UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Diseño de un producto editorial digital para difundir la comida típica ecuatoriana en los hogares

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DISEÑADOR GRÁFICO

AUTOR: Sebastián Ordóñez
TUTOR: Mgt. Roberto Landivar

• Cuenca - Ecuador •
2016

Diseño de un producto editorial digital para difundir la comida típica ecuatoriana en los hogares

TUTOR
Mgt. Roberto Landivar Feicán

FOTOGRAFÍAS E ILUSTRACIONES
Todas las imágenes son realizadas por el autor, excepto aquellas que se encuentran con su cita respectiva.

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Sebastián Ordóñez

IMPRESIÓN

2016

Cuenca - Ecuador

DEDICATORIA

A todas las madres y abuelas :)

AGRADECIMIENTOS

E X Z B T E M I S Z A B D Y R O D A S Y
S P A N C H O P F M Á N D K K Z Ó P Q F
T B Ú R I S M A E L F L O R E S Y Í V E
E S T E B A N O R D O Ñ E Z R B D J W K
B H Q E Í Í É L N A R B S P N D D X W L
A Ó C R I S T I A N A L V A R R A C I N
N F H O I Ó D V N D F B Y N O B N X B U
A F K B S N O I D R A V V G Ó O I A L D
M A Ú E A J L H O E E M A A M G E N A G
O N A R A U O D O A L D N B E A L N N A
N N M T C L R M R V E I E R N L A A C B
E Y I O O I E R D A S A S I O O D T A R
D F F L R O S J O L T N S E S F U R F I
Ó A A A D O F Z Ñ D R A A L A A R I A E
P J M N O R A H E I E V R A U J A P J L
U A I D Ñ D J É Z V L I U V N A N A A V
Ñ R L I E O A T Ü I L V B E O R K L R I
Q D I V Z Ñ R P H E A A I L R D G D D V
G O A A N E D F M Z K R O E W O G I O A
V C J R R Z O P C O C I K Z E Z I N M R

ÍNDICE

MARCO TEÓRICO

GASTRONOMÍA 15
1.2 GASTRONOMÍA DEL ECUADOR 16
1.3 IMPORTANCIA DEL PATRIMONIO CULTURAL DE UN PAÍS 17
• GASTRONOMÍA COMO PATRIMONIO DE UN PAÍS 18
• VALORIZACIÓN DE LA GASTRONOMÍA DEL ECUADOR 19
DISEÑO 20
2.2 DISEÑO EDITORIAL 21
• DISEÑO EDITORIAL DIGITAL 21
2.3 MULTIMEDIA 22
• NIVELES SEMIÓTICOS DE LA MULTIMEDIA 22
• TEXTO 22
• SONIDOS 22
• GRÁFICOS 23
• IMÁGENES ESTÁTICAS 23
• IMÁGENES DINÁMICAS 23
2.4 EXPERIENCIA DEL USUARIO 24
• DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO 24
• INTERFAZ 25
• SISTEMAS DE NAVEGACIÓN 26
• ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN 28
• USABILIDAD 29
INVESTIGACIÓN DE CAMPO 29
• ENTREVISTA 30
HOMÓLOGOS 32
• FUNCIÓN 32
• FORMA 32
• TECNOLOGÍA 32
• KITCHEN STORIES 33
• JAMIES RECIPES 34
• UNIQLO 35
• WEBER GRILLS 36
CONCLUSIONES 37

PROGRAMACIÓN

TARGET 41
PLAN DE MARKETING 42
• PRODUCTO 42
• PRECIO 42
• PLAZA 42
• PROMOCIÓN 42
PARTIDOS DE DISEÑO 44
• FORMA 44
• FUNCIÓN 45
• TECNOLOGÍA 45

IDEACIÓN

DIEZ IDEAS 49
• IDEAS 49
• GENERACIÓN DE DIEZ IDEAS 50
• SELECCIÓN DE TRES IDEAS 52
SISTEMA DE DISEÑO 53
• TIPOGRAFÍA 53
• LOGO 54
• CROMÁTICA 55
• ICONOGRAFÍA 55
• FOTOGRAFÍA 56
• INTERFAZ PRINCIPAL 57
• SOFTWARE UTILIZADO 60
PUKU 61
VALIDACIÓN 63
CONCLUSIONES 64
• RECOMENDACIONES 64
ANEXOS
BIBLIOGRAFÍA 69

ÍNDICE DE IMÁGENES

Pag 12	Ají 01	https://goo.gl/EbSLnb
Pag 15	Ají 02	https://goo.gl/GHmMmR
Pag 16	Aguacate 01	https://goo.gl/U91dau
Pag 17	Aguacate 02	https://goo.gl/U91dau
Pag 18	Cuchara 01	https://goo.gl/m7ePhH
Pag 19	Cuchara 02	https://goo.gl/m7ePhH
Pag 20	Cranberries 01	https://goo.gl/k0iOoh
Pag 20	Especia 01	https://goo.gl/m7ePhH
Pag 21	Especia 02	https://goo.gl/m7ePhH
Pag 20	Especia 01	https://goo.gl/m7ePhH
Pag 32	Fresa 01	https://goo.gl/6LEljQ
Pag 32	Especia 03	https://goo.gl/m7ePhH
Pag 37	Cranberries 02	https://goo.gl/Wn2Wct
Pag 38	Limon 01	https://goo.gl/RFTdWp
Pag 41	Limon 02	https://goo.gl/KullMp
Pag 42	Vainas 01	https://goo.gl/QLA2JY
Pag 44	Uva 01	https://goo.gl/YUQgIM
Pag 46	Naranja 01	https://goo.gl/1tRdPC
Pag 49	Naranja 02	https://goo.gl/wyejkM
Pag 50	Tabla 01	https://goo.gl/uxaQ3b
Pag 53	Durazno 01	https://goo.gl/su6EOM
Pag 61	Naranja 03	https://goo.gl/dj9ytv
Pag 63	Mandarina 01	https://goo.gl/ORO3uU
Pag 64	Naranja 04	https://goo.gl/FgVlrB
Pag 66	Blueberry 01	https://goo.gl/D687uU
Pag 69	Blueberry 02	https://goo.gl/AMUbDM

RESUMEN

Si bien el ecuador es un país pequeño, este tiene una gran riqueza gastronómica, las diferentes regiones con su flora y fauna han permitido que se desarrollen recetas muy variadas entre las regiones, la falta de difusión está causando que la gastronomía típica ecuatoriana se esté perdiendo, por lo que se diseñó un producto digital con el objetivo de difundir la comida ecuatoriana, el resultado fue un recetario que se distribuye mediante una página web para que todas las personas puedan acceder a este y así aprender a preparar platos típicos de tres de nuestras regiones.

ABSTRACT

Designing a Digital Editorial Product for Promoting the Consumption of Typical Ecuadorian Food in Homes

Despite of the fact that Ecuador is a small country, it has a great gastronomic wealth. Its different geographical regions with their own flora and fauna have favored the development of varied recipes. Unfortunately, the lack of diffusion of Ecuador's typical gastronomy is causing its disappearance. This has led us to design a digital product with the purpose of advertising Ecuadorian food. The result is a recipe book distributed through a web page, so as to let people all over the world have access to it and learn how to prepare the typical dishes of three of our geographical regions.

Key words:

1. gastronomy
2. typical food
3. Ecuador
4. design
5. digital
6. editorial
7. recipes
8. cultural advancement

62714 ORDÓÑEZ VIVAR SEBASTIAN FERNANDO

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
Dpto. Idiomas

Translated by,

Rafael Argudo

OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la difusión de la comida típica ecuatoriana en los hogares a través del diseño de un producto editorial digital que muestre la preparación de estos platos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Diseñar un producto editorial digital para tablets que ayude a conocer y sea una guía para preparar los platos de la comida típica ecuatoriana.

INTRODUCCIÓN

A pesar de ser un pequeño país, el Ecuador, cuenta con una gran riqueza gastronómica debido a las diferentes regiones que permiten el crecimiento de una diversidad de flora y fauna, ayudando al desarrollo de diferentes platillos en cada región. La insuficiente difusión de dichos platillos ha causado que parte de la cultura ecuatoriana se pierda, esto se debe a que la difusión de la gastronomía se limita a las recetas aprendidas en casa, por lo que es importante dar a conocer la gastronomía ecuatoriana y tener un registro de esta.

Lo que esta tesis propone es crear un registro donde la gastronomía ecuatoriana este disponible a cualquier persona que desee.

Capitulo 1

MARCO TEÓRICO

GASTRONOMÍA

La gastronomía es la conjunción de aspectos culinarios con aspectos culturales que hacen a cada sociedad o comunidad. Es por esto que la gastronomía no es simplemente un conjunto de técnicas o métodos de cocción sino también la relación que los individuos establecen con el medio que los rodea, del cual obtienen sus recursos alimenticios, el modo en que los utilizan y todos aquellos fenómenos sociales que tienen que ver con la consumación de las preparaciones culinarias, es el arte de la preparación de una buena comida, se compone de un conjunto de conocimientos y prácticas relacionadas con el arte culinario, las recetas, los ingredientes, las técnicas y los métodos, así como su evolución histórica y sus significaciones culturales. (Ucha, s.f)

La gastronomía es una disciplina ha ido evolucionando a través de los años, siempre influenciada por entorno natural de donde se obtienen los recursos alimenticios y por el comercio que se da con otros pueblo o ciudades. La gastronomía no es universal, sino que es única, cambia dependiendo del lugar donde se está, y no solo de país a país, si no también de región a región inclusive de una ciudad a otra.

Hoy en día las personas tienen acceso a una variedad muy grande de alimentos, aun así, la comida rápida, los productos estandarizados y baratos, tiene cada vez más aceptación, esto va ganando terreno en nuestras sociedades, dando cabida a una desestructuración de los hábitos alimentarios. La globalización también a estado presente en el campo alimenticio, la producción, distribución y su comercialización de alimentos extranjeros en los diferentes países del mundo ha causado una transformaciones en nuestra alimentación, esto es debido a la aceleración de la historia y de la globalización del mercado alimentario.

1.2
GASTRONOMÍA DEL ECUADOR

El Ecuador es un país con una gran biodiversidad, uno de los pocos países en el mundo con estas características, y son estas que a dado paso a una riqueza cultural grande fruto de la fusión de varias culturas cuya influencia ha dado paso a sabores y aromas propios de nuestra tierra.

El desarrollo de la agricultura permitió que nuestros antepasados optaran por asentarse en ambientes que podrían proveerles lo que requerían para satisfacer sus necesidades alimenticias, aunque no se limitaron a productos provenidos de sus tierras, se conoce que desde épocas del Incario existían prácticas de intercambio entre regiones, lo que permitiría una gran variedad de alimentos para los distintos grupos que existían en la época.
La cocina nuestro país tiene una identidad mestiza como resultado de los diferentes aportes culinarios traídos del continente por los pueblos europeos y su combinación con la comida autóctona, esta cocina mestiza el alimento común de las diversas clases sociales, tanto los criollos como los mestizos y los indígenas, ellos se apropiaron del uso de las productos de europeos como hortalizas y condimentos y así se dio paso a la creación de muchos de las platos típicos que hoy en día disfrutamos.

Históricamente las mujeres han asumido las prácticas culinarias en el hogar, lo que las convierte en agentes clave del desarrollo de las cocinas tradicionales. Ellas se encargaron de la conservación de recetas, convirtiéndose en guardianes de los sabores, son portadoras de valiosos saberes y conocimientos que ha sido heredados de generación en generación entre madres e hijas principalmente. Se suelen transmitir desde edades tempranas y por costumbre a mujeres vuelven hacerlo con sus propios hijos, esta práctica de transmisión de conocimientos pone en peligro a nuestros platos típicos por el hecho de que si no se logra transmitir a las generaciones más jóvenes, estos platos se pierden, aunque cabe recalcar que esto ha permitido el desarrollo de diferentes versiones para un solo plato, lo que da paso a un sin fin de recetas típicas ecuatorianas. (Unigarro Solarte, 2010)

Algo cabe recalcar sobre la gastronomía típica del Ecuador es que algunos platos no vienen solos sino vienen acompañados de fiestas tradicionales como el carnaval, semana santa, Corpus Cristi, entre otros, estos platos que son preparados una vez al año son motivo de festejo Y de reunión entre familias y amigos, lo que demuestra la gran variedad de expresiones culturales que se ha dado en el Ecuador ya que ésta no sólo se limita a expresiones culturales individuales Sino que dichas expresiones van dadas de la mano.

Parte importante del patrimonio cultural de un pueblo son las tradiciones culinarias, así como las leyendas, coplas y refranes, música y muchas manifestaciones culturales que muestran la forma de ser de sus habitantes, la globalización está amenazando a estas manifestaciones por lo que es importante rescatar nuestro patrimonio, en este caso nuestra comida tradicional típica o criolla.

1.3
IMPORTANCIA DEL PATRIMONIO CULTURAL DE UN PAÍS

PATRIMONIO CULTURAL

Es un conjunto de realizaciones que los pueblos a lo largo de los siglos han ido creando, en los ámbitos estéticos y vitales, el patrimonio cultural nos vincula a un grupo destacando diferencias, son esos elementos que se mantienen a través de los años y nos dan identidad como un grupo. (Malo Gonzalez, 2001)

El patrimonio cultural tiene una importancia, valor y significado arqueológico, arquitectónico, histórico, artístico, social, antropológico e intelectual, este comprende distintas expresiones culturales como la religión, lengua, costumbres, fiestas populares, hasta la danza y la música. Y lo más importante, es que se reconocen a estas manifestaciones culturales ya sean de las comunidades tradicionales o indígenas de nuestro país.

PATRIMONIO INMATERIAL

El patrimonio cultural intangible o inmaterial es un importante factor en la conservación de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. El entendimiento del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades ayuda al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia diferentes modos de vida.

La importancia del patrimonio cultural inmaterial no apoya en la manifestación cultural en sí, sino en el conjunto de bienes morales y culturales de un grupo y en técnicas que se transmiten de generación en generación. El valor social de esta transmisión de conocimientos es perteneciente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado. (UNESCO, s.f)

Los avances de la globalización que amenaza a los diferentes grupos humanos con convertirnos a en uno solo, se puede observar una tendencia cada día más fuerte a valorar la diversidad y a encontrar en ella, los elementos distintivos de cada grupo se encuentran en su cultura popular.

Una de las características de la cultura popular es la pluralidad y la diversidad, teniendo muy en cuenta en aquellos elementos que hacen a una comunidad diferente de otras, su fuerza y su orgullo.

1.3.1
GASTRONOMÍA COMO PATRIMONIO DE UN PAÍS

"La identidad de los pueblos de cocina y sirve a diario, cada guiso preparado, cada plato servido, cada bocado ingerido moldear la cultura, la transforman y la recrean" (León, s.f)

La elaboración material de la cocina tiene una carga histórica de transmisión de tradiciones, sabores, procedimientos, métodos, que se han heredado, costumbres de cada comunidad que tiene una riqueza simbólica material de diversidad cultural que se hace incuestionable su carácter patrimonial.

El aspecto más importante a mencionar es que la condición para que cierta práctica, rito, etc., forme parte del patrimonio de un pueblo tiene que ser considerado que determinado arte objeto, práctica, expresión, etc., tenga un valor excepcional en la historia de ese pueblo. Esa atribución de valor de importancia reconocida por un pueblo se evidencia en la apropiación y puesta en práctica en la cotidianidad, conociéndola como componente importante de su cultura.

