



# SABORES Y AROMAS de CHILE

marjorie del pilar arroyo muñoz · profesor guía pablo venegas romero · escuela de diseño · universidad de valparaíso  
septiembre 2014





**1. Marco Teórico.....10**

**1.1 El Diseño.....10**

1.1.1 Diseño Gráfico.....10

1.1.2 Clasificaciones del Diseño Gráfico.....10

1.1.3 Diseño editorial.....11

    1.1.3.1 Medios editoriales.....11

    1.1.3.2 El libro.....12

        1.1.3.2.1 Partes de un libro.....12

        1.1.3.2.2 Tipos de libros.....15

    1.1.3.3 El periódico.....15

    1.1.3.4 Las revistas.....16

1.1.4 Diseño publicitario.....17

    1.1.4.1 Medios publicitarios.....17

1.1.5 Diseño editorial y publicitarios, diferenciaciones.....18

1.1.6 Diseño de envase.....18

1.1.7 Conclusiones.....19

**1.2 Comidacriolla.....20**

1.2.1 La comida.....20

1.2.2 Gastronomía y Arte culinario.....20

1.2.3 Gastronomía chilena.....20

    1.2.3.1 Zona Norte.....21

    1.2.3.2 Zona Centro.....22

    1.2.3.3 Zona Sur.....23

1.2.4 Contexto histórico de la gastronomía en Chile.....23

1.2.5 Patrimonio culinario criollo chileno como un patrimonio cultural.....24

1.2.6 Conclusiones.....25

**1.3 Los sentidos humanos.....26**

1.3.1 ¿Qué son los sentidos humanos?.....26

1.3.2 Sistema sensorial.....27

    1.3.2.1 Los órganos de los sentidos.....27

1.3.3 Análisis sensorial en los alimentos.....28

1.3.4 Los sentidos y el primer impacto sensorial frente a los alimentos.....28

1.3.5 Conclusiones.....30

**1.4 Los aceites esenciales.....31**

1.4.1 ¿Qué son los aceites esenciales?.....31

1.4.2 Aplicaciones de los aceites esenciales.....32

1.4.3 Proceso de obtención de los aceites esenciales.....32

1.4.4 Conclusiones.....34

**1.5 Perfume a partir de esencias olorosas/odoríferas.....35**

1.5.1 Concepto de perfume.....35

1.5.2 Preparación de un perfume casero.....35

    1.5.2.1 Preparación común de perfume sólido.....35

    1.5.2.2 Preparación común de perfume líquido.....37

1.5.3 Conclusiones.....38

**1.6 Dosificación, aplicación y absorción de perfumes.....39**

1.6.1 Tiras de papel absorbente o secante, Mouillette.....39

    1.6.1.1 Ventajas del Mouillette.....39

1.6.2 Viales y frascos perfumeros con atomizador.....40

    1.6.2.1 Viales.....40

    1.6.2.2 Frascos perfumeros y atomizador.....40

1.6.3 Conclusiones.....42

1.7 Conclusiones marco teórico.....43





**2. Estudio de Campo.....46**

2.1 Objetivos.....47

2.2 Instrumento 1: Fichas de análisis técnico.....48

2.2.1 Aspectos editoriales considerados en la ficha técnica...48

2.2.2 Ficha técnica y observaciones.....50

2.2.2.1 Instrumento/ficha de análisis técnico, matriz...51

2.2.2.2 Cocina Latinoamericana.....54

2.2.2.3 Cocina para profesionales.....55

2.2.2.4 Cocina sin gluten.....56

2.2.2.5 El mundo en un bocado.....57

2.2.2.6 Gastronomía Patagonia.....58

2.2.2.7 Geografía del sabor.....59

2.2.2.8 La cocina japonesa.....60

2.2.2.9 La olla deleitosa.....61

2.2.2.10 Pescado y mariscos.....62

2.2.2.11 Sabores del Valle.....63

2.2.2.12 Un viaje culinario por Francia.....64

2.2.3 Conclusión de instrumento 1.....65

2.3 Instrumento 2: encuestas, profesionales gastronómico y público general.....66

2.3.1 Encuestas.....66

2.3.1.1 Matriz encuesta profesional gastronómico.....67

2.3.1.2 Matriz encuesta público general, comensales...70

2.3.2 Gráficos de resultados encuestas.....73

2.3.2.1 Profesionales gastronómicos (muestra 1).....73

2.3.2.2 Público general, comensales (muestra 2).....74

2.3.3 Conclusiones instrumento 2.....95

2.4 Instrumento 3: ficha de análisis y método de experimentación.....96

2.4.1 Variables consideradas en la ficha de análisis.....96

2.4.2 Ficha de análisis y método de experimentación.....96

2.4.2.1 Resultados ficha de análisis y experimentación...96

2.4.3 Conclusiones instrumento 3.....97

2.4.4 Conclusiones Estudio de campo.....98

**3. Planteamiento Proyecto.....100**

3.1 Nombre Proyecto.....100

3.2 Problema u Oportunidad de Diseño.....100

3.3 Idea de proyecto.....100

3.4 Objetivo principal proyecto.....101

3.5 Objetivos específicos.....101

3.6 Expectativas del proyecto.....101

3.7 Propuesta conceptual.....101

3.8 Conceptualización.....102

3.9 Propuesta formal.....103

**4. Públicos.....106**

4.1 Usuario receptor.....106

4.2 Cliente.....108

**5. Génesis formal.....110**

5.1 Indagación en métodos de transferencia de aromas.....110

5.2 Esbozos formales, porta carta con esencias aromáticas.....111

5.3 Esbozos formales, libro con esencias aromáticas, 1er acercamiento...112

5.4 Esbozos formales, libro con esencias aromáticas, 2do acercamiento, penúltima propuesta formal.....113

**6. Desarrollo formal.....115**

6.1 Aspectos técnicos y compositivos.....116

6.1.1 Fotografía y edición.....116

6.1.2 Redacción y contenidos.....118

6.2 Consideraciones técnicas de Diseño.....119

6.2.1 Libro.....120

6.2.2 Difusores.....121

6.2.3 Etiquetas.....121

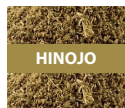
6.3 Aspectos productivos.....122

6.3.1 Libro.....122

6.3.2 Difusores.....124

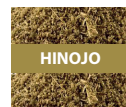
6.3.3 Caja contenedora.....125

6.3.4 Aplicadores.....128





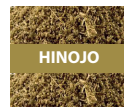
6.4 Recetas.....	128
6.4.1 Lentejas criollas.....	129
6.4.2 Anticuchos de cerdo.....	129
6.4.3 Paila marina.....	130
6.4.4 Pastel de papas.....	130
6.4.5 Mariscal porteño.....	131
6.4.6 Ajiaco criollo.....	131
6.4.7 Plateada criolla.....	132
6.4.8 Caldillo de congrio.....	132
6.4.9 Mariscos al alicate.....	133
6.4.10 Cancato de salmón.....	133
6.5 Discurso corporativo.....	133
6.5.1 Quienes somos.....	133
6.5.2 Misión y visión.....	134
<b>7. Comunicación brand.....</b>	<b>136</b>
7.1 Definición imagen a proyectar.....	136
7.2 Brand: Naming.....	136
7.3 Evolución de la marca.....	136
<b>8. Sistema Producto.....</b>	<b>140</b>
<b>9. Funcionamiento proyecto.....</b>	<b>143</b>
<b>10. Plan de Negocios.....</b>	<b>146</b>
<b>11. Bibliografía.....</b>	<b>148</b>



Revalorización de la comida criolla a través de la transparencia del aroma de las especias y condimentos principales del plato criollo a soportes editoriales culinarios impresos

*“Son las especias y condimentos las que le dan el carácter a las preparaciones criollas puesto que tanto especias y condimentos son decisivos al momento de determinar el sabor de un ingrediente, esto, porque una especia o condimento puede cambiar el sabor por completo de un o del conjunto de ingredientes, también puede modificar el aroma propio de los ingredientes con sus concentradas propiedades aromáticas, característica propia de ellos”.*

**Bárbara Rebolledo Quezada, chef instructor y docente de C.F.T. Santo Tomás Viña del Mar y secretaria agrupación gastronómica Quinta esencia.**



### Motivación personal

Desde pequeña me he relacionado con la cocina observando la manera diferenciada en que presenta un plato de comida mi papá los días domingos, único día de la semana en que él cocina. Él es ayudante de cocina y se ha capacitado en Inacap, por ello veo ahora como logra darle un nuevo valor a los mismos alimentos de uso cotidiano para cualquier persona pero que al no ser preparados y dispuestos de manera organizada y previamente pensada sobre un plato pierden presencia y énfasis. Claramente un plato cautiva por la vista de inmediato, lo que para efectos de una publicación o pieza gráfica de corte editorial termina siendo lo más relevante; pero que pasaría si no pudiéramos sentir el olor de sus ingredientes? no sería una grata experiencia?, y la pregunta resulta de pensar primariamente en el caso de los libros de cocina, la interacción sensorial que logramos apreciar es en rigor netamente visual.

Gusto de ver libros y conocer su estructura visual y como esta ha evolucionado, por ello también realicé mi tesina de grado sobre estudio de soportes editoriales en la década del 50, y siempre vinculados a la temática gastronómico/culinaria. Al revisar algunos de estos libros de cocina, podemos apreciar que aún existe muy poca innovación al respecto, a pesar de que cada vez emergen más estructuras mixtas dentro del contexto de diseño de un libro; sobre todo dado el estado vertiginoso de avance de las tecnologías...pero finalmente no van más allá de las técnicas tradicionales de expresión. Por tanto, sabiendo previamente que un plato de comida puede ser más agradable si se ve bien y si huele bien es que nace la idea de lograr plasmar en un soporte editorial los ingredientes bases que componen un plato de comida, y con un interés gastronómico tradicional, criollo, propio de nuestra cultura, en pos de revalorizarla y homenajearla a ojos y “sentido” de nosotros mismos y del mundo.



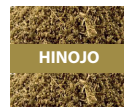
### Agradecimientos

A mi familia, los que siempre estuvieron ahí, para darme su amor incondicional, su apoyo, su preocupación, sus palabras de aliento y un abrazo sincero, mis padres, la bruja y el brujo, mi hermanito pequeño que ya no lo es tanto, mis abuelos que son mis angelitos desde el cielo, lo logré! como querían ustedes desde siempre, como quieren mis padres hoy, son lo máximo, no los defraudaré.

A la familia que se escoge, a mis amigos, las mongas que me animaron cada vez que ya no daba más, mis amigoxos de siempre los de la vida, mis shanshiwawis siempre ahí hasta el final, mi comadre, mi monis, TODOS los que tuvieron siempre con una frase cargada de buena vibra, los que me alivieron el proceso haciéndolo más ameno. También agradecer a ti, por ese apoyo intermitente...pero no menos importante.

Cotetix querida, gracias totales por ser el vínculo inicial para toda la cadena de personas con las que traté para concretar este proyecto, sin conocernos todo se dió, destino o lo que sea, conocí a una excelente y linda persona.

Gracias a Dios, de aquí hacia adelante, a nuevos desafíos, a crecer...



## Introducción

El proyecto contiene, en sí, cierto grado de innovación en el ámbito editorial, más específicamente en el ámbito editorial culinario. A través de un sistema de traspaso de olores a un soporte editorial impreso se pretende cautivar al usuario por medio de la experimentación sensorial, para revalorizar así la cocina criolla, comida que muchas veces no se consume con frecuencia o hábito, y que termina siendo un deleite al paladar de extranjeros e incluso de nosotros mismos. A priori sabemos que el traspaso del olor de un ingrediente a un soporte editorial puede ser un proceso complejo, pero la idea nos plantea un desafío que involucra –como lo hemos nombrado– un elemento relevante para cualquier contexto que se aborde desde la perspectiva del diseño; los sentidos. Trabajar con las emociones, y la sensibilidad de las personas es sin duda un espacio para la creatividad, que se verá respaldada por un proceso complejo de construcción de un marco teórico, del proceso de observación propio del diseño y de la disciplina gastronómica, de la investigación técnica, y del desarrollo de formas en base también a un grado de experimentación, como objeto de la necesidad de construir un elemento que en el contexto de lo editorial genere en el lector apreciaciones sensitivas de mayor profundidad. La intención del soporte es que se constituya en el complemento del espectro de lo netamente visual, del contenido y de la posibilidad de activar un segundo sentido que ayude a mejorar la construcción del mensaje o del proceso de comunicación. Se espera que la dinámica se torne en torno a la experiencia, ciertamente grata, pero también única al permitir que un usuario se enfrente a la lectura de un soporte editorial desde la mirada y el olfato.





