de partes de una forma para obtener nuevas formas. **(Mogrovejo, 28)**



Img. 29

Seriación

Constituye el hecho de formar una serie de figuras que se muestren como un sistema, es decir, unir varios elementos de una misma forma, a estos elementos además se les puede aplicar otros conceptos como la escala, rotación, y más. **(Mogrovejo, 38)**

Tipografía

La tipografía es básicamente la gran cantidad de fuentes que se encuentran disponibles en los diferentes medios, principalmente en los digitales como es un computador.

Existe una infinidad de tipos de letra que es prácticamente imposible que alguien conozca todas. Pero, así también, existen ciertas fuentes que se han vuelto muy populares ya que vienen precargadas en las computadoras y su uso se ha generalizado.

Las tipografías contemporáneas suelen funcionar de mejor manera en contextos vanguardistas, mientras que la tipografía mas tradicional funciona mejor con la literatura clásica.

Se puede hacer una primera clasificación tipográfica dependiendo de su función, es decir, si es para textos o para títulos. **(Dabner, 44-48)**

Img. 30

Img. 31

Tipos para textos

Como su nombre lo indica fueron creadas para textos largos, en donde se intenta brindar una lectura contínua y sin interrupciones.

Las familias tipográficas de este grupo pueden ser por ejemplo: Old Style, Modern, otras con remate como la Bembo, Garamond y la Caslon. Estas han permanecido durante mucho tiempo y son usadas con mucha frecuencia. **(Dabner, 48)**

Img. 32

Tipos para títulos

Son las utilizadas para los títulos, se caracterizan por tener un peso mayor, remates y trazos gruesos, esto pensado en generar un alto nivel de impacto al momento de llamar la atención en el usuario. Un ejemplo de esta tipografía es la Bodoni, que se la usa mucho en varias publicaciones. **(Dabner, 48)**

Tipografía serif y sans serif

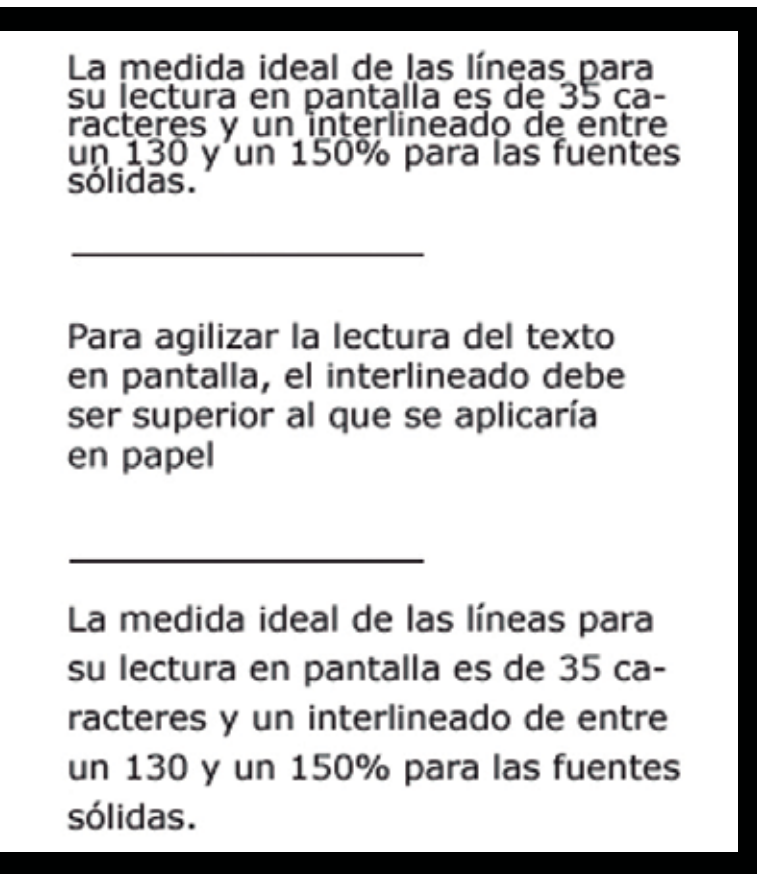
Las tipografías de tipo “serif” son aquellas tipografías cuyas letras se apoyan como con una especie de pie, es decir, tienen remates, mientras que las tipografía de tipo “sans serif” carecen de este detalle y se las denomina también de palo seco.

Img. 33

Leibilidad y legibilidad

Son las principales características que se deben considerar al momento de elegir una familia tipográfica para usarla en algún documento. La leibilidad está dada por la facilidad que pueda brindar para lectura fluída y sin problemas, mientras que la legibilidad es la claridad con la que la tipografía es vista por el usuario.

Existe mucha controversia por saber si la tipografía serif es más legible que la sans serif, se piensa que es una cuestión de generaciones ya que desde antes se consideraba que los rasgos que presentan los tipos con serif ayudan a crear un mejor fluído por la unión que se da entre las letras, pero por otra parte los tipos sans serif actualmente son muy usados y no presentan mayores inconvenientes.



Img. 34

Tamaño, medida e interlineado

Estos elementos constituyen un factor clave al momento de elaborar cualquier diseño que involucre tipografía, existen algunos parámetros que se deben considerar, por ejemplo la medida de una línea de texto que no debería superar los 60 a 72 caracteres, ya que si se aumenta este valor dificulta al ojo regresar a la línea siguiente o si la cantidad es menor dificulta la lectura porque se tienen que hacer demasiados saltos.

El tamaño de la tipografía va dependiendo del tipo de publicación y sobre todo del público hacia el que está dirigida, por ejemplo una medida promedio es de 12 puntos, mientras que para niños el tamaño de letra debe ser mayor. El uso de un tamaño menor a 10 puntos puede ocasionar una mala lectura y cansancio visual, con esto no se prohíbe su uso sino que se lo aplica en elementos puntuales como citas, pies de foto, créditos, entre otros.

El interlineado genera peso visual y es un elemento que ayuda a crear espacios que faciliten la lectura, es decir, mientras la tipografía sea más pesada con trazos y remates gruesos, el interlineado debería ser mayor a cuando se use una tipografía light. **(Dabner, 44-48)**

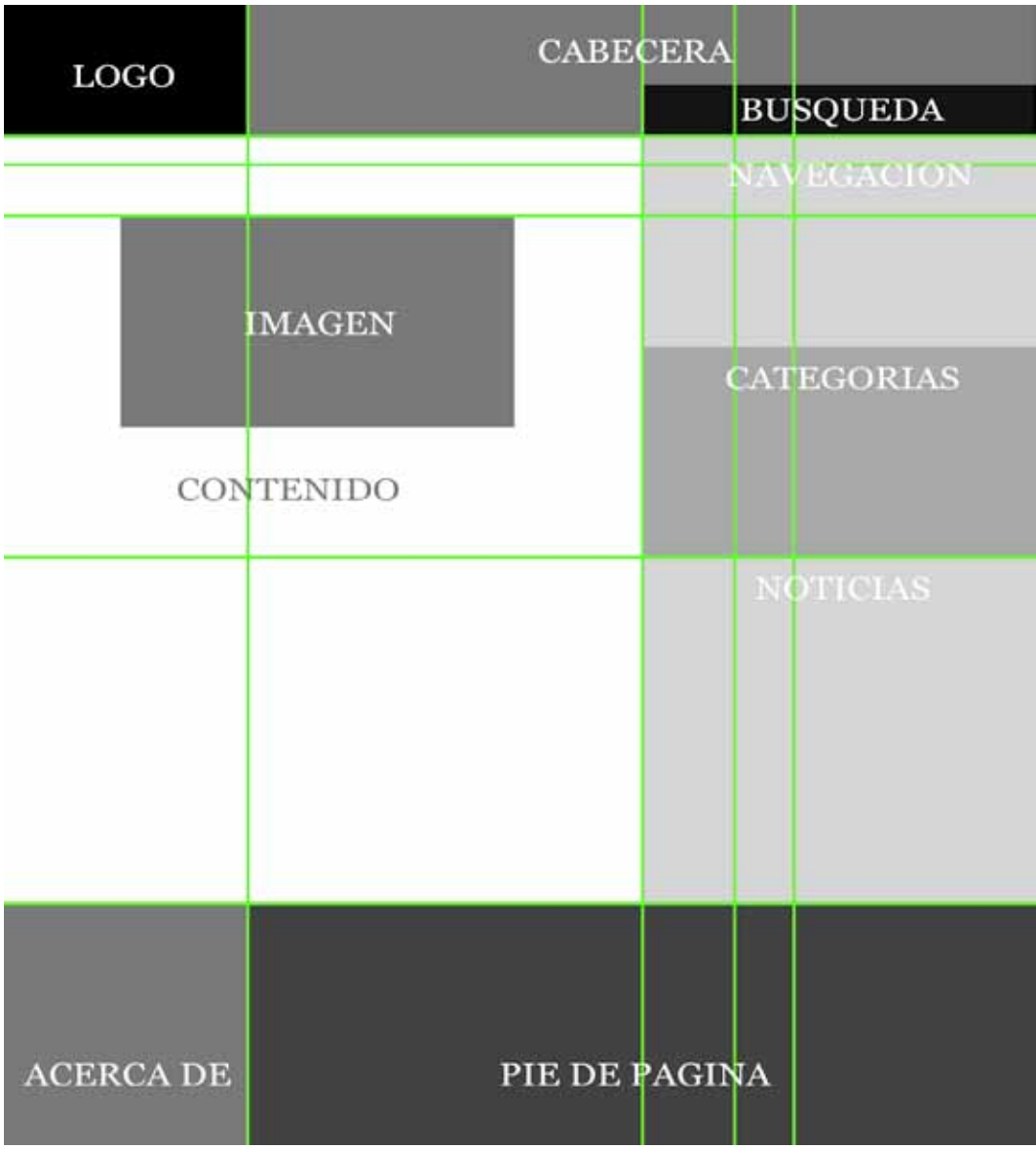
Retículas

Todos los trabajos de maquetación comprenden un análisis de la estructura, y de tamaños fijos. Para ello es necesario conocer lo que es una retícula, la misma que consiste en una guía para colocar los diferentes elementos en el papel, con la finalidad de conseguir un orden y estética.

A la retícula se la puede considerar también como una malla en la cual se preestablece el orden de los elementos de diseño como serían cuerpos de texto, títulos, subtítulos, imágenes, entre otros.

Como maqueta se entiende cada uno de los modelos de página que se puedan realizar para usarlos en un producto editorial, en estas maquetas se colocan imágenes, textos y espacios de diversos tamaños pensando en las posibles variables que pueda requerir dicho producto.

Existen varios elementos que se deben considerar al momento de trabajar con retículas y estos son: el medianil (espacio entre columnas), el interletraje (espacio entre letras), el interlineado (espacio entre líneas), márgenes, columnas, letra capital, pies de fotos, párrafos, entradillas (elementos para captar la atención), entre otros. **(Harris, 5-11)**



Img. 35

Es importante también conocer los diferentes tipos de redacciones que existen, a estos se los conoce como géneros periodísticos, según sea el género se pueden plantear diferentes modelos de maquetas. Así entre los géneros mas usados tenemos:

La noticia

Es el género periodístico por excelencia. Consiste en informar sobre un suceso reciente y nuevo que afecta a la sociedad y debe ser conocida, para que sea noticia debe cumplir varias condiciones como ser verdadera, actual, novedosa e interesante. Puede ir acompañado de imágenes.

