



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS,
EMPLEANDO EL DISEÑO EDITORIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA
IDENTIDAD Y CULTURA ALIMENTARIA DE LA PROVINCIA DE
COTOPAXI”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado

Autores:

González Pozo Ruth Natalia

Iza Carate Ángel Edgar

Directora:

Ing. Karla Cantuña Flores, Mgs.

Latacunga – Ecuador

Noviembre – 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi y por la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas; por cuanto, los postulantes: González Pozo Ruth Natalia con C.I. 1500539455 y Iza Carate Ángel Edgar con C.I. 0501763502, con el tema de tesis: **“GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS, EMPLEANDO EL DISEÑO EDITORIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA IDENTIDAD Y CULTURA ALIMENTARIA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Noviembre del 2014.

Para constancia firman:

.....
MSc. Víctor Hugo Armas
PRESIDENTE

.....
Ing. Lenin Tamayo
MIEMBRO

.....
Ing. Jorge Freire
OPOSITOR

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Directora del trabajo investigativo sobre el tema **“GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS, EMPLEANDO EL DISEÑO EDITORIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA IDENTIDAD Y CULTURA ALIMENTARIA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, por los postulantes González Pozo Ruth Natalia e Iza Carate Ángel Edgar estudiantes de la carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes, para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencia de la Ingeniería y Aplicadas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Noviembre del 2014

.....

Ing. Karla Cantuña Flores, Mg.C

C.I. 050230511-3

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación con el tema, **“GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS, EMPLEANDO EL DISEÑO EDITORIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA IDENTIDAD Y CULTURA ALIMENTARIA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
Egda. González Pozo Ruth Natalia
C.I. 150053945-5

.....
Egdo. Iza Carate Ángel Edgar
C.I. 050176350-2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS
Latacunga – Ecuador

Certificado de implementación

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica de Cotopaxi y su planta de docentes, de manera especial a la Dg. Belén Freire, por haber confiado y asesorado de una manera desinteresada este trabajo final de grado, aportando con ideas y conocimiento.

A la Ing. Karla Cantuña por su generosa colaboración para guiarnos de la mejor manera en el proceso investigativo.

A todos ellos que de una u otra manera aportaron en la culminación de esta etapa profesional, se los agradezco de todo corazón...

Natalia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica de Cotopaxi y personal docentes, a la Dg. Belén Freire, por su valioso asesoramiento de una manera desinteresada para este trabajo final de grado, aportando con ideas y conocimiento en esta área de diseño gráfico.

A la Ing. Karla Cantuña por su profesional colaboración y dirección para asesorarnos de la mejor manera en el proceso investigativo.

Y a las personas que de una u otra manera aportaron con conocimientos valiosos para la culminación de este proyecto...

Edgar

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a Dios que me dio la fortaleza espiritual en los momentos difíciles.

A mis padres Eladio y Narcisa, quienes me han enseñado con su ejemplo a rebasar todas las barreras que en la vida se presenta, a querer ser mejores cada día, a entender que no hay nada imposible y que sólo hay que sacrificarse para lograr las metas que nos planteamos. A mis hermanos Nixon, Kadir, Sherry y en general a toda mi familia, por apoyarme en todo momento de mi vida

En especial a mi hijo Valentino, por su comprensión en cada momento que no pude compartir y atenderlo como se merecía, eres lo más grande y valioso que tengo en esta vida, el que me dio la fortaleza y valor para salir en adelante.

Natalia

DEDICATORIA

Dedico y doy gracias a Dios por darme la sabiduría y fortaleza para culminar mis estudios superiores, que son una de las metas trazada en vida.

A mis padres Manuel y Lucinda, quienes me inculcaron valores y responsabilidades para ser un mejor ser humano, ser útil a la sociedad y con su ejemplo de lucha constante para conseguir una meta trazada. A mis hermanos Yolanda, Luis, Mirian y a mi hijo Sebastián que fue la inspiración para poder alcanzar un peldaño más en mi vida profesional.

Esto lo dedico a las personas que no confiaron en mí porque creían que nunca lo iba alcanzar la meta propuesta, pero una vez más queda demostrado que cuando el ser humano persevera alcanza grandes cosas.

Edgar

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINAS
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICADO DE IMPLEMENTACIÓN.....	v
AGRADECIMIENTOS.....	vi
DEDICATORIAS.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
SUMMARY.....	xvii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	xviii
Introducción.....	xix

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1.	Diseño.....	1
1.2.	Diseño Gráfico.....	1
1.3.	Diseño Editorial.....	2
1.4.	Piezas del Diseño Editorial.....	3
1.4.1.	Libro.....	3
1.4.2.	Revista.....	3
1.4.3.	Periódico.....	4
1.4.4.	Guía.....	4

1.4.4.1.	Partes de una Guía.....	5
1.4.5.	Guía Gastronómica.....	6
1.5.	Elementos del Diseño Editorial.....	7
1.5.1.	La Forma.....	7
1.5.2.	La Proporción.....	8
1.5.3.	El Ritmo.....	8
1.5.4.	La Armonía.....	9
1.5.5.	El Equilibrio.....	9
1.5.6.	La Textura.....	10
1.5.7.	El Peso.....	10
1.5.8.	Balance.....	11
1.5.9.	El Movimiento.....	11
1.6.	Anatomía del Diseño Editorial.....	12
1.6.1.	Maquetación y Retícula.....	12
1.6.1.1.	Construir una retícula adecuada.....	13
1.6.2.	La Tipografía.....	15
1.6.3.	El Color.....	15
1.6.3.1.	Clasificación de los Colores.....	16
1.6.4.	La Fotografía.....	17
1.6.4.1.	Tipos de Fotografías.....	17
1.6.4.1.1.	Fotografía Publicitaria.....	18
1.6.4.1.2.	Fotografía Artística.....	18
1.6.4.1.3.	Fotografía Publicitaria de Alimentos.....	19
1.7.	Identidad Cultural.....	21
1.7.1.	Objetivo de la Identidad Cultural.....	22
1.8.	Tradicición.....	22
1.9.	Cultura.....	23
1.10.	Cultura Alimentaria.....	24
1.11.	Gastronomía.....	24
1.12.	Comidas Autóctonas.....	25
1.13.	Comidas Típicas.....	25
1.14.	Diferencia entre comida Típica y comida Autóctona.....	26

CAPÍTULO II

ENTORNO DEL LUGAR DE INVESTIGACIÓN

2.1.	Breve Caracterización de la provincia de Cotopaxi.....	27
2.1.1.	Antecedentes históricos de la provincia de Cotopaxi.....	28
2.1.2.	Condiciones Productivas y Agrícolas.....	29
2.1.3.	Cantón Latacunga.....	30

2.1.4.	Cantón Pujilí.....	31
2.1.5.	Cantón Saquisilí.....	32
2.1.6.	Cantón Salcedo.....	33
2.2.	Metodología aplicada.....	34
2.2.1.	Tipo de investigación.....	34
2.2.1.1.	Investigación Descriptiva.....	35
2.2.2.	Métodos de investigación.....	35
2.2.2.1.	Método analítico – sintético.....	35
2.2.2.2.	Método deductivo – inductivo.....	35
2.2.2.3.	Método descriptivo.....	36
2.2.3.	Técnicas de investigación.....	36
2.2.3.1.	Encuesta.....	36
2.2.3.2.	Observación.....	36
2.2.4.	Unidad de Estudio.....	37
2.2.4.1.	Población.....	37
2.3.	Interpretación, graficación y análisis de resultados.....	39
2.3.1.	Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Tecnológico Superior “Vicente León”, sección nocturna, especialidad Gastronomía.....	39
2.4.	Verificación de la Hipótesis.....	46

CAPÍTULO III

DISEÑO DE LA PROPUESTA

3.1.	Tema.....	48
3.2.	Presentación.....	48
3.3.	Justificación.....	49
3.4.	Objetivos.....	49
3.4.1.	Objetivo de la Propuesta.....	49
3.4.2.	Objetivos Específicos.....	50
3.5.	Desarrollo de la propuesta.....	50
3.5.1.	Características de la Guía Gastronómica.....	50
3.5.1.1.	Tamaño y formato.....	50
3.5.1.2.	Tamaño del papel.....	51
3.5.1.3.	Elección del papel.....	51
3.5.1.4.	Justificación del dobléz.....	52
3.5.2.	Contenidos de los temas de la Guía Gastronómica.....	52
3.5.2.1.	Latacunga.....	52
3.5.2.2.	Salcedo.....	52
3.5.2.3.	Saquisilí.....	53

3.5.2.4.	Pujilí.....	53
3.5.3.	Justificación del nombre de la Guía Gastronómica.....	53
3.5.4.	Desarrollo del logotipo para la Editorial.....	54
3.5.4.1.	Bocetaje del logotipo para la Editorial.....	54
3.5.4.2.	Construcción del logotipo.....	55
3.5.5.	Justificación de la tipografía para el logotipo de la Editorial.....	59
3.5.5.1.	JellykaCuttyCupcakes.....	59
3.5.5.2.	Kabel Book BT.....	59
3.5.6.	Fotografías de los platos autóctonos.....	59
3.5.6.1.	Programa de Edición Fotográfica.....	60
3.5.7.	Diagramación de la Guía Gastronómica.....	61
3.5.7.1.	Recopilación de las imágenes de los platos autóctonos de cada uno de los cantones.....	62
3.5.7.2.	Selección de retículas y márgenes.....	62
3.5.8.	Impresión y cierre.....	79
3.5.8.1	Costo de Impresión y Cierre.....	80
3.5.9.	Definición de términos básicos.....	81
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
	Conclusiones.....	86
	Recomendaciones.....	87
	Bibliografía.....	88
	Anexos.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINAS
TABLA 1: Universo de la investigación.....	37
TABLA 2: Operacionalización de las variables.....	38
TABLA 3: Diferencia entre Gastronomía Autóctona y Típica.....	39
TABLA 4: Proporción de personas que conocen los platos Autóctonos de la provincia de Cotopaxi.....	40
TABLA 5: Proporción de lugares en los lugares en los que se han gustado los platos Autóctonos.....	42
TABLA 6: Proporción de personas que conocen la existencia de una Guía Gastronómica de platos Autóctonos.....	43
TABLA 7: Proporción de personas que creen necesario el diseño de una Guía Gastronómica de platos Autóctonos.....	44
TABLA 8: Proporción de personas de nivel socio-económico al cual va dirigido la Guía Gastronómica.....	45
TABLA 9: Características de la Guía Gastronómica.....	79
TABLA 10: Costo general del proyecto.....	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINAS
GRÁFICO 1: Mapa de la provincia de Cotopaxi.....	27
GRÁFICO 2: Diferencia entre Gastronomía Autóctono y Típica....	39
GRÁFICO 3: Proporción de personas que conocen los platos Autóctonos de la provincia de Cotopaxi.....	40
GRÁFICO 4: Proporción de lugares en los lugares en los que se han gustado los platos Autóctonos.....	42
GRÁFICO 5: Proporción de personas que conocen la existencia de una Guía Gastronómica de platos Autóctonos.....	43
GRÁFICO 6: Proporción de personas que creen necesario el diseño de una Guía Gastronómica de platos Autóctonos.....	44
GRÁFICO 7: Proporción de personas de nivel socio-económico al cual va dirigido la Guía Gastronómica.....	45
GRÁFICO 8: Nombre de la Guía Gastronómica.....	54
GRÁFICO 9: Bocetaje del Logotipo.....	54
GRÁFICO 10: Logo.....	55
GRÁFICO 11: Isotipo.....	56

GRÁFICO 12:	Logotipo.....	56
GRÁFICO 13:	Construcción Geométrica.....	57
GRÁFICO 14:	Normalización de Tamaño.....	57
GRÁFICO 15:	Justificación Cromática del Logotipo.....	58
GRÁFICO 16:	Fotografías con Retoque y sin Retoque.....	60
GRÁFICO 17:	Fotografías Retocadas de uno de los Cantones.....	62
GRÁFICO 18:	Boceto Burdo.....	63
GRÁFICO 19:	Boceto Semiterminado.....	63
GRÁFICO 20:	Propuesta Final.....	64
GRÁFICO 21:	Diagramación Paginas de Latacunga.....	64
GRÁFICO 22:	Diagramación Paginas de Salcedo.....	65
GRÁFICO 23:	Diagramación Paginas de Saquisilí.....	65
GRÁFICO 24:	Diagramación Paginas de Pujilí.....	65
GRÁFICO 25:	Boceto Burdo.....	66
GRÁFICO 26:	Boceto Semiterminado.....	66
GRÁFICO 27:	Propuesta Final.....	67
GRÁFICO 28:	Diagramación Paginas Descripción Alimentaria.....	67
GRÁFICO 29:	Boceto Burdo.....	68
GRÁFICO 30:	Boceto Semiterminado.....	69
GRÁFICO 31:	Propuesta Final.....	69
GRÁFICO 32:	Portadilla Latacunga.....	70
GRÁFICO 33:	Portadilla Salcedo.....	70
GRÁFICO 34:	Portadilla Saquisilí.....	71
GRÁFICO 35:	Portadilla Pujilí.....	71
GRÁFICO 36:	Boceto Burdo.....	72
GRÁFICO 37:	Boceto Semiterminado.....	72
GRÁFICO 38:	Propuesta Final.....	73
GRÁFICO 39:	Portada.....	73
GRÁFICO 40:	Márgenes Páginas de Platos Autóctonos.....	74
GRÁFICO 41:	Márgenes Paginas Descripción Alimentaria.....	74
GRÁFICO 42:	Justificación de Color del cantón Latacunga.....	75
GRÁFICO 43:	Justificación de Color del cantón Salcedo.....	76
GRÁFICO 44:	Justificación de Color del cantón Saquisilí.....	76
GRÁFICO 45:	Justificación de Color del cantón Pujilí.....	77
GRÁFICO 46:	Íconos de la Guía.....	78
GRÁFICO 47:	Módulos o Cenefa de la Guía.....	78



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

Latacunga – Ecuador

TEMA: “GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS, EMPLEANDO EL DISEÑO EDITORIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA IDENTIDAD Y CULTURA ALIMENTARIA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”.

Autores: González Pozo Ruth Natalia

Iza Carate Ángel Edgar

RESUMEN

La investigación sobre una Guía Gastronómica de Platos Autóctonos empleando el Diseño Editorial para la difusión de la Identidad y Cultura Alimentaria de la provincia de Cotopaxi, es un estudio que permite el rescate de la identidad y cultura alimentaria, siendo la alimentación una actividad vital para la supervivencia del ser humano.

El proyecto trata de rescatar las formas sanas y autóctonas de alimentarse para perdurar la existencia de platos milenarios que con el tiempo han ido desapareciendo por la influencia de comidas y recetas extranjeras, perjudicando la identidad alimentaria, para lo cual se propone el diseño de una guía gastronómica, que rescate las comidas autóctonas de la provincia de Cotopaxi, aplicando el diseño editorial.

Los platos han sido seleccionados tomado en consideración la importancia para cada sector; en Latacunga el locro de cuy, en Salcedo el togro, en Saquisilí las tortillas de palo (tortillas de maíz), y en Pujilí el chaguarmishqui. Esta guía gastronómica beneficiará a los estudiantes de cocina, a los turistas nacionales.

No se cumplió todos los objetivos debido que en los otros cantones existe la misma gastronomía, las dificultades de este trabajo de investigación fueron la falta de información sobre esta gastronomía y en lo técnico no tenemos textos técnicos sobre el tema de aplicación, los mismos que tienen que ser adquiridos de otros países .



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS
Latacunga – Ecuador

THEME: “GASTRONOMIC GUIDE OF AUTOCHTHONOUS DISHES, USING THE EDITORIAL DESIGN FOR THE DIFFUSION OF THE IDENTITY AND ALIMENTARY CULTURE OF COTOPAXI PROVINCE”.

Authors: González Pozo Ruth Natalia
Iza Carate Ángel Edgar

SUMMARY

The research, gastronomic guide of native dishes is presented to the needing to provide to Cotopaxi province a study has been done to rescue identity and food culture, food being vital to the survival of mankind, therefore in our country and specially in our province has existed specific forms of eating from our ancestors, which it has been losing the right way to eat nutritionally.

The project tries to rescue native and healthy eating forms and rescue native dishes that are lost because foreign food and recipes are introduced, which harms our food identity. Therefore we have proposed to design a gastronomic guide, in which native meals will be rescue in Cotopaxi province, applying editorial design, to consider four towns in the province, given that in some towns there is repeated the same dish or way of eating.

The selected dishes have been considered the most famous of each area such as locro de cuy in Latacunga, the togro in Salcedo, tortillas de palo in Saquisilí (corn tortillas), and the chaguarmishqui in Pujilí. Using this gastronomic guide, beneficiaries will be the culinary students, country tourists and housewives, which will transmit the way of our ancestors eating and to rescue a healthy way to eat.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS
Latacunga – Ecuador

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Área de Inglés de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al idioma Inglés presentado por los Egresados: GONZÁLEZ POZO RUTH NATALIA e IZA CARATE ÁNGEL EDGAR, cuyo título versa **“GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS, EMPLEANDO EL DISEÑO EDITORIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA IDENTIDAD Y CULTURA ALIMENTARIA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, lo realizo bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente aval de la manera ética que estimen conveniente.

Latacunga, Noviembre del 2014

Atentamente,

.....
Lic. Beltrán Semblantes Marco Paúl
DOCENTE DE LA U.T.C.
C.I. 050266651-4

INTRODUCCIÓN

La alimentación es algo vital para la vida de los seres humanos, desde la existencia de la raza humana se ha buscado maneras de alimentarse con productos que brinda la tierra, aprovechando y desarrollando la creatividad en la preparación de alimentos.

El presente proyecto versa el diseño de una “GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS, EMPLEANDO EL DISEÑO EDITORIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA IDENTIDAD Y CULTURA ALIMENTARIA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”, como material de consulta y guía turística gastronómica.

La importancia de esta investigación se establece principalmente en la falta de difusión de platos autóctonos a las personas que degustan de este tipo de alimentación.

Este proyecto permitirá diseñar una guía gastronómica aplicando el diseño editorial, el mismo que permitirá aplicar esta investigación para difundir y posicionar la gastronomía.

Desde el punto de vista turístico facilitará la accesibilidad a la información en lo que ha turismo gastronómico se refiere, beneficiando el desarrollo turístico y la situación económica del sector.

El trabajo comprende tres capítulos: el CAPÍTULO I se relaciona con la fundamentación teórica, que se requiere para el diseño de una guía gastronómica en la que se aplicará el diseño editorial y la fotografía bases fundamentales para su elaboración.

El CAPÍTULO II denominado investigación de campo, proporciona una breve reseña de la provincia de Cotopaxi y de los cuatro cantones tomados como

referencia: Latacunga, Pujilí, Saquisilí y Salcedo, además se presenta el análisis e interpretación de la encuesta aplicada a los estudiantes de gastronomía del instituto Tecnológico Superior “Vicente León”.

El CAPÍTULO III se relaciona con el diseño de la propuesta sobre una guía gastronómica de platos autóctonos de la provincia de Cotopaxi, en el cual se explicó los elementos del diseño editorial: tipografía, color, cenefa, iconos, fotografía y retícula.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. DISEÑO

Según DABNER, David, en su libro “Diseño Gráfico, Fundamentos y Prácticas” (2005), manifiesta que:

La idea o pensamiento que hay detrás de un diseño. Los procesos de pensamiento que siguen los diseñadores cuando absorben y desarrollan el briefing o especificaciones de un cliente son una parte fundamental de dar con la solución gráfica a un problema concreto. Si este proceso falla, la forma y el color tienen poco valor... (p. 9)

El diseño es parte de una solución gráfica para satisfacer a un cliente, utilizando formas y colores en un ordenador o impreso sobre un material requerido por el target, logrando así una adecuada integración entre concepto y la solución a un problema determinado.