SABORES Y AROMAS  
*de* CHILE



## 1 Marco Teórico

### 1.1 El Diseño

Diseño “se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades”<sup>1</sup>. El Diseño es una planificación destinada a resolver problemáticas en función de necesidades específicas, se debe conocer el motivo del problema para que exista una respuesta/diseño de por medio.

El diseño responde a variadas problemáticas, por tanto, las áreas vinculadas al diseño también son diferenciadas según los tipos de respuestas resultantes: diseño industrial, diseño textil, diseño arquitectónico, diseño urbano, diseño de interiores, **diseño gráfico** o con mayor particularidad diseño multimedia y web, diseño publicitario, diseño de identidad corporativa, diseño de envase, diseño tipográfico y **diseño editorial**.

#### 1.1.1 Diseño Gráfico

“El diseño gráfico es una disciplina o profesión cuya finalidad es satisfacer necesidades de comunicación visual”<sup>2</sup>.

Consiste en el desarrollo y realización de mensajes visuales con fines “informativos, estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación”<sup>3</sup>. Estos mensajes son transmitidos a través de soportes y códigos visuales diversos que permiten entregar al receptor o público específico una información, respuesta o concepto determinado y que generalmente responde a los intereses del receptor (intereses que el emisor del mensaje conoce previamente).

1 Definicion.de, <http://definicion.de/diseno/#ixzz2cTibajge>

2 Rodríguez Morales, Luis. *Diseño: estrategia y táctica.*, [www.tiposde.com/arte/diseno/tipos-de-diseno.html](http://www.tiposde.com/arte/diseno/tipos-de-diseno.html)

3 Graphia.com, [www.graphia.com.mx/de\\_interes\\_diseno.htm](http://www.graphia.com.mx/de_interes_diseno.htm)



El diseño gráfico da relevancia y énfasis a los aspectos comunicativos de las formas destinadas a ser percibidas visualmente, para -a través de estas- satisfacer la necesidad comunicativa utilizando medios de expresión gráfica, la reproducción y la transmisión del mensaje a través de medios como libros, video, cine, entre otros.

#### 1.1.2 Clasificaciones del diseño gráfico

Según el portal ecured.cu<sup>4</sup> el diseño gráfico se puede clasificar según el soporte comunicacional utilizado para transmitir una información definida al público (o receptor), podemos clasificar el diseño gráfico en :

##### Diseño publicitario

Involucra principalmente la creación de avisos gráficos y audiovisuales para generar la venta de los productos.

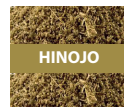
##### Diseño editorial

Involucra principalmente la maquetación y composición de publicaciones tales como las revistas, periódicos o los libros (hoy impresos y digitales).

##### Diseño de identidad corporativa

Genera principalmente una identidad a través de la imagen para una empresa o una marca (como la creación de un isotipo).

4 Ecured.cu, [www.ecured.cu/index.php/Diseño\\_gráfico](http://www.ecured.cu/index.php/Diseño_gráfico)





### Diseño multimedia y web

Utiliza principalmente como plataforma de diseño la informática e internet.

### Diseño de envase

Es principalmente la ideación de un diseño y su posterior proceso de materialización física, la generación de piezas recipientes para productos de tipo comercial.

### Diseño tipográfico

Es principalmente el tipo de diseño vinculado a la escritura.

### Cartelería y señalética

Consiste principalmente en diseñar los avisos o señales de información (u señaléticas) para espacios abiertos o cerrados.

## 1.1.3 Diseño editorial

El diseño editorial es una rama del diseño gráfico que consiste “en la maquetación y composición de todos los elementos gráficos (tipografías, fotografías, ilustraciones, tablas, etc.) que componen una publicación”<sup>5</sup> que puede ser impresa o digital. Incluye la realización de la gráfica interna y externa de los textos tanto como de las imágenes incluidas, la disposición de los elementos compositivos, la jerarquía de ellos como también la forma en como se leerá el documento; todo esto cuidando y considerando el eje estético y su vínculo al concepto que define a cada publicación y considerando el aspecto de impresión y de recepción.

En el ejercicio del diseño editorial se busca principalmente lograr una unidad, esta debe cumplir con generar una armonía entre el texto utilizado, la o las imágenes y la diagramación para que el mensaje que se quiera transmitir tenga un valor estético el cual impulse su difusión.

5 Fuenzalida, Paulina. *Paula reflejo gráfico de los 60*, [www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/fuenzalida\\_p/sources/fuenzalida\\_p.pdf](http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/fuenzalida_p/sources/fuenzalida_p.pdf)

## 1.1.3.1 Medios editoriales

Los medios editoriales son los soportes en donde se plasma el concepto, la información y los elementos gráficos necesarios para expresar el mensaje del contenido, dependiendo del soporte escogido para la publicación es la característica que tiene cada uno, además se pueden clasificar dentro de las 2 modalidades editoriales existentes que son los medios impresos y los medios digitales.<sup>6</sup>

### Medios impresos

Aquellos que componen el mensaje (contenido) sobre papel u otra materia física.

### Medios digitales

Aquellos que componen el mensaje (contenido) de audio y de video principalmente a través de un proceso de codificación (comprimido digital), habitualmente realizado en ordenadores a través de programas de edición digital. La codificación del contenido transforma la composición de los elementos gráficos, de video y audio en un archivo de medio digital, esto quiere decir que el archivo se puede manipular, distribuir y reproducir fácilmente en otros equipos y transmitir a través de redes de informática.

Dentro de los medios editoriales impresos más recurrentes encontramos los libros, el periódico y las revistas que por ser los más importantes entraremos a definirlos a continuación.

6 [Cursos.universia.es, http://cursos.universia.es/cursos/2a2e8-masters-diseno-editorial-medios-impresos-y-digitales-en-madrid.html](http://cursos.universia.es/cursos/2a2e8-masters-diseno-editorial-medios-impresos-y-digitales-en-madrid.html)



### 1.1.3.2 El libro

“Es una obra impresa, manuscrita o pintada en una serie de hojas de papel, pergamino, vitela u otro material, unidas por un lado (es decir, encuadernadas) y protegidas con tapas, también llamadas cubiertas”<sup>7</sup>. Según la RAE la obra puede ser literaria, científica o de otro contenido y tiene un alargamiento suficiente para generar volumen y de acuerdo a la UNESCO un libro es una publicación impresa y no periódica de al menos 49 páginas sin contar las cubiertas, de lo contrario, es considerado un folleto.

Los libros digitales reciben el nombre de e-books y a diferencia de los impresos, que traen hojas, utilizan archivos que permiten la lectura en computadoras o dispositivos electrónicos mientras que los audiolibros consisten en la grabación de los contenidos de un libro leído en voz alta, es un libro hablado. El libro es una forma de expresar y transmitir conocimiento en el tiempo y además una buena manera de conservarlos.

Dentro de las variaciones que encontramos en los libros encontramos combinaciones por ejemplo libro-audio, libro-video, etc.

#### 1.1.3.2.1 Partes de un libro

Según Mirta Cortés Tapia, bibliotecóloga del departamento de procesos técnicos de la Universidad de Concepción el libro está compuesto (además de textos, fotografías o ilustraciones) por diferentes partes físicas con una función específica, se utilizará como fuente para definir las el artículo expuesto por la mencionada bibliotecóloga de la Universidad de Concepción<sup>8</sup>:

#### 1) Estructura externa

##### Cubiertas

se refiere a la parte exterior del libro. Está conformada por una cubierta frontal



(o portada exterior) en donde va impreso el título del libro, nombre del autor y la casa editorial que realiza la publicación. También posee una cubierta posterior (o contracubierta) que generalmente es de un materia más duro que el de los pliegos, acostumbra ser de cartón, plástico o de cuero.

##### Lomo

Es donde va impreso, generalmente, el nombre del autor y el título de la obra. Es la parte contraria al corte de las hojas.

##### Solapa

Es una extensión contigua de la camisa o de la cubierta (cuando la cubierta es de papel delgado), la solapa se dobla hacia adentro y en ella se imprimen por lo general los datos del autor, una fotografía, otras obras que haya publicado, etc.

##### Camisa o forro

Es un recubrimiento suelto de papel que se utiliza para proteger el libro. Va impresa generalmente a color y en ella se incluye la portada del libro o el nombre de él.

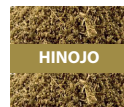
#### 2) Estructura interna

##### a) Páginas iniciales:

no siempre existen todos los elementos.

<sup>7</sup> Karen. El libro y sus partes, <http://karen-ellibroysuspartes.blogspot.com>

<sup>8</sup> Cortés Tapia, Mirta. Partes del libro, [www.bibliodigital.udec.cl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=47&Itemid=9](http://www.bibliodigital.udec.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=47&Itemid=9)





### Anteportada o portadilla

Es la hoja previa a la portada y en ella sólo va escrito el título de la obra.

### Frontispicio o frontis

Es la página previa a la portada, acostumbra incluir algún grabado, fotografía o viñeta.

### Portada, portada interior o página de título

Incorpora los nombres del autor o autores (nombres completos), el título completo de la obra, la editorial y en la mayoría de los casos con su logotipo, el lugar y el año de la impresión, el nombre del prologuista, los méritos del autor, etc.

### Contraportada

Es la página que está en la cara trasera a la portada, ahí se anotan los derechos de la obra como el número de la edición y su año, el número de la reimpresión, nombre del traductor en el caso que fuese una obra originalmente escrita en otro idioma, el año en que se reservaron los derechos e interpretado por el signo © (copyright), el lugar de la impresión, la casa editorial, el número internacional normalizador de libros conocido como ISBN (International Standar Book Number), etc.

b) Páginas preliminares:

no tienen un orden fijo pero este es el más reiterado.

### Presentación

Es escrita por el editor o por el sujeto de mayor responsabilidad en la producción de la obra, no es requisito que esté relacionada al texto pero sí al proceso de edición de la obra.

### Prefacio o introducción

Es lo que se dice antes de dar principio a la materia principal, o sea, al cuerpo principal de la obra. Esta o estas páginas ayudan como preparación para la materia primordial del libro.

### Índice general o contenido

Es una descripción organizada del contenido del libro. Si se sitúa al principio del libro recibe el nombre de “Contenido” mientras que si va al final recibe el nombre de “índice”. El contenido se utiliza esencialmente en las obras científicas mientras que el índice se utiliza más en las obras literarias.

### Prólogo

También llamado “prefacio” o “introducción” es el escrito anterior al cuerpo de la obra. Puese encontrarse escrito por el autor de la obra, el editor o bien por alguien que conozca en profundidad el contenido que ocupa la obra.

### Cuerpo de la obra

Es la parte fundamental de un libro y puede estar fraccionado en partes, capítulos, etc. Su apartado final es el de las conclusiones.

### Agradecimientos

Es la página en donde el autor del libro agradece a las personas que colaboraron en el nacimiento de la publicación, investigación o en la elaboración misma del libro.

### Dedicatoria

Es el texto que utiliza el autor dedicar la obra a alguna persona singular y puede ir en el anverso de la hoja siguiente a la portada.





c) Páginas finales:

### Apéndices o anexos

Añadición, añadidura o suplemento del cuerpo primordial del libro compuesto por documentos importantes, datos excéntricos, cuadros, entre otros.

### Bibliografía

Lista de las obras indagadas por el autor para la realización de la obra.

### Colofón

Se ubica habitualmente en la última página impar, en ella se imprime el lugar de la impresión, la fecha y el nombre de la imprenta, el número de tirada u copias impresas y el logotipo o escudo del impresor. En algunos casos se incorpora la tipografía utilizada y la clase de papel.