El ensayo

Es un estudio breve que se hace sobre una materia sin que se tenga la pretensión de concluirla.

La columna

Es la sección fija que aparece regularmente en lo posible con idéntica periodicidad. Tiene algunas características como el nombre de un autor y un título.

El artículo

Es una composición literaria sobre un asunto, por lo general formula juicios, plantea problemas y establece referencias de hechos ya ocurridos.

La encuesta

Es una recopilación de opiniones, datos que el periodista obtiene por medio de consultas, interrogatorios o entrevistas.

La crónica

Es la narración de sucesos de actualidad procurando apegarse a la cronología en que hayan acontecido.

El editorial

Es un artículo que generalmente no va firmado, por medio del cual la dirección de un periódico expresa su opinión sobre algún aspecto de interés general.

La entrevista

Es una serie de preguntas que hace un periodista a una persona muy significativa, cuyas respuestas aportan datos de interés para una colectividad.

El reportaje

Es un trabajo de información que reúne en su desarrollo todos los géneros periodísticos. **(Oseguera)**

Fotografía digital

Si bien la fotografía en un principio era un proceso que mediante luz permitía plasmar imágenes sobre superficies previamente preparadas como las películas; ahora con la tecnología digital es posible capturar imágenes mediante la luz pero en elementos electrónicos que almacenan cada una de las imágenes.**(Dabner, 64)**

La principal ventaja de la fotografía digital es la posibilidad de almacenar gran cantidad de imágenes, además de poder eliminar las que no sean de agrado sin mayor problema.

Img. 36

Img. 37

Fotografía en los alimentos o food styling

La fotografía de alimentos es una especialización de la fotografía comercial , destinada a la producción de fotografías atractivas de alimentos para su uso en la publicidad, el envasado, los menús o libros de cocina.

Para la realización de este tipo de fotografía profesional es necesaria la intervención generalmente de un director de arte , fotógrafo, estilista de alimentos y algunos asistentes.

La mayoría de fotografías de alimentos mostradas en libros, recetarios, empaques y demás soportes han sido realizados con alimentos de utilería, es decir, son con materiales no comestibles, utilizando lacas para dar brillos, maquillaje para dar aspecto de cocinado y jugoso.

También se puede realizar fotografía de comida real pero los resultados son inferiores a los de comida de utilería, ya que los tiempos de duración de los alimentos es un factor importante al momento de realizar la toma.

La luz en la fotografía

La luz es el principal elemento para la fotografía, existen diversos tipos de luz entre los cuales tenemos:

- Luz natural, es la que emite el sol y se encuentra en el ambiente.
- Luz artificial, es la que emiten los diversos artefactos creados por el hombre como las lámparas, focos, reflectores, entre otros.

Cualidades de la luz

Hay una serie de cualidades de la luz que en la fotografía cobran gran importancia, como son:

- Luz cálida, cuando predominan los colores anaranjados (como la luz del atardecer).
- Luz fría, cuando el tono predominante es el azulado.
- Luz suave, cuando no hay sombras o estas son muy suaves (la luz de las primeras y últimas horas del día, los días nublados)
- Luz dura, cuando las sombras son intensas y profundas (la luz del mediodía en una jornada soleada). **(Dabner, 26)**

Img. 38

Img. 39

Marca

Es un distintivo exclusivo que pertenece a una empresa, el mismo que la representa y la diferencia de la competencia. La marca puede ser palabras o combinaciones de las mismas, figuras, imágenes, entre otros.

La marca es una serie de promesas que involucran confianza, consistencia y varias expectativas que brindan confianza a sus clientes en su decisión de compra. Una gran ventaja que tiene la empresa con la marca a una que no la tiene, es proporcionar identidad e individualidad a sus productos y aumenta su valor.

La marca tiene la característica de causar en el consumidor estímulos que ingresa en su sistema psicológico, donde asocia ideas o experiencias vividas, por ejemplo: Sentir comodidad obtenida en una competencia por haber utilizado unos zapatos deportivos de marca NIKE; por lo que la marca quedará impregnada en la memoria del consumidor además de una fácil distinción de la marca de la competencia.

Para que la marca perdure en la memoria del consumidor se debe dar originalidad temática y formal, valor simbólico y fuerza de impacto visual y emocional, para mantener pregnancia en la memoria colectiva. Por lo tanto si la marca es un signo asociativo que se incorpora en el sistema mental, al mismo tiempo es memorizante. **(Bojalil, 31)**

Identidad de la marca

La marca puede estar compuesta por:

Nombre o fonotipo: es la identidad verbal de la marca.

Logotipo: es la representación gráfica del nombre, está formada por tipografía y la selección de esta es tan importante como las palabras que se escribirán con la tipografía.

Isotipo: se basa en iconos, careciendo de tipografía. Una de sus características es su memorabilidad puesto que las imágenes son más fáciles para recordar. Lo importante de un logo es que sea recordado y sencillo, pero si el mensaje que se transmite no es claro no servirá de nada.

Isologotipo: es la combinación del logotipo y el isotipo, es decir tipografía y figura. **(Caballero, Monografías, http://www.monografias.com/trabajos16/marca/marca.shtml)**

Img. 40

Promoción

La promoción se refiere a dar incentivos a corto plazo para obtener ventas de un producto, ya que se dan razones a los consumidos para realizar la compra en ese momento. Para desarrollar una buena promoción se debe determinar objetivos promocionales y luego escoger las herramientas adecuadas para realizarlos de la manera más apropiada.

Los objetivos que se plantean para la promoción varían dependiendo del producto. Las herramientas que se pueden utilizar para realizar una promoción son: cupones, concursos, rebajas, entre otros, las mismas que tiene cada una características especiales que atraen la atención del consumidor y ayudan a las ventas del producto, puesto que “las promociones incitan a dar una respuesta rápida y la recompensan” **(Kotler, 368)**

Para la promoción cada producto debe buscar la mejor estrategia, para obtener buenos resultados.

Homólogos

Directos

Img. 41

Nombre: Colección Comida Creativa y Divertida (3 tomos)

Autor: Mukimono

Lugar: México

Editorial: Grupo Clasa

Tipo de publicación: Impreso full color (Libro)

Formato de cada tomo: 22.5 x 31 cm

Material: Encuadernación en cartoné plastificado y abullonado

Análisis
Esta colección de libros fueron creados con el objetivo de que los niños y niñas disfruten, se interesen y alimenten saludablemente y con alegría para su crecimiento pleno.
La colección es dirigida para restaurantes, chefs, amas de casa, ya que encontrarán divertidas composiciones para ocasiones especiales como cumpleaños, tardes en familia, bautizos, etc. Cada receta tiene indicaciones paso a paso con fotografías de cada uno de los platos.

Cada tomo comprende:
1 Festival de sándwiches y canapés
2 Festival de vegetales y entremeses
3 Show de frutas y hortalizas

Img. 42

Nombre: Ensaladas creativas para todo el año

Autor: Graciela Bajraj

Editorial: Alba Editorial, S.L.

Nº páginas: 200

Lengua: Castellano

Encuadernación: Tapa blanda

Nº Edición: 1ª

Año de edición: 2006

Plaza edición: Barcelona

Análisis
El libro contiene recetas de ensaladas con varios ingredientes como pescado y marisco, con patatas, carnes y aves, con frutos secos y frutas, con pastas, arroces y legumbres; todas ellas aderezadas con aliños originales de agradable sabor , que dan ese “toque especial” que las diferencia del resto de ensaladas.

Img. 43

Técnica: Comida creativa

Autor: Desconocido

Análisis
Comida creativa es elaborada para alentar a los niños a probar y comer variado y saludable, con creaciones originales. Las recetas son preparadas por las personas encargadas de hacer la comida, esta técnica es muy divertida y abre el apetito de los niños.

Img. 44

Técnica: Bento

Autor: Desconocido

Análisis
Es una técnica japonesa que consiste en decorar la comida de forma divertida y creativa. La comida realizada con esta técnica es colocada en loncheras, las mismas que son llevadas a la escuela o trabajos, esta técnica ha sido llevada a una forma de arte que es inspirada en videojuegos, dibujos animados, entre otros.

Indirectos

Img. 45

Análisis
Esta publicidad realizada por la Agencia Saatchi & Saatchi, para la marca HP (ají picante), es una buena forma de ver a la comida tradicional desde un punto más conceptual, tiene cierta similitud con la preparación de la comida creativa, es importante mencionar que para la realización de estas fotografías muchos de los alimentos que se encuentran no son comestibles, puesto que cada uno de los alimentos tienen diferentes comportamientos en su cocción y duración en el ambiente.

Img. 46

Análisis
Es la utilización del logo de AJIRA, que es una aerolínea ficticia que apareció brevemente en dos ocasiones en el vídeo musical promocional de la Quinta Temporada de la banda The Fray. En este caso se utiliza la técnica japonesa Bento, considerada como un arte donde se lo mira, siente y come.

Complementos

Nutrición

La nutrición es el proceso biológico por el cual las personas asimilan y absorben los nutrientes de los alimentos sean sólidos o líquidos necesarios para el crecimiento, funcionamiento y mantenimiento del cuerpo. Los alimentos brindan al cuerpo tres nutrientes fundamentales que son la grasa, proteínas y carbohidratos, los mismos que dan energía y le permite sobrevivir al cuerpo humano, estos se los debe consumir todos los días en cantidades adecuadas para mantener una buena salud. **(Prieto, Monografías, http://www.monografias.com/trabajos/nutricion/nutricion.shtml)**

El correcto consumo de los nutrientes que brindan los alimentos, con sanas mezclas y en proporciones equilibradas ayudarán a nuestro cuerpo a prevenir enfermedades futuras, mantener una vida sana y un buen metabolismo. **(Prieto)**

Img. 47

Proteínas

Son fundamentales para el cuerpo humano, esenciales en el crecimiento, proporcionan aminoácidos para el correcto funcionamiento del organismo. Las proteínas actúan como defensa ya que los anticuerpos son proteínas actuando como defensa contra infecciones y agentes externos.

Las proteínas de origen animal como la carne, huevos, leche, entre otros, son más completos que los de origen vegetal como las frutas, legumbres, cereales, entre otros, ya que para ser completas deben mezclarse entre sí. **(Prieto, Monografías, http://www.monografias.com/trabajos/nutricion/nutricion.shtml)**

Carbohidratos

Cumplen un papel muy importante en el metabolismo, ya que regulan la desintegración de proteínas y protege de toxinas, además brindan energía al organismo. Los carbohidratos se encuentran en tejidos animales y verduras. **(Prieto, Monografías, http://www.monografias.com/trabajos/nutricion/nutricion.shtml)**

Grasas

Conforman la mayor fuente de energía para el organismo, son importantes para la alimentación pero si se los ingiere en exceso no son saludables. Contienen vitaminas A, D, E y K, las que ayudan al organismo a crecer y restaurarse, mantiene los tejidos a una temperatura constante, da sabor y textura a los alimentos. **(Prieto, Monografías, http://www.monografias.com/trabajos/nutricion/nutricion.shtml)**

Img. 48

Gastronomía

Es considerado como una ciencia en la que se conjuga el medio ambiente donde vive el hombre con los alimentos. El arte culinario se da por la necesidad de que los alientos no sean solo para subsistir si no para buscar nuevas experiencias a la hora de comer y que se convierta un placer diario.