1.2. DISEÑO GRÁFICO

Según TWEMLOW, Alice, en su libro “¿Qué es Diseño Gráfico? 2, Manual de Diseño (2007), afirma que:

Es una disciplina teórico – práctica que pretende resolver los problemas de una comunidad en materia de comunicación visual, de una manera lógica y con un sentido estético, funcional del manejo de la forma, color y textura. (p. 12)

Es un tipo de comunicación que emplea formas, signos, colores, códigos; que expresan una idea, emiten un mensaje que satisface una necesidad material o de servicio.

En conclusión en el diseño gráfico, fluye la creatividad del ser humano que la imagina y la plasma en un arte gráfico para transmitirla a otras personas, la comunicación visual por tanto ayuda a resumir en una sola imagen varias frases siendo efectivo a la hora de comunicar.

1.3. DISEÑO EDITORIAL

Según ZAPPATERRA, Yolanda, en su libro “Diseño Editorial, periódicos y revistas” (2008), manifiesta que:

El marco en el que una historia dada es leída e interpretada. Abarca tanto la arquitectura general de la publicación (y la lógica estructural que ésta implica) como el tratamiento específico de la historia (en la medida en que puede modificar o incluso desafiar esa misma lógica). (p.2)

El Diseño Editorial es una subdivisión del Diseño Gráfico, la cual sirve para maquetar toda publicación impresa a ser difundida, estas publicaciones deben ser bien diseñadas y conservar un eje estético.

Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, imagen o ilustraciones.

1.4. PIEZAS DEL DISEÑO EDITORIAL

1.4.1. *Libro*

Según SPINA, Mario, en su libro “Pequeño Manual Práctico del Diseño” (2005), manifiesta:

Es una obra impresa, manuscrita o pintada en una serie de hojas de papel, pergamino, vitela u otro material, unidas por un lado y protegidas con tapas, también llamadas cubiertas. Según la UNESCO para ser considerado libro una impresión debe reunir las siguientes características 49 o más páginas. De cinco a 48 páginas se convierte en folleto. Y de una hasta cuatro páginas se denomina hojas sueltas. (p.27)

Las ideas de una persona plasmada en manuscrito en hojas encuadrado o digital forma un libro; esta pieza ha permitido relatar eventos de vital importancia en el ser humano, dejando un legado de conocimientos para las futuras generaciones. Por lo general, se conoce como libro a toda obra literaria, científica o de otro tipo, que se presentan en distintos soportes, entre ellos: papel, CD-ROM, disquette, E-Book, e Internet. Además un libro puede contener ilustraciones, textos, o una combinación de ambos.

1.4.2. *Revista*

Según LAKSHMI, Bhaskaran, en su libro “¿Qué es el Diseño Editorial?” (2006), afirma que la Revista es:

Una combinación de texto e imágenes creada por un equipo principal de diseñador o director de arte y redactor. A fin de que funcione esta asociación, es vital que el diseñador posea

una comprensión básica del periodismo y que el redactor conozca los fundamentos del diseño. (p.96)

La revista es una publicación periódica. A diferencia de los diarios que ofrecen noticias de actualidad más o menos inmediata, las revistas entregan una segunda y exhaustiva revisión de los sucesos de interés general o un tema especializado, están impresas en papel de calidad, con una encuadernación más cuidada y con mayor superficie destinada a la gráfica.

1.4.3. Periódico

Según LAKSHMI, Bhaskaran, en su libro “¿Qué es el Diseño Editorial?” (2006), afirma:

El mundo del diseño de periódicos es diferente a cualquier otro. El contenido del periódico cambia a diario a medida que llegan a la redacción las últimas noticias, historias e imágenes, pero el aspecto general del periódico permanece inalterable. (p.110)

El diseño del periódico no ofrece la oportunidad de experimentación como en las revistas. Los diseñadores de periódicos se enfrentan a un gran número de decisiones que deben resolver si desean presentar la información de la manera más adecuada. En el diseño del periódico el contenido cambia a diario dependiendo de las noticias, historia e imágenes.

1.4.4. Guía

Según SPINA, Mario, en su libro “Pequeño Manual Práctico del Diseño” (2005), manifiesta:

Una guía de actividad empresarial es una herramienta analítica que tiene como fin facilitar información al emprendedor sobre un sector o actividad concreta. El principal problema que encuentran los emprendedores al inicio de su proyecto, es la falta de información para la puesta en marcha de la idea de negocio... (p.30)

Una guía tutela, rige u orienta. A partir de esta definición, el término hace referencia a múltiples significados de acuerdo al contexto. Una guía puede ser el documento que incluye los principios o procedimientos para encauzar una acción o el listado con informaciones que se refieren a un asunto específico.

En términos generales, una guía tiene por objeto conducir, encaminar y dirigir.

1.4.4.1. Partes de una Guía

Según SPINA, Mario, en su libro “Pequeño Manual Práctico del Diseño” (2005), define:

Las guías no son solo hojas impresas llenas de texto o imágenes. Estas están compuestas de partes y cada una de ellas tiene un nombre y una función específica.

1.4.4.1.1. Portada

Contiene los nombres completos del autor o autores, el título completo, el año de impresión.

1.4.4.1.2. Anteportada o portadilla

Es la hoja anterior a la portada, en la cual sólo se anota el título del contenido.

1.4.4.1.3. *Contraportada*

Es la página que está en la cara posterior a la portadilla, con el nombre de la serie a la que pertenece el contenido, puede también ir en blanco.

1.4.4.1.4. *Cuerpo del texto*

Es la parte medular del contenido.

1.4.4.1.5. *Glosario*

Se definen los términos específicos utilizados en el texto.

1.4.4.1.6. *Índices y listados*

Pueden ser gráficas, de fotografías, etc. y generalmente suelen ir al final.

1.4.4.1.7. *Página legal o de derechos*

Es la página que está en la cara posterior a la portada, donde se anotan los derechos del contenido: año, el año en que se reservaron los derechos, representados por el signo © (copyright), el lugar de impresión, la casa editorial.

1.4.4.1.8. *Índice general o contenido*

Es una relación organizada del contenido del texto.

1.4.5. *Guía Gastronómica*

Según SPINA, Mario, en su libro “Pequeño Manual Práctico del Diseño” (2005), manifiesta:

Todo turista que sale de vacaciones utiliza una o varias guías gastronómicas de referencia cuando planea un viaje de ocio, organiza sus actividades profesionales o, sencillamente, decide acudir a un restaurante de la ciudad donde reside. Desde mi punto de vista existen dos clases de guías gastronómicas, las turísticas y las de autor, que pretenden cumplir diferentes objetivos... (p.38)

La guía gastronómica es un documento impreso que proporciona al turista local y nacional, la información sobre lugares donde se oferta diferentes tipos de gastronomía, permitiendo influenciar positivamente en la economía de un sitio determinado, recibiendo una afluencia considerable de turistas.

A través de la guía gastronómica se conoce las costumbres, tradiciones, cultura alimentaria de un lugar determinado, para ser transmitidas a las futuras generaciones.

1.5. ELEMENTOS DEL DISEÑO EDITORIAL

1.5.1. La Forma

Según MANJARREZ DE LA VEGA, Juan José, en su libro “Diseño Editorial”, manifiesta que:

La forma de los objetos y cosas, comunican ideas por ellos mismos, llaman la atención del receptor dependiendo de la forma elegida. Es un elemento esencial para un buen diseño. Forma es cualquier elemento que utilizemos para dar o determinar la forma. (p.28)

La forma es un elemento esencial para que el diseñador obtenga un buen trabajo final. Las formas grandes, altas o anchas, suelen ser percibidas como potentes o

fuertes, mientras que las formas pequeñas, cortas o finas, parecen delicadas y débiles. La interpretación del tamaño, varía sorprendentemente.

1.5.2. La Proporción

Según MANJARREZ DE LA VEGA, Juan José, en su libro “Diseño Editorial”, afirma que:

Con las formas redondeadas, la proporción y la simetría suelen combinarse, puesto que las formas perfectamente circulares también son simétricas. Por lo que las formas circulares parecen ser menos potentes que las formas oblongas, pero crean impresiones de armonía que resuenan con suavidad y perfección. (p.35)

La proporción está directamente relacionada con el tamaño y con el resto de elementos colocados en el espacio gráfico. Representa los resultados de la toma de decisiones del diseñador refiriéndose a la relación de un elemento con otro o al diseño entendido como un todo.

1.5.3. El Ritmo

Según MANJARREZ DE LA VEGA, Juan José, en su libro “Diseño Editorial”, manifiesta que:

El factor de ritmo se produce cuando encontramos una repetición secuencial de un conjunto de elementos. Con esta técnica se puede producir dinamismo y armonía en nuestra composición. Es capaz de transmitir movimiento dentro del área de diseño, gracias a la aproximación de elementos semejantes. (p.37)

Dentro del diseño editorial el ritmo proporciona una repetición secuencial de conjuntos de elementos, que tiene como finalidad producir armonía y dinamismo para que el diseñador proyecte movimiento en el área del diseño.

1.5.4. La Armonía

Según MANJARREZ DE LA VEGA, Juan José, en su libro “Diseño Editorial”, afirma que:

Un equilibrio adecuado de elementos diversos en una totalidad que es perceptible visualmente. De manera que los elementos se perciben como una composición agradable a la vista. (p.38)

Existe armonía en un diseño cuando los elementos que conforman el mismo se combinan de manera agradable. La armonía es un trabajo visual nivelado sensible al ojo humano, que elije soluciones sencillas para establecer reglas en una composición visual.

1.5.5. El Equilibrio

Según DAVID ZANÓN, Andrés, en su libro “Introducción al Diseño Editorial”, afirma que:

Una composición puede conseguir el equilibrio a través del uso de líneas y formas. Todos los pesos deberán estar compensados para obtener el equilibrio ideal... (p.18)

En el equilibrio el diseño tiene sus elementos balanceados; su espacio está distribuido adecuadamente por su peso. Es un combinando eficiente de líneas y formas obteniendo como resultado una moderación en el diseño.

1.5.6. La Textura

Según MANJARREZ DE LA VEGA, Juan José, en su libro “Diseño Editorial”, manifiesta que:

La textura, aporta al diseño, una mirada o una sensación. Diariamente encontramos gran variedad de texturas, por todo el entorno que nos rodea. La textura ayuda a crear un humor particular para una disposición o para otras en formas individuales. La textura, permite crear una adaptación personalizada de la realidad añadiendo dimensión y riqueza al diseño. (p. 29-30)

La textura es el toque especial en el diseño, es un elemento complementario de la composición, sirve para que el producto o servicio tenga un valor agregado. En diseño editorial, la textura es el motivo de luces y sombras creado por la repetición de letras y formas.

1.5.7. El Peso

Según MANJARREZ DE LA VEGA, Juan José, en su libro “Diseño Editorial”, afirma que:

Kandinsky propuso dividir al plano básico en cuatro partes iguales, es decir, atravesarlo por un eje vertical y otro horizontal, cuya intersección marque exactamente el centro de la obra. La primera relación que podemos establecer es la que divide al arriba del abajo. La zona superior es la que menos peso visual tolera, y la inferior, la que mayor peso visual tolera... (p.31)

El peso visual se utiliza para la distribución de los elementos en el formato, cada elemento tendrá un peso que sumará al final de la composición. Se debe reflexionar que cada espacio tiene mayor o menor peso visual. En la distribución de los elementos debe considerarse el peso.

1.5.8. Balance

Según MANJARREZ DE LA VEGA, Juan José, en su libro “Diseño Editorial”, define que:

Dentro de las técnicas visuales, una de las más importantes es el balance. Su importancia se basa en el funcionamiento de la percepción humana y en la intensa necesidad de equilibrio, que se manifiesta tanto en el diseño como en la reacción ante una declaración visual. En el balance existe un centro de gravedad a medio camino entre dos pesos. (p.35)

El balance es muy importante en el Diseño Editorial, pues permite centrar una imagen de forma equilibrada, logrando una reacción visual armoniosa y la aceptación de los que la reciben. Es muy importante lograr que el contenido tenga un centro de gravedad, entre dos pesos obteniendo un balance adecuado.

1.5.9. El Movimiento

Según MANJARREZ DE LA VEGA, Juan José, en su libro “Diseño Editorial”, afirma que:

En primer lugar, el movimiento depende de la proporción. En el círculo, las fuerzas dinámicas se disparan desde el centro en todas direcciones. En el óvalo y el rectángulo existe tensión dirigida a lo largo del eje mayor. El contenido de la obra definirá a dónde se dirige ese eje, si hacia arriba o

hacia abajo, si a la izquierda o a la derecha. La direccionalidad se percibe fácilmente... (p.38)

El movimiento se genera de acuerdo a la figura geométrica que se diseña, el óvalo establece una dirección en sentido vertical, mientras que el rectángulo una dirección horizontal, con estas técnicas, la obra terminada cobra sentido.

1.6. ANATOMÍA DEL DISEÑO EDITORIAL

Según LAKSHMI, Bhaskaran, en su libro “¿Qué es el Diseño Editorial?” (2006), afirma que:

El diseñador de publicaciones, al contrario que el diseñador objetos de formato único, tales como carteles o anuncios, deberá considerar varias áreas; su trabajo no consiste simplemente en maquetar la información con respecto a un número de páginas... (p.44)

La anatomía tiene diferentes componentes que deben ser considerados en la realización de publicaciones impresas. Estos factores determinan el éxito o fracaso del diseño y, por tanto, deben ser expresados en términos de creatividad.

1.6.1. Maquetación y Retícula

Según DABNER, David, en su libro “Diseño Gráfico, Fundamentos y Prácticas” (2005), manifiesta que:

El término maquetación y la retícula indica la forma de organizar los distintos materiales que componen el contenido de un diseño. El objetivo es tanto presentar información de forma lógica y coherente como hacer resaltar los elementos importantes. El uso de una cuadrícula y elementos

estilísticamente coherentes también ayuda a que el espectador absorba la información de forma visualmente agradable. (p. 16)

La maquetación permite organizar contenidos visuales, en medios impresos, ocupando un plano o espacio de forma organizada, para no cansar al lector.

La retícula es una de las herramientas más importantes. El diseñador deberá tener mucho cuidado al momento de diseñarla, es usada para ubicar y contener los elementos en un diseño.

1.6.1.1. Construir una retícula adecuada

Según TIMOTHY, Samara, en su libro “Diseñar con y sin retícula”, afirma que: El trabajo con retículas depende de dos fases de desarrollo.

En la primera fase, el diseñador se propone valorar las características informativas y los requisitos de producción del contenido. Esta fase es extremadamente importante; la retícula es un sistema cerrado una vez ha sido desarrollada y, a la hora de construirla, el diseñador debe tener en cuenta la idiosincrasia del contenido, como por ejemplo la existencia de múltiples tipos de información, la naturaleza y la cantidad de imágenes.

Además, el diseñador debe adelantarse a problemas de diseño potenciales que puedan surgir durante la maquetación del contenido dentro de la retícula, como por ejemplo, la existencia de titulares especialmente largos, el encuadre de las imágenes que surgirán cuando se agota el contenido de una sección determinada.

La segunda fase consiste en maquetar el material de acuerdo con las guías establecidas por la retícula. Es importante comprender que la retícula, a pesar de ser una guía precisa, nunca debería imponerse a los elementos que se colocarán dentro de ella. Su trabajo es proporcionar una unidad global sin rebajar la

vitalidad de la composición. En la mayoría de los casos, la variedad de soluciones para maquetar una página dentro de una retícula dada es inagotable, pero incluso entonces es aconsejable romper la retícula de vez en cuando.

1.6.1.1.1. Los márgenes

Son los espacios negativos entre el borde del formato y el contenido, que rodean y definen la zona “viva” en la que pueden disponerse la tipografía y las imágenes. Las proporciones de los márgenes requieren una consideración profunda, ya que contribuyen a establecer la tensión general dentro de la composición. Pueden utilizarse para dirigir la atención, pueden servir como espacio de descanso para el ojo, o bien pueden contener a determinada información secundaria.

1.6.1.1.2. Las líneas de flujo

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

1.6.1.1.3. Las zonas espaciales

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

1.6.1.1.4. Los marcadores

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

1.6.1.1.5. Los módulos

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

1.6.1.1.6. Las columnas

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

1.6.2. La Tipografía

Según DABNER, David, en su libro “Diseño Gráfico, Fundamentos y Prácticas” (2005), afirma que:

Desde la introducción de las formas digitales de tipos, los diseñadores tienen acceso a una gran cantidad de tipos de letras, lo que hace prácticamente imposible conocerlas a todas. Sin embargo, estar familiarizado con la historia de un tipo siempre representa una gran ventaja, ya que puede ayudar a la hora de armonizar las características de dicha letra con el contenido del texto... (p. 80)

La tipografía es un conjunto de familias tipográficas que influyen forma, tamaño, diseño, tipos de cajas sean estas altas o bajas, tipo de remate o serif, altura de la x. Se recomienda utilizar la tipografía de acuerdo al diseño.

1.6.3. El Color

Según DABNER, David, en su libro “Diseño Gráfico, Fundamentos y Prácticas” (2005), manifiesta:

Literalmente decenas de miles de colores a disposición del diseñador, y las formas de combinarlos son prácticamente infinitas. El diseñador tiene que dominar la clasificación de colores y los términos utilizados para describirlos. Se puede decir que el color difiere de tres formas significativas. (p. 26)

El color se manifiesta como percepción visual que se genera en el cerebro humano, mediante la recepción de la retina del ojo. El color es un elemento clave de comunicación visual. Al usarlo en el arte o el diseño debe ser selectivo, a través de ellos se connotan sentimientos y estados de ánimo. La gama de colores se dividen en primarios: amarillo, azul y rojo, de la combinación de estos se derivan los colores secundarios y de estos los terciarios.

1.6.3.1. Clasificación de los Colores

Según RICUPERO, Sergio A., en su libro “Diseño Gráfico en el Aula,” (2007), manifiesta que:

1.6.3.1.1. Colores fundamentales o primarios

El espectro solar tiene tres colores que se consideran primarios o fundamentales: amarillo, rojo y azul. Se llaman colores primarios, porque constituyen la base primaria para toda mezcla. No pueden obtenerse por la mezcla de otros colores. También se les denomina puros.

Los colores primarios se pueden mezclar entre sí, con el blanco y/o el negro, dando origen a nuevos colores. Basándose en este sistema de mezclas se obtiene toda la variadísima cantidad de colores y matices distintos.

1.6.3.1.2. Los colores secundarios

De la unión de dos colores primarios entre sí, se obtiene un color secundario o binario.

1.6.3.1.3. Los colores intermedios

Si se mezcla un color secundario con uno primario, resultan los colores intermedios. Por ejemplo la combinación de amarillo con naranja, azul con verde, amarillo con verde, violeta con rojo, entre otros.

1.6.4. La Fotografía

Según TIM, Daly, en su libro “Enciclopedia de Fotografía Digital” (2003), define a la fotografía como:

El arte y la técnica para obtener imágenes duraderas debidas a la acción de la luz. Es el proceso de capturar imágenes y fijarlas en un medio material sensible a la luz. Basándose en el principio de la cámara oscura, se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido... (p.10)

La fotografía se obtiene debido a la acción de la luz en una cámara oscura y se puede fijar en un medio material sensible. La fotografía es impresa en un papel especial destinado para esta actividad.