### Epígrafe

Es la hoja reservada para la frase u expresión que insinúa parte del contenido del libro o hace referencia a lo que lo ha inspirado.

### Epílogo o ultílogo

Añadidura al final de la obra literaria en donde se hace una deferencia genérica acerca de la obra o se da un término a las acciones que no se han concluido.

### Guardas

Hojas de papel en blanco que fusionan al libro con la tapa (en determinados casos) y es adecuado para proteger las páginas internas.

### Hojas de respeto o cortesía

Hojas en blanco que se disponen al principio y al final del libro. En el caso de las ediciones especiales o en las ediciones de lujo se disponen dos o más hojas de cortesía.

### Glosario

Parte del libro en la que se aclaran los términos particulares empleados en una obra.

d) Otras (eludibles):

### Índices y listados

Sueñen ir al final de la obra y pueden ser de distintos tipos: temáticos, cronológicos, onomásticos, geográficos, de mapas, de ilustraciones, de fotografías, de gráficas, etc.

### Preliminares

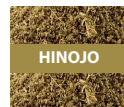
En otro tiempo se empleaba una página previa al texto que incluía Censuras, elogios, privilegios, etc. Actualmente está en desuso o se aplica en el caso de hallarse un texto de agradecimiento.

### Lista de abreviaturas

Es una lista en jerarquía alfabética que muestra los símbolos y/o abreviaturas empleadas en el cuerpo de la obra.

### Advertencia

Palabras con las que se sugiere algo que se debe tener en consideración antes de comenzar a leer el libro. En el caso de una reimpresión el autor o el editor clarifica si la obra mantiene la estructura anterior o si hay variaciones u ampliaciones apreciables.





### 1.1.3.2.2 Tipos de libros

Según Paulina Fuenzalida<sup>9</sup> el tipo de contenido los libros pueden clasificarse en 3 tipos:

#### Complementarios, de consulta o referencia

Libros que facilitan entendimientos, ayudan a enriquecer los conocimientos sobre materias específicas. Entre ellos se encuentran los diccionarios, las enciclopedias, libros de recopilación, atlas, etc.

#### Libro de lectura creativa, de texto o literarios

Son aquellos que contienen historias, novelas, poemas, aventuras, etc.

#### Libros didácticos o instructivos

Son aquellos utilizados para adquirir una información sobre algún objeto o costumbre, un tipo de manual.

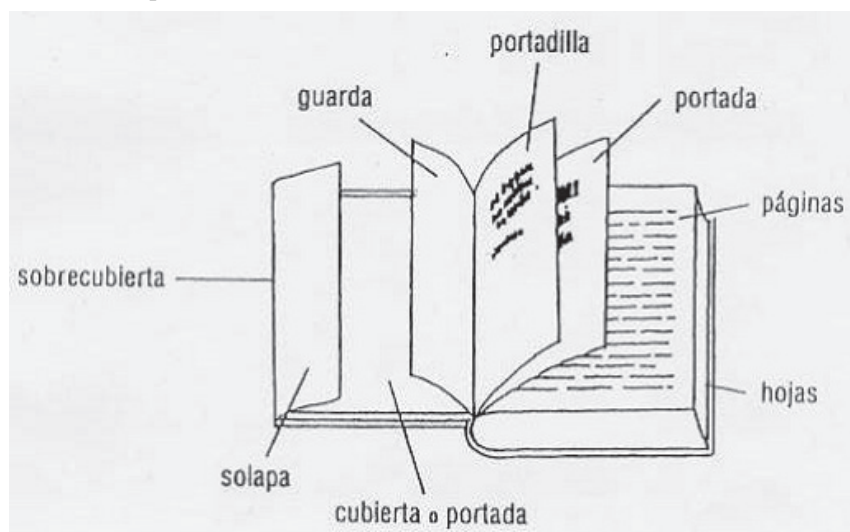


Fig.1. Partes principales de un libro. Fuente de Internet.

<sup>9</sup> Fuenzalida, Paulina. Paula reflejo gráfico de los 60, [www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/fuenzalida\\_p/sources/fuenzalida\\_p.pdf](http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/fuenzalida_p/sources/fuenzalida_p.pdf)

### 1.1.3.3 El periódico (diario)

Según la UNESCO los periódicos (al igual que las revistas) son publicaciones periódicas dirigidas a un público general y básicamente diseñado para ser una fuente primaria de información escrita. Las temáticas que un periódico abordan son de actualidad vinculada a temas públicos, internacionales, política, etc. En algunos casos también pueden incorporar algunos artículos literarios o de otra naturaleza como también ilustraciones o publicidad.

El periódico es, además, un medio de comunicación de masas conformado por hojas de papel ligero e impreso a un bajo costo. Una de sus características principales es su periodicidad ya que renueva sus contenidos en base a lo que acontece día a día. Su carácter inmediato delimita la forma de su presentación: documento de hojas grandes, dobladas (sin encuadernar) y ordenadas secuencialmente. Según la jornada en que son emitidos hay de 2 tipos de diarios: de corte matutino (su venta es por la mañana) y diarios de corte vespertino (su venta es por la tarde).<sup>10</sup>

Los diarios suelen estar impresos sobre papel pero hace unos años es recurrente encontrar las versiones electrónicas (diarios digitales) en los sitios web oficiales de cada periódico.

Por las características que el periódico presenta: una publicación diaria, de bajo costo y papel ligero y por ende de calidad baja es un medio editorial que no puede ser utilizado en el proyecto puesto que se considera la utilización de hojas con impresiones de lujo y que puedan cautivar a la visión por sus características selectas, además de que puedan contener de una buena forma la microencapsulación de las respectivas esencias que participarán en el libro.

<sup>10</sup> Alexandros Espinoza. Partes del periódico, <http://es.scribd.com/doc/51958432/PARTES-DEL-PERIODICO>





### 1.1.3.4 Las revistas

La revista es una publicación editada de manera periódica a intervalos mayores a un día (podrían ser semanales, quincenales, mensuales, bimestrales, etc), tienen un formato de cuaderno con una encuadernación más cuidada que un diario y está compuesta por artículos y a veces fotografías sobre varias materias o sobre una sola en específico. Generalmente están impresas en papel de mayor calidad y tiene una superficie destinada a la gráfica mucho mayor que un diario. Combina textos, imágenes, es portable y se renueva continuamente aunque su permanencia en el tiempo es mayor ya que los temas abordados son elaborados en profundidad lo que no ocurre con la inmediatez del diario. La revista es financiada por su publicidad o por los lectores.<sup>11</sup>



Fig.2. Visualización de una revista. Fuente de Internet.



Fig.3. Visualización de un diario. Fuente de Internet.

10 Asprilla, Osnáider. Tipos y formatos, <http://laprensaescritauac.blogspot.com/p/tipos-y-formatos.html>

Al igual que el diario comenzó siendo una publicación impresa, pero hoy en día con la tecnología actual podemos también encontrar revistas en formato digital. Están las revistas impresas con su versión online o incluso revistas web que no son diseñadas para ser impresas previamente sino solamente para su publicación online.

Las revistas son ediciones impresas que pueden cumplir con la condición de ser de lujo, tener una buena visualidad y un soporte sobre el cual imprimir con características notablemente sofisticadas.





### 1.1.4 Diseño publicitario

El diseño publicitario comprende la creación, la maquetación y el diseño de publicaciones impresas o para medios audiovisuales. Es la manera de presentar, de promocionar o de anunciar una empresa, un producto o bien un servicio.<sup>11</sup>

El Diseño publicitario aborda el desarrollo del mercado, los productos, las empresas a modo de buscar la diferenciación entre ellos mismos, para ello se utilizan anuncios publicitarios en prensa, radio y/o televisión como forma de publicidad y junto a esto se le asocian diversos medios editoriales como folletos, catálogos, trípticos, etc.

Previamente a realizar el diseño publicitario el diseñador y el equipo de trabajo consideran los siguientes puntos: el producto que se va a diseñar, hacia quien va dirigido el producto, los medios publicitarios que se utilizarán para realizar la publicidad y la competencias.

#### 1.1.4.1 Medios publicitarios

Los medios editoriales son los soportes en donde se plasma, se presenta y direcciona de la manera más pertinente la información que se quiere transmitir desde la empresa, producto o servicio según sea el caso.<sup>16</sup> El ámbito publicitario es cada vez más amplio, por ende son también más los medios publicitarios vinculados a esta rama del diseño y que se presentan en distintas modalidades y se clasifican por su estructura física en: medios impresos, medios audiovisuales, medios digitales y medios exteriores. Para definirlos utilizaremos como referencia el portal web [lahistoriadelosmedios.wordpress.com](http://lahistoriadelosmedios.wordpress.com)<sup>12</sup>.

Dentro de los medios publicitarios más utilizados encontramos los catálogos, folletos (dípticos, trípticos, cuadrípticos, polípticos, flyers o volantes), dosieres, carteles, posters, vallas, packaging, envases, etiquetas, logotipos de empresa.



Fig.4. Visualización de folletos. Fuente de Internet.

Los folletos, catálogos, trípticos también pueden ser medios editoriales de lujo si se aplican sobre el papel adecuado.

<sup>11</sup> Tiposde.org. <http://www.tiposde.org/cotidianos/592-tipos-de-revistas>  
<sup>12</sup> <http://lahistoriadelosmedios.wordpress.com/2010/02/14/clasificacion-de-los-medios/>





### 1.1.5 Diseño editorial y publicitario: diferenciaciones<sup>13</sup>

Llamamos diseño editorial a “la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros”. Cuando hablamos de diseño publicitario nos referimos a “la forma de presentar, promocionar o anunciar, una empresa, producto o servicio”.

Ambos términos parecen relacionarse ya que uno habla directamente de la comunicación y el otro la incorpora para generar publicidad. Tanto el diseño editorial como el publicitario buscan generar un mensaje elocuente y efectivo.

### 1.1.6 Diseño de envase

El diseño de envase es parte del Diseño Industrial<sup>14</sup> y la comunicación a través de este se potencia por medio del diseño gráfico.

Es principalmente la ideación de un diseño y su posterior proceso de materialización física, la generación de piezas recipientes para productos de tipo comercial.

Un envase tiene entre sus funciones principales contener, proteger y almacenar el producto; además de eso debe poseer otras cualidades igualmente importantes: diferenciarse del resto ya que tendrá como ventaja una mayor atracción por parte del consumidor en el punto de venta, posicionarse en la mente del consumidor a través de la presentación de este y del impacto del diseño gráfico (impacto en el consumidor por comunicación no verbal, los valores de marca que se comunican a través del packaging).

Dentro de la estructura de un envase es vital considerar el producto que se va a contener: la naturaleza de su composición, la forma en que se presenta éste sea líquido, en polvo u otro formato, el tamaño, forma, peso, fragilidad, etc. También es importante considerar los riesgos de este durante la distribución por ejemplo los tipos de impacto (verticales u horizontales en el desplazamiento o por alguna caída), la compresión, polvo, etc. La ergonomía también implica el considerar un uso cómodo y fácil del producto tanto en forma como tamaño, peso y sistemas de apertura y cierre. También hay que considerar que mientras el envase se amolde más al canal de distribución mucho más logrado está el diseño de éste.