La realización de recetas culinarias puede ser tan fácil o difícil como uno quiera, la diversidad de alimentos, condimentos, salsas, que ayudan a obtener nuevos sabores y texturas que cada vez nosotros deseamos experimentar. Hay que tener presente que la comida se la debe consumir en cantidades adecuadas y justas para nuestro cuerpo. **(Sarfatti, 568)**

Conclusiones

El incremento de casos de obesidad en niños de edad escolar se aprecia en los últimos años, esto se da principalmente por la preferencia de comida con excesos de grasa saturada, las mismas que se venden en instituciones educativas.

A los niños se les puede enseñar a tener buenos hábitos, por medio de incentivos sean estos físicos como emocionales.

Food Design y Comida Creativa, son técnicas que ayudarán a incentivar el consumo de alimentos nutritivos, ya que actualmente utilizan platos decorados para abrir el apetito en los niños.

Los alimentos y sus colores son muy importantes ya sea por su contenido vitamínico o por la significación de cada uno de sus colores, esto brinda la oportunidad de lograr la atención de los niños mediante la combinación de colores, en la preparación de los diferentes platos.

El análisis de aspectos como formas geométricas, texturas, contraste, entre otros, ayudarán a generar y visualizar de mejor manera los diseños de cada uno de los platos a realizarse.

Tener criterio fotográfico ayuda a poder concretar de mejor manera el producto que se pretende realizar.

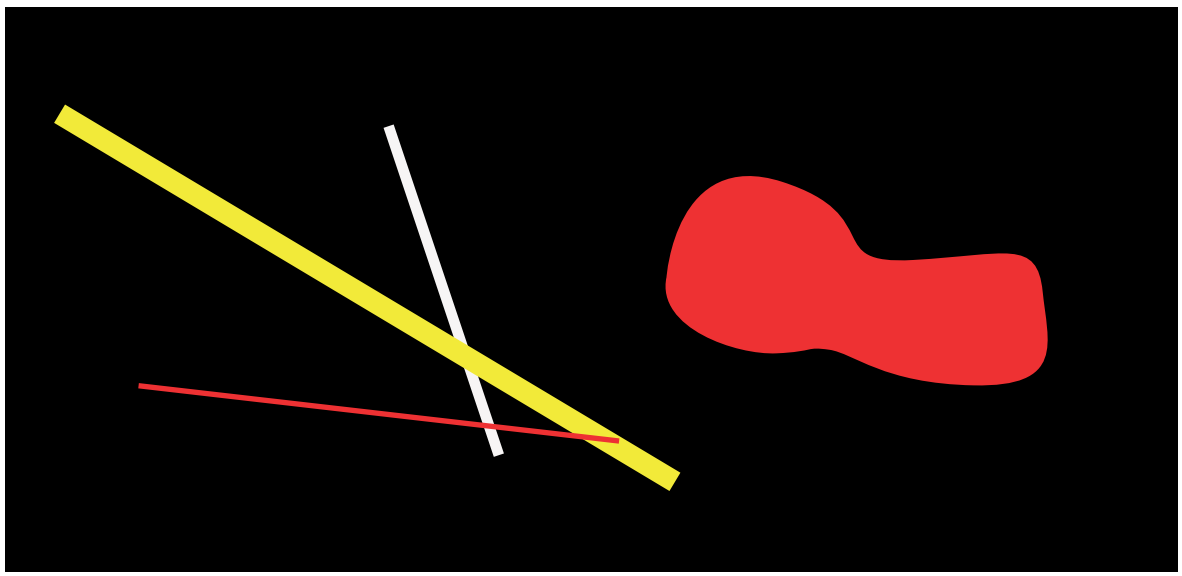
Cap 2
Programación

En este capítulo se habla sobre cada uno de los elementos con los que se pretende trabajar en el proyecto. Cada uno de estos elementos es analizado en relación a su forma, función y tecnología.

Criterios para la realización del manual-recetario

Elementos de diseño

Como recursos de diseño pode-mos plantear el uso de la línea por la versatilidad que esta tiene de ser rígida o flexible; así también, el uso del plano por las cualidades de forma y tamaño.



Img. 49

Forma

Al tratarse de elementos de diseño se los puede trabajar en su forma natural considerando las variables que tienen cada uno de ellos.

Función

La función principal que tendrían los elementos de diseño es la de ayudar a organizar y jerarquizar la información en cada una de las páginas. Las líneas podrían ayudar a separar los elementos, a guiar, entre otros. Mientras que los planos serían usados para colocar información y dar realce a lo más importante en la publicación.

Tecnología

La realización de estos elementos se la efectuaría en un diagramador de textos como es el *Indesign.*

Tipografía

Se pretende usar tipografías que brinden lectura continua y sin interrupciones.

La tipografía para los títulos debe ser de mayor peso, con trazos gruesos, para que provoquen alto impacto en el usuario.

Para el cuerpo del texto el tamaño de la tipografía se propone un promedio de 11 puntos. La medida es la cantidad de caracteres que se escriben por línea de texto, se considera que entre 60 a 72 caracteres ayudan a una lectura fluida. El interlineado nos ayuda a trabajar con el peso visual que se quiera dar al elemento textual.

Img. 50

Forma

Se prevé el uso de dos familias tipográficas, *Serif* y *San Serif*, que principalmente se diferencian por los rasgos en sus terminaciones. Su utilización puede ser pensada desde el producto que se quiere realizar y hacia el público que está dirigido.

Función

Brindar al usuario la leibilidad y legibilidad necesaria para su correcta lectura. El uso de los diferentes tipos de letras va ligado directamente al lector, se dice que la tipografía serif por tener terminaciones hace que la lectura se vuelva más continua, mientras que la san serif presenta trazos más gruesos y puede utilizarse para textos cortos como títulos. El producto a presentares un libro que incluye tarjetas a manera de complemento. La tipografía tanto del libro como de las tarjetas, debe ser diferente puesto que el libro lo usarían las personas que prepararían los platos, mientras que las tarjetas la usarían los niños.

Tecnología

Está dada por el software de computadora que se maneje, así también, influye si el producto a mostrar es en formato digital o impreso, en este caso el segundo se debe pensar en el tipo de impresión, calidad, materiales, entre otros.

Retícula

Son guías que ayudan a colocar los diferentes elementos con la finalidad de obtener un orden y una estética. Hay diferentes formas de trabajar, la primera con una retícula rígida y la segunda sin retícula pero siempre pensando con la idea de organizar los elementos.

Img. 51

Forma

Al tratarse el proyecto de la publicación de un manual-recetario, es primordial el uso de una retícula que muestre un sistema ordenado de información, para así colocar las diferentes recetas, fotografías y demás elementos. En esta propuesta se deberá manejar imágenes grandes.

Función

La función es mostrar de manera lógica y ordenada cada uno de los recursos gráficos que se usan como la fotografía, que en este tipo de publicación juega un papel muy importante, tendrán que ser de gran tamaño y calidad; así también, se deberá colocar los cuadros y textos necesarios para completar la publicación.

Tecnología

Se utilizará el diagramador de textos *Adobe Indesign*, esto luego de un proceso de bocetado y selección de las mejores opciones.

Fotografía

La fotografía en su mayoría será digital por las facilidades que esta presta, se considerará algunas recomendaciones de la técnica del *Food Styling* como el tipo de tomas, el cuidado de detalles, luces, entre otros.

Img. 52

Forma

Considerando el tipo de diagramación se podrá establecer el tamaño de las fotografía, las tomas en su mayoría mostrarán primeros planos en donde se resalten detalles del montaje de plato.

Función

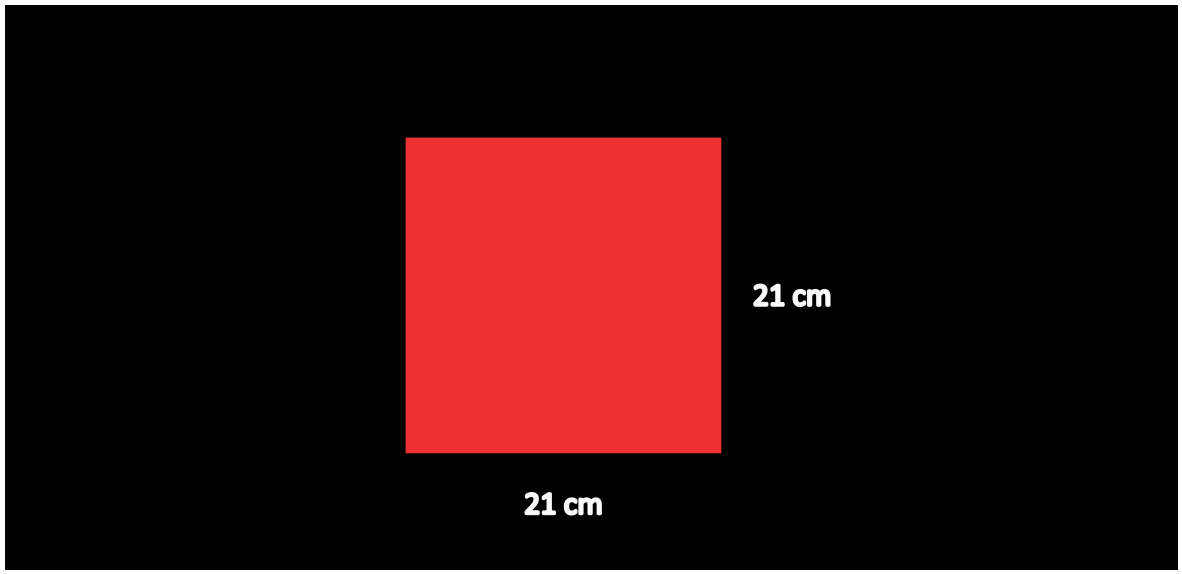
Brindará al usuario información detallada sobre los procesos mencionados en la parte textual y mostrará lo apetecible del producto para el consumo. Además de ser un recurso muy importante que se torna el centro de atención en las páginas que la contengan.

Tecnología

Se usará la fotografía digital como principal recurso, al elaborar cada imagen considerando el ambiente, las luces y demás recursos para al final pasar por un proceso de edición en programas como el *PhotoShop.*

Formato

El formato es variado en este tipo de publicaciones, pero la mayoría los presentan en forma vertical.



Img. 53

Forma

En primera instancia proponemos un formato cuadrado de 21 x 21 cm, todo esto dependiendo del tipo de material del que dispongamos en la imprenta.

Función

La principal función de un formato cuadrado es la versatilidad que otorga para colocar cada uno de los elemento en el momento de diagramar.