Para capturar y almacenar la imagen, las cámaras fotográficas utilizaban hasta hace pocos años una película sensible, mientras que en la actualidad, se emplean sensores CCD; CMOS para almacenar en memorias digitales.

1.6.4.1. Tipos de Fotografías

Según TIM, Daly, en su libro “Enciclopedia de Fotografía Digital” (2003), manifiesta que existen algunos tipos de fotografías, consejos y trucos; entre los cuales se destacan las siguientes:

1.6.4.1.1. Fotografía publicitaria

La fotografía se ha utilizado para inspirar e influir opiniones políticas o sociales. Asimismo, desde la década de 1920 se ha hecho uso de ella para impulsar y dirigir el consumo, y como un componente más de la publicidad. Los fotógrafos comerciales realizan fotos que se utilizan en anuncios o como ilustraciones en libros, revistas y otras publicaciones... (p.15)

La fotografía publicitaria ha representado un gran impulso en la industria gráfica, los avances en las técnicas de reproducción han surgido debido al aumento en la calidad. La fotografía sirve como inspiración e influye en las ideas políticas y sociales de las personas. Utiliza una gama de técnicas especiales haciendo atractivas las imágenes para el consumidor. Generalmente la fotografía publicitaria es sinónimo de provocación o promoción a una decisión.

1.6.4.1.2. Fotografía Artística

Los trabajos pioneros de Daguerre y de Talbot condujeron a dos tipos distintos de fotografía. El daguerrotipo positivo, apreciado por su claridad y detalle, fue utilizado en especial para retratos de familia como sustituto del mucho más caro retrato pintado. Más tarde, el daguerrotipo fue suplantado en popularidad por la carta de visita, que utilizaba placas de cristal en lugar de láminas de hierro... (p.16)

La fotografía artística es de carácter subjetivo, partió de la pintura. Sin embargo, rápidamente amplió su léxico gracias a la facilidad de hacer enfoques extremos (picados, contrapicados, etc.), la captura del movimiento con largos tiempos de obturador y decisión. La presión sobre el fotógrafo para marcar subjetividad en la fotografía forjó un lenguaje de sutilezas, perfectamente comprensible, directo para el observador.

1.6.4.1.3. Fotografía Publicitaria de Alimentos

La fotografía publicitaria de alimentos requiere de una serie de elementos que permite cumplir con su objetivo fundamental que es el de crear un "antojo" por medio de la sola vista del comensal. Muchas veces vamos a un restaurante a tomar una bebida y terminamos por consumir más productos que en la carta se anunciaban apetitosamente por medio de una imagen bien lograda... (p.17-25)

Para crear una imagen exitosa de alimento es necesario pasar por varios procesos. Todo inicia desde la preparación de los alimentos utilizando varios consejos y trucos, haciendo que los mismos se vean apetitosos y atractivos provocando atracción y tentación por consumir el alimento.

Se recurre además a las herramientas de maquillaje, iluminación (calidad de luz y sombras), producción detrás del alimento, edición de cada imagen, estudio del alimento y una presentación favorable.

El maquillaje de alimentos es indispensable para imitar la forma y el aspecto fresco, con el paso del tiempo durante la sesión de fotos los alimentos pierden temperatura y el oxígeno hace que no se vea fresco. El aceite ayuda a que la comida luzca más atractiva mientras la glicerina en spray sirve para que los vegetales luzcan frescos con gotitas de agua en la fotografía.

La decoración del set y el fondo es importante. Botellas y copas de vino, canastas de pan, pasta cruda, vegetales, frutas, aceite de oliva, trigo, la combinación de estos alimentos permite una composición atractiva.

1.5.4.1.3.1. Consejos y Trucos para la Fotografía Publicitaria de Alimentos

Existen una gran cantidad de consejos y trucos para la fotografía, muchas opiniones discordantes y opciones muy diferentes según si queremos sacar fotografía de alimentos en estudio, en la cocina, en restaurante, con objetivos profesionales o personales, con mucho equipo o con el mínimo posible. Pero en general podemos sacar algunas conclusiones generales para conseguir este tipo de imágenes:

- **El plato:** Tiene que estar preparado con mucho cuidado. Los alimentos colocados con precisión y estéticamente decorados. En general los platos más vacíos se verán más elegantes. El propio plato tiene que estar limpio de grasa y de manchas de comida. Lo apetitoso para comer no es necesariamente lo más atractivo para fotografiar, así que es bueno prepararlo pensando en la imagen y no en el hambre que uno tenga.

- **El entorno:** Tan importante como la comida, es muy importante lo que la rodea. No sólo tiene que ser estético sino relacionado de alguna forma con nuestro objetivo. Mantel, cubiertos, la vajilla en general y el propio plato donde se coloca la comida tiene que estar bien pensados. Es posible jugar con las texturas de la mesa o de otro tipo de superficies, los colores que contrasten con los alimentos, o que le den un entorno familiar o elegante según el propósito.

- **Iluminación:** Es quizás el factor más importante de este tipo de fotografía. Muchos fotógrafos opinan que la luz natural es la mejor para este tipo de fotografía utilizando reflectores para rellenar las sombras. Otros en cambio aconsejan utilizar luces pequeñas para hacer resaltar las texturas. Cualquiera que sea la decisión, el objetivo será al mismo tiempo mostrar la comida lo más parecida a la realidad y darle importancia a las texturas y reflejos de los alimentos que normalmente no observamos. Las fuentes de luz tienen que ser preferiblemente bajas y laterales, con reflectores para rellenar espacios oscuros.

- **Balance de blancos:** Ya que la luz es tan importante, el balance de blancos también lo es. La ausencia de un buen balance puede convertir una comida apetitosa en una imagen pálida o completamente falsa.

- **Ángulo:** Hay muchos posibles ángulos para este tipo de fotografía. En general se buscará mostrar la tridimensionalidad del plato, con ángulos entre los 10 y 45 grados, pero es posible realizar otro tipo de experimentos.

- **Enfoque:** Depende el objetivo de la imagen se realizarán fotos con gran profundidad de campo para mostrar todo el plato, o enfocándose en un elemento visual significativo.

- **Trucos:** Hay mucho debate alrededor de hacer a la comida incomedible para que tenga una hermosa apariencia. Trucos como utilizar aceite para resaltar los brillos o colocarla al microondas para producir vapor son trucos de la profesión. Pero en general un plato delicioso y un buen fotógrafo son suficientes para conseguir una imagen hermosa.

1.7. IDENTIDAD CULTURAL

Según ESPINOSA APOLO, Manuel, en su libro “Los mestizos ecuatorianos y las señas de Identidad Cultural” (2000), señala:

El conjunto de valores, orgullo, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia que hacen parte a la diversidad al interior de las mismas en respuesta a los intereses, códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos...
(p.33)

Se entiende por identidad cultural aquellos elementos que permiten identificar, caracterizar, mostrar elementos comunes y que difirieren de otros pueblos. Siendo manifestaciones de una población o región, en función de costumbres alimentarias, sociales, religiosas, políticas que hacen única a esa sociedad, la misma que se ha mantenido intangible a través de los tiempos y se transmite de generación en generación.

1.7.1. Objetivo de la Identidad Cultural

Según GUTIÉRREZ ESTRADA, Tito León, en su libro “Leña Verde” (2011), manifiesta que:

La Identidad Cultural se profundiza en su conocimiento y aceptación de las costumbres de un pueblo que trasmite a sus generaciones para que sean difundidas y no se pierda su tipo de creencias religiosas, agrícolas, ganaderas, culinarias y rituales ancestrales, lo cual ayuda a mantener viva una identidad cultural de un pueblo. (p. 17)

Todo lugar, caserío, pueblo, barrio, ciudad, país tiene una identidad cultural que debe ser difundida a las demás sociedades o pueblos, con el propósito de dar a conocer sus costumbres religiosas, agrícolas, ganaderas, culinarias y rituales ancestrales. Se entiende por identidad cultural a todos aquellos elementos que permiten identificar, caracterizar y mostrar elementos en común y que difiere de otros pueblos.

1.8. TRADICIÓN

Según MORATINOS, Miguel Ángel, en su libro “Ecuador Tradición y Cultura” 2007, define a la Tradición como:

Una expresión que recorre y explora las manifestaciones artísticas de un país. En ella se aprecian las interpretaciones que sus pobladores han impreso en la historia del arte y cultura, desde la antigüedad hasta el siglo XX. (p.88)

La tradición está representado por las costumbres adquiridas o transmitidas de generación en generación, se crean en base a las creencias de ciertas sociedades. Es una forma de transmitir las costumbres de un pueblo o sociedad a las futuras generaciones para que se mantenga presente en sus vidas. El arte, la cultura, gastronomía, creencias, formas de vida que han sido transmitidas a sus descendientes de forma oral o práctica con gran conocimiento por la experiencia adquirida y las destrezas desarrolladas en una sociedad.

1.9. CULTURA

Según MORATINOS, Miguel Ángel, en su libro “Ecuador Tradición y Cultura” 2007, manifiesta que:

El término cultura, que proviene del latín cultus, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. Su definición ha ido mutando a lo largo de la historia: desde la época del Iluminismo, la cultura ha sido asociada a la civilización y al progreso. (p.53)

La cultura es la base y el fundamento de un pueblo. Ésta existe desde el momento en que se nace y es el aporte moral e intelectual de nuestros progenitores. Al hablar de cultura, se trata de los elementos materiales y espirituales, que han sido organizados con lógica y coherencia, donde participan los conocimientos, creencias, arte, moral, costumbres, etc. Que fueron adquiridos por un grupo humano organizado.

1.10. CULTURA ALIMENTARIA

Según MORATINOS, Miguel Ángel, en su libro “Ecuador Tradición y Cultura” 2007, define:

Para investigadores y analistas del campo de la alimentación, se hace necesario el comprender y entender las relaciones que tienen los sujetos con los alimentos y en los que predomina una lógica propiciada por las formas de economía, convivencia y de socialización... (p. 38)

La cultura alimentaria constituye la forma de alimentarse que han adquirido los diferentes pueblos dependiendo de su situación social, económica, política, la cual ha influenciado en las costumbres adquiridas por las personas, adaptándose al medio donde habitan y alimentándose de lo que le brinda la tierra.

1.11. GASTRONOMÍA

Según SPINA, Mario, en su libro “Pequeño Manual Práctico del Diseño” (2005), manifiesta:

Es el estudio de la relación del hombre con su alimentación y su medio ambiente o entorno. El gastrónomo es el profesional que se encarga de esta ciencia. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería en torno a una mesa... (p. 45)

La gastronomía es una forma adecuada de preparar productos comestibles, estudia varios componentes culturales como el tipo de clima, religión, economía. En algunos países como la India no se come carne de res, el ganado vacuno es

considerado sagrado, mientras que en nuestro país esta carne es muy apetecida en distintas preparaciones.

1.12. COMIDAS AUTÓCTONAS

Según BORGES, Jorge Luis, en su libro “Grijalbo Diccionario Enciclopédico”, (1986) define a la Comida, Autóctona como:

Comida: alimento que se toma a horas habituales// Alimento pral. del día, gralte. el de medio día//. Acción de comer. (p. 468)

Autóctono: Originario del lugar del que se habla. (p. 194)

Alimento originario, preparado con productos que brinda la tierra, haciéndolo único y exótico.

Es la gastronomía propia de una región o cultura elaborada con los productos que le brinda la tierra y aprovechados de acuerdo a las necesidades alimentarias de la sociedad. A través de los tiempos han salido a relucir recetas autóctonas que identifican a los pueblos desde sus orígenes.

1.13. COMIDAS TÍPICAS

Según BORGES, Jorge Luis, en su libro “Grijalbo Diccionario Enciclopédico”, (1986) define a la Comida, Típica como:

Comida: alimento que se toma a horas habituales// Alimento pral. del día, gralte. El de medio día//. Acción de comer. (p. 468)

Típico: se dice de costumbres, bailes, productos, etc., de un país por los que se identifica desde fuera. (p. 1811)

Es un alimento preparado con especias y productos de un lugar determinado, su preparación es frecuente, identifica al sitio al que pertenece.

1.14. DIFERENCIA ENTRE COMIDA TÍPICA Y COMIDA AUTÓCTONA

Según GUTIÉRREZ ESTRADA, Tito León, en su libro “Leña Verde” (2011), manifiesta que:

La comida típica es la que se ofrece a los turistas y es la más representativa y conocida a nivel local, nacional e internacional, la comida autóctona tiene sus ingredientes propios de la zona o sea que se valen de los productos nativos y con ellos los preparan y le dan su sabor singular que es único del lugar.

Difiere ya que la comida típica evoluciona a través del tiempo cambiando su modo de preparación e ingredientes, mientras que la comida autóctona se prepara de una forma, con ingredientes brindados por la madre tierra siendo cultivada por las personas del campo.

CAPÍTULO II

2. ENTORNO DEL LUGAR DE INVESTIGACIÓN

2.1. BREVE CARACTERIZACIÓN DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

Capital: Latacunga

Superficie: 6071 Km²

Población: 409 mil 205 habitantes (según censo INEC 2010).

Cantones: Latacunga, Pujilí, Saquisilí, Salcedo, Sigchos, La Mana y Pangua.

Límites Provinciales: Norte: Pichincha. Sur: Tungurahua y Bolívar. Este: Napo. Oeste: Santo Domingo de los Tsáchilas y Los Ríos

GRÁFICO No. 1: MAPA PROVINCIA DE COTOPAXI



FUENTE: <https://www.google.com.ec/maps/place/Cotopaxi/>
ELABORADO POR: Los autores

2.1.1. Antecedentes históricos de la provincia de Cotopaxi

Según FABARA TOSCANO, Salvador, (2001), manifiesta de la provincia de Cotopaxi:

Se ubica en el centro norte de la cordillera de los Andes, se asienta en la hoya central oriental del Patate. La provincia de Cotopaxi se llamó en el pasado provincia de León. Antes de la venida de los españoles, su territorio estuvo habitado por diversas parcialidades indígenas que entraron por olas migratorias, la de los Cayapas-colorados procedentes de Centroamérica. Los atacameños, los quijos procedentes del Oriente y que habrían formado los cacicazgos independientes de Tacunga, Mulliambato y Píllaro, Quizapincha y otro.

La provincia cuenta con un clima que va desde el gélido de las cumbres andinas hasta el cálido húmedo en el subtrópico occidental, la hoya que ocupa la provincia de Cotopaxi es la cuarta desde el norte, su población aproximada es de 409 205 habitantes (2010).

La provincia de Cotopaxi, a vista de propios y extraños, es poseedora de majestuosos paisajes. Su volcán de belleza fascinante, sus ríos, pueblos antiguos y modernos, monumentos, iglesias, las calles angostas de su ciudad capital, sitios de pesca, restaurantes, montículos incásicos, santuarios, sus lagunas, las ferias y sitios históricos invitan a conversar y extasiarse frente a sus maravillas, no sólo como fuente inagotable de inspiración artística, sino como una zona de curiosidad científica.

Estudiosos nacionales y extranjeros han exaltado tanto la prodigiosa y exuberante vegetación, como los sentimientos e ideas de sus habitantes prestos al trabajo y a la reflexión constante. Sus casas señoriales, haciendas, páramos, chozas indígenas y más recónditos lugares, han sido escenarios gloriosos de jornadas épicas. La ciudad y pueblos más apartados guardan la pujanza aborígen, un romanticismo

español, capaz de grandes esfuerzos y sacrificios, y el más común y sencillo estímulo hacia las elevaciones del espíritu.

La Provincia de Cotopaxi cuenta con siete cantones: Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí, Sigchos.

Cuenta con sitios naturales como el Parque Nacional Cotopaxi, el volcán y laguna del Quilotoa, los páramos de Zumbahua. Entre los culturales las ferias de Saquisilí de Pujilí de la ciudad de Latacunga. En la gastronomía las chugchucaras, allullas queso de hoja y helados de Salcedo.

Su clima es variable, está situado a 1.500 y 2.500 m. sobre el nivel del mar de clima subtropical húmedo, con una temperatura entre 15 y 20 °C; es templado con estación lluviosa entre los 2.500 y 3.500 m., con temperatura que va de 10 a 15°C; y de los 3.500 a los 4.500 m., cuyas temperaturas oscilan de 5 a 10 °C.

2.1.2. Condiciones Productivas y Agrícolas

Según FABARA TOSCANO, Salvador, (2001), define de las condiciones productivas y agrícolas de la provincia de Cotopaxi:

En las regiones altas se produce maíz, cebada, papas, lenteja, arveja, hortalizas y últimamente flores, mientras que en las regiones bajas de clima tropical y subtropical se produce café, cacao, plátano, sandías, naranjas, caña de azúcar, aguardiente, y panela granulada, entre otros productos.

En el cantón Pujilí, además de las actividades agropecuarias, se desarrolla actividades artesanales de cerámica elaborándose utensilios para uso doméstico, platos, cántaros, tinajas, ollas.

En el cantón Saquisilí, se elaboran tejidos de lana, sombreros, y bordados. La feria semanal de esta ciudad constituye un mercado provincial de gran importancia e imán turístico visitado por nacionales y extranjeros.

En las zonas tropicales y subtropicales se extrae el caucho y las maderas finas como el laurel, palo de balsa, la tagua, el roble, el guayacán, canela, caoba y el pechiche.

La provincia es rica en piedra pómez, que se extrae en abundancia, además existen yacimientos de salitre, calizas y arcillas.

2.1.3. Cantón Latacunga

Según FABARA TOSCANO, Salvador, (2001), manifiesta:

Latacunga fue fundada por Antonio Clavijo en 1572. La parroquia Matriz tiene los siguientes barrios: Centro, Chile, El Calvario, La Merced, La Estación, Libertad, Maldonado-Toledo, Sur, Sigsicalle, San Francisco, San Blas, El Nilo, Las Fuentes, El Carmen, La Cocha, Ignacio Flores, Monserrat.

Es una ciudad de Ecuador, capital de la provincia de Cotopaxi y cabecera cantonal del cantón homónimo. Conocida como Latacunga Romántica, se encuentra en la Sierra centro del país, en las estribaciones de la cordillera de los Andes en Ecuador, cerca del volcán Cotopaxi en la hoya de Patate. Se encuentra a 2750 metros sobre el nivel del mar y tiene una temperatura promedio de 12 grados centígrados.

La ciudad de Latacunga cuenta con cinco parroquias urbanas las cuales son las siguientes: La Matriz, Eloy Alfaro (San Felipe), Ignacio Flores (La Laguna), Juan Montalvo (San Sebastián), San Buenaventura. Y entre parroquias rurales cuenta con diez las cuales son: Toacaso, San Juan de Pastocalle, Mulaló, Tanicuchí, Guaytacama, Alagues, Poaló, Once de Noviembre, Belisario Quevedo, Joseguango Bajo.

En el siglo XXI ha demostrado un desarrollo sostenido que la ha colocado entre las ciudades más importantes de la sierra ecuatoriana en la actualidad. Todos los

atributos históricos, arquitectónicos y culturales que posee Latacunga le han permitido ser considerada como Ciudad Patrimonial de la Nación.

Alrededor de la ciudad de Latacunga se encuentran un importante número de industrias florícolas que han dinamizado su economía convirtiéndola en el motor económico y generador de divisas de la Sierra Centro, además de eso Latacunga cuenta con industria minera de caliza y cemento, industrias metalúrgicas liviana y pesada, agroindustria, industria lechera y ganadera, posee un aeropuerto internacional y en la parte urbana se están construyendo grandes mercados y centros comerciales modernos que la convertirán en el centro comercial de la nación ecuatoriana.