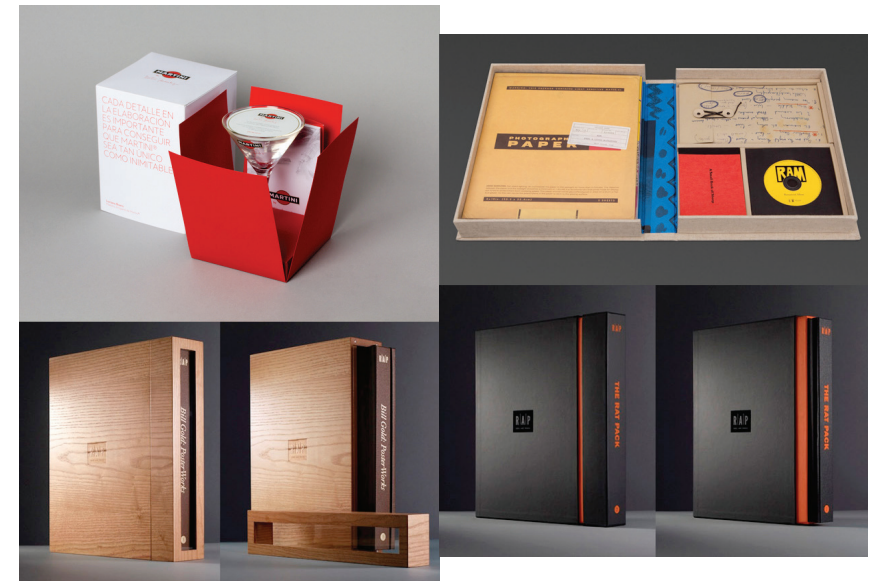


Fig.5. Diseños de envases, variación de diseños y material. Fuente de Internet.

<sup>13</sup> <http://www.blogartesvisuales.net/diseño-gráfico/editorial/diseño-editorial-y-publicitario>

<sup>14</sup> <http://books.google.cl/books?id=QAXm8ujpIloC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>





### 1.1.7 Conclusiones

Adentrándonos en el diseño, en sus variantes temáticas e indagando en profundidad en el diseño gráfico se rescata, por sus cualidades más aptas para el proyecto, la indagación en el soporte impreso libro. El libro es escogido por tener en sus variantes la características de ser un medio editorial impreso de lujo, su buena visibilidad al aplicar sus contenidos sobre el soporte adecuado (acabados y tipos del papel) resulta ser un formato impreso notablemente elegante. Según la teoría podemos atribuir a este proyecto 2 tipos de cualidades del libro: complementario, de consulta o referencia y didácticos o instructivos.

Se indaga en el diseño de envases puesto que parte del proyecto se basa en la contención de los aromas que van a aplicarse al libro y se deben considerar aspectos básicos para la contención de los dosificadores, la vinculación de éstos con el libro y el traslado.





## 1.2 Comida criolla

### 1.2.1 La Comida

Según la RAE comida es un “conjunto de cosas que el hombre y los animales comen o beben para subsistir” “Cada una de las sustancias que un ser vivo toma o recibe para su nutrición”

La comida es el conjunto de sustancias alimenticias, comida o bebida, que se necesitan para subsistir. Provee al organismo de los nutrientes necesarios para mantener un organismo vivo. La comida tiene una frecuencia diaria que va determinada por la necesidad del apetito, “factores sociales, culturales, estacionales y geográficos”<sup>15</sup>.

### 1.2.2 Gastronomía y Arte Culinario

“Gastronomía es el estudio de la relación del hombre, entre su alimentación y su medio ambiente (entorno)”<sup>16</sup>.

La Gastronomía abarca el proceso que se origina desde el ingrediente hasta la preparación y en éste proceso inferen directa o indirectamente campos de estudio más personalizados que permiten ahondar, por ejemplo, en las costumbres, hábitos, fenómenos sociales, técnicas u otras generalidades que se dan en torno a las preparaciones.

### 1.2.3 Gastronomía Chilena

“La cocina chilena es el resultado de tres tradiciones culinarias que se funden y dan vida a la llamada “cocina criolla”. Son estos aportes:

la tradición indígena, que se hizo sentir en las materias primas aprovechadas; la herencia española, es decir, los hábitos gastronómicos, y los usos y costumbres que trajeron los conquistadores; y por último, la influencia extranjera, en especial, la influencia de la maestra suprema de este arte como lo ha sido Francia”<sup>17</sup>.

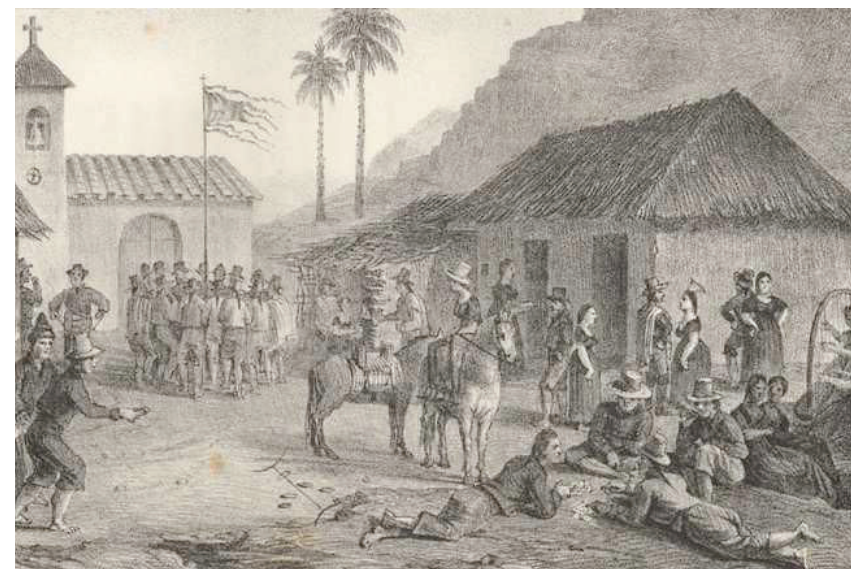
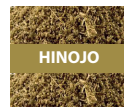


Fig.6. Chile en sus primeros años, españoles, indios, extranjeros y mestizos. Fuente de Internet.

<sup>15</sup> Definición.de. <http://definicion.de/comida>

<sup>16</sup> Definición.de. <http://definicion.de/comida>

<sup>17</sup> Montecinos, Sonia. Comida chilena, una gran desconocida. <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=106973>





La comida en Chile es muy variada y esto lo podemos justificar en la mezcla de la tradición indígena y en el aporte de la cultura española durante el proceso de colonización, así surge una nueva combinación de los alimentos y costumbres que forman parte de los hábitos culinarios que conocemos en la actualidad. La comida chilena a la que llamamos también “Comida Criolla” es una clase de comida con variedad de sabores y colores producto, además, de la diversidad geográfica del país (por sus suelos y climas extremos que se extienden desde el calor permanente y clima seco de la zona norte hasta las temperaturas extremadamente frías y suelos húmedos dados por la presencia constante de lluvia que se da en el Sur del país).

**Las zonas del país albergan distintos platos criollos que dan identidad a cada zona y en definitiva al país, hablaremos brevemente de cada zona y algunos platos típicos de ahí:**

### 1.2.3.1 Zona Norte

La zona norte de nuestro país es rica en influencia altiplánica andina, posee rasgos culturales de indígenas Aymaras como Atacameños, y a su vez integra la tradición mariscadora de los Changos ubicados en la costa. Productos como la quínoa, el maíz y la harina de maíz, papa, zapallo, la carne de camélidos (carne de Llamas y Alpacas), el charqui (carne de Alpaca o Llama salada y secada al sol) y el pollo son sabores tradicionales que no pueden estar ausentes en la cocina nortina.

Las comidas más tradicionales son el asado (carne de alpaca preparada en cocina a leña), el chairo, el charqui, chicharrón de papa, chuñu puti con huevo, calapurka, picante de guata o pollo, sango o piri y la guatía<sup>18</sup>.



Fig.7. Cerdo apanado en quinoa, plato típico de la zona norte del país. Fuente de Internet.

<sup>18</sup> Montecinos, Sonia. Comida chilena, una gran desconocida. <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=106973>





### 1.2.3.2 Zona Centro

La Zona Centro del país destaca por su influencia indígena, la ascendencia campesina y del huaso chileno como también la influencia multicultural de inmigrantes.

En la zona central los platos tradicionales son muchos, esto se debe principalmente al gusto por la comida que han enraizado los huasos/campesinos por generaciones. Platos con alto contenido calórico son necesarios para poder rendir en las labores de cultivo diario que se dan en los campos de los valles centrales de Chile, entre las preparaciones de la zona central encontramos: “porotos con mazamorra, humitas, tomatacán, el pastel de papa, porotos granados, albóndigas, longanizas, el arrollado huaso y las pantrucas, la cazuela de ave o de vacuno, la carbonada, charquicán, ajíaco y el pan amasado”, pastel de choclo, caldillo de congrio y las clásicas empanadas de pino.

El asado es indispensable para celebrar y los postres son un acompañamiento fundamental durante todo el año, de manera estacionaria encontramos: leche asada, arroz con leche y manzana asada para aportar calóricamente energía en invierno, en cambio el mote con huesillo, las frutas frescas como la sandía y el melón reaparecen en verano<sup>19</sup>.

En Isla de Pascua las preparaciones son abundantes en productos del mar: la langosta, el atún pascuense, la koreha (anguila), heke (pulpo), titeve (pez erizo) y el pipi (caracol marino). El Umu Taõ o curanto es la preparación más típica de la isla e incorpora en su preparación ingredientes como la carne de cerdo y de ave, pescados, mariscos, camote y taro (planta tropical que es comestible al ser cocinada); finalmente todos los ingredientes se cocinan en un hoyo cubierto de piedras volcánicas<sup>20</sup>.



Fig 8. Cazuela de pava, plato típico de la zona centro del país. Fuente de Internet.

<sup>19</sup> Montecinos, Sonia. Comida chilena, una gran desconocida. <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=106973>

<sup>20</sup> Montecinos, Sonia. Comida chilena, una gran desconocida. <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=106973>





### 1.2.3.3 Zona Sur

La cocina mapuche aporta a la comida del sur del país ingredientes típicos de su dieta como son el trigo, las papas, arvejas, habas, ajos, cebollas, ají y maíz, estos forman parte esencial de la contundente comida sureña. El merkén, aliño preparado con ají ahumado, es una especia típica y tradicional en las preparaciones de la cocina mapuche; también ha sido incorporado actualmente en platos nacionales de todo tipo para incorporar un sabor más autóctono y ahumado a las preparaciones.

La comida chilota rica en mariscos, pescados y papas hace presencia en el sur del país con platos como “el cancato, el curanto, el asado al palo, los chapaleles, el milcao o pan hecho de papas, la paila marina, la cazuela y la papa en variadas preparaciones. En las zonas australes destacan el chiporro o cordero patagónico asado a la cruz y el asado con cuero<sup>21</sup>.

### 1.2.4. Contexto histórico de la gastronomía en Chile

La adaptación e incorporación de la comida Española y europea a la comida indígena chilena -o sea el comienzo de la cocina criolla- tuvo su aparición y su desarrollo hace siglos atrás, hoy las recetas han sufrido transformaciones acorde a los tiempos modernos y el proceso de mestizaje culinario también con nuestros países vecinos.

Como ya se mencionó en los primeros ítems la comida criolla está constituida por aportes de la tradición indígena (en las materias primas utilizadas), la herencia española en los hábitos gastronómicos, usos y costumbres traídos por los conquistadores y la influencia extranjera en especial la influencia francesa.



Fig 9. Pulmay, plato típico de la zona Sur de Chile. Fuente de Internet.

<sup>21</sup> Montecinos, Sonia. Comida chilena, una gran desconocida. <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=106973>





### 1.2.5 Patrimonio culinario criollo chileno como un patrimonio cultural

El patrimonio culinario criollo es el rescate y valoración que se le da a las preparaciones de comida tradicional en Chile. Son innumerables preparaciones que sólo tienen su origen en Chile dado por su variedad de climas, paisajes, alimentos y personas.

La geografía y climas de Chile permiten una variada gama de alimentos bases como son las carnes, aves, pescados, mariscos, frutas y verduras, variedad de sabores y texturas que en su combinación y preparación generan sabores propios sólo del entorno geográfico de nuestro país.

Detalles propios de nuestro país como el clásico mantel blanco donde se posan las preparaciones en armonización con el sofrito (que es la base típica de la comida chilena que acentúa los sabores, aromas y colores) son piezas claves y típicas de nuestro patrimonio culinario, ese patrimonio que va desde el ritual de la preparación, los ingredientes empleados y mezclados de la manera adecuada y heredada de usanzas pasadas hasta la disposición final de los elementos y los acompañamientos sobre la mesa.