La cocina es catalizadora de prácticas ligadas al desarrollo económico y cultural de los pueblo, es posible reconocer a un país por sus tradiciones culinarias, identificadas por el uso de algunos ingredientes propios de cada clima, luego por ciertos procesos culinarios y en especial por ciertos condimentos que le dan a la cocina su sazón típica

La gastronomía es una parte muy importante del patrimonio de un país ya que refleja la vida y la memoria de nuestros antepasados, sus tradiciones y sus diferentes expresiones culturales que refleja nuestro comportamiento y nuestros hábitos, hoy en día esas expresiones están presentes en nuestras vidas aunque no nos demos cuenta, y estas son las que nos diferencian del resto del mundo. (Unigarro Solarte, 2010)

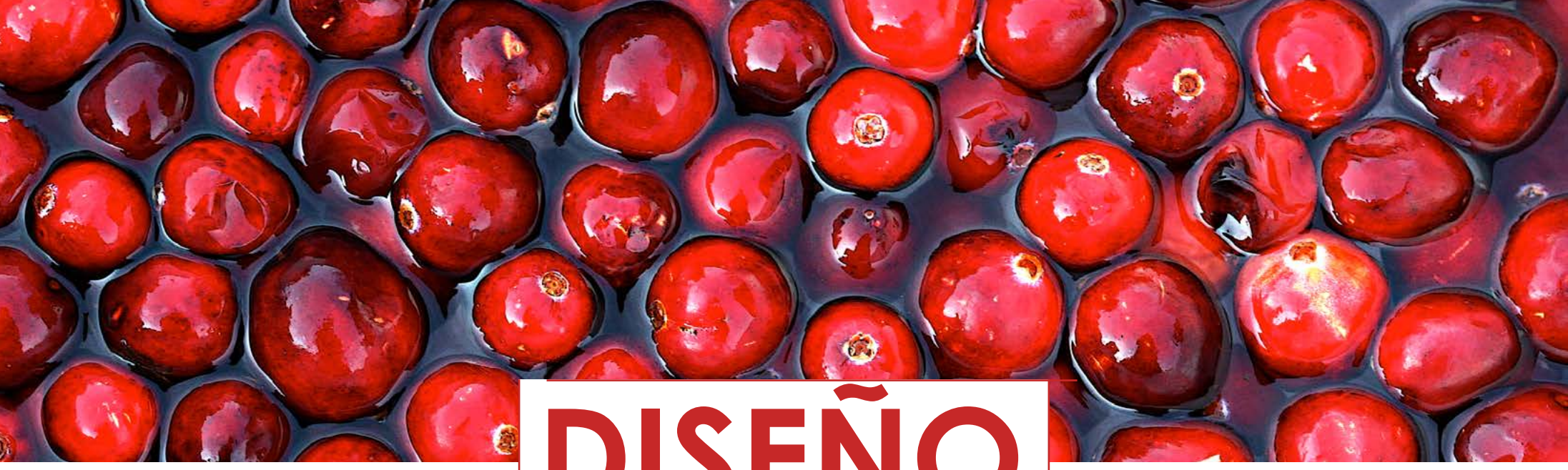
1.3.2
VALORIZACIÓN DE LA GASTRONOMÍA DEL ECUADOR

Aunque el Ecuador es un país pequeño existen muchas culturas, y esto ha permitido que nazcan diversas o múltiples expresiones culturales. En un mundo globalizado como en el que vivimos hoy absorbemos muchas de estas expresiones de otros países incluyendo su gastronomía, se ven restaurantes con comida de todo el mundo, desde cocina italiana, holandesa, americana, hasta cocina japonesa, todo esto cada vez está opacando a nuestras nobles y ancestrales herencias culinarias.

La comida extranjera tiene una fuerte presencia en nuestra sociedad y esto se debe a la gran propaganda que estas tienen, desde la comida rápida hasta los libros de cocina ajenos a nuestro país. Tenemos la tradición de comer en familia, el menú diario que se ofrece hoy en los hogares se ha homogeneizado, y se está dejando a un lado la comida típica ecuatoriana, si bien aún se consume, esta es cada vez es menor y esto se debe a que la difusión de nuestra gastronomía se limita la las recetas aprendidas en casa.

Desde el punto de vista gastronómico el diseño gráfico siempre ha influido de manera significativa siempre ha comunicado recetas de varias partes del mundo, por otro lado la comida típica ecuatoriana ha sido transmitida en su mayoría por vía oral, debido a que este voceo o esta transmisión oral es uno de los canales por los cuales se ha difundido la mayor cantidad de nuestros saberes culinarios es importante para dar a conocer nuestra gastronomía y tener un registro de esta. Hay que tomar en cuenta que la difusión de nuestra gastronomía es un factor muy importante para poder preservar nuestra cultura.

La falta de difusión de la comida típica ecuatoriana, ha provocado que al momento de preparar comida en casa dejemos a un lado nuestros platos y los cambiemos por una gastronomía extranjera, también existe una divulgación de la comida de otros países a nivel gráfico, hay carteles, anuncios, vallas, recetarios, etc. Esto ha provocado una homogeneización en el menú diario donde nuestra comida típica cada vez va perdiendo fuerza.



DISEÑO

Se podría decir que el diseño gráfico, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por los medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. (Frascara, 1996)

El diseño gráfico es una disciplina social y humanística, el arte de concebir, planear y realizar las comunicaciones visuales, necesarias para resolver las situaciones humanas. Está directamente vinculado a la vida urbana y del desarrollo tecnológico, el diseño gráfico no se limita a técnicas, métodos o teorías determinadas, si no que es el arte de deliberar sobre ellas y sobre la innovación. (Tapia Mendoza, 2014, p. 10)

Como se puede apreciar el diseño gráfico tiene diferentes especializaciones (Editorial, digital, multimedia, etc) para poder resolver las distintas problemáticas que se nos presentan, en este caso se ha decidido utilizar el diseño editorial y digital para poder resolver la problemática expuesta en este documento.

Dentro de este tema, el Diseño Digital así como el Diseño Editorial, se encontraran subtemas que forman parte fundamental para el diseño de un producto editorial digital, los cuales en conjunto servirán para el desarrollo del producto final.

Especia 01

2.2
DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros. Este debe moldearse de acuerdo al mercado y a lo que se quiere comunicar, no es lo mismo entregarle una revista especializada para niños a un adulto mayor, el cual quiere leer su periódico o una revista de temas políticos.

Parte importante del diseño editorial es la retícula, esta consiste en una estructura sobre la cual se puede trabajar en esta se puede colocar diferentes elementos: páginas, columnas, etc.

La retícula es un instrumento de composición para el diseño de libros, periódicos, revistas ya sean digitales o impresas. Es una estructura invisible. Una retícula bien organizada tiene que tener un modo armónico con el formato. Por lo tanto, en la retícula es muy importante la división geométrica de un área, dividida en columnas, espacios, márgenes, etc. Debe definir la posición de todos los elementos que aparecen en la página (dónde va el título, subtitulo, pie de foto, etc). No es algo rígido y depende del medio para el que se utilice. (Álvarez, 2009)

2.2.1
DISEÑO EDITORIAL DIGITAL

El diseño digital se caracteriza por poder brindar más información, puesto que el diseño productos digitales (Paginas web, revistas, etc.) se presta para la saturación de información e imágenes debido a que es más visual. Sin embargo, esto no quiere decir que las oraciones puedan ser rebuscadas, todo lo contrario, deben de ser claras y precisas. En el caso de los periódicos online, no se requiere establecer un orden jerárquico de las notas o justificar el texto. Se presta para un diseño más creativo, se puede utilizar un sinfín de tipografías y de colores.

El diseño digital retoma las bases de la comunicación visual. Se identifica como un elemento editorial más creativo, que no solo busca generar material de lectura, sino también incluir objetos visuales que ayudan a hacer más dinámica la consulta de la información. (Peralta, 2013)

Especia 02

2.3
MULTIMEDIA

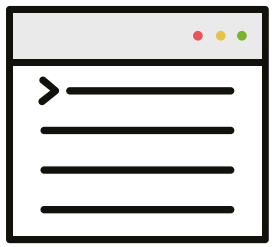
Cuando hablamos de multimedia, normalmente nos referimos a la combinación de múltiples aparatos tecnológicos (ordenadores, memorias electrónicas, redes de transferencia de información, o aparatos de exposición) que nos permiten presentar la información en múltiples formatos (como textos, imágenes realistas o gráficos) llegando a través de dos o más sentidos hacia el usuario.

Por lo tanto, el concepto multimedia hace referencia a diferentes niveles. Nivel técnico, que se refiere a los aparatos técnicos; dichos aparatos pueden ser considerados como portadores de signos. Nivel semiótico, que se refiere a las formas de representación (textos, imágenes, y gráficos), puede ser considerado como clases de signos. Nivel sensorial, que se refiere a la forma que el usuario recepta el mensaje. (Wolfgang, s.f)

2.3.1
NIVELES SEMIÓTICOS DE LA MULTIMEDIA

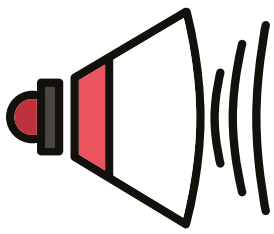
Son las formas de representación que tiene la multimedia, el uso de diferentes medios en la que la información es presentada debe desarrollarse teniendo en cuenta la utilidad y funcionalidad que estos van a tener dentro del producto, El uso de los diferentes medios de comunicación (auditivo, visual) facilita el aprendizaje y la compresión de la información, adaptándose con mayor facilidad al usuario, a sus características y capacidades.

TEXTO



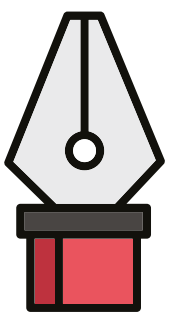
El incluir texto permite amplificar la comprensión lectora, fluidez verbal, vocabulario, etc. La función principal que tiene el texto es la profundización de los temas. Además permite aclarar información gráfica o icónica en las aplicaciones multimedia. Tomando en cuenta cuales son los usuarios a los que va dirigida la aplicación multimedia podemos auxiliarnos en el texto como componente visual, así podemos destacar la información mas importante y damos a entender con mayor claridad el mensaje escrito.

SONIDOS



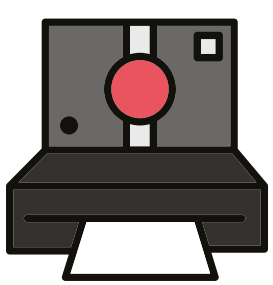
Los sonidos se utilizan especialmente para poder favorecer la accesibilidad de la información haciéndola más comprensible. Los sonidos que se integran pueden llegar a ayudar a añadir significado a imágenes, se integran efectos de sonido y música para poder obtener un efecto motivador atrayendo así la atención del usuario. Son particularmente relevantes para ciertas temáticas (aprendizaje de idiomas, música, etc.).

GRÁFICOS



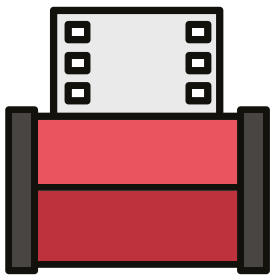
Un elemento habitual en las aplicaciones multimedia son los componentes iconográficos que admiten la representación de palabras, ideas, conceptos mediante dibujos o imágenes, es la encarnación esencial del concepto o idea que se va a transmitir. Tienen un carácter visual por ello son apropiadas para la comunicación de conceptos o ideas. En aplicaciones que pueden ser utilizadas por personas que hablan diferentes idiomas o con distintos niveles en el desarrollo del lenguaje.

IMÁGENES ESTÁTICAS



Estas imágenes estáticas tienen gran papel dentro de las aplicaciones multimedia, su fin es facilitar la comprensión de la información que se desea difundir. Rodríguez Diéguez (1996) indica que la imagen puede realizar seis funciones distintas: representación, alusión, enunciativa, atribución y operación. Podemos distinguir diferentes tipos de imágenes: fotografías, representaciones gráficas, fotogramas, ilustraciones, etc.

IMÁGENES DINÁMICAS



Las imágenes en movimiento son un medio de gran importancia, puesto que transfieren de forma visual diferentes secuencias completas de contenido. Por medio de ellas, se puede llegar a representar eventos difíciles de conocer de una forma real. Pueden ser animaciones o videos. La animación generalmente permite un control mayor que el que el video nos permite. (Belloch, s.f)

2.4
EXPERIENCIA DEL USUARIO

Experiencia de usuario se refiere a lo que siente y experimenta un usuario que utiliza un producto. Es un campo de estudio muy abordado desde diferentes disciplinas, el área de Experiencia de usuario ha recibido aportes muy notables en el último tiempo gracias a la introducción de tecnologías de seguimiento de las acciones del usuario.

Se ha observado que los usuarios necesitan confirmaciones visuales de las percepciones que tienen de los contenidos que revisan. Por ejemplo, la utilización de un lenguaje claro genera una tasa de respuesta más alta que cuando el lenguaje utiliza palabras que no son tan conocidas para el usuario. Lo mismo ocurre cuando los elementos interactivos como enlaces, botones y zonas de ingreso de información no se diagraman con las formas a las que el usuario está acostumbrado. Su contenido debe ser explicativo, los enlaces deben contener palabras que expliquen hacia dónde se dirige la acción, de tal manera de evitar que lo enlazado sean frases como "clic aquí".

2.4.1
DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

El Diseño Centrado en el Usuario da un enfoque de diseño cuyo proceso está dirigido por información sobre las personas que van a hacer uso del producto.

El enfoque del Diseño Centrado en el Usuario persigue asegurar que un producto tenga la funcionalidad adecuada para usuarios concretos. El objetivo de esta filosofía es ofrecer respuesta a preguntas como ¿quién usará este sistema?, ¿Qué es lo que va a hacer con él? o ¿qué información necesitará para alcanzar sus objetivos?.

Como diseñadores partimos de una punto que condiciona todas nuestras acciones: el usuario debe ubicarse en el centro de toda decisión de diseño. No sólo diseñamos productos, diseñamos experiencias de usuario, porque no es posible entender el producto sin tomar en cuenta su uso, su contexto, o de las necesidades y motivaciones del usuario.

En ocasiones se tiende a confundir Usabilidad con Diseño Centrado en el Usuario, pero aunque la usabilidad es un concepto central e inherente al Diseño Centrado en el Usuario, podemos señalar diferencias entre ambos conceptos.
La usabilidad es un atributo de calidad del diseño, mientras que el Diseño Centrado en el Usuario es una vía para alcanzar y mejorar la usabilidad del producto. Es decir, la usabilidad representa el "qué", mientras el Diseño Centrado en el Usuario representa el "cómo".

El objetivo final del Diseño Centrado en el Usuario es, lograr la satisfacción de las necesidades de todos sus usuarios potenciales, adaptar la tecnología utilizada a sus expectativas y crear interfaces que faciliten la usabilidad del producto.
(Hassan Montero & Ortega Santamaría, 2009)

2.4.2
INTERFAZ

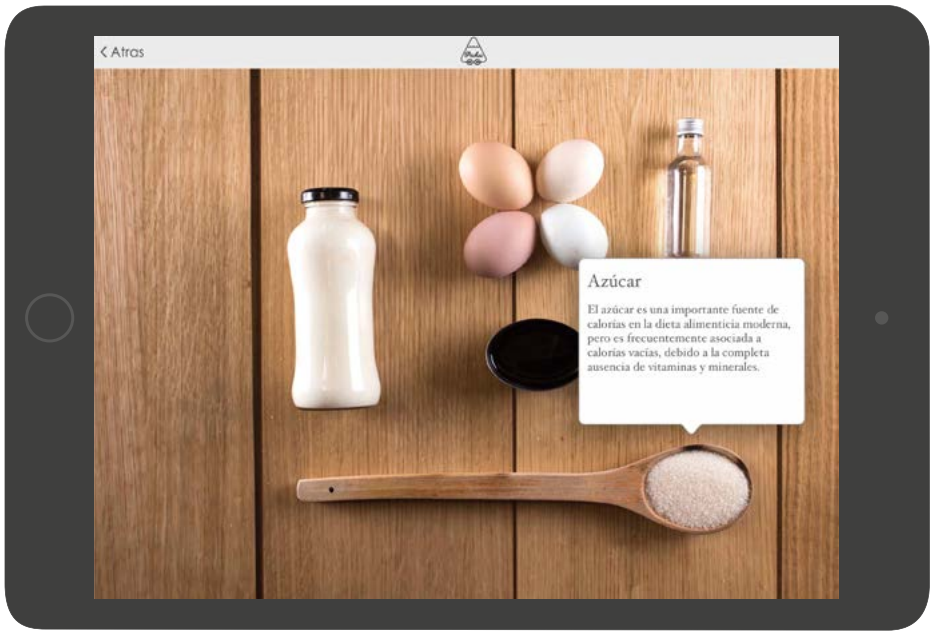
Cuando se habla de soportes digitales, se llama interfaz al conjunto de diferentes elementos dentro de una pantalla que permiten al usuario realizar acciones sobre el producto digital. Por esa razón, se considera a los elementos de identificación, de navegación, de contenidos y de acción como parte de la interfaz. Todos estos elementos deben estar listos para poder ofrecer servicios que el usuario necesite, con el fin de que éste obtenga lo que vino a buscar.