2.1.4. Cantón Pujilí

Según FABARA TOSCANO, Salvador, (2001), afirma:

Pujilí fue fundado en 1570, pero fue cantonizado el 22 de septiembre de 1852. Los barrios de la Matriz son: Buena Esperanza, Centro, El Calvario, Chimbacalle, Jesús de Gran Poder, Oriente, Simón Bolívar, Tres de Mayo, Vicente León, San Buenaventura, Cuatro Esquinas.

El cantón cuenta con una parroquia urbana que es Pujilí y con seis parroquias rurales que son: Angamarca, Guangaje, La Victoria, Pívalo, Tingo, Zumbahua.

Está situado a 12 Km, al oeste del cantón Latacunga. Pujilí en época prehistórica estuvo gobernada por el Cacique Mayor Alonso Sancho Jacho Capác, tiene como noble centinela al Sinchahuasín que significa CASA FUERTE y un balcón donde se contempla el más hermosos paisaje, no solamente del cantón sino de otros lugares; además se puede observar el movimiento y alegría de la gente que acuden a las ferias los días miércoles y domingos. Los hombres y mujeres buenos que ha entregado esta madre generosa, por todos los rincones de la Patria Grande, la recuerda con cariño.

Ellos con su esfuerzo y talento han formado la más linda corona para colocarla sobre sus sienes. Esa madre dio a luz Maestros en el arte de la música, Educadores, Sacerdotes, Militares, Hábiles Alfareros.

Este es un pueblo eminentemente indígena con características propias de los mismos. Calles estrechas, casas con patios internos, iglesias coloniales, calles empedradas, gente amable y gentil.

Pujilí tiene fama por su artesanía de cerámica. Durante la Colonia fue asiento misionero. Cuenta con un mercado indígena interesante que ofrece los días miércoles y domingo además de trabajos artísticos hechos en arcilla.

Sobre la cima o parte más alta, está colocada una cruz del Patrono del pueblo: San Buenaventura de Viterbo. Alrededor de Pujilí se puede ver como se fabrican las artesanías de barro, también podremos ver como los alfareros utilizan el barro para fabricar “las tejas” que luego son llevadas a todas partes del país.

Los famosos danzantes de esta tierra mía son los únicos en el mundo, las octavas de Corpus han logrado singular importancia hasta convertirse en una fiesta nacional e internacional.

2.1.5. Cantón Saquisilí

Según FABARA TOSCANO, Salvador, (2001), manifiesta de la historia del cantón Saquisilí:

Saquisilí fue cantonizado el 18 de octubre de 1943. Tiene los siguientes caseríos: Centro, Carlosamana, Calvario, Conuquinte, Calicanto, Mariscal Sucre, Chantilín, Narváez, Chalúa, Chilla Grande, Chilla Chico, Manchacazo, El Tejar, Guanto Grande, Guanto Chico, La Libertad, Mollepamba, Miraflores, Salacalle, Tomailoma.

El nombre Saquisilí quiere decir "deje aquí". La población se encuentra a 11 km. en el norte de Latacunga. La agricultura y la ganadería son sus renglones de producción importantes. El folclore con sus danzantes es muy rico y tienen fama las ferias de Saquisilí de los días jueves que congregan a los indígenas de los alrededores con sus productos agrícolas y artesanales.

El alegre pueblo de Saquisilí le brindará una variedad exquisita de artesanías y vivencias en sus mercados que toman vida en ocho coloridas plazas, cada una de las cuales provee diferente mercadería e interesantes objetos de las comunidades indígenas de la región. Un lugar que lo cautivará por sus colores, costumbres, paisajes y por la amabilidad de sus moradores.

Sus festividades más importantes son: Cantonización: 18 de Octubre; Festividades en Honor a la Virgen de El Quinche: Cada año desde la última semana de Enero hasta la primera semana de Febrero; Semana Mayor o Semana Santa. Actividades de las Fiestas son: La cantonización de Saquisilí se desarrolla desde 1943, generalmente se realiza un desfile cívico - militar, elección de la Reina, una sesión solemne, corridas de toros, Bailes de confraternidad, entrega de obras y recursos para los sectores más necesitados del cantón.

2.1.6. Cantón Salcedo

Según FABARA TOSCANO, Salvador, (2001), afirma de la historia del cantón Salcedo:

Se cantonizó el 19 de septiembre de 1919. Sus parroquias son: San Miguel, Antonio José Holguín, Cusubamba, Mulalillo, Mulliquindil, Panzaleo.

Salcedo es un cantón ecuatoriano que pertenece a la provincia de Cotopaxi, en la Sierra central del país. Su nombre es en honor al orador Manuel Antonio Salcedo y Legorburú, sacerdote.

Se encuentra ubicado en el corazón del país al sur oriente de la Provincia de Cotopaxi, tiene la forma más o menos rectangular que se extiende desde la cima de la Cordillera Central hasta la cima de la Cordillera Occidental de los Andes. Su cabecera cantonal: San Miguel de Salcedo tiene una superficie de 255 Km². Límites: Al norte: los cantones de Pujilí y Latacunga, con su parroquia Belisario Quevedo (Provincia de Cotopaxi). Al sur: los cantones de Ambato y Píllaro (Provincia de Tungurahua). Al este: La Cordillera Central de los Andes (Provincia de Napo). Al oeste: con el cantón Pujilí con su parroquia de Angamarca (Provincia de Cotopaxi). Su altitud está a 2683 metros sobre el nivel del mar.

Localización del Cantón Salcedo en la Provincia de Cotopaxi. En 1573 fue fundada como San Miguel de Molleambato; tuvieron que transcurrir 343 años para que se expida el Decreto de creación del Cantón el 19 de Septiembre de 1919 en la administración del Dr. Alfredo Baquerizo Moreno, con el nombre de San Miguel de Salcedo en honor al Príncipe San Miguel.

2.2. METODOLOGÍA APLICADA

Para el desarrollo del trabajo de campo, la metodología para recabar información con respecto al diseño de una guía gastronómica de platos autóctonos, empleando el diseño editorial para la difusión de la identidad y cultura alimentaria de la provincia de Cotopaxi, es la siguiente:

2.2.1. Tipo de Investigación

Para la realización del presente trabajo de campo, los investigadores utilizaron lo siguiente:

2.2.1.1. Investigación Descriptiva

La presente investigación corresponde a un estudio descriptivo, el cual permitió medir, evaluar, recolectar datos sobre la identidad y cultura alimentaria de los cantones de la provincia de Cotopaxi, para determinar su situación actual así como el de obtener información, delineando comportamientos, al igual que causas - efectos al perderse su gastronomía de platos autóctonos por la falta de difusión en la nueva generación Cotopaxense y del Ecuador; ya que además de describir el comportamiento de las variables, se analizó las posibles causas que originan los fenómenos objeto de estudio y el desarrollo de la propuesta o investigación planteada.

2.2.2. Métodos de Investigación

Los métodos de investigación que se utilizaron para la realización de la propuesta son los siguientes:

2.2.2.1. Método Analítico – Sintético

Esté método permitió el estudio de los hechos y fenómenos separando sus elementos constitutivos para determinar su importancia, y la relación entre ellos; razón por la cual es indispensable conocer la identidad y cultura alimentaria de la provincia, el cual permitió un análisis más amplio de la necesidad de difundir la gastronomía de platos autóctonos en los cantones de la provincia de Cotopaxi.

2.2.2.2. Método Deductivo - Inductivo

Este método parte de conceptos, principios, leyes o normas generales de las cuales se extraen conclusiones específicas, es decir mediante el razonamiento lógico se puede deducir suposiciones que explican los hechos particulares. En la investigación, la aplicación de este método permitió establecer un diagnóstico claro y preciso de la situación real de la gastronomía de platos autóctonos y la

difusión de la identidad y cultura alimentaria en la provincia de Cotopaxi, además permitió recopilar información necesaria y suficiente para poder implementar una guía para mantener dicha gastronomía.

2.2.2.3. Método Descriptivo

Consiste en la observación actual de hechos, fenómenos y casos, los mismos que son sujeto a interpretación y análisis imparcial con una finalidad pre-establecida. En el caso de la investigación este método permitió describir como la identidad y cultura alimentaria que existe en la actualidad en la provincia de Cotopaxi se ha ido manteniendo, concluyendo que existe una pérdida de difusión de los platos autóctonos, dando como resultado que mediante una guía gastronómica se impulsa y rescata valores alimentarios que están desapareciendo.

2.2.3. Técnicas de Investigación

Para la realización del siguiente proyecto se utilizaran las siguientes técnicas de investigación: encuesta y la observación.

2.2.3.1. Encuesta

En la presente investigación se utilizó una encuesta estructurada de preguntas cerradas, la cual se encuentra dirigida a los estudiantes de la especialización de gastronomía del Instituto Tecnológico “Vicente León” de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi en el año 2013, siendo utilizado como instrumento de investigación para esta técnica el cuestionario constituido por una serie de preguntas.

2.2.3.2. Observación

Esta técnica se utilizó para observar atentamente el problema planteado, tomando información y registrando para su posterior análisis, es así que los investigadores

podieron palpar y apreciar de forma cercana la problemática impuesta al principio del proceso de investigación; donde utilizaremos ayudas tecnológicas como: cámara fotográfica, cámara de video y audio, utilizando como instrumento de investigación la guía del observador.

2.2.4. Unidad de Estudio

2.2.4.1. Población

Para este trabajo investigativo se consideró a la población como un conjunto de individuos con similares características y cualidades, por lo que se tomó en consideración a los estudiantes de la especialización de gastronomía del Instituto Tecnológico “Vicente León” de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi en el año 2013, es así que:

TABLA N° 1: UNIVERSO DE LA INVESTIGACIÓN

ESTUDIANTES DE LA ESPECIALIZACIÓN DE GASTRONOMÍA DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO “VICENTE LEÓN” DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO 2013		
POBLACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Tercer	29	29%
Cuarto	27	27%
Quinto	23	23%
Sexto	21	21%
TOTAL	100	100%

FUENTE: Estudiantes de gastronomía del Instituto Tecnológico “Vicente León”

ELABORADO POR: Los autores

2.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES O DE LAS CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

TABLA N° 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>¿Será la guía gastronómica de platos autóctonos, empleando el diseño editorial será una solución para la difusión de la identidad y cultura alimentaria en la provincia de Cotopaxi?</p>	<p><u>Variable Independiente</u></p> <p>Guía gastronómica de platos autóctonos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existencia de una guía gastronómica en la provincia de Cotopaxi ➤ Colores utilizados en una guía gastronómica ➤ La guía gastronómica dirigida a un target objetivo socioeconómico bajo-medio-alto 	<p>En la investigación se utilizó como técnica e instrumento lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La Encuesta y como instrumento el cuestionario. ➤ La Observación y como instrumento la ficha de observación.
	<p><u>Variable Dependiente</u></p> <p>Identidad y cultura alimentaria</p>	<p>I</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Existencia de platos autóctonos en la provincia de Cotopaxi ➤ Degustación de platos autóctono en la provincia de Cotopaxi ➤ Existencia de lugares de consumo de comidas autóctonas en la provincia de Cotopaxi 	

FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

2.4. INTERPRETACIÓN, GRAFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

2.4.1. Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Tecnológico Superior “Vicente León”, sección nocturna, especialidad Gastronomía.

1. ¿Conoce la diferencia entre Gastronomía Autóctona y Gastronomía Típica?

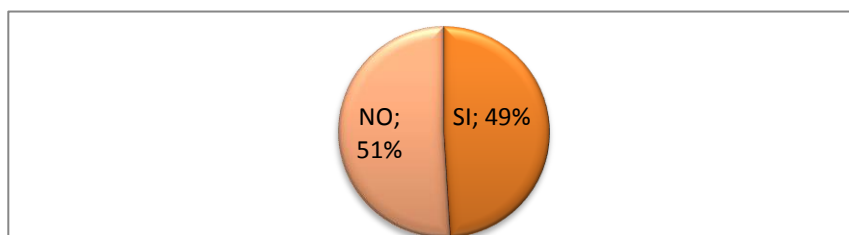
TABLA N° 3: DIFERENCIA GASTRONOMÍA AUTÓCTONA Y TÍPICA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	49	49
NO	51	51
TOTAL	100	100

FUENTE: Estudiantes del I.T.S. “Vicente León”

ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 2: DIFERENCIA GASTRONOMÍA AUTÓCTONA Y TÍPICA



FUENTE: Estudiantes del I.T.S. “Vicente León”

ELABORADO POR: Los autores

ANÁLISIS

De acuerdo al gráfico N° 2, del 100% de la población encuestada, el 51% consideran que no conocen la diferencia entre gastronomía autóctona y gastronomía típica, mientras que el 49% de la población expresa que conoce la diferencia entre estos términos.

INTERPRETACIÓN

De lo expuesto anteriormente se describe que la mayor parte de la población no conoce la diferencia entre gastronomía autóctona y gastronomía típica, debido a que estos términos se los confunden o se los asocia con un mismo significado, producto del poco conocimiento por parte de la población encuestada.

2. ¿De los siguientes platos autóctonos de la provincia de Cotopaxi marque los que usted conoce?

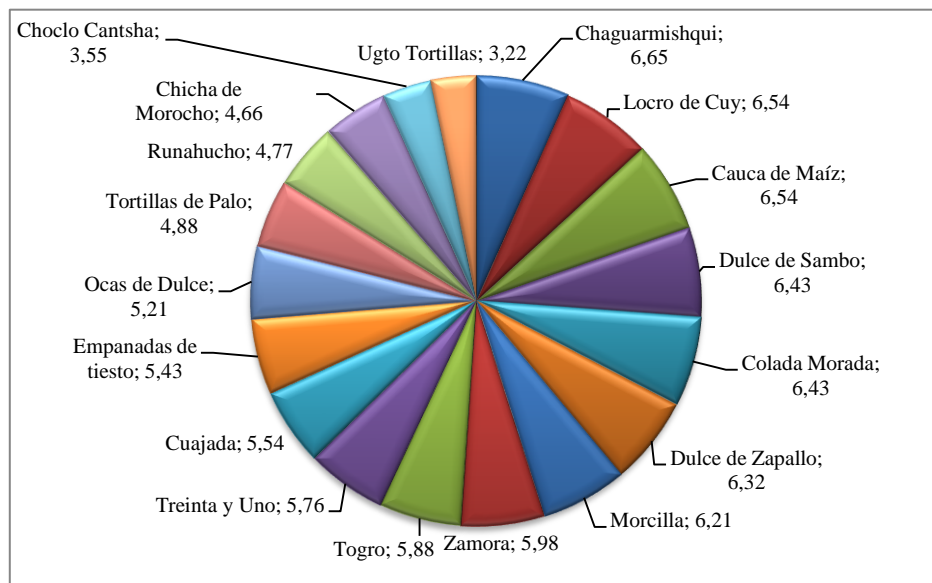
TABLA N° 4: PROPORCIÓN DE PERSONAS QUE CONOCEN LOS PLATOS AUTÓCTONOS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	% FRECUENCIA RELATIVA	% FRECUENCIA ABSOLUTA
Chaguarmishqui	60	60	6,65
Locro de Cuy	59	59	6,54
Cauca de Maíz	59	59	6,54
Dulce de Sambo	58	58	6,43
Colada Morada	58	58	6,43
Dulce de Zapallo	57	57	6,32
Morcilla	56	56	6,21
Zamora	54	54	5,98
Togro	53	53	5,88
Treinta y Uno	52	52	5,76
Cujada	50	50	5,54
Empanadas de tiesto	49	49	5,43
Ocas de Dulce	47	47	5,21
Tortillas de Palo	44	44	4,88
Runahucho	43	43	4,77
Chicha de Morocho	42	42	4,66
Choclo Cantsha	32	32	3,55
Ugto Tortillas	29	29	3,22
TOTAL			100

FUENTE: Estudiantes del I.T.S. "Vicente León"

ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 3: PROPORCIÓN DE PERSONAS QUE CONOCEN LOS PLATOS AUTÓCTONOS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI



FUENTE: Estudiantes del I.T.S. "Vicente León"

ELABORADO POR: Los autores

ANÁLISIS

De acuerdo al gráfico N° 3, del 100% de personas encuestadas, se aprecia que el 6,65% de la población conoce el chaguarmishqui, el 6,54% están al tanto del locro de cuy, el 3,55% saben del choclo cantsha y el 3,22% conocen las ucto tortillas.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a lo contestado la mayor parte de la población manifiesta conocer el chaguarmishqui y el locro de cuy, debido a que estos platos autóctonos se preparan y se consumen con mayor frecuencia; mientras que el choclo cantsha y el ucto tortilla son platos no muy conocidos por su poca preparación y consumo.

Finalmente se puede interpretar que la mayor parte de la población dice no tener una comprensión amplia de los platos existentes en la provincia de Cotopaxi, debido a la pérdida de identidad y cultura alimentaria por parte de la población y a su escasa difusión, siendo los menos populares los elaborados a base de granos y los de mayor conocimiento preparados a base de carne.

3. De los platos mencionados anteriormente, ¿En qué cantón los ha degustado?

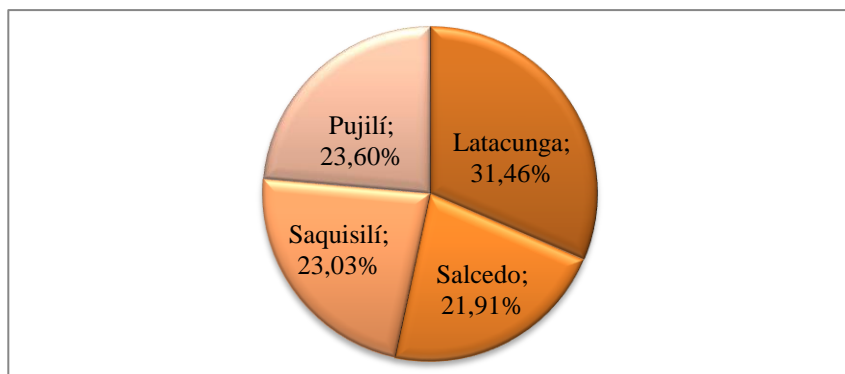
TABLA N° 5: PROPORCIÓN DE LUGARES EN LOS QUE SE HAN GUSTADO LOS PLATOS AUTÓCTONOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	% FRECUENCIA ABSOLUTA
Latacunga	56	56	31,46
Pujilí	42	42	23,60
Salcedo	41	41	23,03
Saquisilí	39	39	21,91
TOTAL			100

FUENTE: Estudiantes del I.T.S. "Vicente León"

ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 4: PROPORCIÓN DE LUGARES EN LOS QUE SE HAN GUSTADO LOS PLATOS AUTÓCTONOS



FUENTE: Estudiantes del I.T.S. "Vicente León"

ELABORADO POR: Los autores

ANÁLISIS

De acuerdo al gráfico N° 4, del 100% de las personas encuestadas, el 31,46% de la población ha degustado en el cantón Latacunga y el 21,91% de la población ha degustado en el cantón Salcedo.

INTERPRETACIÓN

Se concluye del análisis anterior, que la mayor parte de la población ha degustado los platos autóctonos en el cantón Latacunga por ser la capital de la Provincia y por la migración de la población. La mayor parte de estos platos se los puede encontrar en las plazas y los mercados de esta ciudad.

4. ¿Conoce de la existencia de una guía gastronómica de platos autóctonos de la provincia de Cotopaxi?