**Cabe mencionar que la gastronomía y el ritual de la comida es una experimentación completa de los sentidos, al enfrentarnos a un plato de comida primeramente podemos verlo, luego sentir su olor, luego al comerlo podemos sentir su sabor y también escuchar como suenan los alimentos al ser triturados y además al manipular los cubiertos intercede también el tacto. El acto de comer es una experimentación completa de nuestros sentidos los cuales detallaremos en el capítulo siguiente en qué consisten.**

***Bárbara Rebolledo Quezada, chef instructor y docente de C.F.T. Santo Tomás Viña del Mar y secretaria agrupación gastronómica Quinta esencia asegura que dado sus vastos años de experiencia “son las especias y condimentos las que le dan el carácter a las preparaciones criollas puesto que tanto especias y condimentos son decisivos al momento de determinar el sabor de un ingrediente, esto, porque una especia o condimento puede cambiar el sabor por completo de un o del conjunto de ingredientes, también puede modificar el aroma propio de los ingredientes con sus concentradas propiedades aromáticas, característica propia de ellos”.***



Fig 10. Bárbara Rebolledo, Chef. Fuente personal.





### 1.2.6 Conclusiones

La comida criolla es el resultado de tres tradiciones culinarias: la tradición indígena, la comida española y la influencia inmigrante en Chile. Este mestizaje es un proceso de siglos de historia y acontecimientos, muchos platos hablan de un contexto en donde nacieron y de rituales asociados a ellos, es por eso que la comida criolla, o nacional, es un patrimonio que nos da identidad. Por esto es que se realizará una revalorización de esta materia identitaria nacional a través de un libro de recetas/gastronómico que genere el interés del usuario, para ello se implementará un sistema olfativo donde el usuario además de ver como finalizarán las preparaciones pueda sentir el olor de los ingredientes claves asociados a la preparación, las especias y condimentos que son los que le dan el carácter al plato criollo.





### 1.3 Los sentidos humanos

#### 1.3.1 ¿Qué son los sentidos humanos?

Los seres humanos son seres que reciben mensajes y también los enviamos a través de la utilización de nuestros sentidos pero la mayor comunicación se lleva a cabo cuando afinamos nuestros sentidos o cuando estos trabajan simultáneamente. **La comunicación se relaciona directamente con los sentidos ya que a través de ellos recibimos información información**<sup>22</sup>.

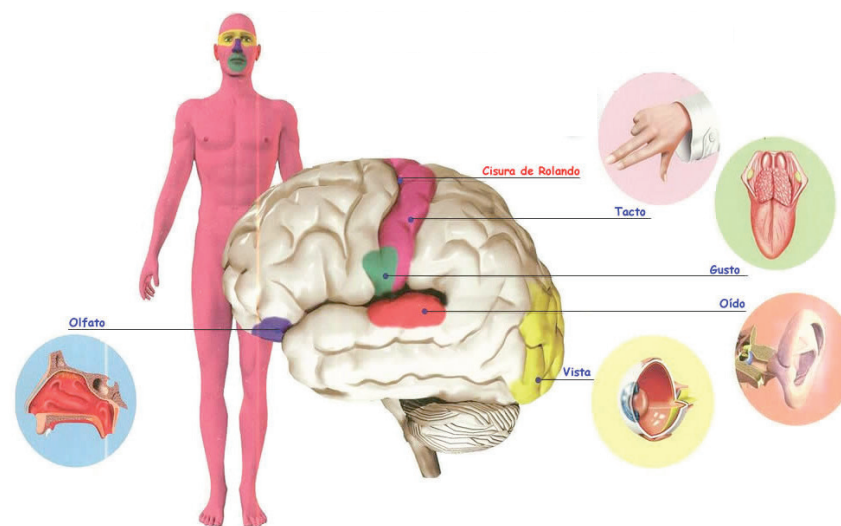
Los estímulos transmiten información al encéfalo y a la médula espinal que es donde estos estímulos son interpretados y luego se envían señales hacia los componentes periféricos que mueven el cuerpo, el sistema nervioso central registra las sensaciones del entorno a través de receptores.

El cerebro es el encargado de concentrar toda la información que se recibe por parte de los sentidos, por intermedio de sonidos, sensaciones, olores, etc. el ser humano logra percibir lo que ocurre a su alrededor, estos receptores de estímulos se encuentran principalmente en la cabeza a excepción del tacto que se encuentra distribuido en todo el cuerpo. Las actividades se captan a través del sistema nervioso hay diferentes conjuntos de sistemas sensitivos como el sistema visual y el olfativo, también están los sistemas motores, los de integración pero nosotros nos enfocaremos en el sistema sensitivo.

Por los sentidos interactuamos con el mundo, son los que nos brindan la información vital para relacionarnos con aquello que nos rodea de forma segura e independiente. El mecanismo que nuestro cuerpo tiene para procesar los estímulos que capturamos recibe el nombre de sensaciones y a través de ellos percibimos la luz, sonidos, frío o calor, el dolor, olores, sabores e incluso cosquillas y caricias.

Los sentidos vienen desde el nacimiento pero no despiertan súbitamente, hay

procesos de desarrollo de estos en donde es necesario estimularlos desde temprana edad a través de dinámicas de estimulación adecuadas y complejas. La sensación es el contacto con lo real pero eso no garantiza la comprensión de la sensación, la sensación es un material “en bruto” que la mente debe organizar para darle el significado.



<sup>22</sup> <http://tucomunicacionhumana.wordpress.com/2011/03/07/comunicacion-assertiva-y-los-sentidos>

Fig 11. Los órganos de los sentidos se encuentran vinculados al cerebro. Fuente de Internet.





### 1.3.2 Sistema sensorial

Según un blog online de la Facultad de Ciencias Biológicas de la Pontificia Universidad Católica de Chile “los sistemas sensoriales son conjuntos de órganos altamente especializados que permiten a los organismos captar una amplia gama de señales provenientes del medio ambiente. Ello es fundamental para que dichos organismos puedan adaptarse a ese medio.”<sup>23</sup> En cada sistema sensorial hay una célula receptora, esta célula recibe el nombre de **célula transductora** y es la que traduce la energía del estímulo en señales reconocibles y manejables por el organismo, se puede decir que es la célula que procesa la información.

“Esas señales son transportadas por vías nerviosas específicas (haces de axones) para cada modalidad sensorial hasta los centros nerviosos.

En estos, la llegada de esa información provoca la sensación y su posterior análisis, por esos centros nerviosos, llevará a la percepción.

La sensación y la percepción son entonces, procesos íntimamente ligados a la función de los receptores.”<sup>24</sup>

#### 1.3.2.1 Los órganos de los sentidos<sup>25</sup>

Los órganos de los sentidos son 5:

- La piel que nos faculta del tacto
- Los ojos que nos facultan de la vista
- Los oídos que nos facultan del sonido y también del equilibrio
- La nariz que nos faculta de la percepción de los olores, función denominada olfato
- La lengua que nos faculta del gusto y que nos permite la posibilidad de diferenciar una compleja variedad de sabores



Fig 12. Los ojos son los órganos que nos permiten la visión. Fuente de Internet.

23 [http://www7.uc.cl/sw\\_educ/neurociencias/html/frame04.html](http://www7.uc.cl/sw_educ/neurociencias/html/frame04.html)

24 [http://www7.uc.cl/sw\\_educ/neurociencias/html/frame04.html](http://www7.uc.cl/sw_educ/neurociencias/html/frame04.html)

25 [http://www.juntadeandalucia.es/averroes/sanwalabonso/uudd/ud\\_sentidos/or sentido.htm](http://www.juntadeandalucia.es/averroes/sanwalabonso/uudd/ud_sentidos/or sentido.htm)



### 1.3.3 Análisis sensorial en los alimentos<sup>26</sup>

La evaluación sensorial frente a los alimentos es un reflejo primario del hombre, desde su infancia y realizando una evaluación consciente e inconsciente el hombre aprueba o desaprueba los alimentos de acuerdo a las sensaciones que siente y percibe al ver los alimentos, al sentir su aroma y al consumirlos.

La evaluación de estos aspectos se materializa a través de una disciplina científica que es el análisis sensorial, en donde quien evalúa o es el instrumento que mide estos factores de aprobación o desaprobación es el hombre.

Las sensaciones que motivan el impulso de rechazo o de aprobación varían con el tiempo y con el momento que se vive y depende de factores como la persona y el entorno mismo que la rodea.

El análisis sensorial es considerado ya como una disciplina científica que permite entender, reconocer y dar a conocer el rechazo o aprobación frente a cierto alimento con el objetivo de adaptarlo a los gustos del consumidor.

### 1.3.4 Los sentidos y el primer impacto sensorial frente a los alimentos

Los sentidos son un “proceso fisiológico de recepción y reconocimiento de sensaciones y estímulos que se produce a través de la vista, el oído, el olfato, el gusto, y el tacto, o la situación de su propio cuerpo”.

El sistema sensitivo del hombre es una herramienta que permite incluso ser un control de calidad a productos de distintas industrias.

En el caso de la industria alimentaria la vista y el olfato son sentidos presentes al realizarse el primer encuentro entre persona y plato de comida, puesto que la vista nos permite reconocer y determinar colores y por otra parte el olfato



Fig 13. A través de un mecanismo cerebral el olfato se conecta con el apetito. Fuente de Internet.

<sup>26</sup> [http://es.wikiversity.org/wiki/Analisis\\_sensorial\\_de\\_alimentos#Contenido\\_trasladado\\_a\\_wikibooks](http://es.wikiversity.org/wiki/Analisis_sensorial_de_alimentos#Contenido_trasladado_a_wikibooks)





nos permite identificar aromas. Ambos factores y sentidos son muy importantes puesto que nos permiten observar y percibir en el momento un buen aspecto y calidad del alimento y sus propiedades para así realizar el juicio correspondiente acerca de ellos.

La evaluación sensorial frente a los alimentos influye directamente en la publicidad y en el packaging de los productos con el objetivo de hacerlos más atractivos a los consumidores.

El primer contacto del ser humano con un alimento se produce por medio de la vista, el olfato (a través del conducto nasal y por el aire), el oído (por ejemplo el crujir de una papa frita) o el tacto (al palpar el alimento); también el primer contacto puede producirse por dos o tres de estas percepciones sensoriales a la vez.

Según Max Weber, la interpretación de los mensajes recibidos por los sentidos “está fuertemente relacionada con el sentido individual que le damos a las cosas de acuerdo con la experiencia que tengamos del mundo”, entonces, las percepciones que una persona y otra pueda tener con la visualización de un objeto y el olor de este puede ser recibida de una manera por una persona y de distinta forma por otra, según las experiencias de vida, lugar de residencia, lugar de nacimiento, etc.

Son las 2 primeras experiencias del encuentro sensorial entre usuario y alimento las que se quieren explorar a través de una publicación editorial que despierte en el usuario la interacción visual como la del olfato, simultáneamente: la impresión visual y el olor. Éstos despiertan una forma de comunicación no verbal que se quiere implementar en el Diseño.



Fig 14. La visión y el olfato son los dos primeros sentidos que se activan al enfrentarse a un plato de comida. Fuente de Internet.





### 1.3.5 Conclusiones

Los órganos de los sentidos son aquellos por los que percibimos lo que ocurre a nuestro alrededor, sin ellos no podríamos distinguir ni formas, colores, ruidos, olores, probar sabores ni sentir sensaciones al tacto.

Los sentidos permiten un tipo de comunicación con el hombre que es de tipo no verbal pero que genera una interacción y una manera de entender y distinguir lo que ocurre en nuestro entorno próximo. A medida que tenemos más sentidos despiertos es mayor la atención y concentración que podemos generar en una instancia de aprendizaje o de simple conversación.

A través del aprendizaje sobre la importancia de los sentidos es que relacionamos dos de ellos directamente al acto/momento en que nos enfrentamos a un libro de cocina: el sentido de la visión despierta pero no ocurre eso en los demás sentidos... no son estimulados. El sentido del olfato es un sentido que se quiere poner a prueba en este proyecto (en conjunto con la visión) y de esta manera generar un vínculo comunicativo mayor entre usuario y medio editorial, además de una experiencia distinta por medio del despertar olfativo.