Dejar claro el propósito del sitio
Se refiere a que el producto debe explicar qué permite hacer a quienes lo utilizan, se entiende que debe hacerlo de manera simple y rápida.

Ayudar a los usuarios a encontrar lo que necesitan
Implica que debe contar con un sistema de navegación visible, además deberá estar apoyado por algún sistema de búsqueda para acceder al contenido al que no se encuentra a simple vista.

Demostrar el contenido del sitio
El contenido se debe mostrar de manera clara, con títulos comprensibles y con enlaces hacia las secciones más usadas que estén disponibles donde el usuario los busque, que no se demore en encontrar lo que estaba buscando.

Usar diseño visual para mejorar y no para definir la interacción
Se refiere a que los elementos gráficos deben estar preparados para ayudar en los objetivos del producto y no sólo como adornos utilizados para rellenar espacio.
(¿Qué es una Interfaz?, s.f)



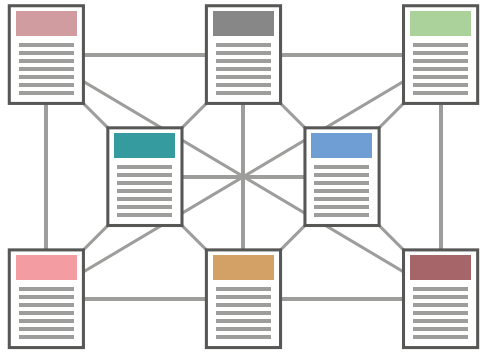
2.4.3
SISTEMAS DE NAVEGACIÓN

La estructura en una aplicación es de gran relevancia pues determina el grado y modo de interactividad de la aplicación, por tanto, la selección de un determinado tipo de estructura para la aplicación será el sistema de navegación seguido por el usuario para llegar al contenido. No existe una estructura mejor que otra, sino que esta dependerá del enfoque que se dará a la aplicación. (Belloch, s.f)

Existen al menos siete estructuras básicas para representar los diversos modelos de navegación: Lineal, Ramificada, Concéntrica, Paralela, Jerárquica, Reticular y Mixta. La selección y combinación de las estructuras más adecuadas para cada proyecto se realiza en función de los contenidos y género de la aplicación.

Paralela
En este modelo se representan una serie de secuencias lineales en las que es posible, además de la navegación lineal también el desplazamiento entre los nodos de un mismo nivel.

Reticular
Este modelo se caracteriza por la articulación de cada uno de los nodos, con todos los restantes, permitiendo así el máximo grado de flexibilidad en la navegación.



Jerárquica
Este es un clásico modelo de organización temática de la información que refleja la dependencia de unos conocimientos respecto de otros, así como el orden que va de lo general a lo particular.

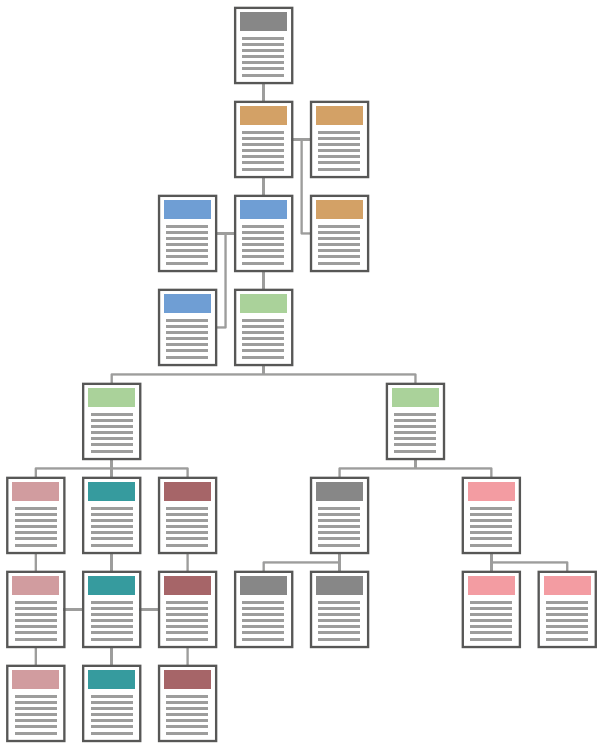
Ramificada
Este modelo representa una trayectoria de navegación privilegiada en la que se han incluido nodos subordinados para permitir un mayor grado de interactividad, obligando al usuario a realizar una lectura secuencial, incorporando nueva información en los nodos subordinados.

Lineal

Representa una secuencia única de nodos, consiste en acceder al nodo posterior o al anterior.
Si bien este modelo constriñe al máximo la interactividad del usuario, su utilidad como parte de una estructura más compleja radica en el diseño de nodos de paso obligado que garantizan el acceso del usuario a la información que se considera imprescindible.

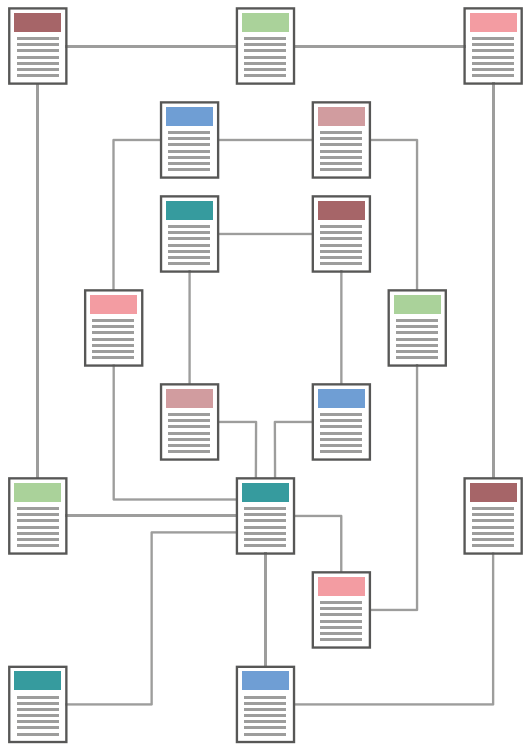
Concéntrica

Este modelo, organiza una serie de secuencias lineales en torno a un nodo de Entrada, pero sin permitir la navegación entre los nodos de un mismo nivel a diferencia de la navegación paralela que permite este comportamiento.



Mixta

Esta estructura combina dos o más modelos de los arriba explicados, como es el caso de la inmensa mayoría de las aplicaciones interactivas. Las estructuras Mixtas permiten aprovechar las ventajas funcionales de cada modelo y corregir sus deficiencias o limitaciones.



2.4.4
ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

La arquitectura de la Información es el arte y ciencia de la estructuración y la organización de entornos de información. Richard Saul Wurman acuñó el término en 1976, y trabajó seriamente en la estructura de la información dentro de sus publicaciones.

Este término es usado para describir la planificación de la experiencia del usuario frente al producto. Algunos de estos elementos más tangibles como el impacto del diseño gráfico. Estos elementos combinados permiten organizar la información de forma que el usuario pueda obtener adecuadamente y en forma rápida los datos que busca. (Gonzales, 2003, pág. 1)

La Arquitectura de la Información se puede separar en cuatro componentes: la organización, navegación, rotulado y sistemas de búsqueda. Cada uno de estos cumple un papel fundamental en la arquitectura general del producto, y la deficiencia de uno de ellos puede ocasionar grandes problemas de usabilidad.

Organización
Existen diferentes esquemas de organización, en las cuales se puede dividir en exactas o subjetivas y ambiguas. La organización exacta son aquellas que tienen una sola interpretación (organización alfabética). Mientras la organización subjetiva se basa en diversos criterios, como son las temáticas y funcionales.

Navegación
El sistema de navegación es uno de los temas más importantes en la accesibilidad y usabilidad del producto. Proveer opciones para ir de un lado a otro con el menor esfuerzo. La navegación se puede clasificar en globales las que dan acceso a las secciones principales, locales las que dan acceso a las secciones internas y ad hoc las que dan acceso a secciones relacionadas.

Rotulado
La rotulación es una forma de representación de la información, que describe el contenido del producto. Los sistemas de rotulación pueden ser como enlace, encabezados, como iconos, esta cumple una función fundamental en la indización de documentos.

Sistema de Búsqueda
Los sistemas de búsqueda permiten encontrar rápidamente la información, y algunas interfaces permiten realizar opciones de filtrado.
(Gonzales, 2003, pág. 4)

2.4.5
USABILIDAD

La usabilidad se refiere básicamente a la facilidad de uso de una aplicación o producto interactivo. La usabilidad no debe ser entendida como una cualidad universal. Todo producto, aplicación o sitio web, nace para satisfacer las necesidades de una audiencia específica. Por tanto, estos productos serán usables si lo son para esta audiencia objetiva, no necesariamente para el resto de la población. (Ortega Santamaría & Hassan Montero, 2009)

Para abordar la Usabilidad también hay examinar diferentes aspectos que se encuentran relacionados con el uso y la manera en que las personas se relacionan con los sistemas que les ofrecen.

Facilidad de aprendizaje
Define en cuánto tiempo un usuario, que nunca ha visto una interfaz, puede aprender a usarla bien.

Facilidad y Eficiencia de uso
Determina la rapidez con que se pueden desarrollar las tareas, una vez que se ha aprendido a usar el sistema.

Facilidad de recordar cómo funciona
Se refiere a la capacidad de recordar las características y forma de uso de un sistema para volver a utilizarlo a futuro.

Frecuencia y gravedad de errores
Plantea la ayuda que se le entrega a los usuarios para apoyarlos cuando deban enfrentar los errores que cometen al usar el sistema.

Satisfacción subjetiva
Indica lo satisfechos que quedan los usuarios cuando han empleado el sistema, gracias a la facilidad y simplicidad de uso de sus pantallas.
(¿Qué es la Usabilidad?, s.f)

3.1
INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Después de haber realizado el marco teórico, se despejaron muchas dudas, sin embargo, fue necesario realizar unas entrevistas, las entrevistas se realizaron a diez amas de casa con diferente clase social y estilo de vida, se trataron temas acerca de comida de casa y viandas, recetas familiares, recetas extranjeras, salidas a comer en restaurantes, pedir comida, comer donde algún pariente, la interfaz y necesidades del producto, para de esta manera poder analizar correctamente todos elementos y así realizar con mayor el producto editorial digital, y que esta se adapte mejor al usuario.

3.1.1
ENTREVISTA

Tras haber conversado con los entrevistados puedo concluir:
Según las entrevistas, los jóvenes recién casados de una clase alta no tiene mucho interés en conocer sobre cocina, en cambio contratan a una empleada o prefieren comer de viandas, en las familia de clase media es la esposa quien se queda en casa a cocinar, tiene un conocimiento de recetas típicas ecuatorianas, aunque en su menú también se encuentran platos extranjeros, en las familias de clase social baja los platos ecuatorianos tiene una mayor cabida, se transmite las recetas desde temprana edad, ellos también incluyen platos extranjeros aunque en menor cantidad.

En cuanto al producto, este debe ser intuitivo, los temas claros, la información debe ser fácilmente encontrada, los íconos de la interfaz tiene que ser sencillos, para un manejo mucho más intuitivo y las cosas bien clasificadas, las explicaciones claras, con fotografías y video.

Dolores Fajardo

Blanca Fajardo

María Bacacela

Ximena Flores

Página dejada intencionalmente en blanco

HOMÓLOGOS

La investigación de homólogos es el análisis y observación de productos similares al producto final, estos estarán relacionados de forma directa e indirecta. Los parámetros que se usarán para analizar estos productos serán: función, forma y tecnología estas permitirán definir parámetros que serán usados como guías de diseño

4.1.1 FUNCIÓN

El análisis de la función se centra en: usabilidad, interactividad, y navegación. Estos homólogos fueron escogidos porque cumplen con ciertas normas de usabilidad, manejo de la arquitectura de la información, ya que son de fácil navegación y no causan ningún tipo de ambigüedad al usuario.

4.1.2 FORMA

En el análisis de la forma tomará en cuenta características de estética, morfología, formato, que sea acorde con el usuario. Estos homólogos fueron escogidos por su manejo del diseño de interfaz, y estética.

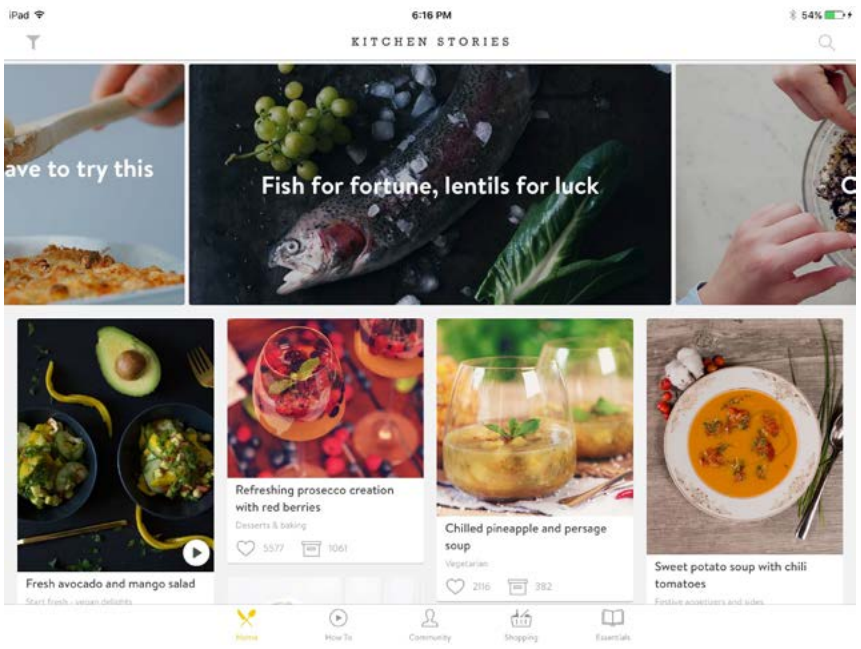
4.1.3 TECNOLOGÍA

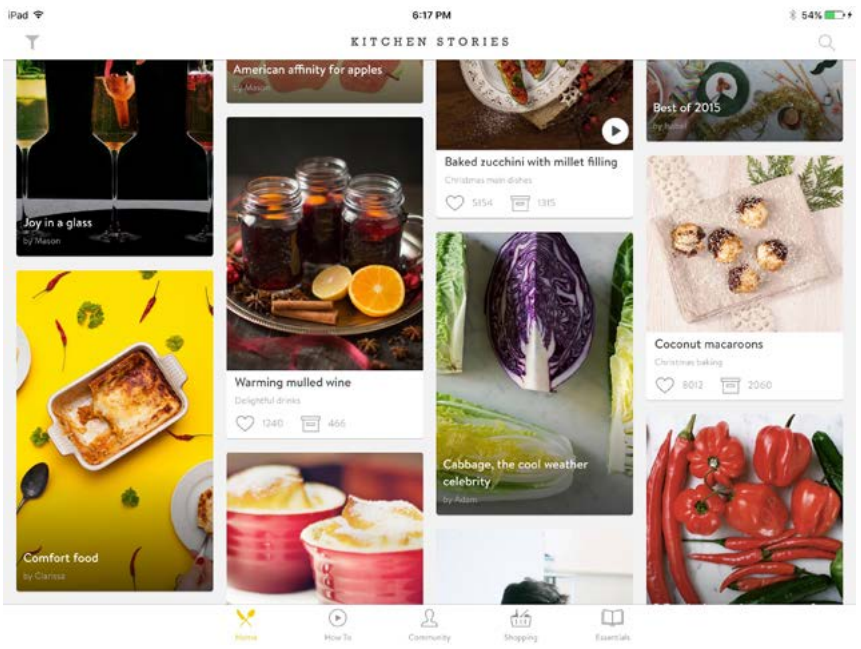
En el análisis de tecnología se analizará el soporte en el que fue realizado el producto. Estos homólogos fueron escogidos ya que hacen uso de tecnologías y funciones que harán del producto mejor para el usuario.