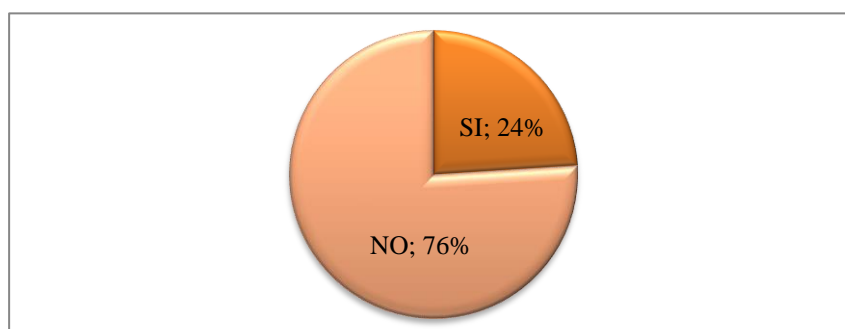
TABLA N° 6: PROPORCIÓN DE PERSONAS QUE CONOCEN LA EXISTENCIA DE UNA GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	0,24%
NO	76	0,76%
TOTAL	100	100%

FUENTE: Estudiantes del I.T.S. "Vicente León"

ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 5: PROPORCIÓN DE PERSONAS QUE CONOCEN LA EXISTENCIA DE UNA GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS.



FUENTE: Estudiantes del I.T.S. "Vicente León"

ELABORADO POR: Los autores

ANÁLISIS

De acuerdo al gráfico N° 5, del 100% de la población encuestada, el 76% considera no conocer la existencia de una guía gastronómica de platos autóctonos en la provincia de Cotopaxi, mientras que el 24% de la población expresa si conocer la existencia de una guía gastronómica.

INTERPRETACIÓN

De lo anteriormente presentado se concluye que la población no conoce de la existencia de una guía gastronómica de la provincia de Cotopaxi, debido a que hay una falta de difusión de nuestra identidad y cultura alimentaria, por lo cual se han perdido las costumbres y tradiciones ancestrales.

5. ¿Cree usted necesario el diseño de una guía gastronómica de platos autóctonos de la provincia de Cotopaxi?

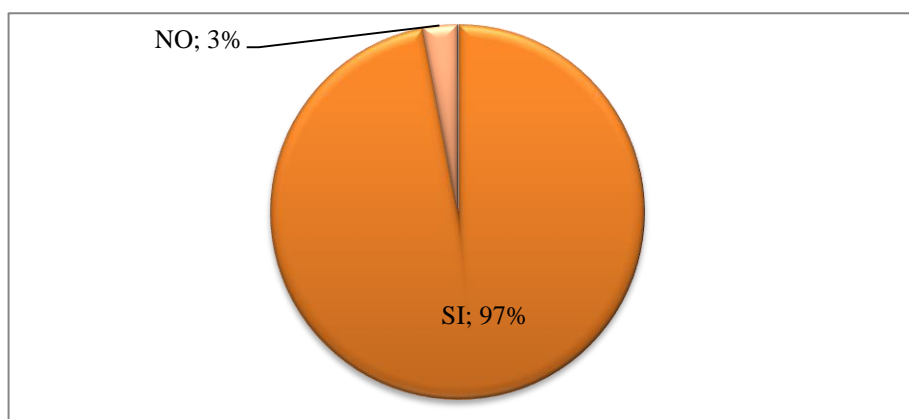
TABLA N° 7: PROPORCIÓN DE PERSONAS QUE CREEN NECESARIO EL DISEÑO DE UNA GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	97	0,97%
NO	3	0,03%
TOTAL	100	100%

FUENTE: Estudiantes del I.T.S. "Vicente León"

ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 6: PROPORCIÓN PERSONAS QUE CREEN NECESARIO EL DISEÑO DE UNA GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS



FUENTE: Estudiantes del I.T.S "Vicente León"

ELABORADO POR: Los autores

ANÁLISIS

De acuerdo al gráfico N° 6, el 97% de la población expresa que es necesario el diseño de una guía gastronómica de platos autóctonos de la provincia de Cotopaxi, para la difusión de la identidad y cultura alimentaria, mientras que el 3% considera no necesario el diseño de una guía gastronómica.

INTERPRETACIÓN

Se aprecia que la mayor parte de la población considera necesario el diseño de una guía gastronómica de la provincia de Cotopaxi, ya que la falta de difusión y la alienación de otras culturas permiten que la comida autóctona desaparezca en el tiempo.

6. ¿Considera usted que la guía gastronómica de platos autóctonos en la actualidad es más consumida por los niveles socio-económicos?

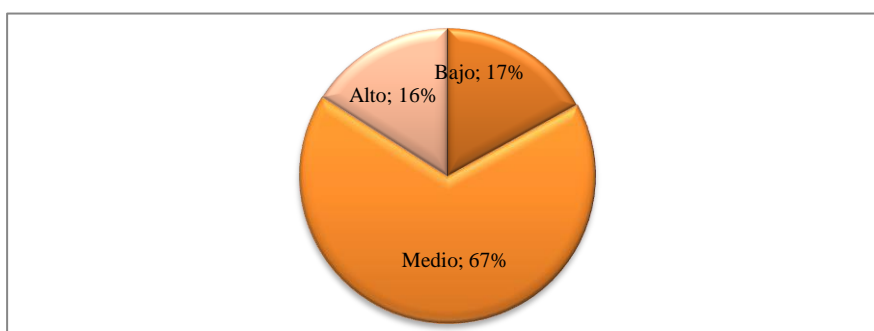
TABLA N° 8: PROPORCIÓN DE PERSONAS DE NIVEL SOCIO-ECONOMICO AL CUAL VA DIRIGIDO LA GUÍA GASTRONÓMICA.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajo	17	0,17%
Medio	67	0,67%
Alto	16	0,16%
TOTAL	100	100%

FUENTE: Estudiantes del I.T.S. "Vicente León"

ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 7: PROPORCIÓN DE PERSONAS DE NIVEL SOCIO-ECONOMICO AL CUAL VA DIRIGIDO LA GUÍA GASTRONÓMICA.



FUENTE: Estudiantes del I.T.S. "Vicente León"

ELABORADO POR: Los autores

ANÁLISIS

De acuerdo al gráfico N° 7, del 100% de la población encuestada, el 67% de la población consideran que la guía gastronómica de platos autóctonos en la actualidad será adquirida por el nivel socio-económico medio y el 16% de la población consideran que la guía gastronómica de platos autóctonos en la actualidad será adquirida por el nivel socio-económico alto.

INTERPRETACIÓN

Se concluye que el nivel medio es el nivel socio económico que en mayor cantidad adquirirá la guía gastronómica, pues entiende de mejor manera los asuntos sobre identidad, mientras que el nivel bajo por su nivel económico prioriza sus gastos en otras actividades y no en la adquisición de una guía gastronómica.

2.4. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Una vez realizado el análisis e interpretación de los resultados de la investigación, donde se ha tomado el criterio de los estudiantes de gastronomía del Instituto Tecnológico “Vicente León”, acerca del tema “Guía gastronómica de platos autóctonos, empleando el diseño editorial para la difusión de la identidad y cultura alimentaria de la provincia de Cotopaxi”, se ha confrontado estos resultados y la doctrinas de autores que se refieren al tema, con la hipótesis de la investigación, de manera que se pueda establecer las causas y consecuencias de la problemática, para procurar su erradicación.

La hipótesis formulada en la presente investigación, dice lo siguiente: ¿Será la guía gastronómica de platos autóctonos, empleando el diseño editorial será una solución para la difusión de la identidad y cultura alimentaria en la provincia de Cotopaxi?

Con la investigación de campo se ha podido conocer las percepciones de los estudiantes de gastronomía del Instituto Tecnológico “Vicente León”, quienes han expresado los siguientes criterios:

La pregunta No. 4 de la encuesta señaló que los estudiantes desconocen la existencia de una guía gastronómica de platos autóctonos, mientras que en la pregunta No. 5, indica que es necesario el diseño de la guía mencionada.

En la pregunta No. 2 de la encuesta formulada a los estudiantes, también indican que ellos tienen conocimiento de la gran mayoría de platos autóctonos que existe en los cantones de la provincia de Cotopaxi;

Con relación a la interpretación de los resultados obtenidos con base en la investigación de campo se ha podido determinar que en la provincia de Cotopaxi, se ha dejado de lado el difundir la gastronomía autóctona propia de la tierra, lo

cual ha provocado que se vaya perdiendo esa cultura alimentaria, dando paso a otra forma de alimentación y a la pérdida de nuestra identidad.

En definitiva, de acuerdo a los resultados de la investigación de campo referente a la difusión de la identidad y cultura alimentaria, se verifica la hipótesis de que la propuesta de realizar el diseño de una guía gastronómica de platos autóctonos, influirá en la alimentación autóctona y tradicional de cada uno de los cantones de la provincia de Cotopaxi.

CAPÍTULO III

3. DISEÑO DE LA PROPUESTA ALTERNATIVA A LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA

3.1. TEMA

Guía Gastronómica de platos autóctonos, empleando el Diseño Editorial para la difusión de la identidad y cultura alimentaria de la provincia de Cotopaxi.

3.2. PRESENTACIÓN

El trabajo de investigación propuesto acerca de una guía gastronómica de platos autóctonos para la provincia de Cotopaxi, es un diseño editorial que ha permitido recolectar información de la comida autóctona de cada uno de los cantones que conforman la provincia: Latacunga, Salcedo, Saquisilí y Pujilí, sintetizado en una sola guía gastronómica, aplicando creatividad, fotografía y software de diseño.

Para lo cual se efectuó el levantamiento y recolección de información acerca de los platos autóctonos que caracterizan a cada uno de los cantones.

La guía gastronómica contiene ingredientes de los platos autóctonos, cada uno de ellos cuenta con una foto para su identificación, y la respectiva receta para la preparación.

Esta guía se convertirá en un elemento de consulta, dirigido aquellos lectores que les apasione la lectura, encontrando información necesaria sobre los orígenes gastronómicos de la provincia.

El diseño editorial se empleó en la diagramación de la guía gastronómica, tomando en cuenta detalles que ayuden a difundir la identidad y cultura alimentaria. A través de retículas, colores, tipografías, imágenes, fotografías y composición conjugando un estilo que trasmita la personalidad de los platos hacia el target.

3.3. JUSTIFICACIÓN

La elaboración de este proyecto es de suma importancia para la provincia de Cotopaxi porque permitirá el rescate de la identidad y cultura alimentaria, el cual influiría de forma positiva en las futuras generaciones creando hábitos de alimentación sana.

La propuesta desarrollada aportará de manera significativa con la “Vinculación de la Universidad con el Pueblo”, a través de los conocimientos ancestrales, de la identidad y cultura alimentaria, para transmitirla de generación en generación.

Los beneficiarios directos constituirán los estudiantes culinarios de la provincia de Cotopaxi, turistas nacionales y amas de casa.

3.4. OBJETIVOS

3.4.1. Objetivo de la Propuesta

Diseñar una guía gastronómica de platos autóctonos, empleando el diseño editorial para la difusión de la identidad y cultura alimentaria de la provincia de Cotopaxi.

3.4.2. Objetivos Específicos

- Aplicar los conocimientos adquiridos en el diseño de la guía gastronómica, empleando el diseño editorial, fotografía, manipulación de imágenes, retoques fotográficos, para promocionar la gastronomía autóctona de la provincia.
- Difundir información sobre los platos autóctonos de la provincia de Cotopaxi, a través de una guía gastronómica.
- Ayudar en el rescate de la identidad y cultura alimentaria mediante la preservación de las recetas permitiendo la conservación de las tradiciones de nuestros antepasados.

3.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La guía gastronómica de platos autóctonos de la provincia de Cotopaxi, permite visualizar y leer de una forma entretenida las recetas compuestas por fotografías e iconografías que sugieren al usuario la preparación de platos autóctonos de una forma fácil y sencilla.

3.5.1. Características de la Guía Gastronómica

La guía gastronómica de los platos autóctonos es un elemento importante para el rescate de la identidad y cultura alimentaria de la provincia de Cotopaxi, la misma que ofrece las recetas de los distintos cantones de la provincia.

Las fotografías consideradas en la propuesta son tomadas de los platos autóctonos de cada cantón, se referencia el origen, preparación, e ingredientes, así como las características de cada lugar.

3.5.1.1. *Tamaño y Formato*

El primer elemento que se considera en el diseño, es la selección del tamaño del papel y el formato en el cual se distribuirá el texto e imágenes de la guía gastronómica, por esta razón se ha visto factible la utilización de un tamaño único para los cuatro cantones cada uno de estos dispondrá al costado derecho un doblez.

3.5.1.2. *Tamaño del papel*

Se eligió un tamaño de 24 cm x 16 cm, ya que permite una mejor visualización de las fotografías retocadas. Este tipo de formato ayudará a resolver el problema del diseño que surgió con la aplicación de la diagramación. La guía gastronómica cuenta con imágenes verticales y apaisadas que se ajustan a este formato.

3.5.1.3. *Elección del papel*

Para la elección del papel se ha considerado:

- ***Grupo Objetivo***

El grupo objetivo versa en los estudiantes de gastronomía de la provincia de Cotopaxi, turistas nacionales y amas de casa en general.

- ***Aplicación***

Para la portada se utilizó couche de 300 gramos, para las hojas interiores y portadillas se manejó el couche de 150 gramos; este tipo de papel ayuda a que la guía gastronómica tenga una superficie suave y lisa en las dos caras, libre de pelusas con una superficie más compacta y con una mejor visualización. Además se menciona que este tipo de papel es funcional y resistente a la manipulación.

3.5.1.4. *Justificación del dobléz*

El dobléz es utilizado para dar proporcionalidad a las imágenes y mejorar la visualización del cliente, permite además una mayor apreciación de la imagen, se ubica en la parte izquierda del diseño de aproximadamente 9 centímetros, ajustando la imagen y describiendo los ingredientes de cada receta.

3.5.2. *Contenidos de los temas de la Guía Gastronómica*

De la investigación realizada como primera fase se identifica la composición de cada plato autóctono:

3.5.2.1. *Latacunga*

Contenidos:

- Choclo Cantsha
- Locro de Cuy
- Chicha de Morocho
- Dulce de Sambo
- Dulce de Zapallo

3.5.2.2. *Salcedo*

Contenidos:

- Togro
- Empanadas de Tiesto
- Cuajada
- Cauca de Maíz
- Colada Morada

3.5.2.3. Saquisilí

Contenidos:

- Runahucho
- Tortillas de Palo
- Caldo del treinta y uno
- Morcilla
- Tamal

3.5.2.4. Pujilí

Contenidos:

- Ucto Tortillas
- Chaguarmishqui
- Ocas de Dulce
- Zamora
- Champús

3.5.3. Justificación del nombre de la Guía Gastronómica

El nombre está formado por una tipografía de fácil comprensión para el ojo humano, acompañada de un cántaro estilizado color marrón oscuro representativo de la tierra de donde provienen los alimentos. La vasija utilizada forma parte del módulo o cenefa que se ha incorporado en el diseño, dando el nombre de “Guía Gastronómica Autóctona de Cotopaxi”, formando con estos elementos una composición armónica entre texto e ilustración.

GRÁFICO N° 8: NOMBRE DE LA GUÍA

Guía Gastronómica
AUTÓCTONA
de **COTOPAXI**

FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

3.5.4. Desarrollo del logotipo para la Editorial

El logotipo está compuesto por una canasta elaborada de carrizo, con un mantel de algodón de color celeste, el cual representa el medio en el que trasladaban el alimento, llevando a las faenas de agricultura y al pasto de animales luego de un arduo trabajo.

3.5.4.1. Bocetaje del logotipo para la Editorial

En esta etapa se realizaron diferentes bocetos del logotipo, con el objeto de seleccionar una propuesta con mayor atractivo visual y de uso adecuado en la guía gastronómica.

GRÁFICO N° 9: BOCETAJE DEL LOGOTIPO



FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

3.5.4.2. *Construcción del logotipo*

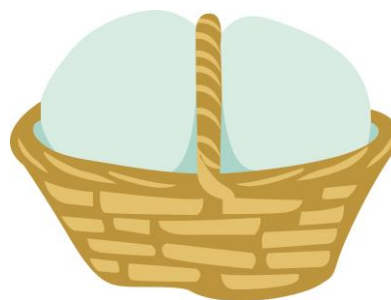
- ***Identidad***

Mediante la identidad se busca comunicar el mensaje de la propuesta, interfiriendo en la mente del consumidor, para lo cual se diseñó un mantel celeste y una canasta. El mantel representa los colores utilizados por las personas que expenden los productos en los mercados, es un color frío que denota limpieza, la canasta es utilizada por las personas que acuden a comprar los alimentos en los mercados, siendo expresión de identidad de la serranía ecuatoriana principalmente de la provincia de Cotopaxi.

- ***Logo***

Corresponde la composición de elementos tradicionales que nos brinda la naturaleza como el carrizo, material que sirve para elaborar utensilios de transporte como los canastos que tienen textura e identifican esta provincia; el algodón usado desde nuestros antepasados para crear prendas de vestir y telas que permiten transportar los alimentos calientes de un lugar a otro generando identidad en esta propuesta gastronómica.

GRÁFICO N° 10: LOGO



FUENTE: *Los autores*
ELABORADO POR: *Los autores*

- ***Isotipo***

Permite identificar la tipografía que se relaciona con la gastronomía de la provincia de Cotopaxi, esta tipografía emplea un isotipo que tiene curvas y movimiento reflejando las formas que brinda la naturaleza.

GRÁFICO N° 11: ISOTIPO



FUENTE: *Los autores*

ELABORADO POR: *Los autores*

- ***Logotipo***

El logotipo está conformado por el isotipo y el logo. Se empleó la composición ícono – texto, ya que en la antigüedad se utilizaba la canasta para transportar los alimentos denominado “Cucayo”.

GRÁFICO N° 12: LOGOTIPO



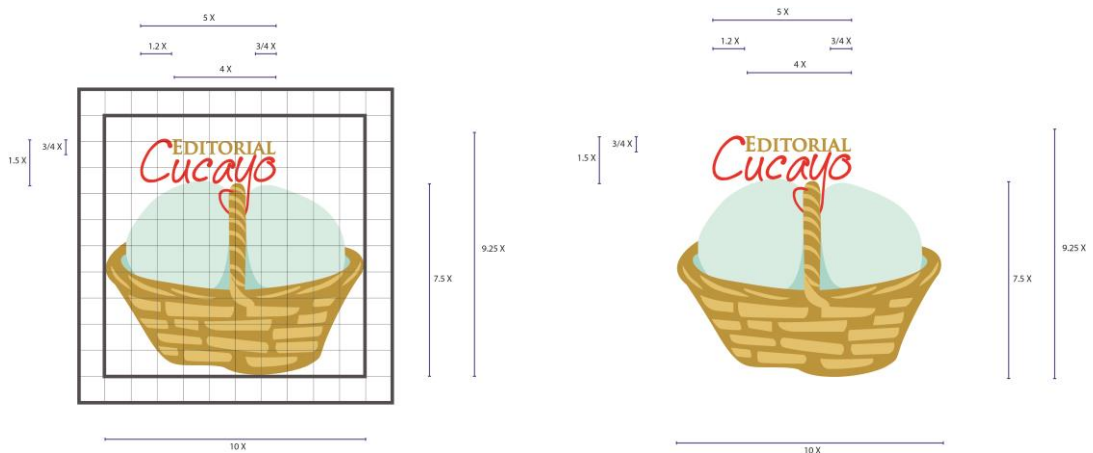
FUENTE: *Los autores*

ELABORADO POR: *Los autores*

- **Construcción Geométrica**

Para facilitar la construcción y reproducción del logotipo se procede a especificar la dimensión de los elementos que lo conforman, a través de la cuadrícula, en la que se determina el área de protección del logotipo que no debe ser invadido por ningún elemento gráfico adicional.