## 1.4 Los aceites esenciales

### 1.4.1 ¿Qué son los aceites esenciales?

Según el blog “botanical-online.com”<sup>27</sup> los aceites esenciales o también llamados esencias o aceites volátiles son sustancias olorosas, oleosas, incoloras o amarillentas (aunque hay excepciones), inflamables y se alteran fácilmente al contacto en el aire (resiniéndose). Suelen ser líquidas a temperatura ambiente y por sus propiedades no deja marcas duraderas en la piel.

Estas fragancias son de tipo natural pero también las hay artificiales y sintéticas. Las de tipo natural (que son las que requerimos para este proyecto) las podemos encontrar en algunas raíces, maderas, hojas, flores, frutas, resinas y bayas aromáticas. Hay distintos y muchos tipos de aceites esenciales. Los aceites esenciales se encuentran principalmente en las plantas o en varias partes de estas.

Los aceites esenciales contienen las sustancias responsables del olor de las plantas que son importantes en la industria de los cosméticos (perfumes y aromatizantes), de los alimentos (condimentos y saborizantes) y en farmacia (saborizantes).

Los aceites esenciales no deben aplicarse en estado puro ya que son altamente concentrados y pueden provocar quemaduras, siempre deben diluirse en un aceite portador o base.



Fig 15. Los aceites esenciales tienen un aroma tan concentrado que unas gotas del contenido son suficientes para preparar un perfume. Fuente de Internet.

<sup>27</sup> <http://www.botanical-online.com/aceitesesencialespropiedades.htm>





#### 1.4.2 Aplicaciones de los aceites esenciales

Los aceites esenciales los podemos encontrar principalmente en las 4 siguientes aplicaciones:

##### **Elaboración de perfumes**

Se pueden combinar con los aceites de la piel de las personas y producir olores particulares en cada uno.

##### **Aromaterapia**

Para lograr un bienestar del cuerpo y la mente a través de esta técnica terapéutica.

##### **Para conservar los alimentos**

Como lo dice el encabezado cumple también esa función y se utiliza habitualmente en la carne

##### **En la confección de insecticidas y acaricidas ecológicos**

Se utiliza para sustituir otros productos químicos más agresivos con el medio ambiente

#### 1.4.3 Proceso de obtención de los aceites esenciales

Para tener una referencia de la cantidad del elemento productor que se necesita para producir el aceite esencial se aplica el siguiente ejemplo: para obtener un litro de aceite esencial de lavanda se necesita media tonelada de esta.

Los aceites esenciales están contenidos en los tejidos de las plantas por ejemplo, la resina.

Hay distintos modos de extraer el aceite esencial, se debe extraer desde los tejidos de las plantas en donde el aceite se encuentra contenido en sacos microscópicos o en sus células, estas técnicas de extracción son:



Fig 16. Existe una gran gama de aceites esenciales en el mercado pero todos enfocados a la aromaterapia, no hay una gran batería de esencias aromáticas vinculadas a ingredientes de cocina. Fuente de Internet.





### Destilación de vapor

La muestra cortada generalmente en trozos pequeños se introduce en una cámara inerte y expuesta a una corriente de vapor de agua sobrecalentado. El vapor se inyecta a alta presión a través del tejido de la planta liberándose el aceite esencial en el vapor, luego se condensa y se obtiene el aceite esencial.

Es el método más utilizado en extracción de aceites y sobretodo utilizada para esencias fluidas que generalmente se aplican en perfumería.

El alambique es el instrumento principal en la destilación por vapor. Hay un receptor en donde se separan estos líquidos (aceite esencial y agua), como estos no se mezclan es fácil su separación: el aceite esencial queda flotando sobre el agua, luego se inclina el recipiente en donde están contenidos ambos y el agua sale por un tubo, quedando sólo el aceite esencial extraído dentro del recipiente.

### La expresión

Este método consiste en exprimir directamente el aceite de la piel o corteza de la fruta, es recolectado y filtrado, se utiliza generalmente para esencia de cítricos.

### Extracción con solventes volátiles

Se utilizan sustancias volátiles para poder disolver las bolsas aromáticas de la muestra seca y molida (como el alcohol, cloroformo, etc). Los solventes solubilizan la esencia pero también extraen otras sustancias como grasas y ceras, se obtiene una mezcla impura que luego se refina hasta conseguir el "absoluto", esto se aplica por ejemplo para la extracción del aceite esencial de jasmín.



Fig 17. Uno de los métodos más utilizados de extracción de aceite esencial es la destilación al vapor, que se realiza en los alambiques. Fuente de Internet.





#### 1.4.4 Conclusiones

Los aceites esenciales, o bien los olores extraídos de las fibras naturales del elemento, actúan en el plano físico. Son sustancias olorosas que actúan de manera sutil y estimulante sobre la mente y las emociones, el olor puede evocarnos algún recuerdo, situación, lugar...el olor nos permite experimentar con nuestro ser.

Luego de averiguar sobre la naturaleza de los aceites esenciales y notar que en la mayoría de los documentos de investigación a los que se accedió sobre el tema se puede concluir que es posible la extracción de aceites esenciales en las plantas, raíces y derivados de éstas, idealmente de éstos frescos, también se obtiene la información que en el caso de los sólidos la extracción del aceite esencial es relativa, si bien hay estudios sobre la mayoría de los alimentos de los que se puede obtener su aceite hay muchos de esos antecedentes que no se encuentran disponibles (probablemente por el poco uso de esas sustancias aromáticas) y no queda más que experimentar por medio de la destilación al vapor (alambique), esto forma parte del proceso de propuesta formal, pero siempre el incapié del proyecto es la **extracción de aceites esenciales de especias y hierbas** en donde el universo de aceites es prácticamente de un 100% de obtención.

Con los aceites esenciales pueden prepararse perfumes, los que pueden impregnarse sobre la piel, ropa y porque no sobre papel...





## 1.5 Perfume a partir de esencias olorosas/odoríferas

### 1.5.1 Concepto de perfume

Según wordreference.com, perfume es una sustancia de tipo líquido o sólido elaborada para que emane un olor agradable. El olor es percibido por la impresión que partículas sutilísimas llamadas efluvios producen en el olfato.

Según shimmu.blogspot.com, perfume son efluvios volátiles que afectan al sentido del olfato.

### 1.5.2 Preparación de un perfume casero

La manera más común de preparar perfumes caseros es por medio de esencias y de alcohol aunque también hay una forma de perfume sólido que utiliza la cera de abeja.

#### 1.5.2.1 Preparación común de perfume sólido

Según Euroresidentes Ityis Siglo XXI<sup>28</sup>

1 cucharada de cera de abeja

1 cucharada de aceite de almendra

8-15 gotas de aceite esencial (disponible en las tiendas de productos naturales)

1 recipiente para almacenar el perfume sólido elaborado en casa (lo mejor es el cristal, pero el plástico también vale)

1 pajita

1 pequeño frasco de cristal

1 olla.



Fig 18. Perfume en formato de frasco con atomizador. Fuente de Internet.

<sup>28</sup> <http://consejos-trucos-remedios.euroresidentes.com/2008/11/como-hacer-perfume-casero.html>





### Pasos para hacer perfume casero

1. Mezclar la cera y el aceite de almendra en la pequeña jarra de cristal.
2. Llenar la olla con unos 2,5cm de agua. Poner la jarra del paso anterior en el centro de la olla y poner a hervir. Esto derretirá gradualmente la cera y mezclará el aceite. Cuando la cera esté totalmente derretida, retirarla del fuego, utilizando alguna protección para no quemarse.
3. Con la pajita mezclar el aceite esencial, asegurándose de que quede perfectamente mezclado. Parte de la cera se empezará a secar, de ahí que la pajita sea la herramienta perfecta.
4. Verter la cera líquida en el recipiente final. El perfume se solidificará en 30 minutos.

### Cómo utilizar el perfume casero

Basta simplemente con frotar un dedo sobre la superficie del perfume y aplicar en las muñecas, detrás de las orejas y en cualquier otro sitio que se desee.

Este perfume (sólido) sirve para aplicaciones generales sobre la piel del usuario pero por su solidez si quisiéramos llevarlo a la aplicación sobre un soporte editorial impreso no podríamos. En cambio en el caso del perfume líquido, que utiliza alcohol, sí cumple con la cualidad de poder aplicarse sobre un soporte editorial, absorberse y no dejar residuos o bien microencapsularse en algún polímero para perpetuar el olor del perfume casero realizado, perfume pensado o basado para este proyecto en los aromas de alimentos que conforman la comida criolla, de uso exclusivo para soportes editoriales culinarios impresos y no para aplicación directa sobre la piel al usuario general.



Fig 19. Perfume casero sólido. Fuente de Internet.





### 1.5.2.2 Preparación común de perfume líquido

Según el portal web [laboticaescondida.blogspot.com](http://laboticaescondida.blogspot.com)<sup>29</sup>

1 taza (250 ml) de alcohol (vodka o alcohol al 10% para la base básica)

15 a 25 gotas de aceite esencial/es preferidos

1 botella de vidrio

#### Pasos para hacer perfume casero

1- Mezcla los aceites esenciales que estimes convenientes en la botella de vidrio

2- Agrega alcohol con 15 o 20 gotas de los aceites esenciales escogidos, mezclados

3- Agite

4- Esperar al menos 48 horas para probar la mezcla, ideal dejar reposar un mínimo de 15 días agitando cada día para que el olor “madure”

#### Cómo utilizar el perfume casero

Agitar siempre el envase antes de aplicarlo, guardarlo en un lugar oscuro alejado de la luz y del calor.

Si bien las esencias no tienen un precio tan económico, una pequeña cantidad de ellas cunde para mucho por lo concentrado que está el aroma en la esencia. La duración de un perfume casero si se conserva adecuadamente es de mínimo 1 año y medio (mantener en un lugar oscuro y herméticamente cerrado es una manera de conservarlo adecuadamente).



Fig 20. Para realizar perfumes caseros líquidos es necesario agua destilada, un fijador y gotas de aceite esencial a gusto hasta lograr una fragancia satisfactoria. Fuente de Internet.

29 <http://laboticaescondida.blogspot.com/2012/08/haz-tus-propios-perfumes-y-colonias.html>





### 1.5.3 Conclusiones

En este ítem se resuelve la interrogante de como generar fragancias personalizadas para obtener una fragancia capaz de evocar el olor de las especias y hierbas empleados en los platos de comida criolla. Luego de tener el resultado de como obtener los aceites esenciales es que era necesario saber los pasos a seguir para utilizar los aceites esenciales en virtud de generar la fragancia requerida para aplicar sobre el soporte impreso preciso para absorber el perfume, el papel opalina.





## 1.6 Dosificación, aplicación y absorción de perfumes

### 1.6.1 Tiras de papel absorbente o secante, Mouillette<sup>30</sup>

Mouillette es una pequeña tira de cartulina secante que se utiliza para probar un perfume. Esa cartulina secante suele ser papel opalina lisa o texturada pero el más común es la opalina lisa. Se utiliza durante el proceso de elaboración del producto para realizar pruebas aromáticas o bien en el punto de venta de perfumes para cautivar la atracción de los posibles compradores. Se utiliza una única vez, no es reutilizable para otros aromas mientras que sí puede aplicarse el mismo aroma sobre él, la idea es percibir de manera concentrada la sustancia olorífica en proceso de testeo. Es un papel totalmente neutro.

#### 1.6.1.1 Ventajas del Mouillette

- El mouillette permite denotar de manera inmediata, luego de la atomización, el olor en cuestión y además con la alta absorción del papel se mantiene el aroma.
- Los mouillette tradicionales son blancos pero incorporan en un extremo de él el nombre que corresponde a la fragancia u laboratorio de origen del perfume. También hay otros diseñados con mayor acabado ya que el mouillette resulta ser otra plataforma de publicidad.
- Permite al usuario percibir el olor sin tener que perfumar alguna parte de su cuerpo o alguna prenda personal.
- Abanicar el mouillette es una manera errónea de proceder ya que se pierde gran parte de los aromas esenciales del producto al intentar “evaporar” el contenido, es preferible dejar que el contenido se seque espontáneamente en manera horizontal u vertical e ir apreciando el olor poco a poco.