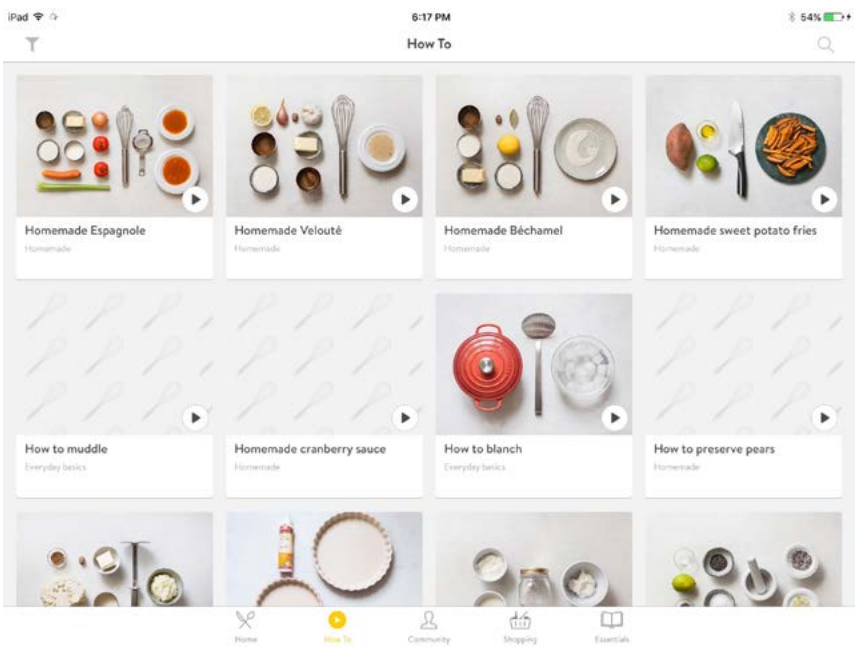
Especia 03

KITCHEN STORIES

Es una aplicación gratuita que contiene numerosos platos, su estética es limpia todo está bien explicado cómo se maneja es muy intuitivo la foto mostrada de los platos no sólo se limita a una fotografía estática no también a animaciones muchas de ellas son realizadas con stop motion, estas animaciones no son muchas ya que se sobrecargar visualmente a la app.

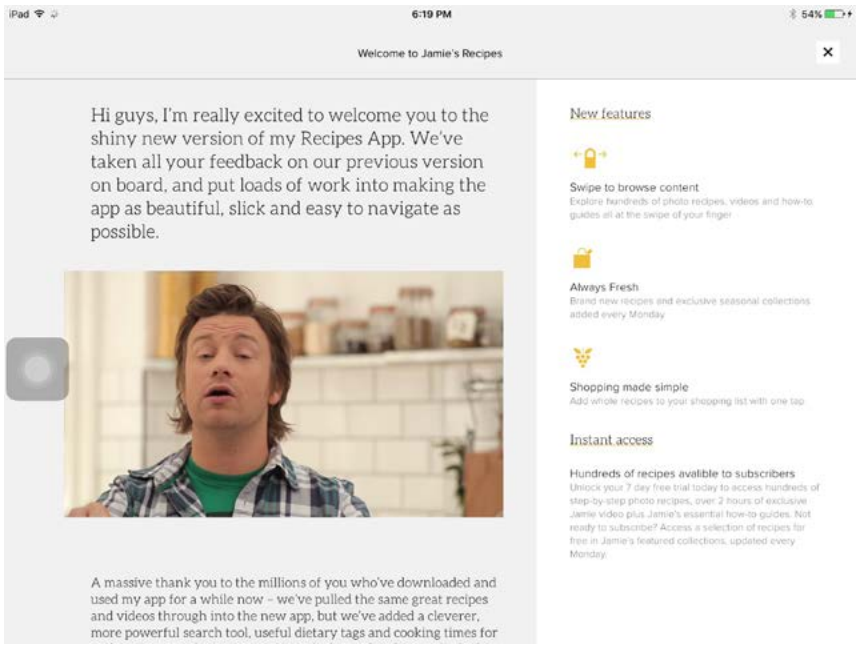


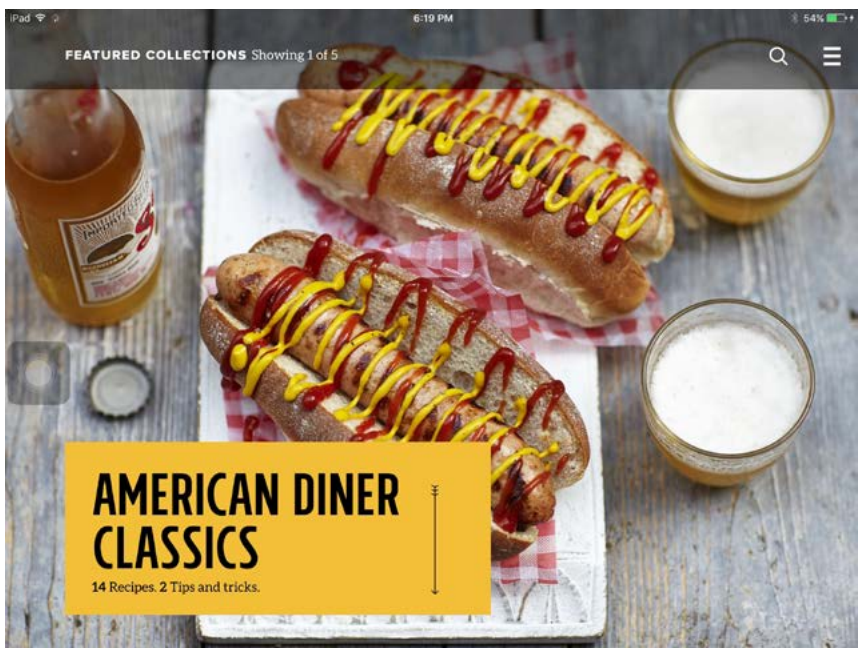


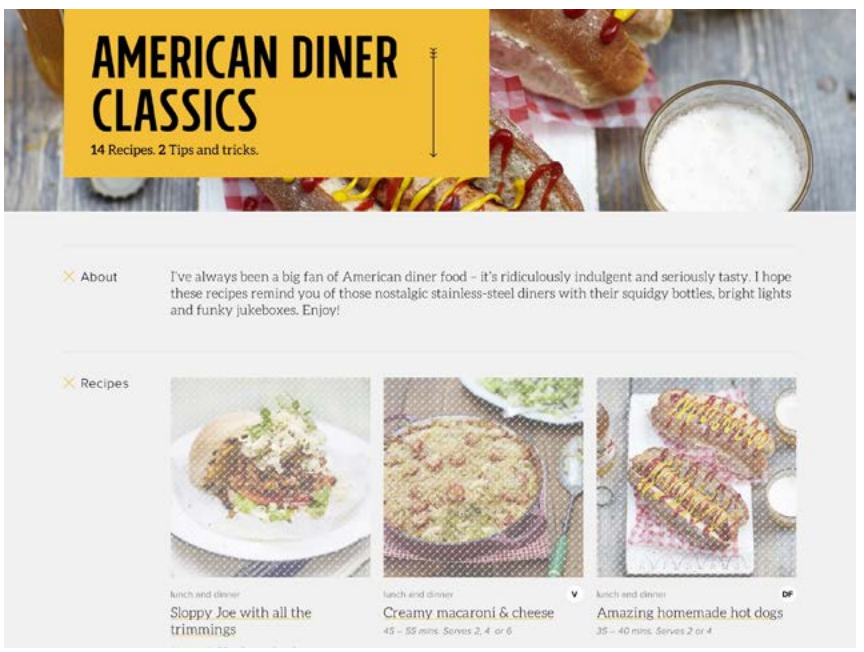


JAMIES RECIPES

Esta es una app de recetas de cocina de un chef llamado Jamie Oliver, al iniciar la aplicación muestra una página de bienvenida que contiene un video explicando sobre la aplicación y una guía de gestos para poder navegar en esta, su navegación es mixta, La información está bien situada dentro de las páginas lo cual facilita su lectura Y para ver al usuario toda la información que necesitas sobre el plato.

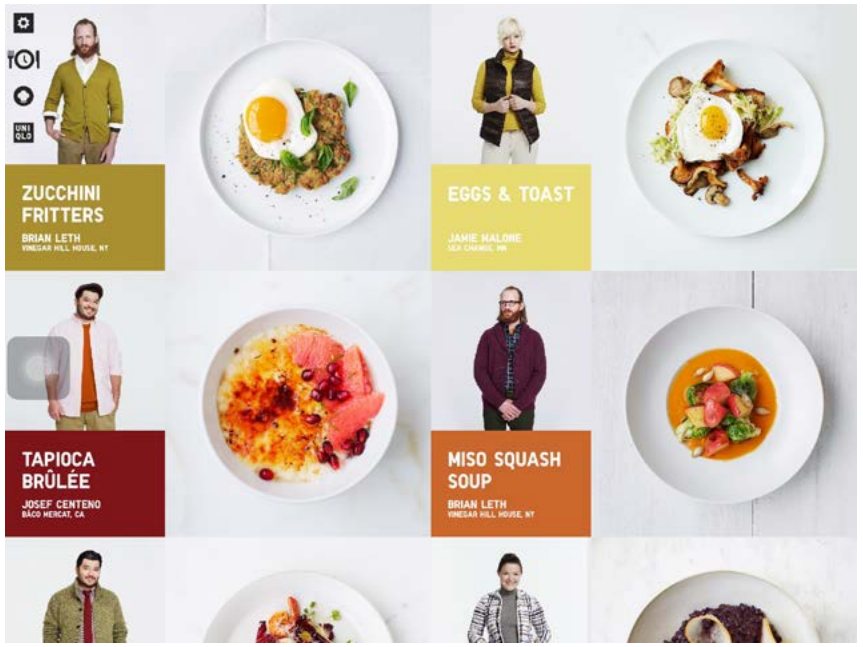


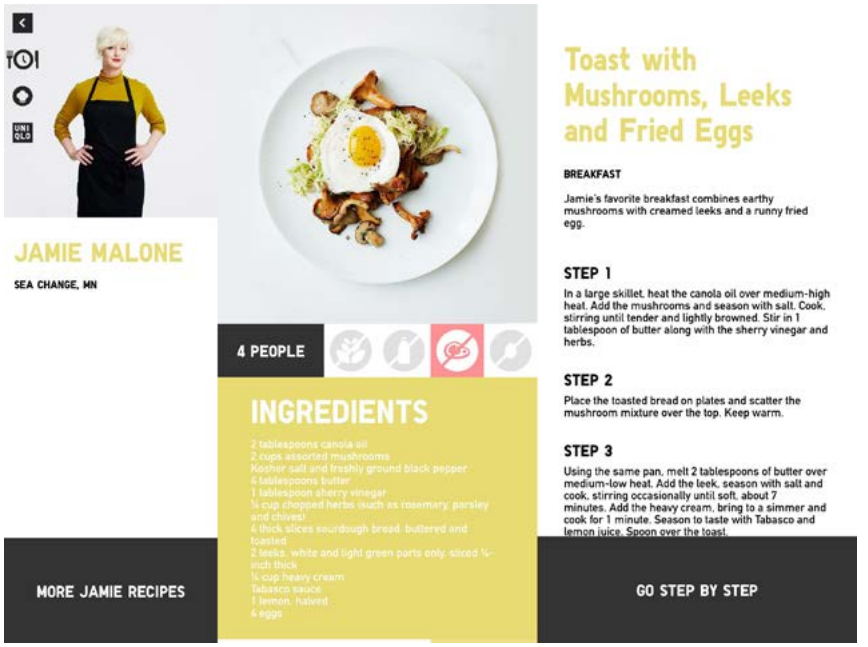


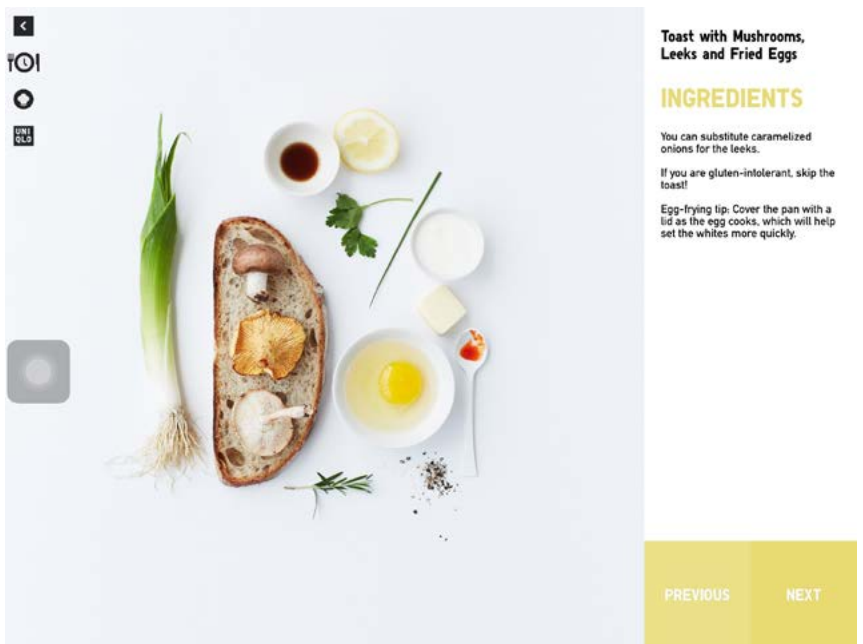


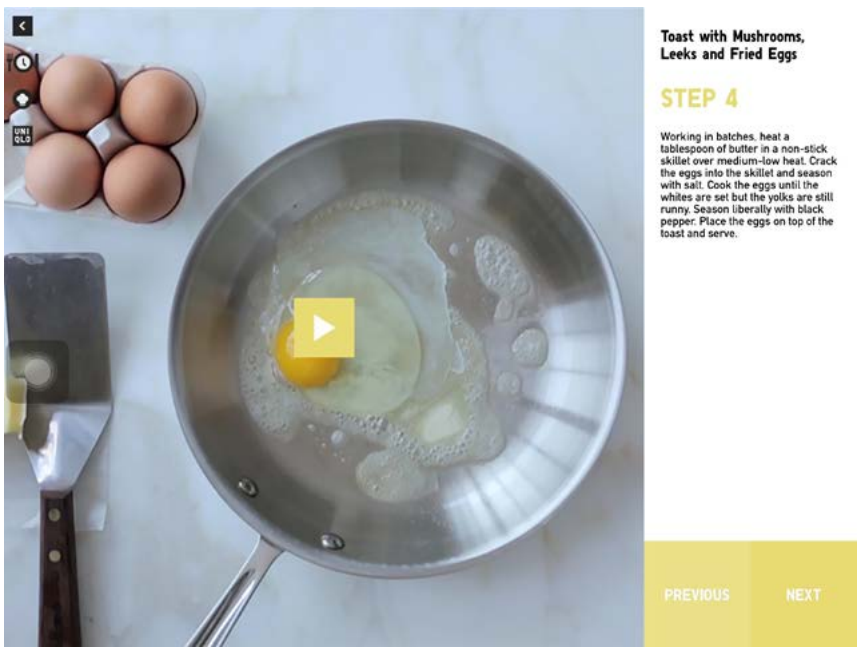
UNIQLO

La estética de esta aplicación de recetas es muy limpia y simple, fácil de navegar, usa iconografías fácil de reconocer que ayuda a la identificación de platos, cada paso está bien explicado y está acompañado de una foto, ocupa bastante los círculos y su temporizador siempre está acompañado con imágenes y sonidos que hace una aplicación muy atractiva.