GRÁFICO N° 13: CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA

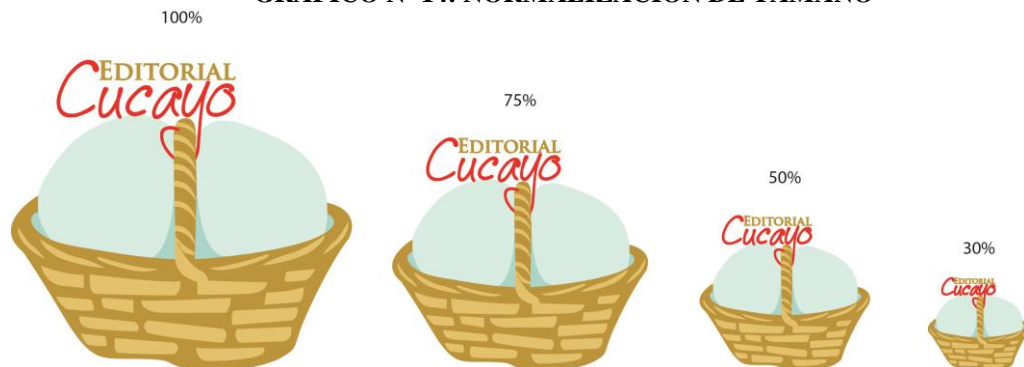


FUENTE: Los autores
ELABORADO POR: Los autores

- **Reducción del logo**

Este proceso determina el tamaño mínimo al que puede ser sujeto el logotipo, sin perder las características y la visualización.

GRÁFICO N° 14: NORMALIZACIÓN DE TAMAÑO







FUENTE: Los autores
ELABORADO POR: Los autores

- **Justificación cromática del logotipo**

En la composición del logotipo se empleó los colores connotativos. A continuación se especifica la composición en RGB y CMYK:

GRÁFICO N° 15: JUSTIFICACIÓN CROMÁTICA DEL LOGOTIPO

Color	Modelo RGB	Modelo CMYK	Justificación
 Celeste	R = 221 G = 239 B = 235	C = 17,05 M = 0 Y = 8,87 K = 0	Este color hace referencia a la limpieza que se debe tener en la preparación de los alimentos, y se aplica en el mantel del logotipo.
 Marrón claro	R = 234 G = 203 B = 105	C = 11 M = 19 Y = 67 K = 0	El marrón representa la tierra de donde provienen los alimentos para la preparación de los platos, y se ha utilizado en dos gamas para causar contraste en el diseño.
 Marrón oscuro	R = 198 G = 157 B = 38	C = 26 M = 37 Y = 93 K = 2	
 Rojo	R = 226 G = 0 B = 26	C = 0 M = 100 Y = 100 K = 0	Representa la sangre y la tradición ancestral de la cual connota la comida caliente que se pretende conservar.

FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

3.5.5. *Justificación de tipografía para el logotipo de la Editorial*

Para la composición del logotipo se utilizó tipografías que brinden legibilidad en transmisión de mensajes.

3.5.5.1. *JellykaCuttyCupcakes*

Esta tipografía pertenece a la familia de manuscrita o scrip, es adecuada para ilustraciones impresas o de pantalla, brinda legibilidad incluso en tamaño pequeño, es utilizado en la mayoría de los títulos de la guía.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ° ! " # \$ % & ' () = ? i @ ; : _ " * ☆

3.5.5.2. *Kabel Book BT*

Pertenece a la familia Romana, utilizada en la información alimentaria de las páginas internas, portadillas y portada de la guía gastronómica, elegida por ser una tipografía de fácil comprensión y legibilidad generando fluidez y limpieza al texto.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ° ! " # \$ % & ' () = ? i @ ; : _ " * ☆

3.5.6. *Fotografías de los platos autóctonos*

Luego de la investigación que permitió definir los platos de comidas autóctonas, se visitó las plazas donde se expenden estos alimentos, se procedió a la toma fotográfica empleando las técnicas correspondientes y se las editó en un programa de edición fotográfica.

3.5.6.1. Programa de Edición Fotográfica

Se empleó un programa de edición fotográfica, para generar un acabado profesional de las imágenes. En las fotos sub expuestas se aplicó luz y contraste, en las imágenes sobre expuestas se añadió brillo, en otras imágenes se aplicó cortes que plasman la idea de la guía gastronómica.

Para mejorar la presentación de la guía gastronómica se eliminó el fondo de las imágenes de las páginas internas, lo que permitió diseñar de forma adecuada.

GRÁFICO N° 16: FOTOGRAFÍAS CON RETOQUE Y SIN RETOQUE





FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

3.5.7. Diagramación de la Guía Gastronómica

En la diagramación de la guía se aplicó ergonomía, sobre el tamaño del producto dando mayor facilidad para trasportarla y leerla. En el diseño se optó por colores cálidos los cuales generan una sensación de degustación de los platos de comida autóctona. El texto fue colocado al lado izquierdo, lo que atrae al usuario son las imágenes ubicadas al lado derecho causando impacto visual en la guía gastronómica. En cada página se realizó un doble para colocar la imagen connotativa que será apreciada de mejor manera y cautivará el interés del usuario.

Para que el diseño de la guía gastronómica sea interesante, funcional y agradable a la vista de los espectadores, las páginas interiores contiene colores representativos de cada cantón, con la síntesis de un módulo o cenefa se expresa contraste en el diseño, la cenefa es parte de la diagramación en las páginas izquierdas de la guía gastronómica generando equilibrio y armonía visual.

Los títulos de la guía van centrados, con una tipografía con detalle autóctono, y acorde al diseño de la retícula. La diagramación de la guía gastronómica y la distribución de imágenes, evita que sea monótono y cansa la vista al lector proporcionando un diseño capaz de atraer el interés del grupo objetivo.

3.5.7.1. Recopilación de las imágenes de los platos autóctonos de cada uno de los cantones.

Luego de realizar la selección de los platos autóctonos más sobresalientes de los cantones de la provincia de Cotopaxi: Latacunga, Salcedo, Saquisilí y Pujilí, se procede a visitar cada cantón y a realizar la toma fotográfica a través de una cámara profesional, a continuación se escogió las mejores fotografías.

GRÁFICO N° 17: FOTOGRAFÍAS RETOCADAS DE CADA UNO DE LOS CANTONES



FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

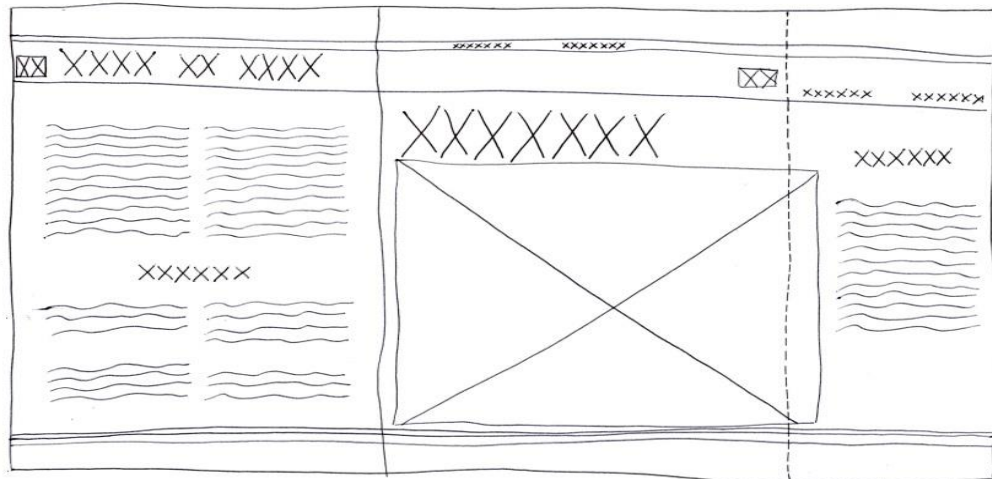
3.5.7.2. Selección de retículas y márgenes

- **Retícula de páginas internas:** La retícula fue seleccionada luego de un proceso de bocetaje, la misma que se acopló a las necesidades en cuanto a

imágenes, textos y márgenes, se aplicó una retícula de columnas; por su armonía, unidad y fácil visualización de las páginas.

- a. **Boceto burdo:** Es un dibujo rápido sin detalle, que ayuda en la visualización de la idea.

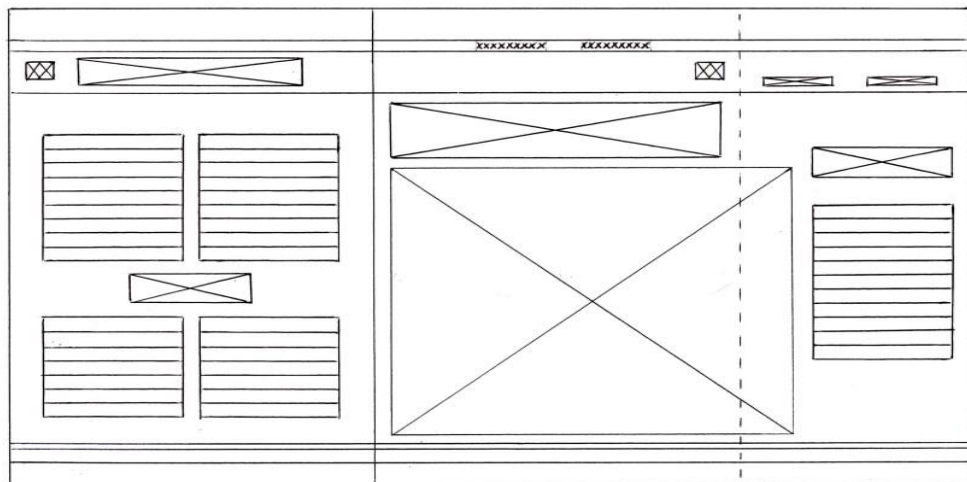
GRÁFICO N° 18: BOCETO BURDO



FUENTE: Los autores
ELABORADO POR: Los autores

- b. **Boceto semiterminado:** Es un dibujo donde se puede apreciar de manera detallada la idea.

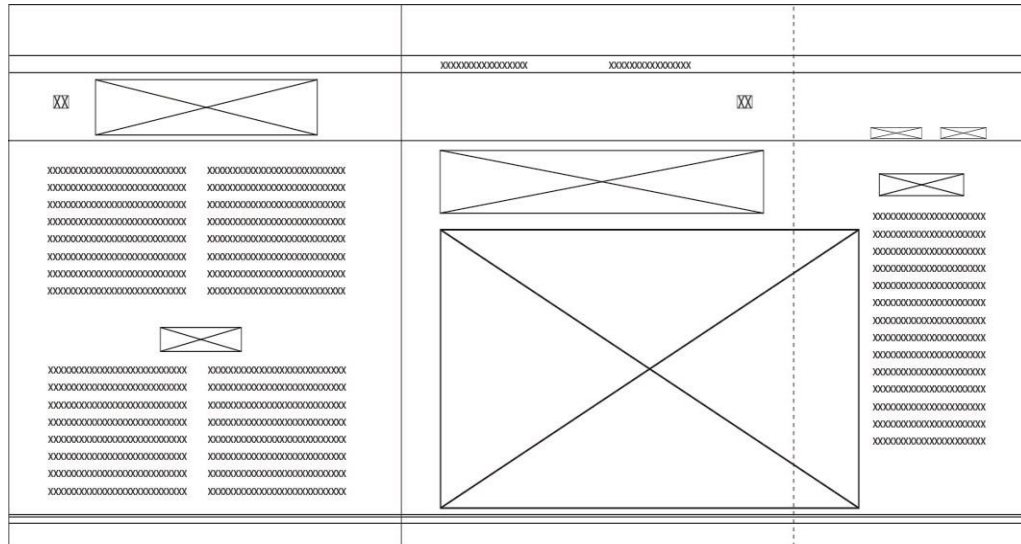
GRÁFICO N° 19: BOCETO SEMITERMINADO



FUENTE: Los autores
ELABORADO POR: Los autores

c. **Propuesta Final:** Es la propuesta de la retícula finalizada.

GRÁFICO N° 20: PROPUESTA FINAL



FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 21: DIAGRAMACIÓN PÁGINAS DE LATACUNGA



FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores



GRÁFICO N° 22: DIAGRAMACIÓN PÁGINAS DE SALCEDO

23	Platos Autoctonos	Cantón Salcedo	 8 porciones 30 minutos
<h3>Cauca de Maíz</h3> <p>Este platillo está elaborado a base de maíz, solo se lo puede encontrar en Ecuador según el libro "Experiencias de la cultura Andina", únicamente en este país se puede degustar de esta comida hecha a base de maíz morochro previamente hervido y luego molido y cocido, no se conoce a que se debe su nombre, sin embargo coinciden que es de altísimo valor nutritivo, su consistencia es de una colada o crema, este puede encontrarse de dulce o de sal, su consumo se da de manera especial en los almuerzos y se constituye en un plato propio de la identidad andina.</p> <p>Preparación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 En una olla poner el agua y el maíz desgranado, dejar que hierva durante 10 minutos. 2 Sacar del fuego, cernir y moler finamente. 3 Aparte hacer un refrito con la cebolla, ajo y el comino. 4 Agregarle dos litros de agua y poner a hervir en una olla, mezclar el maíz molido (cauca) y mezclar continuamente, dejar cocer por 15 minutos. 5 Luego agregar el pollo en pedazos, las papas, sal, cilantro y dejar hervir por 20 minutos más. 	<h3>Empanadas de Tiesto</h3> 	<p>Ingredientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 libras de harina de trigo • 1/4 de litro de agua • 1/2 libra de panela rallada • azúcar • sal al gusto 	

FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 23: DIAGRAMACIÓN PÁGINAS DE SAQUISILÍ

46	Platos Autoctonos	Cantón Saquisilí	 8 porciones 30 minutos
<h3>Moreilla</h3> <p>Este es un alimento autóctono y tradicional de laboriosa elaboración hecha a base de las tripas del cerdo rellenas de condlumio, para su preparación que data de hace más de cien años, según los historiadores se reúnan las vecinas para el proceso de lavado, usaban yerbas como el orégano para lavarlas una y otra vez hasta que estén totalmente limpias y aptas para el consumo, por ser fruto de un trabajo complejo solo se lo puede degustar los días de feria. El valor de este plato radica además en que es parte de la historia de los cantones de Cotacachi, pues su elaboración permitía que la gente se reúna.</p> <p>Preparación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Lave las vísceras, hasta que queden completamente limpias. 2 Cocer el arroz hasta que quede semiduro. 3 Refreír la cebolla con ajo el comino sal y el cilantro 4 Mezclar todo en un recipiente grande y agregar la sangre del cerdo. 5 A continuación se debe rellenar las vísceras con la mezcla, amarrarlas con piclas para dividir las y así hacer más fácil su corte. 	<h3>Tortillas de Palo</h3> 	<p>Ingredientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 libras de harina de maíz • 1/4 de litro de agua • 2 ramas de cebolla blanca • 1 libra de queso • 1/2 libra de manteca de cerdo • sal al gusto 	

FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 24: DIAGRAMACIÓN PÁGINAS DE PUJILÍ

62	Platos Autoctonos	Cantón Pujilí	 8 porciones 40 minutos
<h3>Zamorra</h3> <p>Cotacachi se caracteriza por ser un provincia agrícola y ganadera, los campesinos aprovechan al máximo los productos que brinda la tierra y la crianza de animales, la elaboración de la Zamorra es muestra de ello, pues se trata de un alimento hecho a base del calostro o primera leche de la vaca, su valor nutritivo es altísimo por lo que es muy apetecido en especial en la dieta de los más pequeños que requieren de estos elementos para su sano desarrollo, la preparación de este alimento es sencilla pero requiere de que se elabore con la leche de la vaca después del parto.</p> <p>Preparación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 En un recipiente se debe colocar a hervir el calostro junto con el clavo de olor, la panela y la pimienta de dulce por 30 minutos. 2 Disolver la harina de maíz en medio litro de agua y colocar la mezcla en la olla, dejar hervir durante 30 minutos más revolviéndolo de manera continua. 3 Luego agregar la panela hasta que se disuelva, sacarlo del fuego y ponerlo enfriar. 4 Este platillo se sirve caliente o frío. 	<h3>Chaguarmishqui</h3> 	<p>Ingredientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 litros de mishqui • 2 litros de agua • 1/2 libra de cebada pelada 	

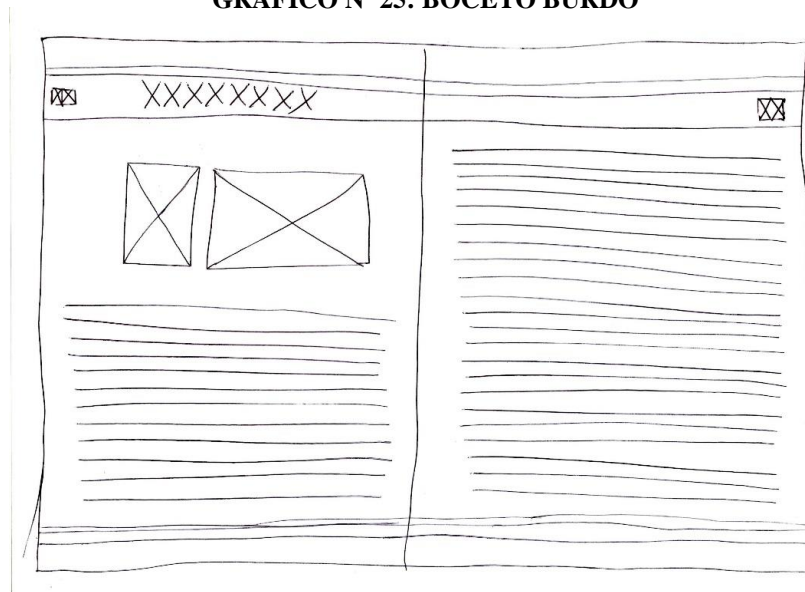
FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

- **Retícula Alternativa a las páginas internas:** Se aplicó una retícula de columnas, similar a la retícula anterior.

a. Boceto burdo:

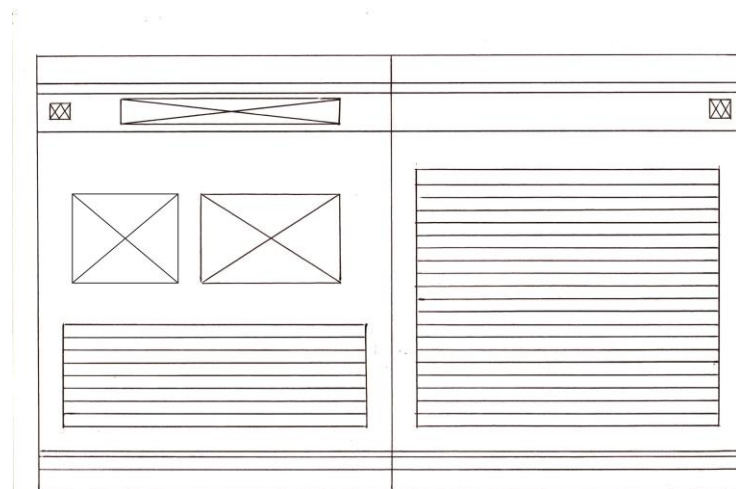
GRÁFICO N° 25: BOCETO BURDO



FUENTE: Los autores
ELABORADO POR: Los autores

b. Boceto semiterminado:

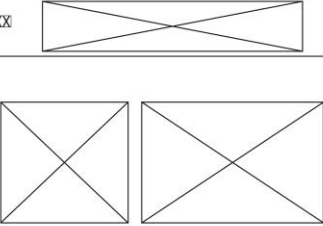
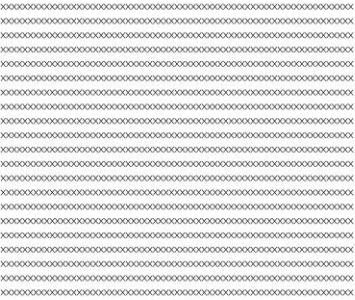
GRÁFICO N° 26: BOCETO SEMITERMINADO



FUENTE: Los autores
ELABORADO POR: Los autores

c. Propuesta Final:

GRÁFICO N° 27: PROPUESTA FINAL

XXI	XXI
	

FUENTE: Los autores
ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 28: DIAGRAMACIÓN PÁGINAS DESCRIPCIÓN ALIMENTARIA

16
17

El Sambo



El Sambo (*Cucurbita ficifolia*) es una especie botánica de planta con flor de la familia de las cucurbitáceas, cultivada en todo el mundo para su uso en gastronomía.