Tecnología

Se estará regido al tamaño de los pliegos del material a usar, para que en la imprenta se realicen los diferentes cortes necesarios.

Acabados

Los acabados deben ir acorde al uso que se le dé al producto y dependiendo del tipo de público al cual se quiere vender el producto, económicamente hablando.

Img. 54

Forma

El producto puede estar expuesto a condiciones de mayor desgaste, como una cocina, se debe pensar en materiales que soporten dichas condiciones, como pasta rígida, hojas de fácil limpieza y removibles, encuadernado que permita la manipulación de las hojas, calidad de impresión alta, etc.

Función

Se intentará hacer que el producto se acondicione al medio en el cual se lo va a usar y que soporte las condiciones que se presenten. De conseguir estos terminados podremos brindar un producto de larga duración y diferente en nuestro medio.

Tecnología

La impresión será en Offset, utilizando materiales que cumplan las condiciones planteadas. Para procurar conseguir esto se buscará ayuda en imprentas grandes.

Cromática

El uso del color es un aspecto muy importante en todo diseño, más aún en un producto editorial. Como se explicó en el capítulo anterior, cada color provoca estímulos y comportamientos diferentes en las personas.

Img. 55

Forma

Los colores que se aplicarán son de una gama muy amplia que se relaciona con los colores de los alimentos a utilizarse en el documento.

Función

Los colores provocan diferentes sensaciones en las personas, cada color puede representar las divisiones de temas dentro del producto editorial. Así también, se podrán usar para resaltar ciertos elementos de mayor importancia dentro de los textos.

Tecnología

Todo dependerá de la calidad de tinta que se use y del tipo de material, pero se pretende obtener resultados de muy buena calidad.

Contenidos

Al tratarse de un manual-recetario de cocina, enfocado a la nutrición infantil, los contenidos básicamente serán recetas, descripciones y fotografías.

Img. 56

Forma

Cada receta deberá tener su listado de ingredientes, un detalle del proceso, la fotografía indicativa del plato, así como la publicación contará con cuadros de valores nutricionales.

Función

La función de un manual-recetario es mostrar con la mayor claridad posible la elaboración de cualquier tipo de receta, la fotografía juega un papel muy importante porque es un recurso que ayuda al usuario a aclarar muchas dudas y lo incentiva a realizar cada plato.

Criterios para la realización de los diferentes platos

Food design

Como se habló con anterioridad, el *Food Design* es una aplicación enfocada en el aspecto estético de la comida y por tanto se vuelve un recurso indispensable para este proyecto.

Img. 57

Forma

La estética será básica, considerando que los usuarios consumidores son niños, las formas de cada elemento tienen su inspiración en el concepto que se le quiera dar a cada plato, los colores dependerán de cada tipo de alimento requerido en las recetas.

Función

Se prevé lograr platos atractivos para los niños, es decir, incentivar a consumir dichos platos mejorando con esto la nutrición infantil y aportando a generar nuevos hábitos.

Tecnología

Se utilizarán utensilios de cocina, métodos de preparación de alimentos y nociones de diseño para el montaje de los diferentes platos.

Comida creativa

Si hablamos de creatividad, nos referimos a innovar, a mostrar de una manera diferente lo visto hasta ahora. Es brindar al usuario una nueva experiencia al momento de consumir los alimentos.

Img. 58

Forma

Se tomarán formas básicas de los diferentes personajes que inspiren la realización de cada plato. Estos personajes podrán ser animales, objetos, dibujos animados, entre otros.

Función

Tiene que lograr ser atractivo e incentivar a los niños a consumir estos alimentos nutritivos desde su composición visual.

Tecnología

Se trabajará básicamente cortes para crear cada elemento que compone el plato, existen varias maneras de generar dichos cortes con diferentes utensilios de cocina.

Color en los alimentos

La utilización de los alimentos y su colores van a ser variados, para obtener una comida rica en nutrientes y vitaminas, se deben mezclar los alimentos, utilizando bases de la nutrición holística o algún otro si es necesario.

Img. 59

Función

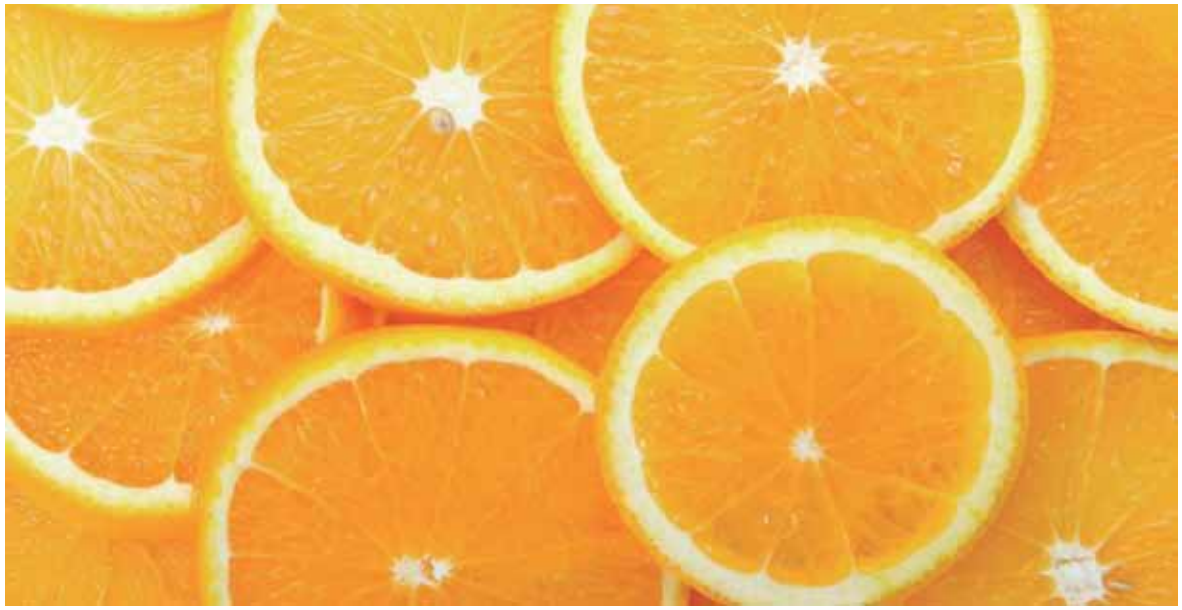
Los colores de los alimentos provocan diferentes sensaciones en las personas, cada alimento cuenta con su color específico y la combinación de alimentos provocaría nuevas sensaciones que necesita el cuerpo para alimentarse y sentirse bien. Los elementos visuales como el color pueden hacer que el usuario se motive a consumirlos.

Tecnología

Se va a usar utensilios de cocina para cortar, cocer y preparar cada alimento, así también se pueden lograr las variaciones de color con los alimentos en estado puro y dándole algunos procesos de cocción.

Elementos de diseño

Los diferentes elementos básicos de diseño son los que nos brindarán la facilidad para elaborar cada uno de los platos.



Img. 60

Forma

Las formas son tan variadas como se las quiera realizar, ya sea utilizando elementos individuales como el punto, la línea, el plano, los contrastes, y texturas, o combinar estos elementos para generar nuevas e innumerables formas.

Función

Principalmente se logrará diseñar la presentación del plato que se conoce como montaje, a esto se le adiciona que sea lo suficientemente atractivo para deleite del usuario.

Tecnología

Los utensilios son la principal herramienta para realizar cada una de las formas que se manipularán en los platos.

Operatoria de diseño

Las operatorias de diseño son fundamentales ya que ayudan a dar variedad al diseño y tratar de no caer en diseños rígidos. Operatorias como simetría, asimetría, rotación, traslación, reflexión, contactación, asociación, segmentación, seriación, entre otras.

Img. 61

Forma

Se utilizará la combinación de los diferentes criterios de operatoria básica, todo esto dependerá de lo que se quiere mostrar en cada plato a presentar.

Función

Su función principal es la de crear el diseño en el plato, volverlo estéticamente atractivo dentro de lo visual.

Tecnología

Viene dado por la manera en la que cada operación se ejecuta, en el caso del montaje del plato esta se realiza manualmente o con la ayuda de utensilios de cocina.

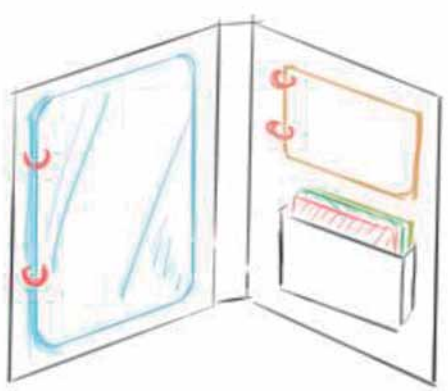
Cap 3
Diseño

En este capítulo se muestra el proceso de diseño que comprende la lluvia de ideas, la selección, los bocetos y cada uno de los logros de diseño obtenidos a lo largo del desarrollo del proyecto.

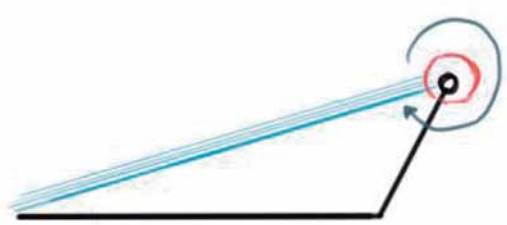
Búsqueda y selección de ideas para el diseño

Luego de haber realizado la parte investigativa referente a nuestro proyecto pudimos concebir un diagnóstico bastante claro de cómo podemos afrontar la problemática que se nos presentó, a raíz de este diagnóstico se pudo plantear una programación, la misma que nos sirvió para dar estos primeros pasos en lo que respecta al diseño.

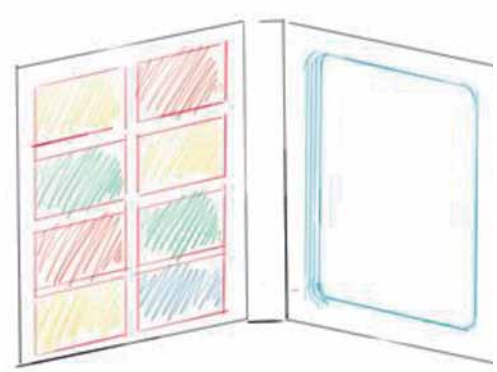
Como primera instancia optamos por hacer una lluvia de ideas con el fin de obtener la mayor cantidad de opciones coherentes e ilógicas sobre cómo resolver el problema. A esta recopilación de ideas se la pasó por un proceso de filtrado, obteniendo como respuesta 12 propuestas las mismas que se describen a continuación.



Img. 62



Img. 63



Img. 64

Idea 1

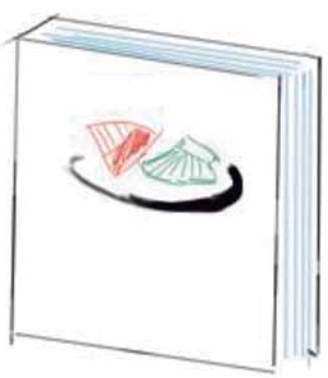
Considerando una pasta rígida, esta idea plantea el uso de un anillado tradicional con la colocación de las hojas en la parte izquierda de la pasta, un anillado pequeño para datos informativos en la parte derecha y un pequeño contenedor para tarjetas en la parte derecha de la pasta.