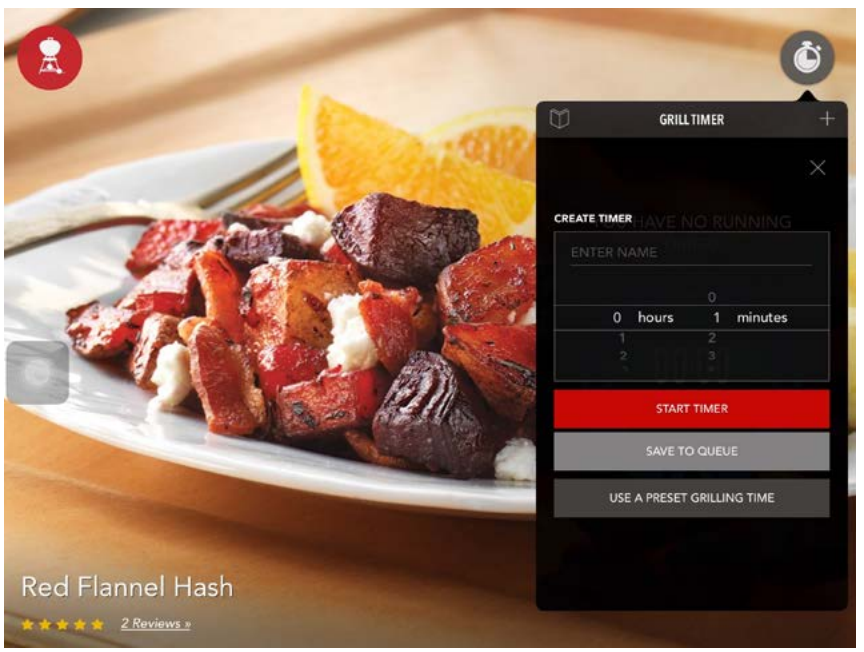


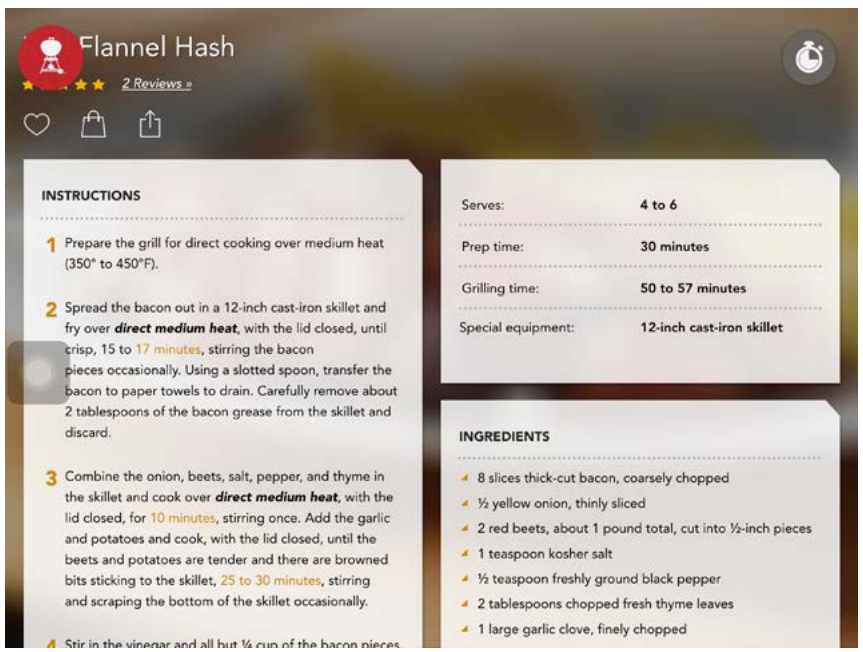


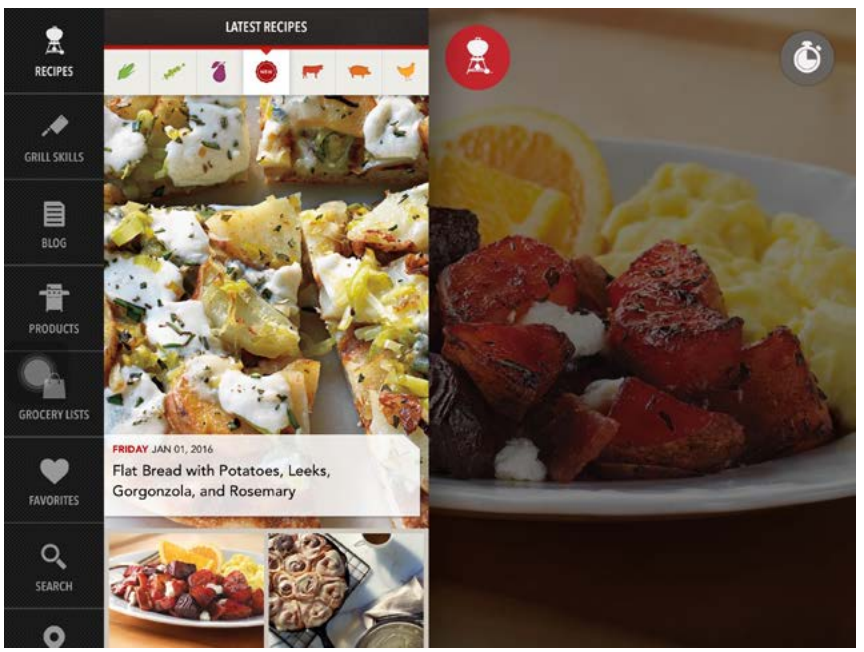


WEBER GRILLS

Esta aplicación es fácil de usar tiene una navegación sencillas ya que hace uso de iconos para de notificar que tipo de platos está buscando además de un temporizador que ayuda al momento de cocinar toma también te da tips sobre cocina y cómo utilizar la parrilla así como técnicas de cocción.





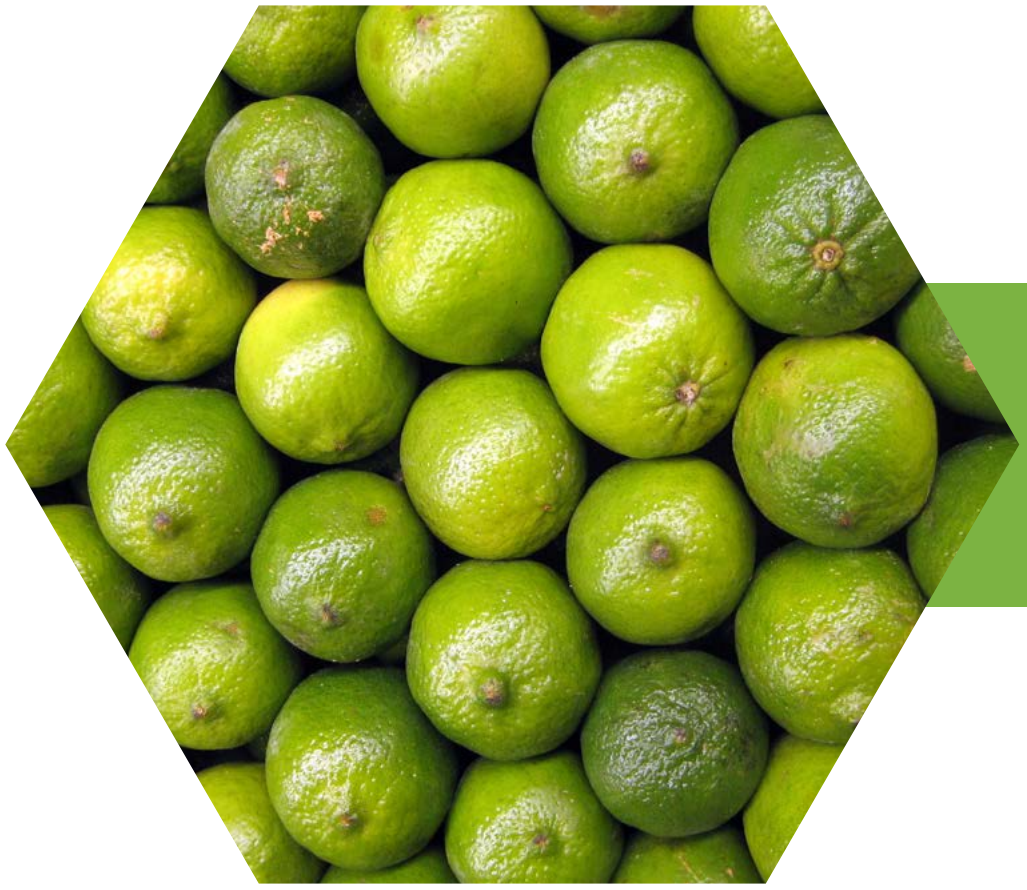


CONCLUSIONES

La investigación bibliográfica, permitió conocer la variedad de nuestra gastronomía. La investigación orientada al diseño aclaro algunas dudas referentes a las ramas de usabilidad y editorial logrando así entender conceptos que ayudaran durante el proceso de diseño

El estudio de los homólogos, dio paso a una etapa de ideación, ya que para diseñar, es bueno tener puntos de referencia en los cual basarse, si algo ya funciona no hay por que cambiarlo, después de analizar productos gráficos con las pautas de forma, función y tecnología, se facilito el pase a la próxima etapa de diseño, con metas y objetivos nuevos en cuanto al producto y a lo que se quiere comunicar.

Al realizar esta investigación bibliográfica, y homólogos se pueda observar la importancia de conocer todos los conceptos que se necesitan para si realizar un trabajo de calidad ya que esta nos da respuestas necesarias par el proceso de diseño



Capítulo 2

PROGRAMACIÓN

TARGET

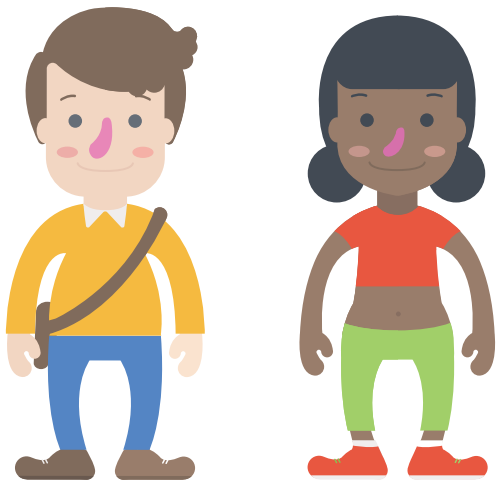
Segmentación Geográfica
Ecuador
Zona urbana

Segmentación Demográfica
Genero:
Hombres y mujeres
Edad:
20 - 50 años

Segmentación Psicográfica
Estilo de vida:
Pasivo, son personas a las cuales comen en casa, cuando de entretenerse se trata hace uso de dispositivos electrónicos, las horas de ocio las pasa navegando en la web, no tienen mucho conocimiento de recetas típicas Ecuatorianas.

Nivel socio económico:
Al necesitar una tablet para poder utilizar el producto, el nivel socio económico al cual estará destinado mi producto será A/ B (Clase alta), C+ (Clase media alta), C (Clase media).

Segmentación Conductual
Motivo de compra:
Aprender a prepara platos ecuatorianos de forma sencilla.



PLAN DE MARKETING

7.1 PRODUCTO

Producto central:
El producto es una recetario digital que permite el aprendizaje de recetas típicas ecuatorianas. Por medio de este recetario se aportará a la solución de la problemática planteada: La falta de difusión de la comida típica ecuatoriana en nuestros hogares.

Producto real:
El producto funcionará en dispositivos móviles, también estará centrado en el desarrollo de contenidos que proporcione información de nuestros platos, de manera que la gente aprenda de la cultura nuestro país.

Producto aumentado:
El producto será descargado por medio de una página web, esta también proporcionará actualizaciones.

7.2 PRECIO

El producto no tendrá un precio fijo, el consumidor será la persona que elija cuanto quiere pagar por el producto, teniendo en cuenta su calidad, sus características, sus atributos y sus beneficios, esto se realizara por medio de un botón de donaciones que se encontrará en la pagina web junto producto.

7.3 PLAZA

Se propone trabajar un canal de distribución directo:
La distribución del producto se realizará mediante la web, ya que el objetivo es la distribución de la comida típica ecuatoriana y de este modo se facilitará el acceso al producto, así se llegara a una mayor cantidad de personas y además se podrá mostrar todas las características del producto, convenciendo así al consumidor de adquirir el producto.

7.4 PROMOCIÓN

Estrategia de marketing
Se planea implementar estrategias de marketing para dar a conocer y posicionar el producto, así mostrar a este como algo accesible para todos. Como una herramienta al momento de cocinar, preferido por los consumidores, de fácil alcance y utilización.

Comunicaciones de marketing
La promoción estará dirigida al target, por lo que el producto será publicitado en las redes sociales, también se publicitara en paginas de comida para así llegar a una mayor cantidad de gente, además se utilizara medios digitales tales como motion graphics y medios impresos como afiches y guías de utilización de la app.

Página dejada
intencionalmente
en blanco

PARTIDOS DE DISEÑO

8.1
FORMA

Soporte
El tamaño del soporte será 1536 x 2048px, debido a que este es el tamaño de un iPad que será mi soporte principal, ya que al ser un producto editorial digital se podría visualizar en cualquier tipo de monitor.

Cromática
En la parte cromática se usarán colores que permitan una diferenciación de los elementos dentro del producto así como una óptima lectura de los mensajes, el uso de un buen contraste de fondo y figura.

Estilo Gráfico
Para la interfaz y los elementos gráficos se manejará un estilo geométrico, simple y ordenado, siendo el objetivo principal la facilidad de uso y legibilidad del producto.

Tipografía
Las tipografías que se manejarán vendrán de la lista de tipografías permitidas para iOS ya que esta lista están tipografías estándares para pantalla, escogidas por su buena legibilidad. Las fuentes manejadas usualmente para pantalla son: Arial, Avenir, Century Gothic, Helvética, Din, Euphemia, Futura, Georgia, Gill Sans, Trebuchet entre muchas otras que se utilizan actualmente, también se usará fuentes con un mayor peso estético como: Al Fresco, Aprillia Script, Kailey, TTRounds entre otras, permitiendo así variedad dentro del diseño del Producto.

Diagramación
La correcta organización de la información es muy importante por lo que se usarán tanto sistemas reticulares como modulares, para facilitar la navegación y funcionamiento del producto.

8.2
FUNCIÓN

Usabilidad
Para una buena usabilidad el producto se usaran diferentes recursos como, arquitectura de la información e iconografía. En la parte de la organización de la información se realizará un inventario de los contenidos para poder clasificarlos en diferentes categorías lo que facilitaría la búsqueda de la información en el producto.

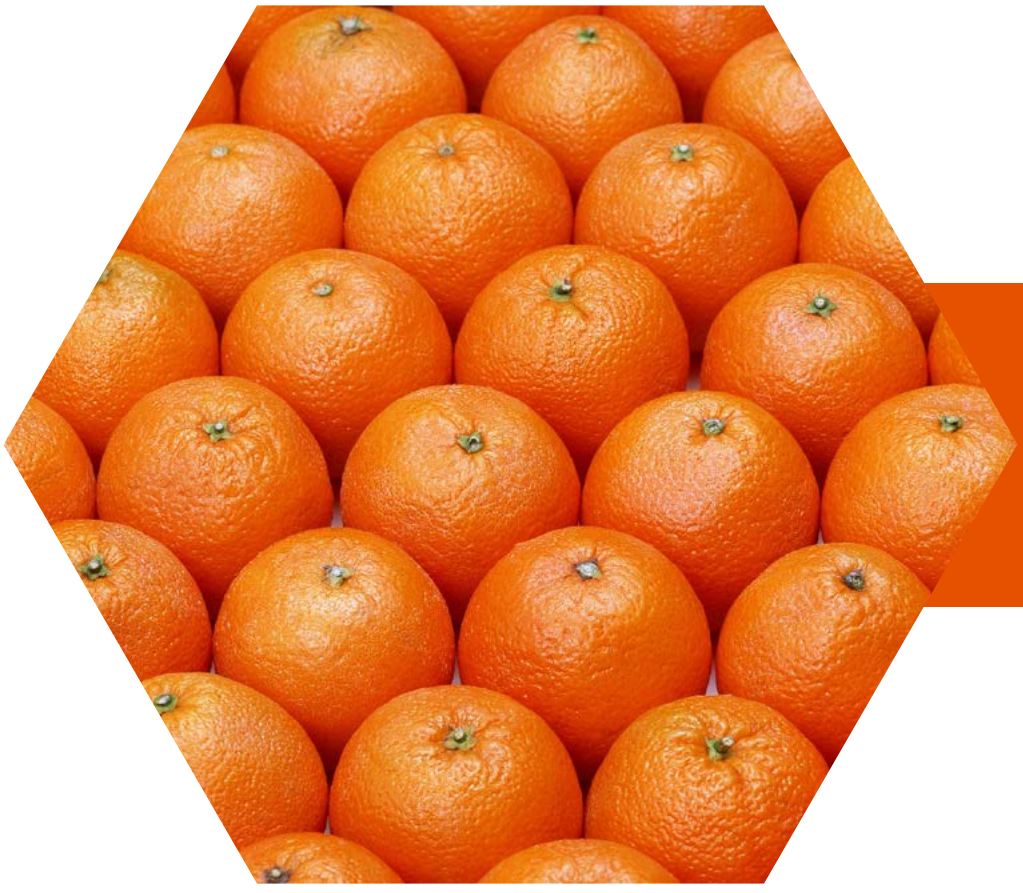
Navegación
Las estructuras de navegación facilitan el uso por lo que se propone utilizar diferentes sistemas de navegación como: Lineal, ramificada, paralela, concéntrica, jerárquica, reticular y mixta.