Está estrechamente emparentada con las distintas variedades de zapallo (*Cucurbita* spp.), aunque es atípica en sus caracteres cromosómicos y bioquímicos con respecto a ellas y, excepcionalmente en el género, rara vez produce híbridos. Casi toda la planta se aprovecha, empleándose las flores y los brotes como verdura y el fruto maduro y su semilla para la elaboración de dulces.

Se ignora con exactitud su origen; distintas líneas de examen apuntan a México o la región andina, pero no se ha podido constatar cualquiera de las hipótesis. La evidencia lingüística favorecería un origen mexicano, ya que el nombre empleado casi universalmente es de origen náhuatl; sin embargo, los restos arqueológicos más antiguos conservados provienen del Perú.

Se desconoce la variedad silvestre de la que se haya originado, y las hipótesis apuntan a una especie aún desconocida, posiblemente nativa de la región oriental de la cordillera andina.

Hoy se cultiva desde Chile, Argentina, Ecuador, América del Sur, América Central hasta el sur de los Estados Unidos, y en la región mediterránea de Europa, donde fue llevada en el siglo XVII. Los mismos europeos parecen haberla introducido en la India, Japón y las Filipinas, que hoy son importantes productores.

Es la menos intensamente cultivada de las especies comerciales de Sambo, pero quizá la que muestra una distribución geográfica más amplia; en estado silvestre no es difícil encontrarla en las zonas altas (1000 a 3000 msnm) y templadas del continente americano. Esta facilidad se debe en

FUENTE: Los autores
ELABORADO POR: Los autores

- **Diseño de la portada, contraportada y portadillas.-** Para la diagramación se utilizó un formato de 15 cm. de ancho por 16 cm. de alto, sin doblez para una mejor visualización.

Se fusionó la imagen con el texto a lo largo y ancho de la página, representando a cada uno de los cantones mediante una retícula modular jerárquica.

En la portada se colocó el texto: *Guía Gastronómica Autóctona de Cotopaxi*, mientras que en las portadillas se fue añadiendo el nombre de cada cantón.

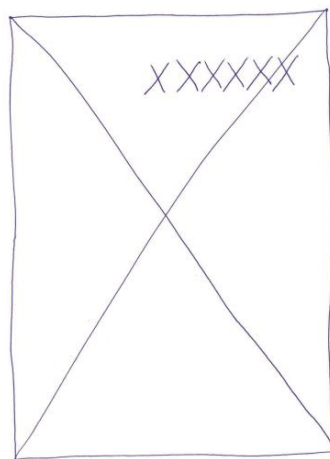
La tipografía utilizada en la portada fue “Poor Richard”, para las portadillas se empleó la tipografía “In Secret I Love You Medium”, la cual tiene mayor legibilidad, expresa elegancia y fluidez. El color está basado en tonos cálidos que representan alimentación variando para cada cantón.

En la contraportada se manejó una imagen con transparencia la cual contiene una breve reseña histórica de la provincia de Cotopaxi y el logotipo de la guía gastronómica.

- **Retícula de portadillas:** Se aplicó una retícula de tipo jerárquica en la que se implementó el diseño de las portadillas, basada en la superposición de imágenes y texto estableciendo una relación organizada de los elementos.

a. Boceto burdo:

GRÁFICO N° 29: BOCETO BURDO

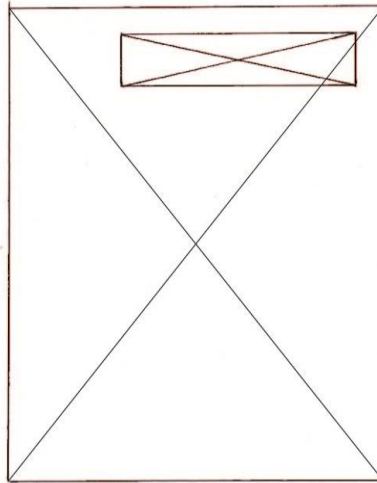


FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

b. Boceto semiterminado:

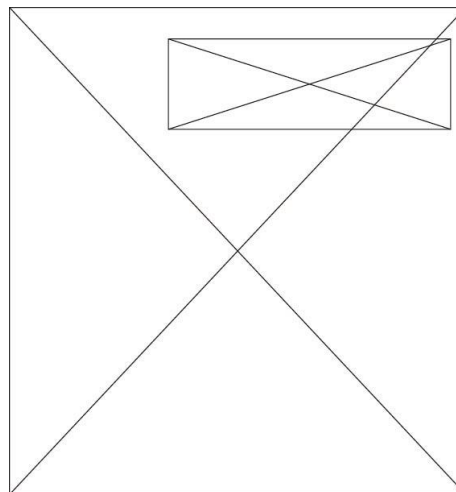
GRÁFICO N° 30: BOCETO SEMITERMINADO



FUENTE: Los autores
ELABORADO POR: Los autores

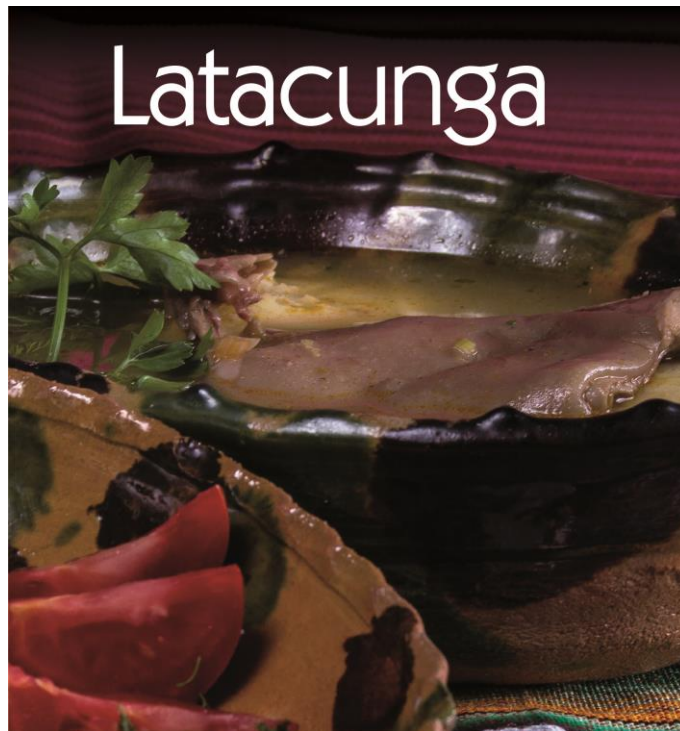
c. Propuesta Final:

GRÁFICO N° 31: PROPUESTA FINAL



FUENTE: Los autores
ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 32: PORTADILLA LATACUNGA



FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

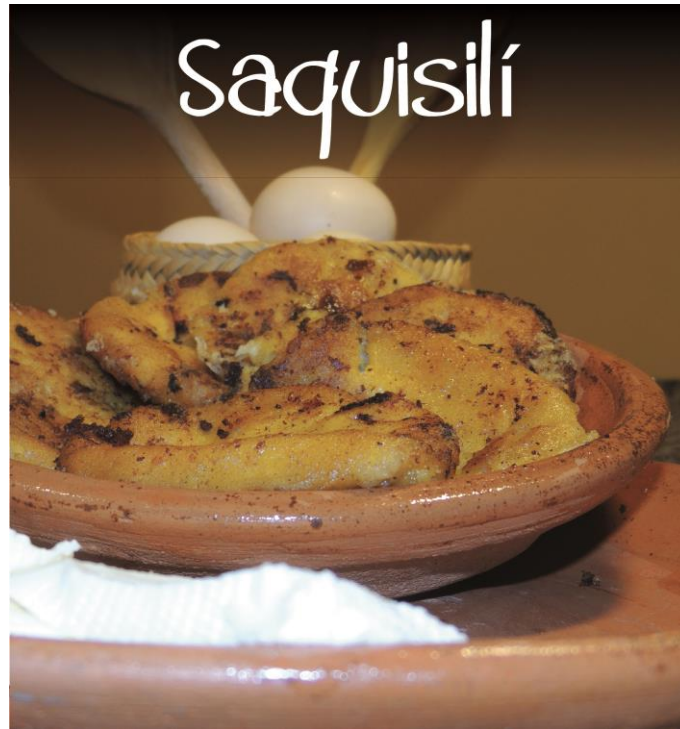
GRÁFICO N° 33: PORTADILLA SALCEDO



FUENTE: Los autores

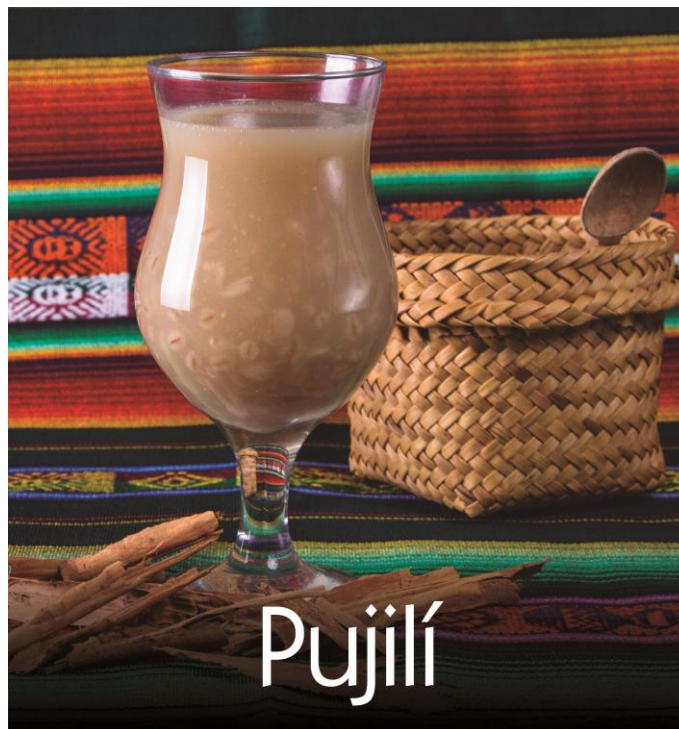
ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 34: PORTADILLA SAQUISILÍ



FUENTE: *Los autores*
ELABORADO POR: *Los autores*

GRÁFICO N° 35: PORTADILLA PUJILÍ

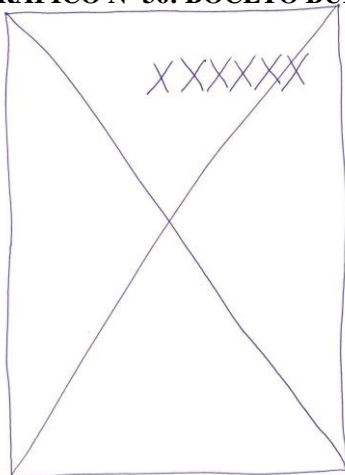


FUENTE: *Los autores*
ELABORADO POR: *Los autores*

- **Retícula de portada:** Al igual que las portadillas se empleó una retícula jerárquica por disponer de elementos y de una organización parecida.

a. Boceto burdo:

GRÁFICO N° 36: BOCETO BURDO

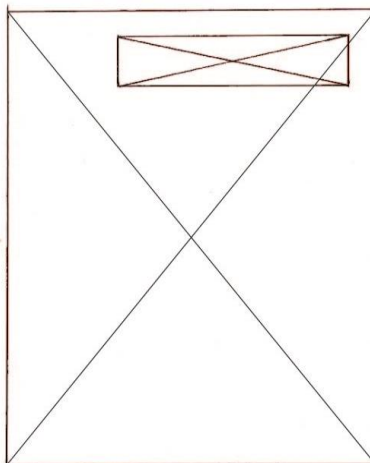


FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

b. Boceto semiterminado:

GRÁFICO N° 37: BOCETO SEMITERMINADO

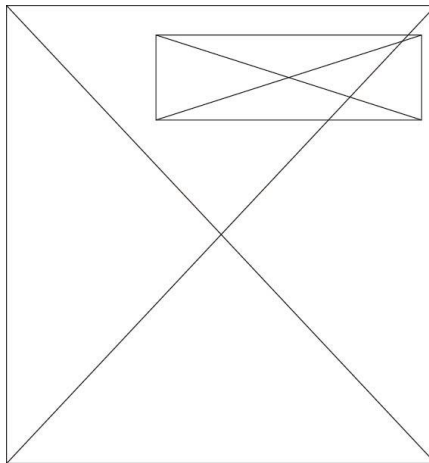


FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

c. Propuesta Final:

GRÁFICO N° 38: PROPUESTA FINAL



FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 39: PORTADA



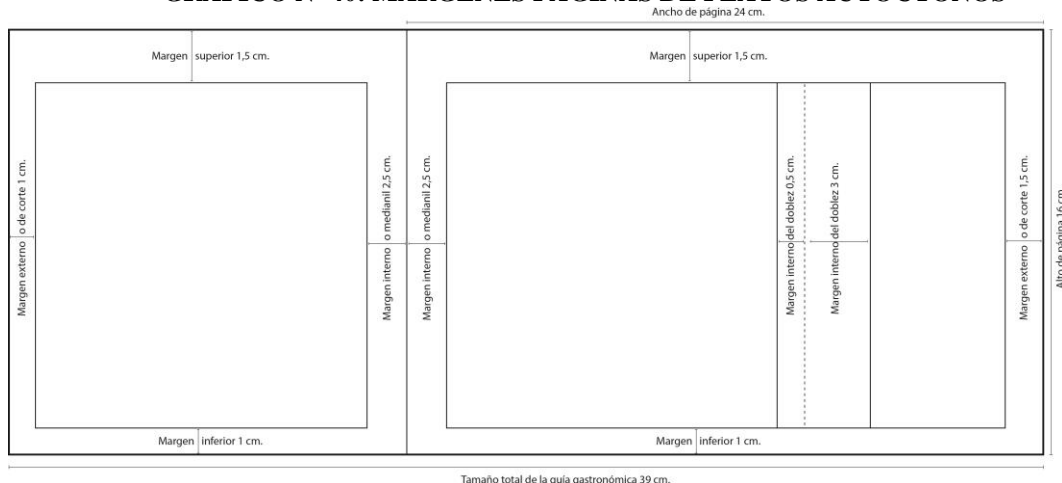
FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

- **Márgenes**

Margen superior:	1,5 cm
Margen externo o de corte:	1,5 cm
Margen inferior:	1 cm
Margen externo o de corte:	1 cm
Margen interno o medianil:	2,5 cm
Alto de la página:	16 cm
Ancho de la página:	24 cm (páginas de platos autóctonos) 15 cm (páginas de descripción alimentaria)

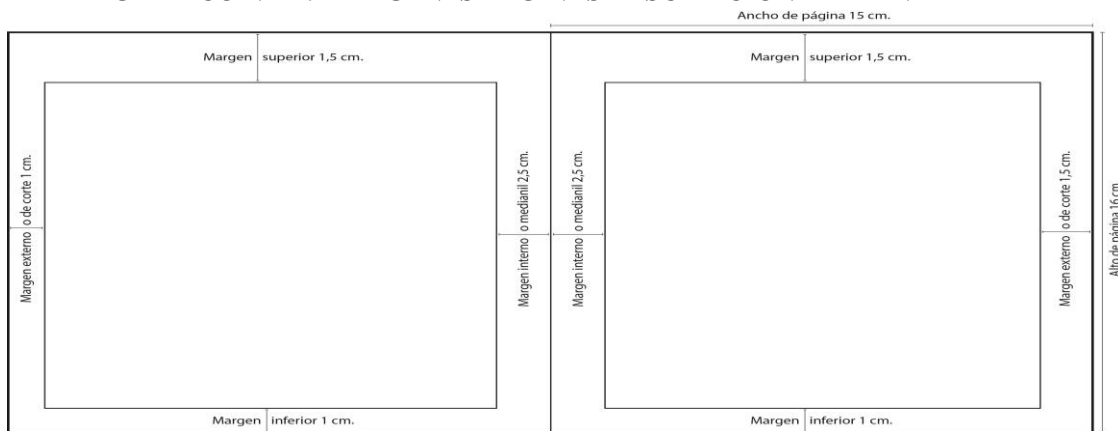
GRÁFICO N° 40: MÁRGENES PÁGINAS DE PLATOS AUTÓCTONOS



FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

GRÁFICO N° 41: MÁRGENES PÁGINAS DESCRIPCIÓN ALIMENTARIA



FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

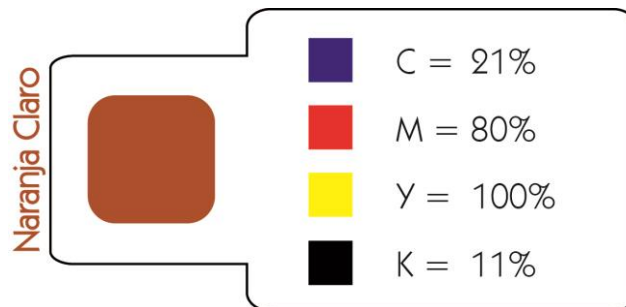
- **Justificación del color**

En el diseño de la guía gastronómica se empleó colores relacionados con la alimentación de cada cantón, de preferencia los cálidos, que abren el apetito del consumidor.

a. Cantón Latacunga

El color utilizado para este cantón es el naranja relacionado con la comida que se degusta en esta ciudad. Así el choclo cantsha luego de su cocción adquiere un color amarillo ocre (naranja), al igual que el locro de cuy un tono anaranjado debido al condimento vertido en su preparación.

GRÁFICO N° 42: JUSTIFICACIÓN DEL COLOR DEL CANTÓN LATACUNGA



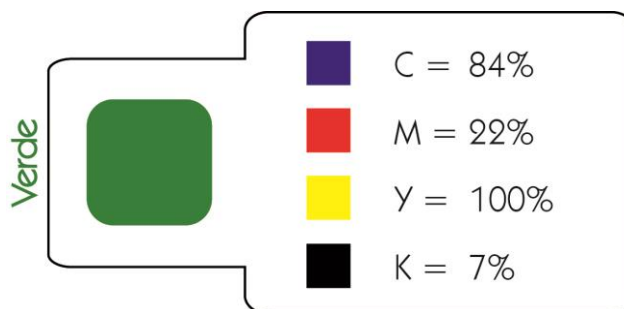
FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

b. Cantón Salcedo

El color empleado para este cantón es el verde que simboliza esperanza. La fecundidad de las tierras productivas, denotan productos que por lo general son de color verde, utilizados en la elaboración de estos platos.