<sup>30</sup> <http://www.fraganciadigital.com/2011/09/la-mouillette>

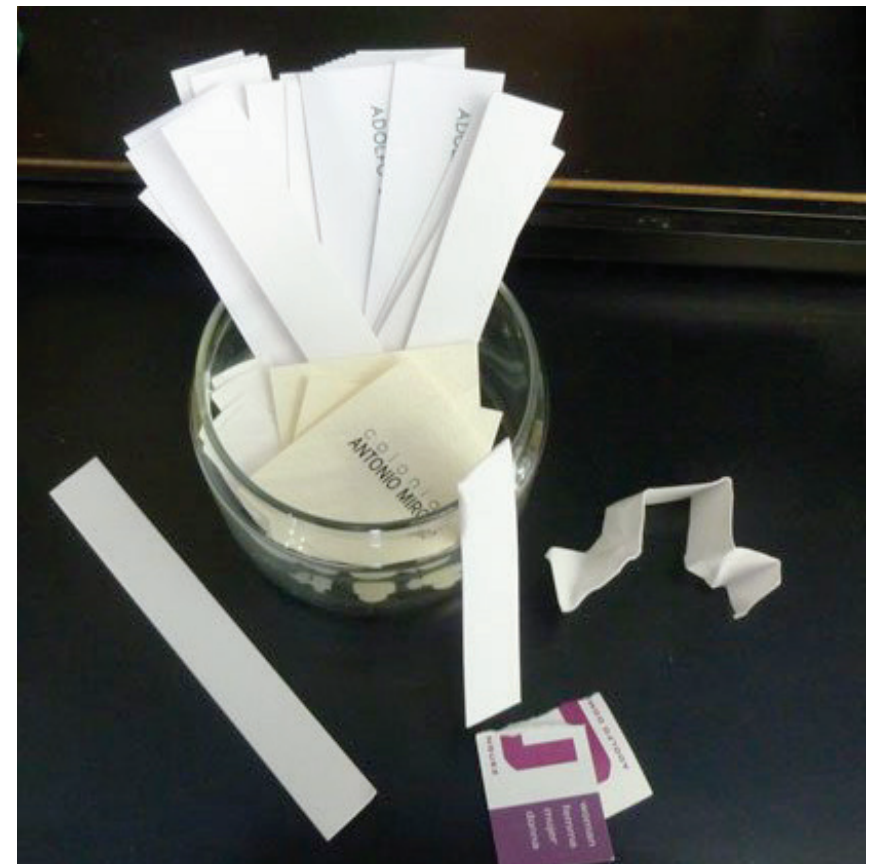


Fig 21. Mouillette para aplicar perfumes. Fuente de Internet.





### 1.6.2 Viales y frascos perfumeros con atomizador

En la industria de la perfumería hay dos elementos indispensables que contienen el líquido perfumado y que son indispensables al momento de presentar un aroma al usuario para que pueda sentirlo, encontramos los viales corrientes y los frascos perfumeros con atomizador.

#### 1.6.2.1 Viales<sup>31</sup>

Un vial corriente es un frasco de vidrio que contiene líquidos y se utiliza habitualmente para contener muestras de perfumes, contiene cantidades pequeñas que van entre los 2 y 3 ml, tiene una tapa plástica que prolonga una especie de “palillo” plástico cuya funcionalidad es tomar algo del contenido del frasco y poder aplicarlo sobre alguna superficie, de manera concentrada, para poder apreciar el aroma, habitualmente se aplica sobre la piel.

#### 1.6.2.2 Frascos perfumeros y atomizador<sup>32</sup>

“Un atomizador es un artefacto que utiliza un mecanismo básico de bombeo para dispensar los líquidos contenidos”. Los atomizadores están compuestos por un mecanismo simple que permite bombear líquido a través de un tubo y desde ahí hacia afuera a través de una boquilla.

Hay distintos tipos de atomizadores donde el más común presenta un gatillo de palanca, un pistón, un resorte, un cilindro, una bomba, un tubo plástico delgado y dos válvulas sencillas localizadas en la reserva y la boquilla. El mecanismo consiste en utilizar el gatillo para accionar el resorte y este empuje el pistón para comprimirlo y este empuje el líquido atrapado en el cilindro hacia afuera, también hay otra manera de utilizar este mismo mecanismo que es reemplazando el gatillo

que acciona el resorte por un una especie de “botón” ubicada sobre el cilindro y el resorte de modo que al hundir este “botón” se acciona el resorte que al ejercer presión libera este líquido en forma de vapor líquido.



Fig 22. Viales de perfumería. Fuente de Internet.

<sup>31</sup> <http://www.nallarpack.cl/Products-Viales.html>

<sup>32</sup> [http://www.ehowenespanol.com/partes-atomizador-sobre\\_139809](http://www.ehowenespanol.com/partes-atomizador-sobre_139809)





Los atomizadores utilizan una boquilla para direccionar un flujo de líquido hacia un área específica. “Los atomizadores sirven para aerodinamizar en flujo de líquidos y hacerlos que rocíen en un flujo concentrado o *vaho*<sup>33</sup>, en lugar de un chorro errático”.

El atomizador crea una acción expansiva del producto sobre un área y su contorno de manera más homogénea que un frasco perfumero sin atomizador, puesto que en ese caso el líquido se concentra de manera rígida y directa sobre un perímetro limitado de la superficie escogida.

Un atomizador utiliza un mecanismo básico para generar una tarea compleja, es un mecanismo de bomba recíproca. Generalmente las partes de un atomizador están hechas de plástico a excepción del resorte. Se utiliza en la industria cosmética para perfumes o bien para productos de limpieza.



Fig 23. Frascos perfumeros con atomizador. Fuente de Internet.

33 <http://www.wordreference.com/definicion/vaho>





### 1.6.3 Conclusiones

En la industria de perfumería en donde la finalidad es fabricar fragancias hay 3 elementos que permiten demostrar al usuario el como huele cada fragancia: los mouillette, los viales y los frascos perfumeros con atomizador. Son 2 de estos 3 elementos que trabajan conjuntamente y complementariamente para generar una experiencia demostrativa de fragancias de una forma más controlada e incluso dinámica: el rociar el perfume a través de un atomizador permite que el vapor líquido que se expulsa permita expeler las sustancias oloríficas al ambiente de manera más expansiva que la que puede expandir un vial porque en ese caso las sustancias oloríficas no se expulsan a modo de vapor sino que de modo líquido y rígido.

Por tanto dada la investigación la manera de distinguir un aroma de una manera más efectiva es a través de un frasco perfumero con atomizador ya que las sustancias que se expelen lo hacen de manera expansiva. Para que estas sustancias no queden en el ambiente y se pierdan (o no se liberen de una manera antojadiza) es necesario contener este aroma y para ello existen los mouillette que son bandas de un papel definido (absorbente u opalina de aroma neutro) que contienen el aroma y permiten al usuario sentir el aroma una y otra vez en un sector definido.

Esta dinámica de frasco perfumero y mouillette es la más exitosa dentro del mercado de las fragancias es por ello que se utilizará en el desarrollo del proyecto este sistema, realizando modificaciones propias del diseño tanto en etiqueta como en el formato mouillette que ha sido poco trabajado y personalizado, en donde al forma de este no varía del de una tira de papel generalmente blanca y carente de formas y colores.





### 1.7 Conclusiones marco teórico

Se indaga en las especificaciones técnicas del soporte impreso libro, esto permite conocer su estructura de manera técnica para la debida construcción de un libro, se escoge el libro como el medio editorial seleccionado por cumplir con las características de ser un medio editorial impreso de lujo, su buena visibilidad al aplicar sus contenidos sobre el soporte adecuado resulta ser un formato impreso notablemente elegante. Se indaga en el diseño de envases puesto que parte del proyecto se basa en la contención de los aromas que van a aplicarse al libro y se deben considerar aspectos básicos para la contención de los dosificadores, la vinculación de éstos con el libro y el traslado.

Se indaga en la temática gastronómica que es abordada en el proyecto primeramente por una motivación personal y segundo por que se puede abordar la temática gastronómica desde el punto de vista de lo criollo, como resultado del mestizaje, proceso de siglos de historia y acontecimientos. Muchos platos hablan de un contexto en donde nacieron y de rituales asociados a ellos, es por eso que la comida criolla, o nacional, es un patrimonio que nos da identidad. Dentro de las preparaciones nacionales las especias y condimentos cumplen un papel preponderante ya que son los que le dan el carácter al plato criollo.

Las preparaciones gastronómicas deben ser atractivas visualmente pero su aroma característico también lo debe ser, en el acto de cocinar y en el ritual en torno a la comida aparecen como una reacción no premeditada los impulsos nerviosos que a través de los órganos de los sentidos generan una experiencia sensorial. Los órganos de los sentidos permiten un tipo de comunicación no verbal puesto que nos permiten interactuar con nuestro entorno próximo. A medida que tenemos más sentidos despiertos es mayor la atención y concentración que podemos generar en una instancia de aprendizaje o de simple conversación.

A través del aprendizaje sobre la importancia de los sentidos es que relacionamos dos de ellos directamente al acto/momento en que nos enfrentamos a un libro de cocina: el sentido de la visión despierta pero no ocurre eso en los demás sentidos...no son estimulados. El sentido del olfato es un sentido que se quiere poner a prueba en este proyecto (en conjunto con la visión) y de esta manera generar un vínculo comunicativo mayor entre usuario y medio editorial, además de una experiencia distinta por medio del despertar olfativo.

Estos aromas se lograrán a partir de aceites esenciales tras un estudio de como obtenerlas, son entonces los aceites esenciales olores extraídos de las fibras naturales del elemento y que actúan en el plano físico. Son sustancias olorosas que actúan de manera sutil y estimulante sobre la mente y las emociones, el olor puede evocarnos algún recuerdo, situación, lugar...el olor nos permite experimentar con nuestro ser. Con los aceites esenciales pueden prepararse perfumes, los que pueden impregnarse sobre la piel, ropa y porque no sobre papel.

Se realiza también un estudio teórico de como generar fragancias personalizadas para obtener una fragancia capaz de evocar el olor de las especias y condimentos empleados en los platos de comida criolla. Luego de tener el resultado de como obtener los aceites esenciales es que era necesario saber los pasos a seguir para utilizar los aceites esenciales en virtud de generar la fragancia requerida para aplicar sobre el soporte impreso preciso para absorber el perfume, el papel opalina.





En la industria de perfumería en donde la finalidad es fabricar fragancias una manera de distinguir un aroma de una manera más efectiva es a través de un frasco perfumero con atomizador ya que las sustancias que se expelen lo hacen de manera expansiva. Para que estas sustancias no queden en el ambiente y se pierdan (o no se liberen de una manera antojadiza) es necesario contener este aroma y para ello existen los mouillette que son bandas de un papel definido (absorbente u opalina de aroma neutro) que contienen el aroma y permiten al usuario sentir el aroma una y otra vez en un sector definido.

Esta dinámica de frasco perfumero y mouillette es la más exitosa dentro del mercado de las fragancias es por ello que se utilizará en el desarrollo del proyecto, realizando modificaciones propias del diseño tanto en etiqueta como en el formato mouillette que ha sido poco trabajado y personalizado, en donde al forma de este no varía del de una tira de papel generalmente blanca y carente de formas y colores.





SABORES Y AROMAS  
*de* CHILE





## Tipo de investigación

### Según la profundidad u objetivo:

Investigación Exploratoria y Experimental

### Según el lugar:

De campo y de laboratorio.

## 2. Estudio de campo

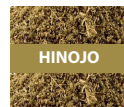
La investigación es de carácter **exploratorio y experimental**, presta atención y tiene como **objetivo general revalorizar la comida criolla a través de soportes editoriales impresos que interactúen sensorialmente con el usuario incorporando el sentido del olfato.**

Se determina primero como una investigación exploratoria pues pretende abordar una temática que en primera instancia da la impresión de que no existen muchos referentes, por tanto el esfuerzo de dinámica debe ser más que descriptivo, indagativo. El que no exista mucha información al respecto, ni tampoco muchos soportes editoriales impresos enmarcados en el campo culinario permite que se determinen ciertas variables a observar, y que para ello sea necesario manipularlas y controlarlas, estableciendo el contexto para su carácter experimental.