Idea 2

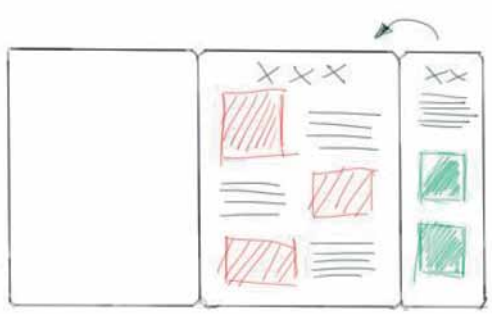
La propuesta surge de la inspiración del estuche del Ipad, es decir, una especie de soporte a manera de atril que facilita la usabilidad del producto.

Idea 3

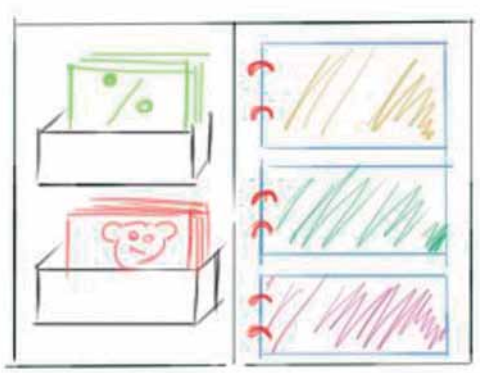
Muestra una pasta rígida en donde con el uso de un anillado de fácil apertura permite la liberación de las hojas para su aseo, al hablar de aseo se piensa en hojas de un material que resista el contacto con el agua u otros ingredientes de cocina, las tarjetas con las imágenes de los diferentes platos van colocadas en la parte izquierda de la pasta a manera de álbum.



Img. 65



Img. 66



Img. 67

Idea 4

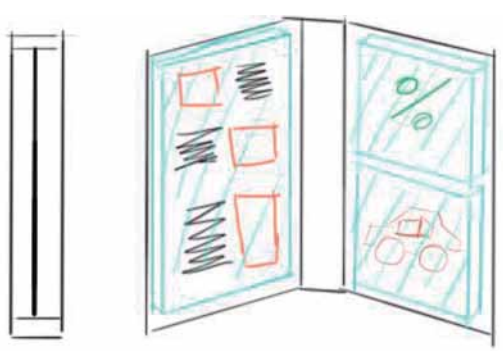
Se centra en la forma externa de la portada, se piensa en el uso de volumen mediante la aplicación de gel, resinas u otros elementos que proporcionen un atractivo a la imagen de portada.

Idea 5

Trabaja bajo la idea de una carpeta, en donde se amplía el formato cuadrado de las páginas para proporcionar datos extras como otras imágenes o información específica sobre alguna receta.

Idea 6

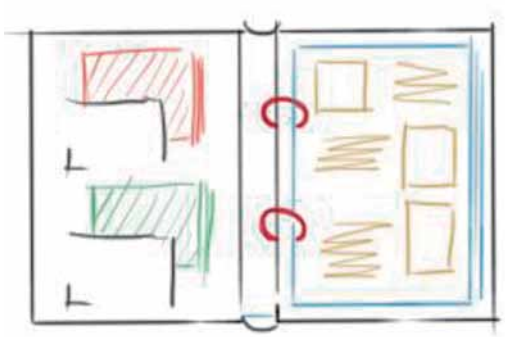
Propone brindar facilidad para planear el menú diario de alimentos, es decir, al lado izquierdo de la pasta van colocados 3 secciones diferentes del libro, es decir por ejemplo jugos, sándwiches, frutas, etc. al lado izquierdo se tienen 2 contenedores para las tarjetas y otros datos informativos.



Img. 68

Idea 7

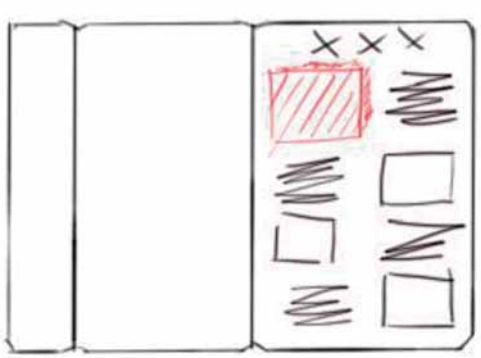
Nace de la inspiración de los estuches de CD plásticos, se piensa en colocar el bloque de recetas en un contenedor al lado izquierdo, mientras que en el lado derecho se presentan 2 contenedores, uno para las tarjetas de las imágenes y otro para datos nutricionales.



Img. 69

Idea 8

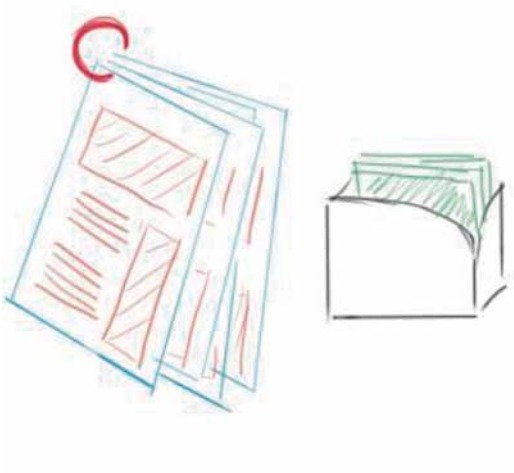
Plantea el uso de una pasta rígida, un anillado de fácil apertura, hojas removibles para la limpieza y la colocación de la las tarjetas en ranuras al lado izquierdo.



Img. 70

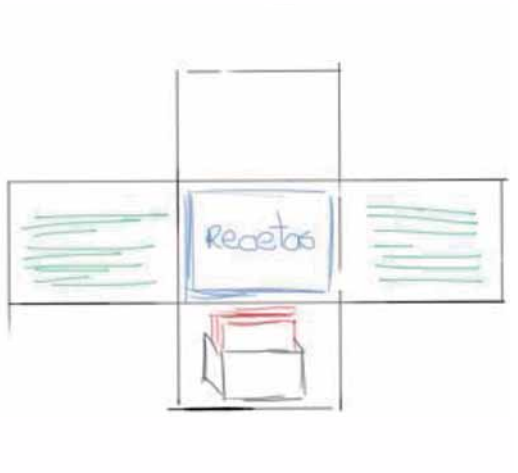
Idea 9

Se muestra nuevamente como una carpeta con pasta rígida, hojas de alto gramaje para las recetas y la colocación de una fotografía desprendible a manera de tarjeta dentro de la misma página de recetas.



Img. 71

Img. 72



Img. 73

Idea 10

Propone una solución sencilla respecto a su estructura, pues solo cuenta con un anillo que soporta todas las hojas, la colocación de las tarjetas está pensado en un recipiente externo.

Idea 11

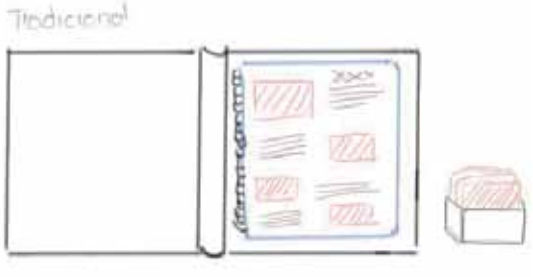
Se inspira en los estuches de los cubiertos de mesa que cuentan con divisiones para cada tipo de utensilios en este caso se piensa en la separación de las diferentes secciones del libro con sus respectivas tarjetas en la parte inferior.

Idea 12

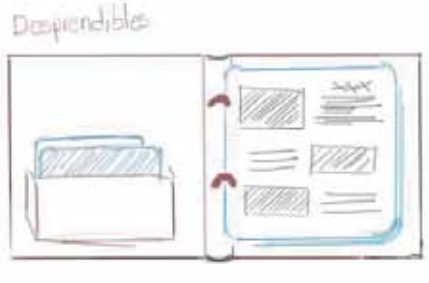
Esta última propuesta seleccionada pretende mostrar un contenedor que se convierte en una caja, se observa una división en cada uno de sus compartimentos para colocar las tarjetas, recetas y datos nutricionales.

Selección de las 3 ideas

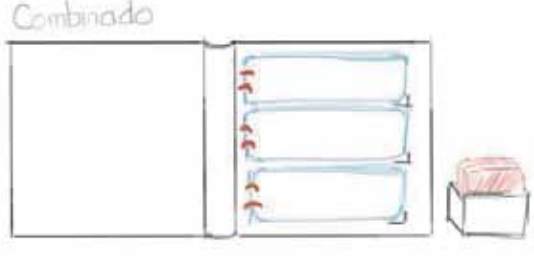
El segundo paso fue el de escoger tres ideas de las doce anteriormente mencionadas las mismas que las describimos a continuación:



Img. 74



Img. 75



Img. 76

Selección 1

Nombre: Tradicional

Medidas: 21 x 21 cm

Características:

- Tapa rígida
- Anillado tradicional
- Imagen con relieve en la portada
- Caja para tarjetas externa
- Tarjetas con imágenes en relieve

Pros:

- Funcional
- Costos menores

Contras:

- Al ser productos separados podrían perderse
- Material que se mancha

Selección 2

Nombre: Desprendibles

Medidas: 21 x 21 cm

Características:

- Tapa rígida
- Anillado con apertura
- Contenedor de tarjetas incluido en la pasta
- Tarjetas en material imantado
- Hojas desprendibles, en material de fácil limpieza
- Bordes redondeados (material corto punzante)

Pros:

- Funcional
- Resistente
- Mayor comodidad

Contras:

- Precios más altos
- Volumen demasiado grueso por el contenedor de las tarjetas incluido en la pasta

Selección 3

Nombre: Combinado

Medidas: 21 x 21 cm

Características:

- Tapa rígida
- Anillado por secciones
- Caja para tarjetas externa
- Tarjetas con imágenes en relieve e imantadas
- Hojas desprendibles en materiales de fácil limpieza

Pros:

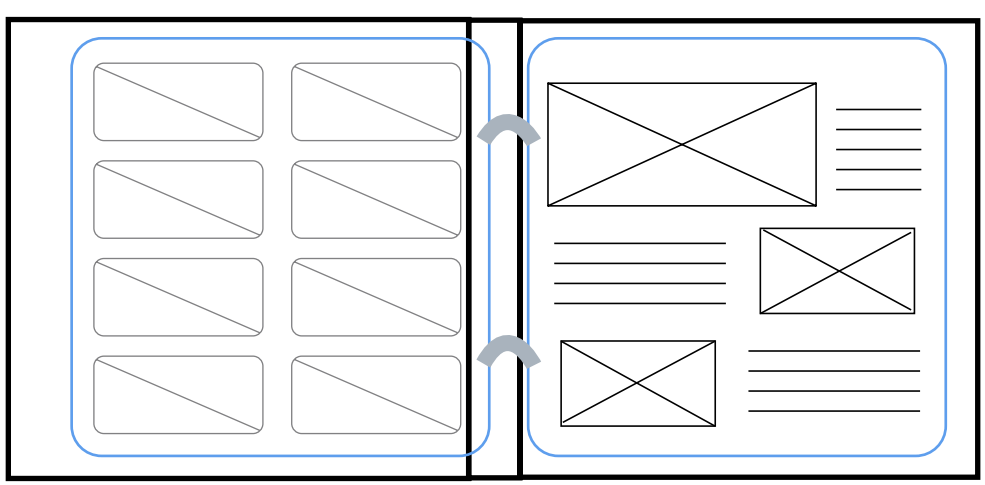
- Funcional
- Resistente
- Facilidad para crear el menú del día

Contras:

- Costos altos
- Fragilidad al ser muy angostos

Idea a desarrollar

En el tercer paso se combinó estas tres ideas con el objetivo de obtener un diseño funcional y más consistente, pensando en el que va a ser usado este manual-recetario, esta idea esta descrita de la siguiente manera:



Img. 77

Medidas: 21x21 cm

Características:

- Tapa rígida
- Anillado de fácil apertura
- Tarjetas con imágenes en relieve e imantadas
- Hojas desprendibles en material de fácil limpieza
- Bordes redondeados para evitar cortes
- Tarjetas colocadas a manera de álbum de fotos
- Portada con imagen en relieve

Selección de recetas

Se pensó en plantear varias secciones que contengan recetas para cada día de una semana, concluyendo en el desarrollo de 3 secciones con 7 recetas cada una.