GRÁFICO N° 43: JUSTIFICACIÓN DEL COLOR DEL CANTÓN SALCEDO



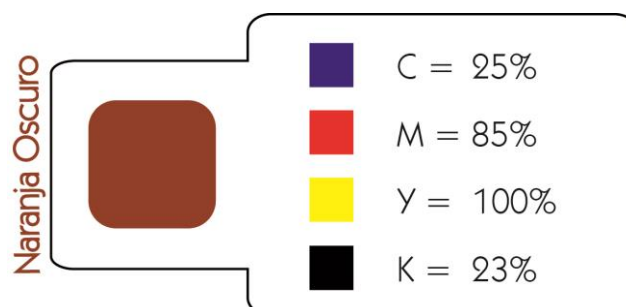
FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

c. Cantón Saquisilí

En este cantón se aplicó el color naranja oscuro que representa las diferentes capas de la tierra generando fertilidad en los productos cosechados.

GRÁFICO N° 44: JUSTIFICACIÓN DEL COLOR DEL CANTÓN SAQUISILÍ



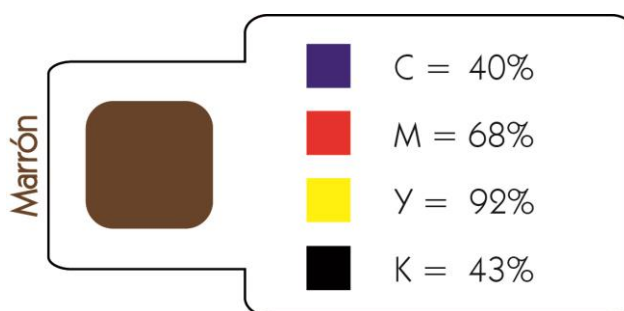
FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

d. Cantón Pujilí

El color utilizado para este cantón es el marrón que se asocia con la tierra arcillosa y la cerámica de barro que se elaboran en esta ciudad desde nuestros antepasados.

GRÁFICO N° 45: JUSTIFICACIÓN DEL COLOR DEL CANTÓN PUJILÍ



FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

- **Justificación de la iconografía**

El diseño gráfico requiere el conocimiento iconográfico para generar mensajes efectivos que motiven el consumo de diversos alimentos. Es una imagen gráfica de tamaño reducido que pretende comunicar la información destinada al usuario, posee un diseño intuitivo y útil.

a. Estilos de los iconos

Los iconos de esta propuesta son totalmente planos y autóctonos como los platos que se describen en la guía gastronómica.

Adicionalmente, se recurrió a los recipientes que traslada y sirven la comida como la taza, el plato de barro y un reloj, los cuales indican las porciones y el tiempo de preparación.

b. Justificación del color

Se emplea el color marrón que representa la tierra. Es un color cálido, neutro. Se encuentra extendido en la naturaleza y en los seres vivos, representa la salubridad, constancia, amabilidad y confianza.

GRÁFICO N° 46: ÍCONOS DE LA GUÍA



Porciones

Minutos

FUENTE: *Los autores*

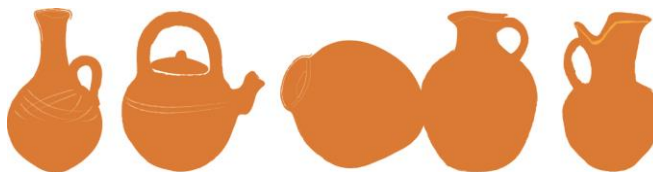
ELABORADO POR: *Los autores*

c. Justificación del módulo o cenefa

Una cenefa puede estar compuesta por formas pequeñas, que son empleadas en repetición a lo largo de la guía, con la finalidad de utilizar un módulo de diseño coherente para la propuesta. Esta cambia de tonalidad tomando en consideración el cantón al que pertenece y la transparencia de los elementos que lo conforman.

En cuanto a las formas utilizadas en la cenefa se aplican figuras representativas de la indumentaria utilizada en la cocina desde tiempos antiguos.

GRÁFICO N° 47: MÓDULO O CENEFA DE LA GUÍA



FUENTE: *Los autores*

ELABORADO POR: *Los autores*

- **Características de la guía gastronómica**

**TABLA N° 9: CARACTERÍSTICAS DE LA GUÍA GASTRONÓMICA
GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS**

Tamaño de la guía normal	39 x 16 cm
Tamaño de la guía alternativo	30 x 16 cm
Número de hojas	34 hojas
Papel interior de la guía	Couche 150 gr.
Papel portada y contraportada	Couche 300 gr.
Proceso de impresión	Impresión offset full color
Proceso de cierre	Espiralado de doble anillo

FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

3.5.8. Impresión y cierre

Para la impresión de la guía gastronómica se ha considerado el sistema de impresión offset el mismo que provee bajo costo y una fiel reproducción del detalle del diseño, además se imprime en cualquier tipo de papel sin importar el gramaje.

La reproducción efectuará cuando la cantidad supere más de 500 ejemplares.

Por ser una guía funcional para la unificación de las hojas sueltas, se ha seleccionado el espiral metálico doble, ya que este sistema de cierre móvil, permite abrir y cerrar con facilidad en un rango de apertura de 360° y con esto una presentación más estética y profesional.

3.5.8.1. Costo de Impresión y Cierre

Para el costo de la producción de la guía gastronómica y rescate de la identidad y cultura alimentaria de la provincia de Cotopaxi se utilizó los siguientes recursos:

TABLA N° 10: COSTO GENERAL DEL PROYECTO

NOMBRE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
RECURSOS PARA LA TESIS			
Lápices	4	\$ 0,25	\$ 1,00
Esferos	4	\$ 0,25	\$ 1,00
Borradores	6	\$ 0,25	\$ 1,50
Impresiones	1000	\$ 0,15	\$ 150,00
Copias	500	\$ 0,02	\$ 10,00
Anillados	8	\$ 2,00	\$ 16,00
Empastados	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Movilización			\$ 100,00
TOTAL RECURSOS TESIS			\$ 309,50
RECURSOS PARA LA PROPUESTA			
Computador Portátil Intel Pentium Dual Core Inside	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Flash memory	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Cámara digital	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Impresiones en papel couche por guía	500	\$ 3,00	\$ 1500,00
Anillado	500	\$ 1,00	\$ 500,00
Compra de platos autóctonos para el proceso de fotografiado			\$ 250,00
Total			\$ 3130,00
Imprevistos (10%)			\$ 313,00
TOTAL			\$ 3593,00

FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

3.5.9. Definición de Términos Básicos

A

Adobe Illustrator: Es una aplicación de creación y manipulación vectorial en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como "mesa de trabajo" y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para Ilustración.

Adobe Photoshop: Es considerado el mejor programa de edición de imágenes bitmap y retoque fotográfico. Es un software que permite la edición y el retoque de imágenes, inicialmente, en formato de mapa de bits.

Adobe InDesign: Es una aplicación de maquetación desarrollada por la compañía Adobe Systems para diseñadores gráficos. Presentada en 1999, su objetivo era constituirse en la alternativa a QuarkXPress (QXP), de Quark Inc. que desde hacía doce años venía ejerciendo el monopolio de facto en la composición profesional de páginas.

Ancestrales: Es un progenitor, es decir un antepasado directo (padre o madre); o recursivamente, un progenitor de un ancestro (un abuelo, bisabuelo, y así sucesivamente). El término igualmente suele ser usado para referirse a un grupo de antepasados relacionados a un antepasado directo (familia, pueblo, etnia, etc.), del cual un individuo o grupo de individuos descienden.

Autóctono: (del griego autos, "propio"; chthon, "tierra"), ente (biológico o no) que es propio de un lugar.

B

Briefing: En el sector publicitario y de comunicación pública en general, un briefing es el documento o la sesión informativa que proporciona información a

la agencia de publicidad para que genere una comunicación, anuncio o campaña publicitaria.

C

Cántaro: Vasija de barro que sirve para almacenar los alimentos.

Cantsha: Forma de cocer o asar granos tiernos en un recipiente de barro a leña.

Cauca: Colada de maíz molido que se sirve como alimento

Costumbre: Manera habitual de obrar una persona, animal o colectividad, establecida por un largo uso o adquirida por la repetición de actos de la misma especie.

Colada: Sopa de harina de distintos granos que se prepara para servirse en el almuerzo.

Cuajada: Toma el nombre de la pastilla de cuajo que se convierte en queso.

Culinarios: La culinaria o arte culinario es una forma creativa de preparar los alimentos y depende mucho de la cultura, en términos de conocimientos respecto a los alimentos, su forma de prepararlos, así como de los rituales sociales establecidos alrededor de la comida.

Cultural: De la cultura o relacionado con ella.

CH

Chaguarmishqui: Bebida de dulce ancestral.

Champús: Bebida de dulce autóctona degustada en fiestas populares importantes como la mama negra.

Chicha: Bebida de dulce tradicional preparada con diferentes especies de dulce.

E

Encuadernados: Es la acción de coser o pegar varios pliegos o cuadernos de texto y ponerles cubiertas. Las encuadernaciones tienen por objeto procurar al libro tres ventajas: su conservación, su fácil manejo y su presentación artística.

G

Guisos: Es la cocción en un medio semi-graso de un alimento, a diferencia del estofado permite reflujos de los vapores durante el proceso de elaboración culinaria.

I

Identidad: Circunstancia de ser una persona o cosa en concreto y no otra, determinada por un conjunto de rasgos o características que la diferencian de otras.

L

Legado: Se denomina legado o manda al acto a través del cual una persona, en su testamento, decide repartir una parte muy concreta de sus bienes a otra persona determinada. Hablamos en todo caso de bienes individuales, y no de porciones del patrimonio.

Locro: Sopa preparada con abundante papa.

M

Mishqui: Líquido dulce que se extrae de la cabuya o penca, para preparar diferentes tipos de alimentos y el consumo animal.

Módulo: Unidad de medida que se toma como modelo de las demás partes de un objeto considerado artístico o perfecto.

P

Pergamino: Material empleado para escribir, encuadernar libros, fabricar tambores y panderetas, etc., que se fabrica a partir de piel de reses limpia, seca, adobada y estirada.

R

Rurales: Es aquello referente o perteneciente a la vida en el campo. El adjetivo se utiliza como opuesto a lo urbano, que es el ámbito de la ciudad. Además es aquella que se caracteriza por la inmensidad de espacios verdes que la componen y que por esta razón está destinada y es utilizada para la realización de actividades agropecuarias y agroindustriales, entre otras.

Runahucho: Salsa espesa elaborada con harina de haba para servirse con papas.

T

Target: En el mundo de la publicidad, los términos mercado objetivo, público objetivo, grupo objetivo y mercado meta, así como los anglicismos target y target market, designan al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio. Tiene directa relación con el marketing.

Tiesto: Recipiente de barro plano parecido a un sartén que sirve para cocer o asar los alimentos.

Togro: Alimento de sal parecido a la gelatina que se degusta frío.

Tradición: Transmisión o comunicación de noticias, literatura popular, doctrinas, ritos, costumbres, etc., que se mantiene de generación en generación.

Tutela: Autoridad conferida por ley a un adulto para cuidar de una persona y de sus bienes porque esta no está capacitada para hacerlo por sí misma.

U

Ugto: Palabra ancestral que significa hueco.

V

Vitela: Piel de vaca o ternera, adobada y muy pulida, y especialmente la que sirve para pintar o escribir en ella.

Vulnerable: Que puede ser herido o dañado física o moralmente.

W

WWW: World Wide Web, es la red global mundial de intercambio de documentos a través de hipertexto comúnmente conocida como Internet.

Z

Zamora: Bebida de dulce preparada con la primera leche de la vaca (calostro)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al concluir el trabajo de investigación sobre una “Guía Gastronómica de platos autóctonos, empleando el diseño editorial para la difusión de la identidad y cultura alimentaria de la Provincia de Cotopaxi”, se logró establecer las siguientes conclusiones:

- La fundamentación teórica que constituye el primer capítulo y en el cual se detallan los temas relacionados con el tema de investigación, permitió dar una secuencia a las diferentes etapas que conllevan el diseño editorial de la guía gastronómica, a través de elementos como la forma, proporción, ritmo, armonía, equilibrio, textura y balance entre todos los elementos que conforman el trabajo editorial.
- Con la aplicación de la encuesta se pudo determinar el desconocimiento de la existencia de comidas autóctonas de la provincia de Cotopaxi, las mismas que serán difundidas mediante la guía gastronómica, generando un impulso en la gastronomía de esta provincia, mediante la difusión impresa para las personas que degustan este tipo de comida.
- Se determinó la necesidad de difundir los platos autóctonos mediante el diseño de una guía gastronómica, aplicando diagramación, retículas, tipografía, color, fotografía, culminando con la elaboración del arte final que contribuya con el rescate de la identidad y cultura alimentaria de nuestros pueblos.
- Los platos autóctonos son de fácil preparación pues los ingredientes se los encuentra en los campos de cada cantón, contribuyendo con una alimentación sana y saludable, de la misma manera contribuyendo con la población y escuelas de chefs en donde se imparte gastronomía y en donde se puede añadir las raíces alimentarias cotopaxenses.

RECOMENDACIONES

- El Ministerio de Turismo deberían formar parte de este proyecto que permita recuperar tradiciones alimentarias autóctonas y el rescate de identidad cultural alimentaria de esta provincia, para su difusión en las generaciones venideras, como registro o archivo que ayuda a conocer nuestras raíces ancestrales.
- Tomar en consideración las nuevas tendencias en los nuevos software para una mejor aplicación en este tipo de trabajo y siempre con la finalidad de presentar un mejor material visual impreso de calidad lo cual dará mayor realce a este tipo de guías con una calidad, como alternativa para el desarrollo profesional del diseñador gráfico computarizado.
- Orientar a los personeros encargados en la difusión del turismo y cultura alimentaria, para que a través de la presente guía se socialice con la población cotopaxense y fuera de ella, con el propósito de generar el interés en el consumo este tipo de alimentación saludable, ayudando a mantener la herencia culinaria de nuestros ancestros para que perdure por generaciones.
- Utilizar este material como fuente de consulta para todos aquellos interesados sobre la cultura alimentaria, aportando a la gastronomía de nuestra provincia y con las escuelas de chefs en el incremento de las recetas que en estas escuelas se imparten identificándose por la herencia gastronómica de la provincia de Cotopaxi.

BIBLIOGRAFÍA

7.1. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- **AMBROSE, Gavin, y HARRIS, Paul;** “Manual de Producción, Guía para Diseñadores Gráficos”, primera edición, editorial Paramón, Barcelona España, 2008.
- **GADE, Reinhard,** “Diseño de periódicos. Sistema y método”, primera edición, editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2002.
- **IGLESIAS, Giz, y ARMAS, Roberto;** “Experiencias sobre diseño gráfico”, primera edición, editorial Feliz Varela, Cuba, 2007.
- **MORENO, Víctor,** “Psicología del color y la forma”, Edición Londres
- **REINOSO, Nelson,** “Diseño Publicitario”, primera edición, editorial Instituto Tecnológico Metropolitano de Diseño, Quito Ecuador, 1997.
- **VELANDIA, Lluvia;** “Historia del Diseño Gráfico”, primera edición, editorial El Cid Editor, 2009.
- **WONG, Wucius;** “Fundamentos del Diseño”, primera edición, editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2007.

7.2. BIBLIOGRAFÍA CITADA

- **DABNER, David;** “Diseño Gráfico – Fundamentos y prácticas”, primera edición, editorial Blume, 2005.
- **TWEMLOW, Alice;** “¿Qué es el Diseño Gráfico 2?”, primera edición, editorial Gustavo Gili, Barcelona 2007.
- **ZAPPATERRA, Yolanda;** “Diseño Editorial, periódicos y revistas”, edición española, editorial Gustavo Gili, España, 2008.
- **DAVID ZENÓN, Andrés;** “Introducción al Diseño Editorial”, edición española, editorial Visión Net, Madrid España, 2007.
- **RICUPERO, Sergio A.;** “Diseño Gráfico en el Aula: guía de trabajos prácticos”, primer edición, editorial Nobuko, Buenos Aires Argentina, 2007.

- **SPINA, Mario;** “Pequeño Manual Práctico del diseño Editorial: Diagramación y puesta en página pensando en la producción”, primera edición, editorial Commtools, Buenos Aires Argentina, 2005.
- **ESPINOSA APOLO, Manuel;** “Los Mestizos ecuatorianos y las señas de identidad cultural”, tercera edición, editorial Tramasocial, Quito Ecuador, 2000.
- **BORGES, Jorge Luis;** “Grijalbo Diccionario Enciclopédico”, primera edición, editorial Gráficas Toledo, España, 1986.

7.3. BIBLIOGRAFÍA VIRTUAL

- **ALEJANDRALMIRON , Diseño Editorial,**
<http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/disenio-editorial.html>
- **ARTES PLÁSTICAS, Diseño Gráfico,**
<http://artesplasticas.ucr.ac.cr/carreras/dgrafico.html>
- **DESARROLLO WEB, Artículos,**
<http://www.desarrolloweb.com/articulos/1277.php>
- **TECNOCIENCIA, Alimentación y Salud,**
http://www.tecnociencia.es/especiales/alimentacion_y_salud/historia.htm
- **MAPA , Cotopaxi**
<https://www.google.com.ec/maps/place/Cotopaxi/@-0.7675269,-78.850178,10z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x91d461069d795bd1:0x835305dda9893b50?hl=es-419>

ANEXOS

ANEXO N° 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE LAS CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO “VICENTE LEÓN”

Objetivo: Recopilar la información necesaria que contribuya a la realización de un proyecto investigativo cuyo tema es: **“GUÍA GASTRONÓMICA DE PLATOS AUTÓCTONOS, EMPLEANDO EL DISEÑO EDITORIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA IDENTIDAD Y CULTURA ALIMENTARIA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**

Instrucciones:

- * Seleccione la alternativa correcta con una (X) en el paréntesis respectivo.
- * Lea detenidamente las preguntas para proporcionar las respuestas adecuadas.
- * Por favor responda de manera precisa y concreta.

Sexo: Masculino Femenino

Edad:

1.- *¿Conoce usted la diferencia entre gastronomía autóctona y gastronomía típica?*

SI

NO

Porque _____

2.- *¿De los siguientes platos autóctonos de la provincia de Cotopaxi marque los que usted conoce?*

- | | | | |
|--|--|--|---|
| * Choclo Cantsha <input type="checkbox"/> | * Togo <input type="checkbox"/> | * Runahucho <input type="checkbox"/> | * Ugto Tortillas <input type="checkbox"/> |
| * Locro de Cuy <input type="checkbox"/> | * Empanadas de tiesto <input type="checkbox"/> | * Tortillas de Palo <input type="checkbox"/> | * Chaguarmishqui <input type="checkbox"/> |
| * Chicha de Morocho <input type="checkbox"/> | * Cujada <input type="checkbox"/> | * Treinta y Uno <input type="checkbox"/> | * Ocas de Dulce <input type="checkbox"/> |
| * Dulce de Sambo <input type="checkbox"/> | * Cauca de Maíz <input type="checkbox"/> | * Morcilla <input type="checkbox"/> | * Zamora <input type="checkbox"/> |
| * Dulce de Zapallo <input type="checkbox"/> | * Colada Morada <input type="checkbox"/> | | |

3.- *De los platos mencionados anteriormente, ¿En qué cantón los ha degustado?*

* Latacunga

* Saquisilí

* Salcedo

* Pujilí

4.- *¿Conoce de la existencia de una guía gastronómica de platos autóctonos de la provincia de Cotopaxi?*

SI

NO

5.- *¿Cree usted necesario el diseño de una guía gastronómica de platos autóctonos de la provincia de Cotopaxi, para la difusión de la identidad y cultura alimentaria?*

SI

NO

6.- *¿Considera usted que la guía gastronómica de platos autóctonos en la actualidad es más consumida por los niveles socio económicos?*

* Bajo

* Medio

* Alto

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

FUENTE: Los autores

ELABORADO POR: Los autores

ANEXO N° 2



FUENTE: *Los autores*

ELABORADO POR: *Los autores*