Contenido
Los contenidos tendrán la información necesaria para que al usuario se le facilite al momento de buscar recetas así como al momento de cocinar. Además serán divididos en categorías, para que el usuario pueda acceder directamente a lo que necesite.

8.3
TECNOLOGÍA

Software
Para empezar a diseñar este producto se usará los siguientes software:
Adobe Illustrator: Este programa se utilizará para la creación de gráficos vectoriales.
Adobe Photoshop: Este programa se utilizará para el retoque y manipulación de imágenes
Adobe After Effects: Este programa se utilizará para la generación de multimedia.
Adobe Premier: Este programa se utilizará para la edición de videos.

Plataforma
Si bien la culminación de este proyecto será un producto editorial digital, la plataforma principal que se eligió es iOS, por lo que se deben tomar en cuenta ciertas características que permitan desarrollar el producto de manera efectiva.



Capitulo 3

IDEACIÓN

IDEAS

9.1
DIEZ IDEAS

El proceso de diseño para este producto empezó con la generación de diez ideas, para esto se realizó una tabla donde se colocó distintos parámetros de diseño divididos en varias categorías.

A partir de estas categorías se detalló sub elementos, de los cuales se generaron diez ideas. Estas ideas se analizarán en el siguiente paso, tanto en forma, función y tecnología para llegar a la consecución de 3 propuestas que darán paso a la idea final.

Forma

Tipografía, cromática, diagramación, estilo.

Función

Usabilidad, sistemas de navegación.

Tecnología

Audio, imagen.

Parámetros de Diseño								
CROMÁTICA	TIPOGRAFÍA	USABILIDAD	FUNCIONALIDAD	IMAGEN	DIAGRAMACIÓN	AUDIO	SISTEMAS DE NAVEGACIÓN	ESTILO
Cálidos	Serif	Botonería - Aplicación Móv	Función del product	Fotografia	Retículas	Sonido ambiente	Lineal	Flat design
Fríos	Sans-Serif	Sonido - Aplicación Móvil	Botonería	Video	Textos	Efectos de sonido	Ramificada	Material design
Multicolor	Decorativa	Lectura izquierda derecha	Textos informativos		Titulos	Natural	Paralela	
Tricolor	Script	Lectura derecha izquierda	Número de páginas		Subtítulos	Compuesto	Reticular	
Bicolor	De autor	Gestos táctiles			Imágenes		Jerarquica	
Neutros		Gestos con periféricos			Columnas		Mixta	
Primarios					Con Retícula: Aurea, Ortogonal		Vertical	
Pasteles					Sin retícula		Horizontal	
Analogía							Páginas	
Contraste								
RGB								
CMYK								

9.1.1
GENERACIÓN DE DIEZ IDEAS

Jerárquica
En esta idea se plantea utilizar una cromática cálida, tipografía Serif, con una lectura de izquierda a derecha. Se utilizará fotografía para demostrar cada paso, con un sistema de navegación jerárquico y audio de las instrucciones.

Auditivo
En esta idea se plantea utilizar una cromática fría, una mezcla tipográfica entre Serif y Script, con animaciones para los platos. Un sistema de navegación paralelo con instrucciones en el video, tendrá audio que sea representativo de cada región.

Regiones Flat
En esta idea se plantea utilizar una cromática que representará a cada región, una mezcla de tipografía (Sans-Serif, Decorativa), textos informativos sobre el plato que se esta preparando, un sistema de navegación mixto, video con las instrucciones de la receta y un estilo flat design.

Stop Motion
En esta idea se plantea utilizar una cromática con colores pastel, la tipografía se alternará entre Serif y decorativa, una iconografía geométrica, un sistema de navegación lineal, un video con las instrucciones utilizando la técnica de Stop Motion.

Cronómetro
En esta idea se plantea utilizar una cromática flat mientras que la tipografía será una mezcla entre Sans-Serif y Decorativa, incorporando un cronómetro dentro de cada receta para ayudar al momento de cocinar. Las instrucciones serán en un formato de video corto en donde se mostraran los pasos de forma simple y rápida, se usará un sistema de navegación mixto.

Plato cromático
En esta idea se plantea utilizar una cromática que diferenciarán los platos (sopas, arroz, ensaladas, postres, etc.), una tipografía Sans-Serif y de autor, las instrucciones serán videos cortos mostrando cada paso y el sistema de navegación que se usara es el ramificado.

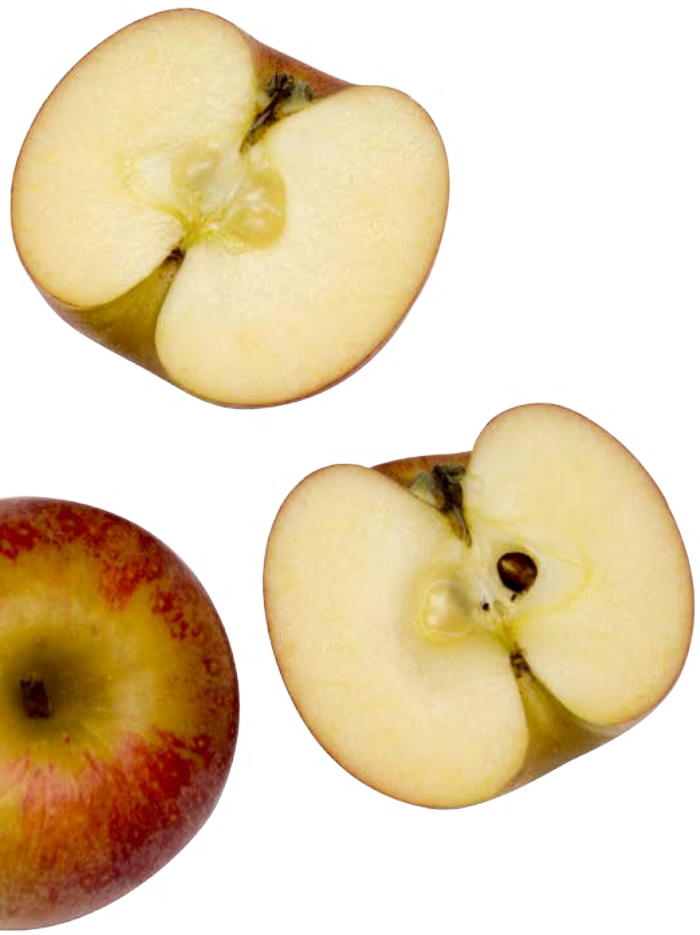
Tabla 01

Animación
En esta idea se plantea utilizar una cromática de un solo color con variaciones de tono. La tipografía será una combinación de Sans-Serif y Script, para las instrucciones se realizaran animaciones en formato gif y el sistema de navegación será jerárquico.

Icono
En esta idea se plantea utilizar una cromática con colores primarios, una tipografía Sans-Serif, , una iconografía demostrando las características del plato (si contiene mariscos, carne, es vegetariano, etc.), para las instrucciones se realizaran fotografías y un sistema de navegación ramificado.

Tono
En esta idea se plantea utilizar una cromática bicolor con variaciones de tono, la tipografía será Serif y Script. Para las instrucciones se realizara fotografía, además las instrucciones podrán ser escuchadas para una mayor comodidad. El sistema de navegación usado será el paralelo.

Videos Paso a Paso
En esta idea se plantea utilizar una cromática tricolor con variaciones de tono. Se utilizará una mezcla tipográfica de Sans-Serif y Decorativa, implementando un sistema de iconos que permitirá clasificar los platos según ciertas características (de que región es, si contiene carne, etc.), las instrucciones serán videos muy cortos con el paso que se esta haciendo ese momento, y una explicación en texto, contando con un sistema de navegación mixto.



9.1.2
SELECCIÓN DE TRES IDEAS

Después de realizar un análisis de cada idea se escogieron tres propuestas, las cuales tienen un gran potencial para ser llevadas a cabo y cumplen de la mejor manera los objetivos que fueron planteados.

Regiones Flat

El sistema de navegación permite un diseño fácil para el usuario y una mayor posibilidad de navegación.
La cromática que se utilizará ayudará a la identificación de las regiones de donde proviene el plato.
La organización de los platos no es la óptima para su búsqueda.

Videos paso a paso

La cromática ayudará al usuario a identificar elementos en la pantalla
Los Iconos ayudaran a la identificación de elementos.
Las explicaciones de las recetas siempre estarán apoyadas con texto.

Cronómetro

Es realizable con la tecnología ya aprendida.
Fácil Navegación para el usuario.
Implementa herramientas útiles para el usuario al momento de cocinar.
El tiempo requerido de esta propuesta aumenta considerablemente por la implementación de otras tecnologías.

Después de analizar detenidamente las fortalezas y debilidades de las tres ideas se determino que una mezcla de las tres llegará a cumplir de mejor manera los objetivos planteados así como ofrecer un buen funcionamiento y navegación

Idea Final

Cromática que representará a cada región con una mezcla de tipografía (Sans-Serif, Decorativa. Las instrucciones serán en un formato de video corto en donde se mostraran los pasos de forma simple. Se implementará un sistema de iconos que permitirá clasificar los patos según ciertas características (de que región es, si contiene carne, etc.), el sistema de navegación será mixto.

SISTEMA DE DISEÑO

En esta sección se mostrará el proceso de diseño, empezando en el bocetaje y continuando con un proceso de digitalización, concluyendo con el desarrollo el sistema del diseño final del producto.
Este proceso estará basado según los partidos de diseño para así llegar a exponer de mejor manera el desarrollo de las diferentes partes que componen cada parte del producto. También al final se incluirá el proceso de validación del producto.

10.1
TIPOGRAFÍA

La tipografía es una parte esencial del producto, por lo que se debe tener en cuenta el aporte de esta al diseño, su legibilidad, la cantidad de variaciones que la familia tipográfica tiene así como la adaptabilidad en pantallas. Se eligieron dos familias tipográficas:

Century Gothic:
Esta tipografía se usará para la interfaz general. Es legible y es compatible con muchas tipos de pantallas (desde celulares hasta computadores).

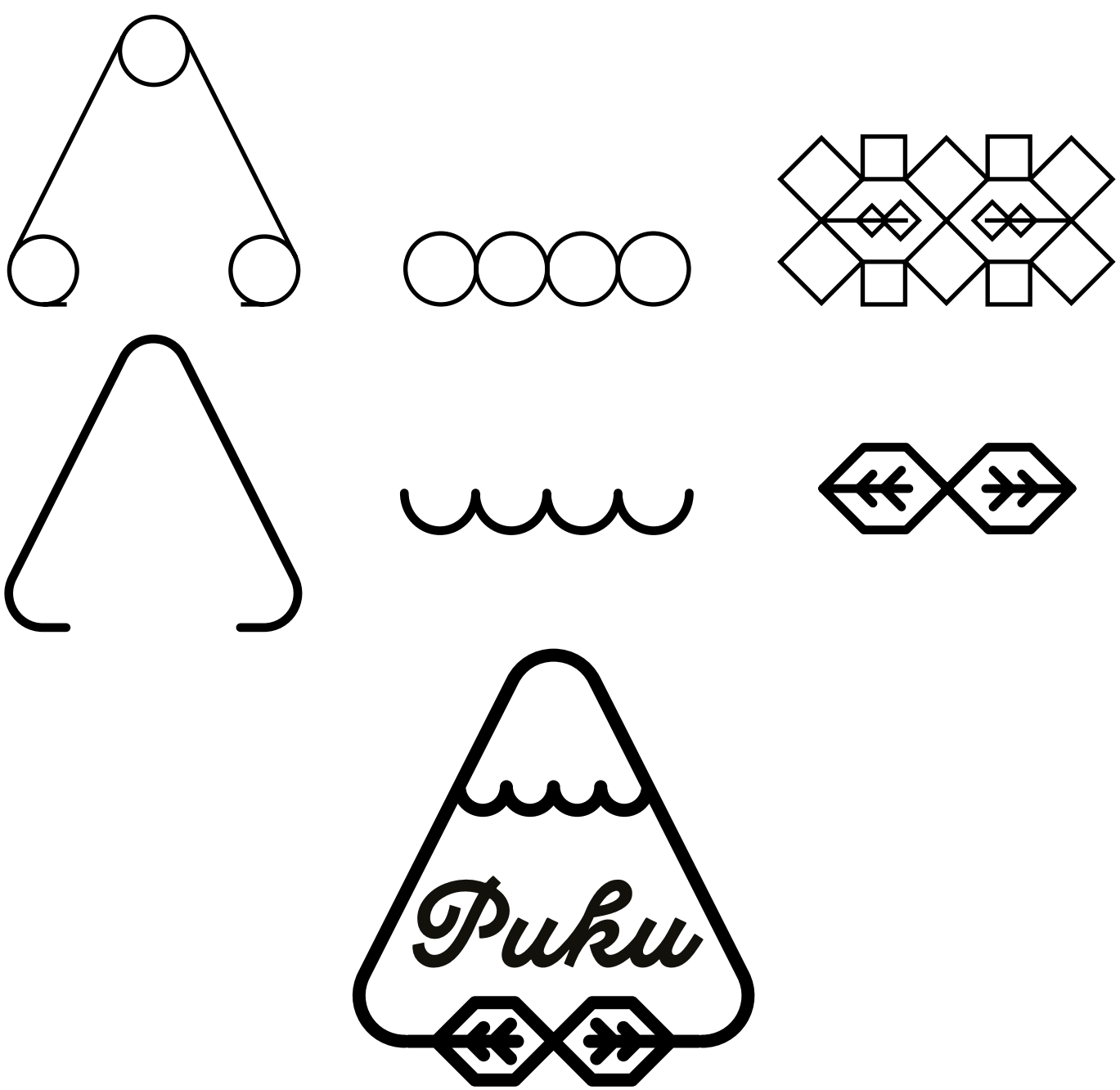
DiMare:
Esta tipografía se usara de manera decorativa dentro del producto.

Century Gothic
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

DiMare
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

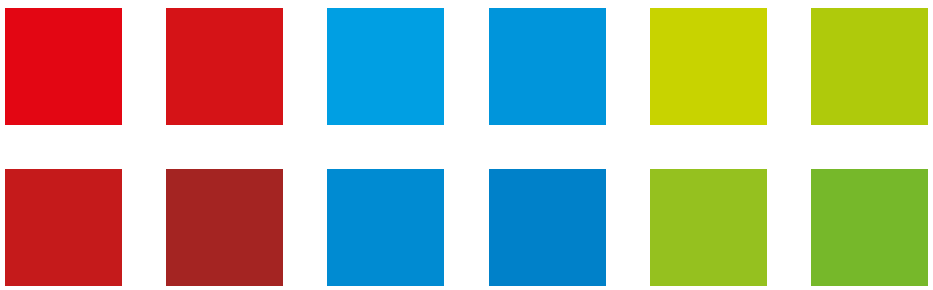
10.2
LOGO

El logo se compone de 4 elementos, 3 de ellos representan las regiones de la Costa, Sierra y Amazonia del Ecuador, estos simbolizan la diversidad en el ecuador, el ultimo elemento es el nombre del Producto “Puku“ que en Quechua significa Plato.