Img. 78

Sándwiches

- Vaquita
- Chanchito
- Escorpión
- Conejito
- Gatito
- Zapatillas
- Elefantito

Frutas

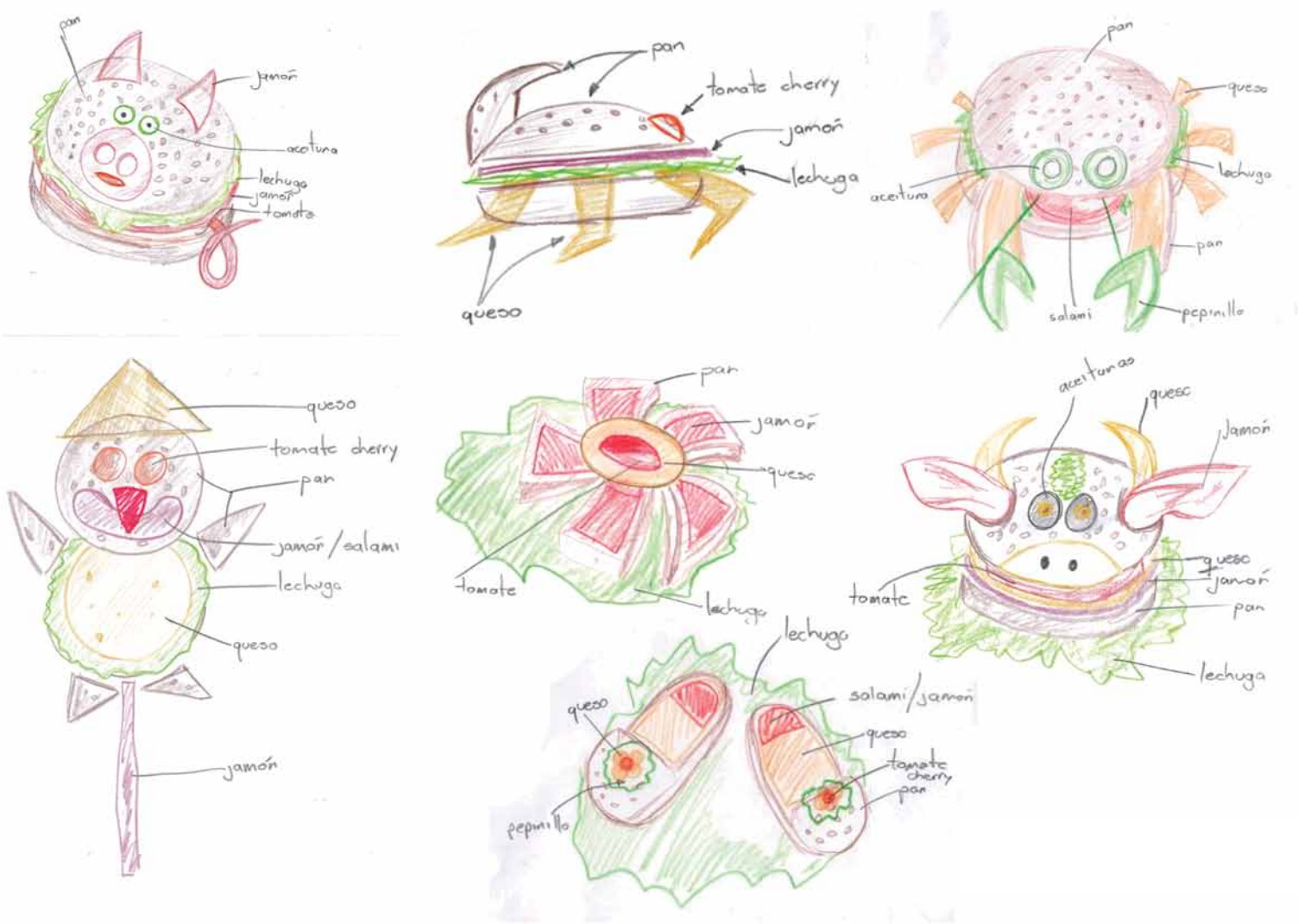
- Dragón
- Flor
- Caracol
- Ratoncito
- Salmón
- Libélula
- Mariposa

Bebidas

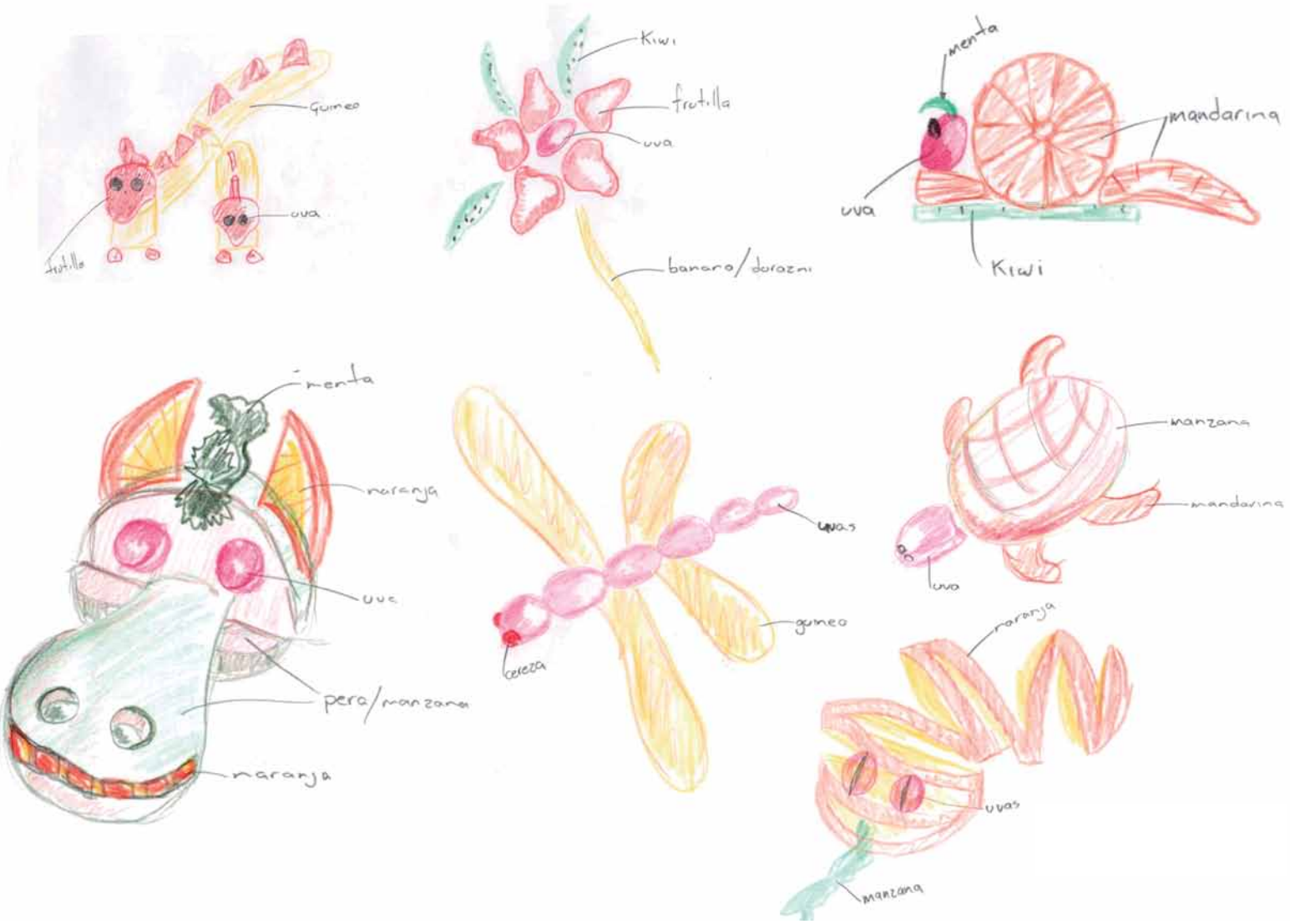
- Copa melón y piña
- Cóctel de frutas
- Jugo tropical
- Té helado con piña y durazno
- Té de manzana con helado
- Ponche de té
- Batido dulces sueños

Bocetos

Los primeros bocetos que realizamos fueron de la comida, unas ideas de como serían concebidos los platos.



Img. 79


guineo
uva
fruttilla
Kiwi
frutilla
uva
banano/durazno
menta
mandarina
uva
Kiwi
menta
naranja
uvas
pera/manzana
naranja
uvas
cereza
guineo
manzana
mandarina
uva
naranja
uvas
manzana

Img. 80

Fotografía

Las fotografías se realizaron en un pequeño estudio casero improvisado, con el uso de 2 luces, trípode, pinzas, papel de aluminio, parasoles de vehículos y filtros de tela blanca de camiseta y otros elementos caseros. Las fotografías que se muestran a continuación son las primeras pruebas realizadas y se encuentran sin editar.

Img. 81

Img. 82

Img. 83

Img. 84

Img. 85

Img. 86

Img. 87

Img. 88

Prueba en el target

Durante el proceso fotográfico, se aprovechó la elaboración de varios platos para realizar un breve sondeo de aceptación por parte del público.

Se colocó varios platos diseñados y tradicionales sobre una mesa y observamos que la reacción de los niños fue elegir los sándwiches de los personajes.