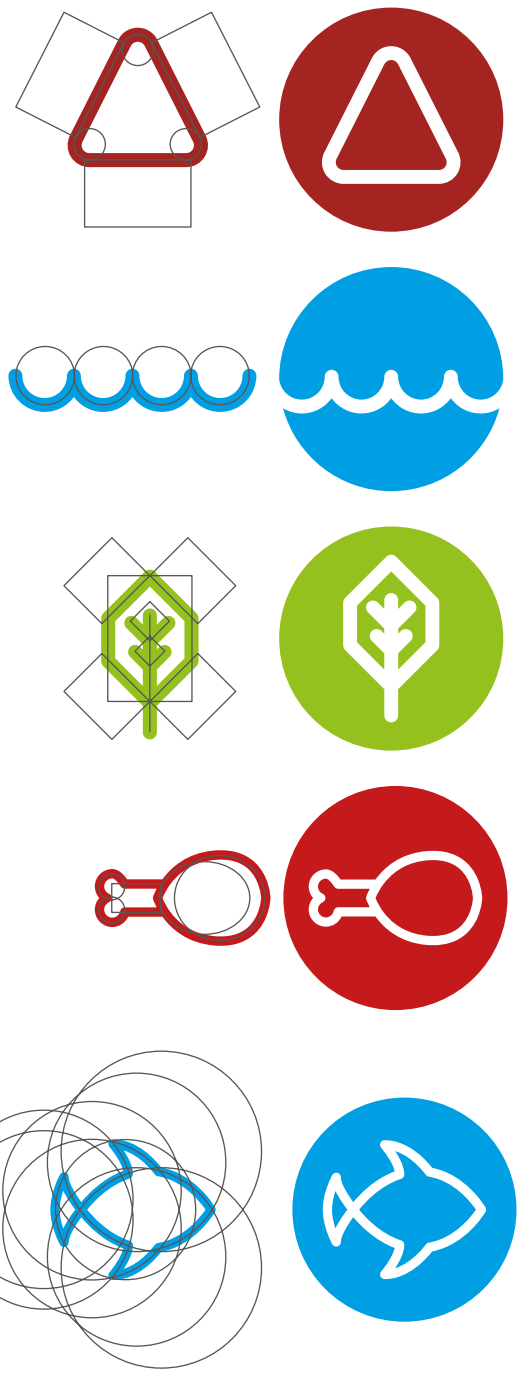
10.3
CROMÁTICA

El color es un elemento de gran importancia dentro del diseño. La paleta tiene tres colores principales cada uno representa una región del Ecuador, existirán variantes basadas en los tres colores principales, la cromática es simple permitiendo así un alto grado de identificación por lo que tendrá un papel muy importante dentro de la propuesta.



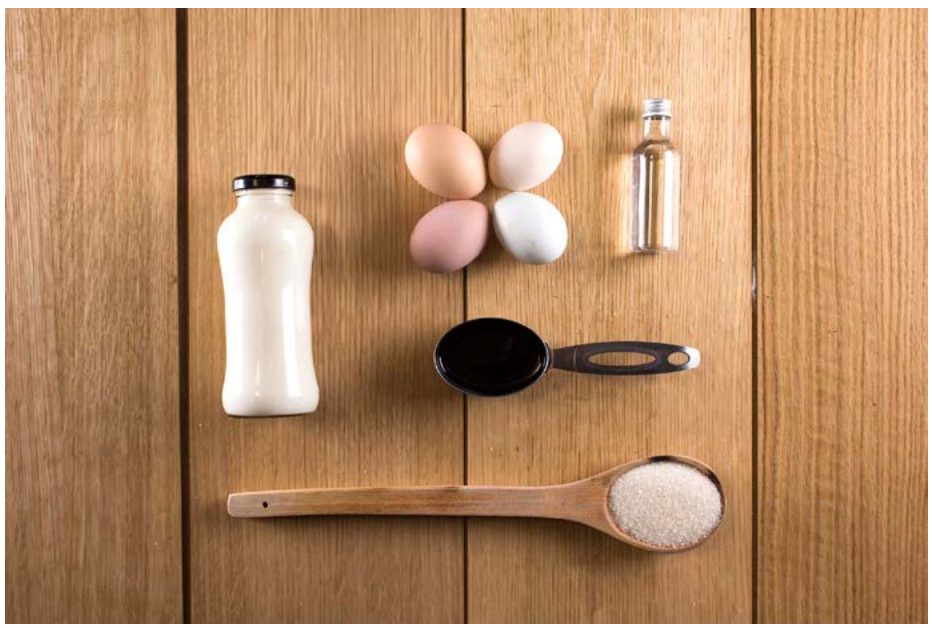
10.4
ICONOGRAFÍA

Los Iconos forman parte importante del diseño de este producto ya que ayuda dar información útil al usuario. Para la creación de los iconos se tomo un objeto que representara de mejor manera lo que se quería transmitir (Sierra, costa, amazonia, etc) y se simplifico a una forma muy simple para que el usuario lo entienda de mejor manera.



10.5
FOTOGRAFÍA

La fotografía en un recurso importante al hablar de comida, por lo cual realizaremos dos tipos de fotografía en las que se encontrarán el plato, en la otra se podrá observar los ingredientes de cada plato



10.6
INTERFAZ PRINCIPAL

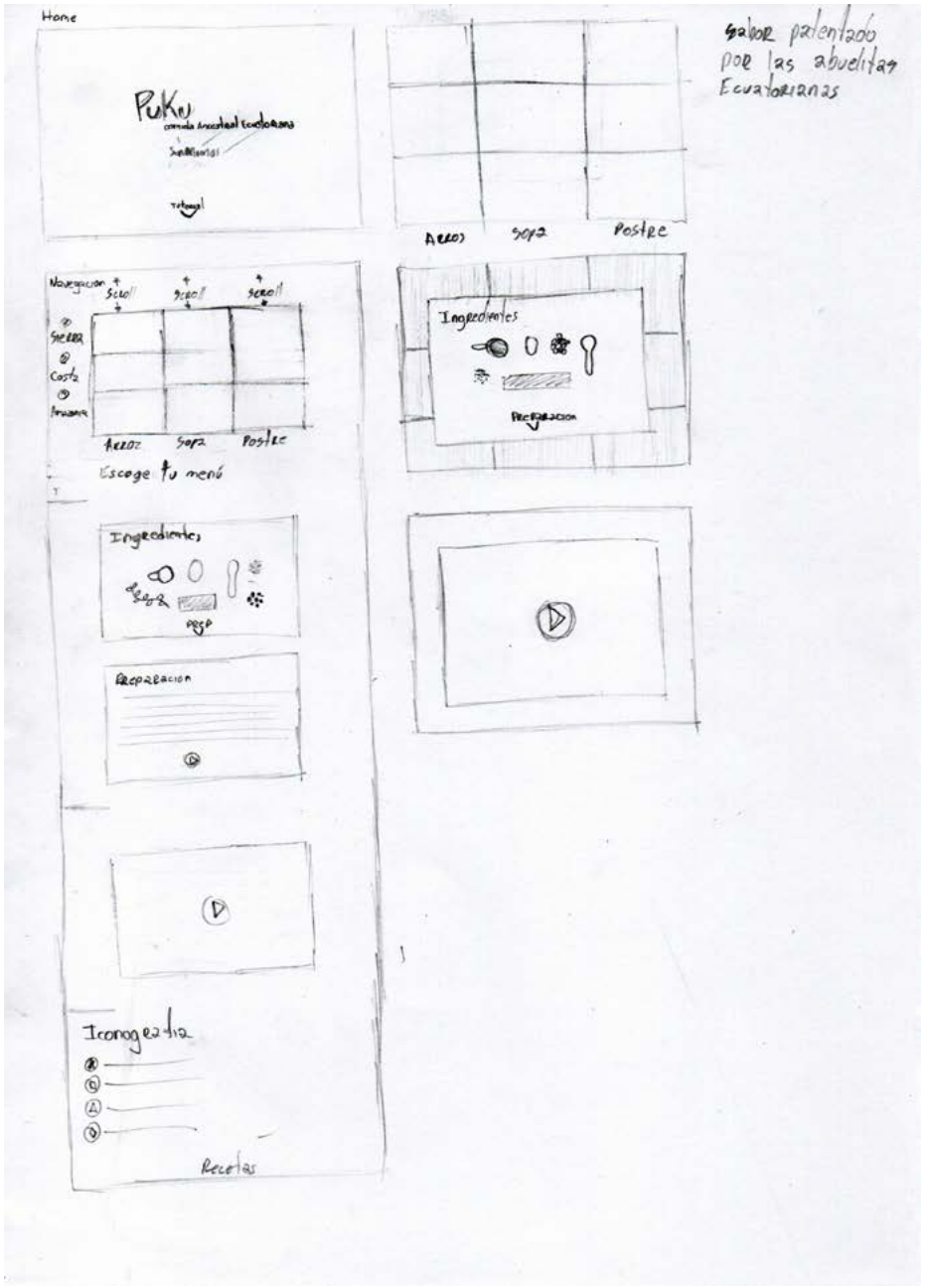
El proceso de diseño de la interfaz principal, empezó aplicar los conocimientos aprendidos sobre usabilidad de esta manera se facilitara al usuario el uso del producto.
Esta interfaz cuenta con cuatro pantallas principales:

Tutorial: En esta pantalla se mostrará un tutorial de como funciona el recetario así como que significa cada icono.

Menú: El menú mostrara fotografías de todos los platos y su nombre acompañado de iconos, aquí usuario decidirá que receta preparará.

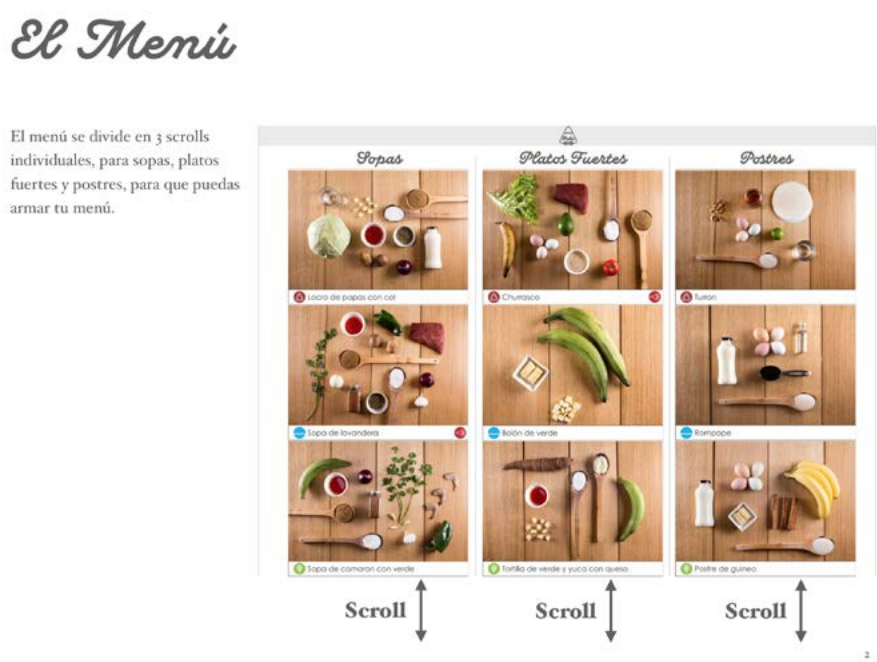
Ingredientes: En esta pantalla se encontrara una fotografía de los ingredientes, se podrá tocar estos para ver una descripción de los mismos

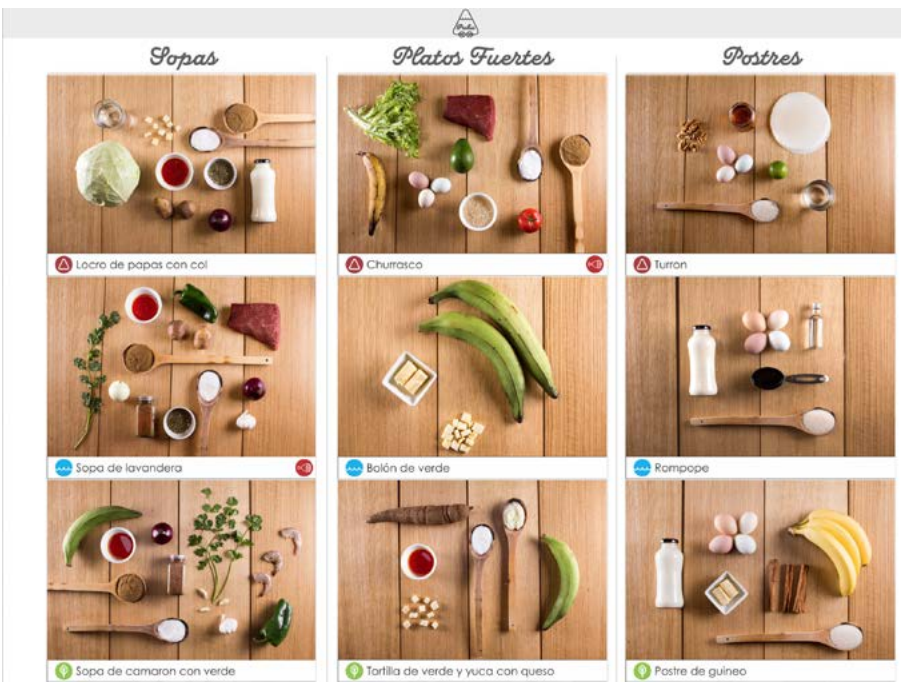
Receta: La receta mostrará los ingredientes, sus cantidades, la preparación y un video tutorial.



Tutorial

El diseño es simple de manera que tenga solo lo esencial para explicar el manejo del recetario y el significado de cada icono que hay en la app



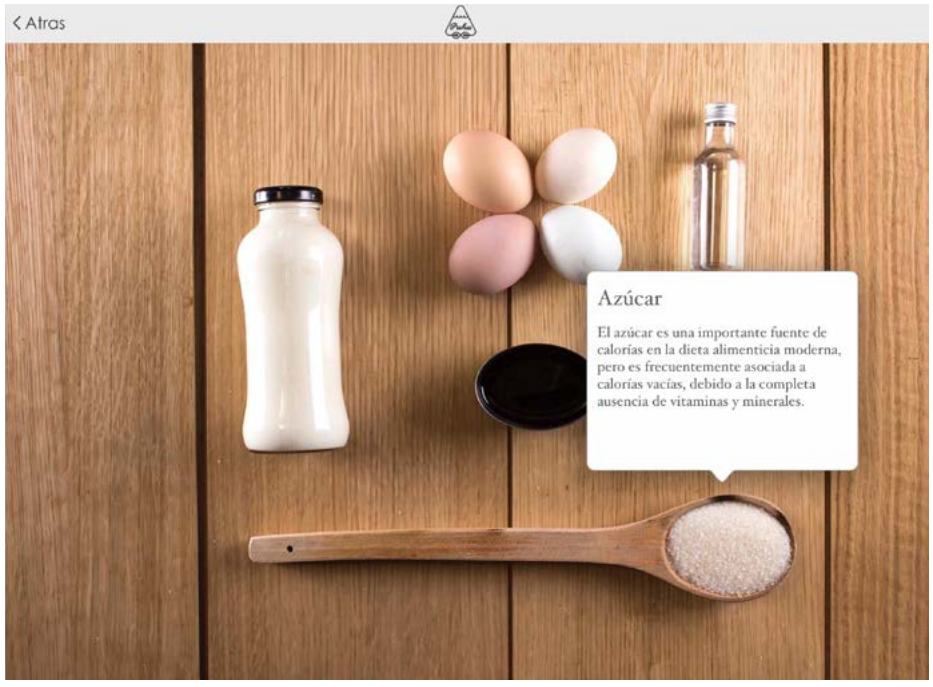


Menú

El menú consistirá de tres scrolls, estos mostraran fotografías de todos los platos y su nombre acompañado de iconos, donde el usuario decidirá el plato a preparar.

Ingredientes

En esta pantalla se muestran todos los ingredientes de cada receta, esta contiene información de cada ingrediente a manera de ventanas pop-up.



Receta

En esta pantalla se encuentra la receta muestra los ingredientes, preparación, dificultad del plato, tiempo de preparación y el video tutorial.

10.7
SOFTWARE UTILIZADO

Para la creación de esta aplicación multimedia se utilizaron cinco programas básicamente:

Adobe Illustrator: Para el desarrollo de diferentes elementos gráficos usados en la interfaz.

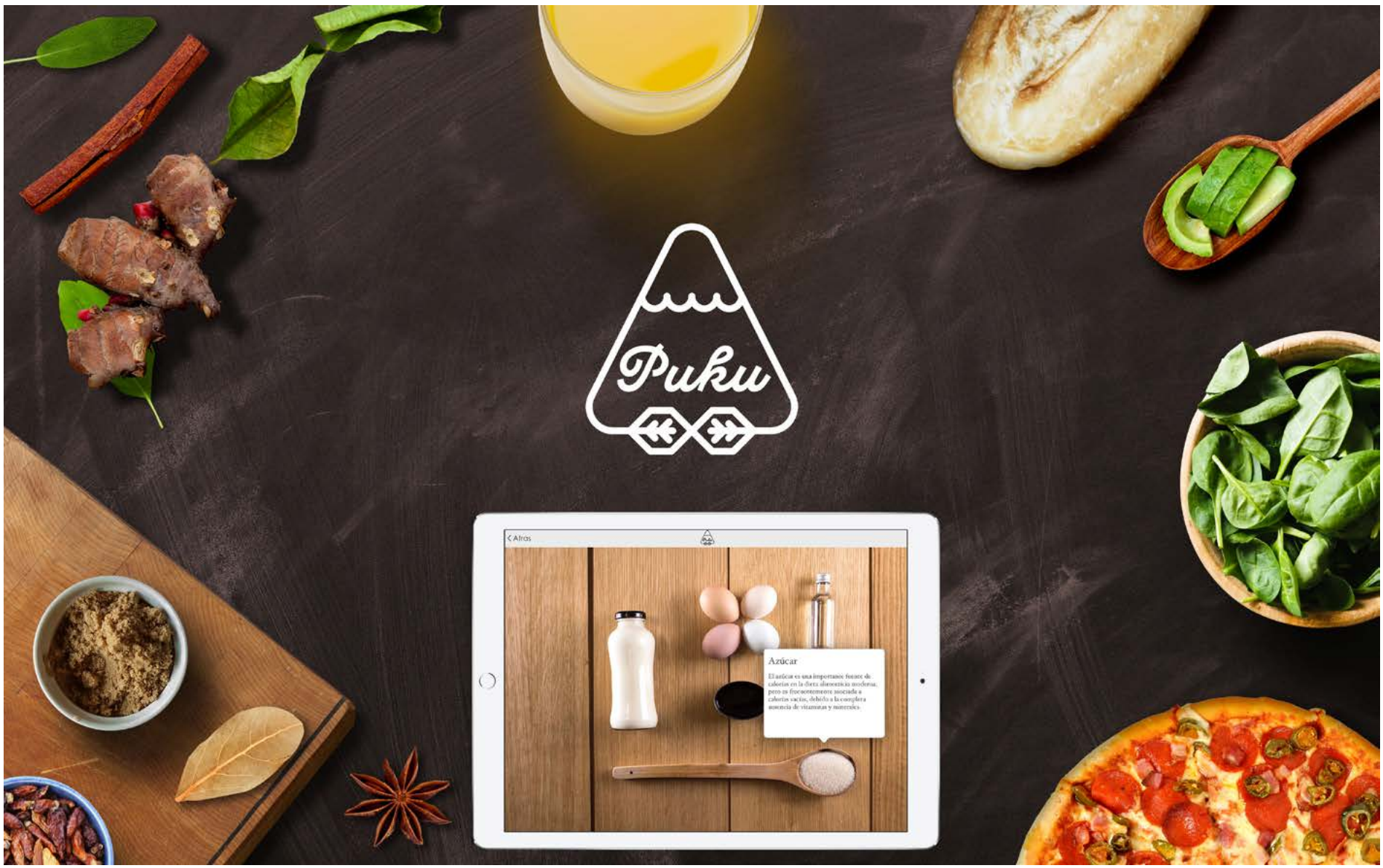
Adobe Photoshop: Para la manipulación de fotografías usadas en este producto.

Adobe Premiere Pro: Para la edición de los videos tutoriales.

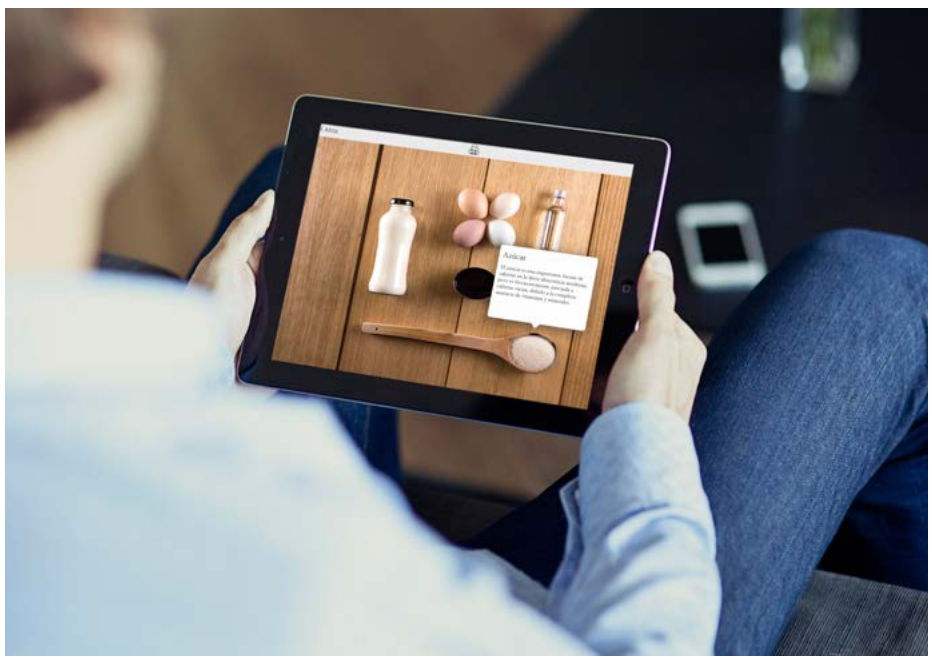
Adobe After Effects: Para la creación de animaciones dentro del video tutorial de la receta.

iBooks Author: Para la elaboración del producto, aquí se utilizaron todos los elementos generados con los otros programas.

PUKU


Puku
Atras
Azúcar
El azúcar es una importante fuente de calorías en la dieta alimenticia moderna, pero es frecuentemente asociada a calorías vacías, debido a la completa ausencia de vitaminas y minerales.

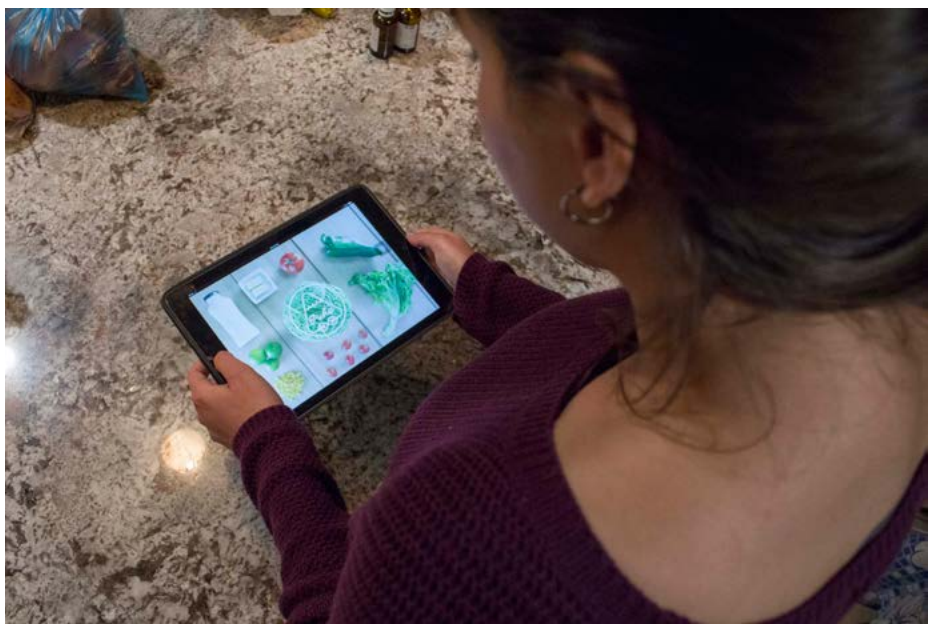
Rompope
Dificultad
Cantidad: 2 Litros
Ingredientes
Preparación
Video Tutorial



VALIDACIÓN

Para comprobar si el producto se desempeña bien y cumple con los objetivos planteados anteriormente, se realizo una validación de este, con la ayuda de Andrea Valdiviezo al ser una persona que entra dentro de la descripción del target propuesto.

La utilizar el producto Andrea encontró la navegación, buena no se perdía y encontraba lo que buscaba, la receta así como los ingredientes estaban bien posicionados, también menciono que una parte de la preparación de la receta le resulto confusa por lo que se reviso las recetas y se las hizo de manera mas entendible.



CONCLUSIONES

El objetivo del proyecto fue difundir la gastronomía ecuatoriana mediante el desarrollo de un producto editorial digital (recetario) para llamar de una mejor manera la atención de la gente así como facilitar la distribución del producto.

Para diseño del recetario, cuyo nombre es "Puku" se pasó por varias etapas: el marco teórico en donde se realizó una investigación de conceptos y teorías concernientes al producto, la programación donde se analizo el target, el plan de marketing y los partidos de diseño, finalmente la ideación en donde se desarrolla el proceso de diseño el cual concluye con la finalización del producto digital "Puku".

A partir de la creación de este producto se realizó un aporte dentro del campo de la cultura, gastronomía, la multimedia dentro del contexto ecuatoriano. Como resultado de este proyecto, se obtuvo un producto editorial digital, diseñado para iPad, aunque es visible en diferentes dispositivos electrónicos, y que en base a la validación realizada funciona correctamente.

RECOMENDACIONES

Se recomienda, escoger un tema que le guste al autor, así como que este sea afín con sus habilidades y conocimientos. Esto facilitara la creación del producto y hará mucho agradable el proceso de creación.

Lo que considero más importante es escoger de manera correcta la tecnología y los medios y que se usarán, ya que de esto dependen las diferentes soluciones, la calidad del producto y el proceso de diseño.

Para la realización de cualquier proyecto se debe partir de un proceso de bocetaje que contenga todos los detalles concernientes con el proyecto, para que en los procesos posteriores se trabaje de manera mas eficiente y simple.

Ser organizado durante todo el proceso, guardar cada avance en diferentes lugares, es recomendable usar servicios como dropbox o mega para que la información esta respaldada en la nube.

Siempre hay que mostrar tus avances a tus tutores, compañeros y personas no afines al diseño, así te podrán dar sugerencias y recomendaciones, ya que ellos tienen una perspectiva diferente, esto ayudara a enriquecer el proyecto de una manera positiva.

Página dejada intencionalmente en blanco

Anexos

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, D. (2009). Diseño editorial Lo que debes saber. TheSign Haus.

Belloch, C. (s.f). Aplicaciones Multimedia Interactivas Clasificación. Retrieved Diciembre 29, 2015, from Universidad de Valencia: http://www.uv.es/bellochc/logopedia/NRT-Logo4.wiki?3

Experiencia de usuario. (s.f). Retrieved Diciembre 29, 2015, from Guia Digital: http://www.guiadigital.gob.cl/articulo/experiencia-de-usuario

Frascara, J. (1996). Diseño Gráfico y Comunicación (5 ed.). Buenos Aires: Infinito.

Gonzales, C. (2003). Arquitectura de la Información: diseño e implementación. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Hassan Montero, Y., & Ortega Santamaría, S. (2009). Diseño Centrado en el Usuario (DCU). Retrieved Diciembre 29, 2015, from No solo usabilidad: http://www.nosolousabilidad.com/manual/3.htm

León, É. (s.f).

Malo Gonzalez, C. (2001). Patrimonio Cultural y Globalización. Cuenca, Azuay, Ecuador: CIDAP.

¿Qué es la Usabilidad? (s.f). Retrieved Diciembre 29, 2015, from Guia Digital: http://www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-la-usabilidad

¿Qué es una Interfaz? (s.f). Retrieved Diciembre 29, 2015, from Guia Digital: http://www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-una-interfaz

Orihuela, J. L., & Santos, M. L. (s.f). Estructuras del Hipertexto. Retrieved Diciembre 29, 2015, from Universidad Javeriana: http://www.javeriana.edu.co/relato_digital/r_digital/taller/introdis/cap01-estructuras.htm

Ortega Santamaría, S., & Hassan Montero, Y. (2009). Informe APEI de Usabilidad. Granada: Gijón: Asociación Profesional de Especialistas en Información.

Patrimonio Cultural. (s.f). Retrieved Dieciembre 29, 2015, from Ministerio de cultura del Perú: http://www.cultura.gob.pe/patrimonio

Peralta, T. (2013, Agosto 15). Características del diseño editorial impreso y en línea. Retrieved Diciembre 29, 2015, from Utel: http://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/caracteristicas-del-diseno-editorial-impreso-y-en-linea/

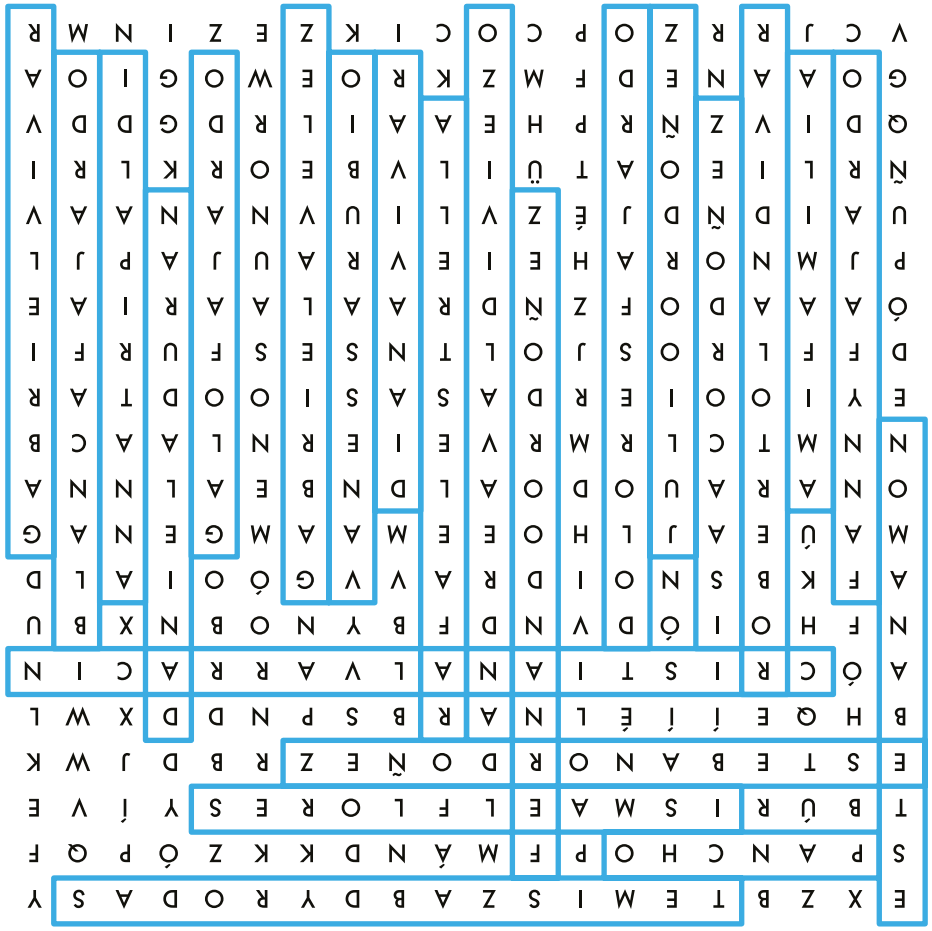
Qué es Gastronomía. (2013). Retrieved Diciembre 31, 2015, from Significados: http://www.significados.com/gastronomia/

Tapia Mendoza, A. (2014, Enero). Hacia una definición del diseño gráfico. Lectura del Mes / Programa de Diseño Gráfico , p. 10.

Ucha, F. (s.f). Definición de Gastronomía. Retrieved Diciembre 30, 2015, from Definición ABC: http://www.definicionabc.com/general/gastronomia.php

UNESCO. (s.f). Unesco. Retrieved Diciembre 29, 2015, from ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? : http://www.unesco.org/culture/ich/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003

Unigarro Solarte, C. (2010). Patrimonio Cultural Alimentario. Quito, Ecuador: Ministerio de Cultura.
Wolfgang, S. (s.f). Aprendizaje Multimedia Desde una Perspectiva Cognitiva. Universidad de Koblenz-Landau.



FIN

SEBASTIÁN ORDÓÑEZ

•CUENCA-ECUADOR•

2016