Img. 89

Img. 90

Img. 91

Img. 92

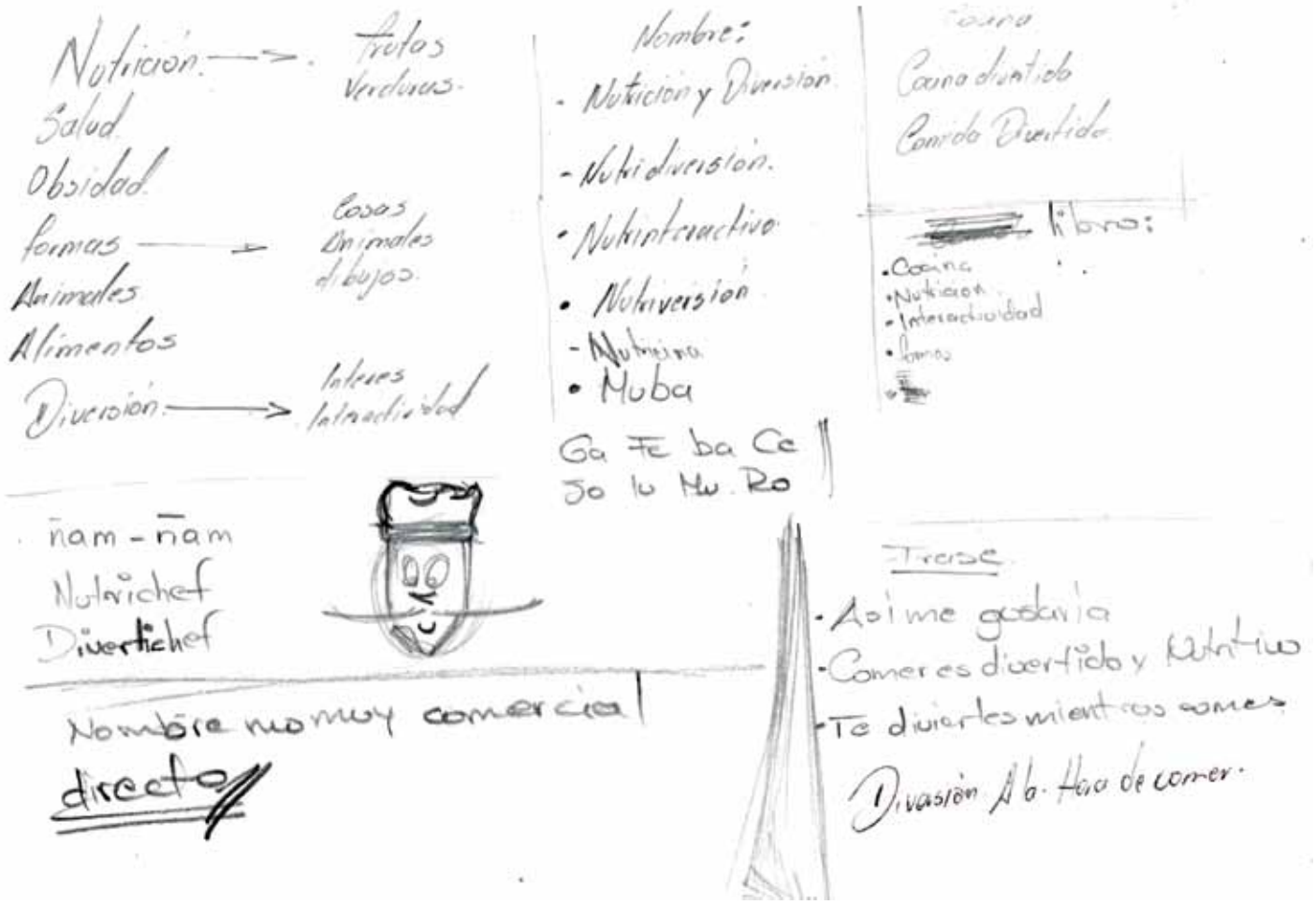
Img. 93

Img. 94

Img. 95

Marca

La marca que se plantea es el nombre que llevará el libro, por tal motivo el nombre es largo pero bastante claro y de fácil comprensión.



Marca definida

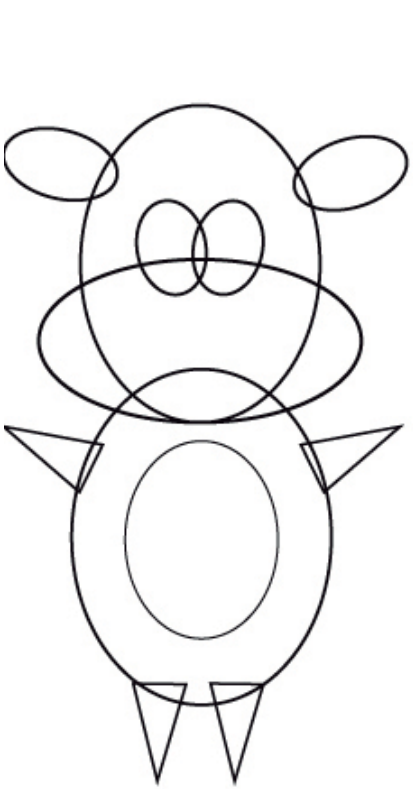
Sano y Divertido

Recetas Nutritivas para Niños

Personaje

Vimos necesaria la elaboración de un personaje que ayude a comunicar ciertos tips para la preparación de las diferentes recetas planteadas. Así también ayudaría a crear una conexión entre el usuario y el contenido del libro.

*Sano y Divertido
Comida Sana
Nutritivo y Divertido
Comida Sana y Divertida
Sano y Diver
Sano y Divertido
SANO y DIVERTIDO

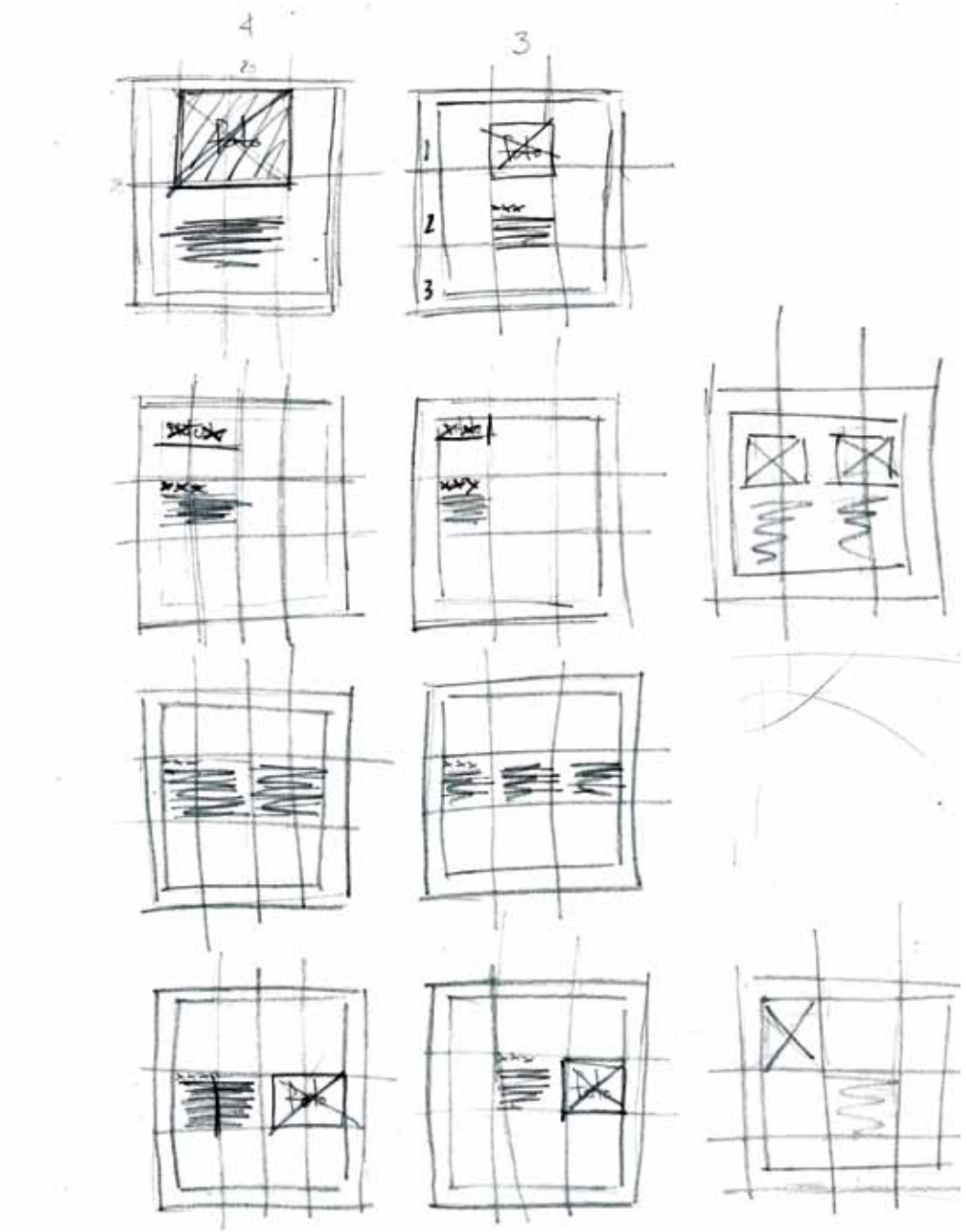


Personaje definido

Extras

Esta sección contiene varios recursos y procesos que también nos sirven para concebir el producto final.

Bocetos diagramación


4
3
1
2
3

Diagramación manual-recetario

tiro

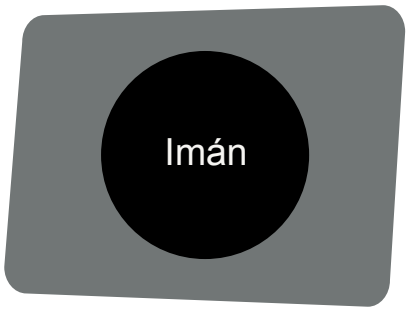
retiro

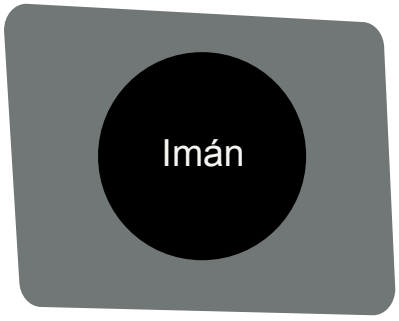
- Couché 300 g
- Plastificado mate

Portada

- Pasta rígida
- Plastificado mate
- Laca reservada

Tarjetas imantadas





Fotografías editadas

Brief publicitario

1. Descripción del producto
Sano y Divertido es una nueva propuesta, para incentivar a los niños en edades escolares a obtener buenos hábitos alimenticios, al consumir y tener preferencia por alimentos nutritivos dejando de lado la comida saturada en grasas.

2. Escenario estratégico
Nuestro país cuenta con una diversidad de alimentos, los mismos que contienen una variada cantidad de nutrientes, vitaminas, proteínas, minerales, entre otros, que son necesarios para el desarrollo y el correcto funcionamiento del cuerpo humano.

3. Problema / Objetivo
Se pretende incentivar a los niños en edad escolar a obtener buenos hábitos alimenticios mediante el consumo de comida nutritiva pero presentada de manera creativa.

4. El consumidor
Los consumidores del producto son básicamente las madres de familia, quienes prepararían las diferentes recetas para el consumo de sus hijos. Este target siempre está en constante búsqueda de nuevas formas de alimentar saludablemente, formas divertidas y atractivas que hagan que los niños prefieran consumir alimentos nutritivos y realizados en casa.

5. Riesgos
a) Performance: exceso de bocaditos poco nutritivos en las escuelas.
b) Social: preferencia por consumir comida chatarra.
c) Autosatisfacción: trabajar en incentivar buenos hábitos alimenticios a los niños, es de gran importancia, ya que se aportará en la prevención de enfermedades futuras como la obesidad, que es considerado como el mal del siglo XXI.

6. Posicionamiento
Actualmente se ve a la comida prepara en casa como poco apetitosa por parte de los niños, mientras que para las mamás es de vital importancia que sus hijos consuman alimentos nutritivos.

7. La promesa
Sano y Divertido.
Brindar recetas de fácil preparación que sean sumamente atractivas para el consumo de los niños, mostrar como con un poco de creatividad se puede lograr que se cambien los malos hábitos alimenticios por buenos.

8. Evidencias
Hay varios padres que han realizado comida creativa para sus hijos, han visto buenos resultados al lograr que estos consuman vegetales, verduras, frutas y demás alimentos que comúnmente no eran de su agrado.

9. Tono de la comunicación
Se debe mostrar alegre, divertida y hasta cierto punto novedosa, que de claras muestras de lo que contiene la publicación editorial.

10. Medios a utilizar
Para llegar a nuestro target adulto (madres de familia) se piensa trabajar de manera conjunta con empresas como Supermaxi, Gran Akí, Coopera, entre otras, con las cuales se pueden ofrecer descuentos en el consumo de alimentos que contengan las recetas, así también se puede distribuir en dichos locales mediante la colocación de un stand único para el producto y con promoción impresa en las cajas registradoras.
Para lograr un enganche con los niños (target que influye en la decisión de compra) se puede trabajar en souvenirs con la mascota del producto.

11. Plazas
Souvenirs, stand, y banners o adhesivos.

12. Fecha de lanzamiento
Agosto 2011

Conclusiones generales

Una experiencia muy alentadora resultó sin duda el trabajo en grupo, la colaboración con otras áreas distintas al diseño nos hizo ver la versatilidad que tiene éste de explorar nuevos campos.

Respecto al producto realizado, se logró cumplir los objetivos planteados al inicio del proyecto, las tarjetas imantadas proporcionan interacción con el usuario, por otra parte el brief publicitario muestra un plan diseñado de como se podría abordar el tema del lanzamiento del producto y su promoción.

Es importante mencionar que dicho proyecto contó con muchas horas de trabajo que sirvieron para hacernos madurar como personas y como futuros profesionales en el área de diseño, nos impulsó a hacer amistades y palpar de cerca el comportamiento con los proveedores de insumos y servicios de impresión.

Bibliografía

Ayora, Patricio. "*La obesidad infantil ataca en el país*". Diario El Comercio. 24 mayo 2010. http://www4.elcomercio.com/2010-05-24/Noticias/Sociedad/Noticia-Principal/EC100524SALUDBEBES.aspx

Bojalil, Margarita. *La marca: máximo valor de su empresa*. Pearson Educación: Rebora, 2002. Pág 31.

Caballero, Gonzalo. "*La marca*". Monografías. 25 enero 2008. http://www.monografias.com/trabajos16/marca/marca.shtml

Chiazzari, Suzy. *Color*. Blume, 2000

Cuatro. "*Comida creativa*". Cuatro. 23 marzo del 2010. http://blog.cuatro.com/perdidos/2010/03/perdidos-tele-comida-creativa.html

D. A. Dondis. *La sintaxis de la imágen, introducción al alfabeto visual*. Ed. Gustavo Gilli: Barcelona 1982, pág. 13-102

Dabner, David. *Diseño gráfico, fundamentos y prácticas*. Blume.

E. L. Oseguera. *Lectura y redacción 1*. Ed. Publicaciones cultura: México, 1998.

GCA. "*Altos índices de desnutrición y obesidad*". Diario Hoy. 12 septiembre 2004. http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/altos-indices-de-desnutricion-y-obesidad-185632-185632.html

Guerrero, Manuel. "*Obesidad provoca inactividad en niños, comprueba estudio*". Diario el nuevo emprendedor. 9 julio 2010. http://www.elnuevoempresario.com/noticias_24297_obesidad-provoca-inactividad-en-ninos-comprueba-estudio.php

Harris, Ambrose. *Retículas*. Parramón.

Kotler, Philip y Gary Armstrong. *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación : México, 2008.

López, Pablo. "*Un problema de salud en el Ecuador: niños con sobrepeso y obesidad*". Gordos. 2002. http://www.gordos.com/Noticias/deta¬lle.aspx?dieta=500

Mogrovejo, Fabian. *Formas y organizaciones bidimencionales*.

Monárrez, Alfonso. "*Libro: Recetas: Comida creativa y divertida*". 2010.

Periodista. "*Comida chatarra, preferida en los bares escolares*". Diario El Tiempo. 24 marzo 2009. http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/11032-comida-chatarra-preferida-en-los-bares-escolares/

Prieto, Alejandro. "*Nutrición*". Monografías. 8 marzo 2007. http://www.monografias.com/trabajos/nutricion/nutricion.shtml

Roberth. "*Imaginación en el diseño de comida para niños*". Cocina rica. Septiembre 2009. http://www.cocinarica.com/2009/09/imaginacion-en-el-diseno-de-comida-para.html

Samara, Timothy. *Tipografía para diseñadores*. Blume.

Sarfatti , Esther. *Gran Diccionario Enciclopédico Visual*. Ed. Everest: Colombia, 2006

Stoklossa, Uwe. *Trucos publicitarios: instrucciones sobre seducción visual*. Gustavo Gilli, 2006.

Wong, Wucius. *Fundamentos de diseño bi-tri dimencional*. Gustavo Gilli, 1982

Zampollo, Francesca. " *Food Design*". International Food Design Society . © 2011.

Imágenes

Img 1 http://www.mac7.net/images/KidStuff/MCP_5388w.jpg

Img 2 http://www.ayuntamientoparla.es/files/2035-7640-ImagenAltaResolucion/niño%20comiendo.jpg

Img 3 http://www.singleservecoffee.com/images/espesso.jpg

Img 4 http://snackcetera.com/wp-content/uploads/2011/06/PringlesXTREMERaginCajun.jpg

Img 5 http://designfetishdotorg.files.wordpress.com/2009/05/lg_cokesummercan_allcans.jpg

Img 6 http://1.bp.blogspot.com/_vAbWq-x7nzc/TJ-svZ8yY6I/AAAAAAAAAzw/5AraNOhAees/s1600/Pedro+Camacho+2.jpg

Img 7 http://decoracion2.com/wp-content/uploads/lavabo-huevo-1.jpg

Img 8 http://www.rainers-hotel.at/fileadmin/user_upload/gallery/m_rainers_hotel_restaurant_verde_5.jpg

Img 9 http://www.littleredbook.cn/wp-content/uploads/2009/02/littleredbook_dot_cn_aucma_3.jpg

Img 10 http://3.bp.blogspot.com/_sYLAPkGIRY4/TJ69YtJlhnI/AAAAAAAAAAk/HSskDQNa0xA/s1600/cascada-de-frutas.jpg

Img 11 http://www.fondosparapantalla.com/albums/fondos-frutas/Vegetales-003.jpg

Img 12 http://www.fondosparapantalla.com/albums/fondos-frutas/Tomate-003.jpg

Img 13 http://www.otromarketing.es/wp-content/uploads/2008/06/985581_52577572.jpg

Img 14 http://www.mercaredes.com/images/pina.jpg

Img 15 http://www.pantryspa.com/wp-content/uploads/2009/06/kiwi.jpg

Img 16 http://www.publicdomainpictures.net/pictures/4000/velka/1-1248160875fSW9.jpg

Img 17 http://fotos.sapo.pt/JSS4mTZkzi3WbstdRdST/

Img 18 a 34 Realizada por autor

Img 35 http://www.mexside.com/wp-content/uploads/2008/04/reticula_aurea01.gif

Img 36 http://4.bp.blogspot.com/-7JlSB4sJeGg/TasEGVxviFI/AAAAAAAAAcg/zS7xUSzy7gI/s1600/digital_slr_jpeg.jpg

Img 37 http://www.laurajohansen.com/gallery/large/conecakew.jpg

Img 38 http://catolicojoven.blog.com/files/2009/12/nc2ba00016-la-luz-de-la-vela2.jpg

Img 39 http://www.ecbloguer.com/tiempodemercadeo/wp-content/uploads/2010/02/logos.png

Img 40 Realizada por autor

Img 41 http://4.bp.blogspot.com/_zt_mje7EXjk/TPse6RwASDI/AAAAAAAABhA/B0hTKGVCIw0/s1600/Clasa+Recetas+Comida+Creativa+2.jpg

Img 42 http://www.enlaceseditoriales.com/files/portadas/9788484283164.jpg

Img 43 http://www.soygik.com/wp-content/uploads/2009/04/pokeball.jpg

Img 44 http://3.bp.blogspot.com/_VjhlHB8vpIQ/TF2ctBQDuqI/AAAAAAAAAQc/-vsPLtXD39o/s1600/sony-playstation-japanese-bento.jpg

Img 45 http://3.bp.blogspot.com/publicidad con comida

Img 46 http://.blogspot.com/ajira

Img 47 http://html.rincondelvago.com/000762310.png

Img 48 http://1.bp.blogspot.com/_2ojVoFsNJHU/TLCZyk2HQJI/AAAAAAAAABc/N_5eUlxjDSk/s1600/arte+y+gastronomia,+restaurante+en+Chile.jpg

Img 49 a 50 Realizada por autor

Img 51 http://www.google.com/images/philadelphiacheese

Img 52 http://www.google.com/images/crepes

Img 53 Realizada por autor

Img 54 http://es.fordesigner.com/pic/zip/20104221639495277801.jpg

Img 55 http://www.google.com/images/roseta de color

Img 56 http://www.google.com/images/recetario

Img 57 http://4.bp.blogspot.com/_zh3437-5l2o/TNiBhVk6gdI/AAAAAAAAAB0/U6osljacpP0/s1600/food-is-food.jpg

Img 58 http://www.studio80s.com/gallery/large/100415_TAZO_Cinna.jpg

Img 59http://www.myfoodesign.com/Public/food_design_5.jpg

Img 60 http://www.fondosdeescritorio10.com/wp-content/uploads/2009/06/rodajas_narajas.jpg

Img 61 http://blogrecetas.files.wordpress.com/2010/01/perascafe1.jpg

Img 62 a 77 Realizada por autor

Img 78 http://www.countryhomecanning.com/images/bigstockphoto_Fresh_Fruit_Juice_2931702-450x300.jpg

Img 79 en adelante realizda por autor

du design
editorial