Según el lugar en donde se desenvuelve la investigación ésta se sitúa en dos dinámicas:

Primeramente en una **investigación de campo** en donde se estudia el contexto teórico y de soportes editoriales para el mundo culinario para construir parte relevante del trabajo investigativo, que permita mejor grado de objetividad frente al escenario planteado, aún desde una mirada siempre cualitativa.

Posteriormente el trabajo se debe desarrollar como una **investigación de laboratorio** donde se pretende tener control de algunas de las variables, como por ejemplo, la extracción y aplicación de las esencia de los alimentos sobre soportes impresos; luego ver y reconocer como se presentan éstas esencias, sus características físicas y como pueden combinarse con otros elementos para –por una parte–determinar una fijación óptima del olor mediante el conocimiento del comportamiento de un líquido sobre distintos tipos de papel.





## 2.1 Objetivos

La investigación de tipo exploratorio/experimental tiene la finalidad de conocer, visualizar, identificar y controlar antecedentes y materias generales de la problemática a tratar. Las primeras variables a medir son:

- Soportes impresos como información u objeto editorial vinculado al contexto culinario
- Aspectos formales propios de la sintaxis visual en los soportes analizados.
- Los públicos inmediatamente involucrados, como por ejemplo, cocineros, comensales y por otro lado conociendo las preferencias que ellos tienen también prever si la temática tratada en el proyecto será de su interés.
- Experiencias derivadas de la praxis, como el traspaso de un olor a un soporte de papel impreso.

Las unidades de análisis de las variables, se determinarán en base a los instrumentos planteados.





## 2.2 Instrumento 1: Fichas de análisis técnico, aspectos formales de los soportes impresos vinculados al contexto culinario

Se elaboró un instrumento para medir los objetivos planteados. Este instrumento consta de ficha(s) de análisis para la selección de los ejemplares editoriales impresos del área gastronómica que permitan realizar un reconocimiento visual y de análisis técnico para así tener antecedentes del universo del contexto citado.

Este instrumento consiste en un muestreo de portada, contraportada y dos páginas del cuerpo de 11 ediciones impresas seleccionadas. Estas ediciones de corte culinario fueron publicadas entre los años 2004 y 2012, la finalidad de este instrumento es reconocer visualmente los aspectos compositivos presentes en las ediciones contemporáneas en cuanto a la materia se trata y analizar detalladamente sus formalidades técnicas para establecer si hay puntos de encuentro entre ellas compositivamente.

### 2.2.1 Aspectos editoriales considerados en la ficha técnica

Los aspectos editoriales que se considerarán en la pauta de observación (unidad de análisis) son los siguientes y serán definidos en base a información de la RAE y del portal web glosariografico.com:

**Publicación (escrito impreso o digital, como un libro, revista o periódico, que ha sido publicado)**

#### **Autor**

Persona que realizó la obra literaria

#### **Editorial**

Casa editora que publica el libro

#### **Lugar de publicación**

País, ciudad en donde se hizo efectivo el lanzamiento del libro

#### **Año de publicación**

Año en que se llevó a cabo la aparición del libro

#### **Páginas**

Cada lado de una hoja de un libro

**Portada (Primera plana de los libros impresos, es la parte frontal. Acá aparecen el título del libro, nombre del autor y el lugar y año de impresión)**

#### **Imagen**

Representación de una persona o cosa, puede ser una fotografía, ilustración o dibujo.

- 1) Fotografía: captura de imágenes y fijarlas en un medio material
- 2) Ilustración: publicación con láminas y dibujos, además del texto que suele contener.

#### **Texto**

Composición de signos en un sistema de escritura que forma una unidad con sentido

#### **Tapa**

Cubierta de una obra encuadernada, puede ser de material duro o blando

#### **Camisa**

Cubierta suelta de papel que protege el libro





**Portada (Primera plana de los libros impresos, es la parte frontal. Acá aparecen el título del libro, nombre del autor y el lugar y año de impresión)**

#### **Imagen**

Representación de una persona o cosa, puede ser una fotografía, ilustración o dibujo.

- 1) Fotografía: captura de imágenes y fijarlas en un medio material
- 2) Ilustración: publicación con láminas y dibujos, además del texto que suele contener.

#### **Texto**

Composición de signos en un sistema de escritura que forma una unidad con sentido

#### **Tapa**

Cubierta de una obra encuadernada, puede ser de material duro o blando

#### **Camisa**

Cubierta suelta de papel que protege el libro

**Contraportada (es la parte posterior de un libro)**

#### **Imagen**

Representación de una persona o cosa, puede ser una fotografía, ilustración o dibujo

#### **Texto**

Composición de signos en un sistema de escritura que forma una unidad con sentido

**Cuerpo (texto principal de un libro o folleto)**

#### **Cantidad de imágenes**

Número de representaciones visuales de una forma u objeto contenidas en el libro

#### **Columnas de texto**

Cada una de las partes del bloque de texto en que se divide la página

#### **Justificado**

Alineación e igualación adecuada de las líneas un texto impreso, puede ser al lado derecho, izquierdo o a ambos lados (mixta)

#### **Tipo de papel**

Se refiere a la naturaleza del soporte utilizado en una publicación, habitualmente en libros se utilizan el papel bond, papel couche y algunos papeles de colores.

1) **Papel couché:** tiene revestimiento suave en una o dos de sus caras, con propiedades mejoradas de reflexión de la luz, puede ser brillante u opaco. Se usa bastante en revistas y libros contemporáneos donde se le da énfasis a la imagen.

2) **Papel bond:** es un papel grueso, rígido y opaco que se usa en libros y todo tipo de proyectos.

3) **Papel de colores:** como lo dice su nombre vienen con colores predeterminados.

#### **Tipo de interacción con el usuario**

El usuario interactúa a través de la reacción a los estímulos percibidos a través de sus sentidos, los 5 sentidos son la visión, el olfato, el tacto, el gusto y la audición. La interacción del usuario puede llevarse a cabo de manera visual, olfativa, auditiva, táctil o gustativa.





### Observaciones generales

Todo tipo de comentario de análisis técnico o de interés que no hayan sido señalado anteriormente y que se considere relevante de mencionar.

#### 2.2.2 Ficha técnica y observaciones

Por cada edición impresa del rubro culinario se hizo un registro técnico de sus características desde el punto de vista editorial para visualizar cuales son los patrones compositivos más recurrentes, también se realizó una observación general por cada edición analizada. Para dejar un registro completo de lo anterior se realizó una ficha técnica por cada edición impresa para conocer los aspectos formales de cada uno.





### 2.2.2.1 Instrumento de levantamiento de información/ficha de análisis técnico

TÍTULO PUBLICACIÓN:		
Publicación	Autor	
	Editorial	
	Lugar de publicación	
	Año de publicación	
	Páginas	
Portada	Imagen	
	Texto	
	Características físicas/camisa	
Contra portada	Imagen	
	Texto	
Cuerpo	Imágenes	
	Cantidad de imágenes	
	Columnas de texto	
	Justificado	
Atributos físicos	Tipo de papel	
	Tipo de interacción visual con el usuario	
	Observaciones generales	
		Visualización Portada
		Visualización Contraportada

Fig.24. Matriz 1 ficha de análisis técnico. Fuente propia.



TÍTULO PUBLICACIÓN:	
Cuerpo publicación	
	Visualización 1



Fig.25. Matriz 2 ficha de análisis técnico (visualización 1 cuerpo libro). Fuente propia.



Revalorización de la comida criolla a través de la transparencia del aroma de las especias y condimentos principales del plato criollo a soportes editoriales culinarios impresos



Fig.26. Matriz 3 ficha de análisis técnico (visualización 2 cuerpo libro). Fuente propia.



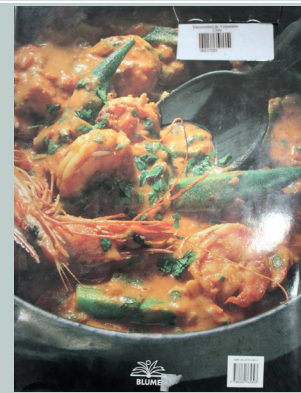


### 2.2.2.2 Cocina latinoamericana: 100 ingredientes esenciales, más de 200 recetas (libro)

TÍTULO PUBLICACIÓN: Cocina latinoamericana : 100 ingredientes esenciales, más de 200 recetas (libro)		
Publicación	Autor	Elisabeth Luard
	Editorial	Blume
	Lugar de publicación	Barcelona, España
	Año de publicación	2005
Portada	Páginas	240 p.
	Imagen	Fotografías (2)
	Texto	Si
Contra portada	Características físicas/camisa	Tapa dura, con camisa, papel couché brillante
	Imagen	Fotografía + imagotipo editorial
Cuerpo	Texto	No
	Imágenes	Fotografías
	Cantidad de imágenes	311 fotografías a color
	Columnas de texto	Mixta, con una grilla de 3 columnas
Atributos físicos	Justificado	Un lado (izquierdo)
	Tipo de papel	Couché opaco
	Tipo de interacción visual con el usuario	Visual
	Observaciones generales	Fotografía del animal vivo y luego el plato preparado. Fotografías reventadas ubicadas según grilla de 3 columnas



Visualización Portada



Visualización Contraportada



Visualización 1



Visualización 2

Fig.27. Matriz ficha de análisis técnico con registro y anotaciones (libro 1). Fuente propia.



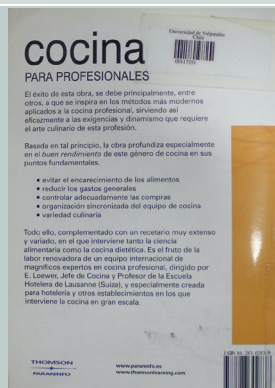


### 2.2.2.3 Cocina para profesionales: hoteles, restaurantes, residencias (libro)

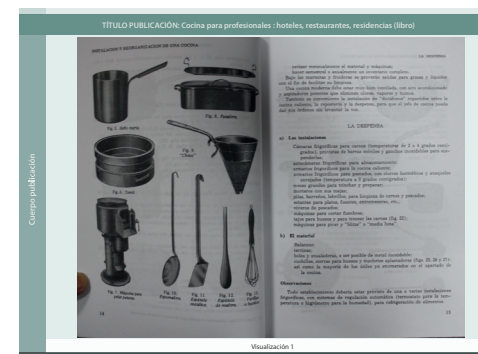
TÍTULO PUBLICACIÓN: Cocina para profesionales : hoteles, restaurantes, residencias (libro)		
Publicación	Autor	E. Loewer
	Editorial	Paraninfo
	Lugar de publicación	Madrid, España
	Año de publicación	2005
	Páginas	400 p.
Portada	Imagen	Ilustración compuesta (6)
	Texto	Si
	Características físicas/camisa	Tapa blanda, sin camisa, papel couché brillante
Contra portada	Imagen	No
	Texto	Si
Cuerpo	Imágenes	Fotografías e ilustraciones
	Cantidad de imágenes	12 fotografías blanco y negro y 135 ilustraciones
	Columnas de texto	1 columna
	Justificado	Ambos lados
	Tipo de papel	Bond
Atributos físicos	Tipo de interacción visual con el usuario	Visual
	Observaciones generales	Mayormente texto no acompañado de apoyo visual real (o fotográfico). Mayor presencia de ilustraciones que fotografías



Visualización Portada



Visualización Contraportada



Visualización 1



Visualización 2

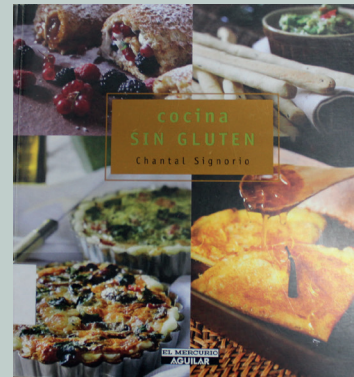
Fig.28. Matriz ficha de análisis técnico con registro y anotaciones (libro 2). Fuente propia.



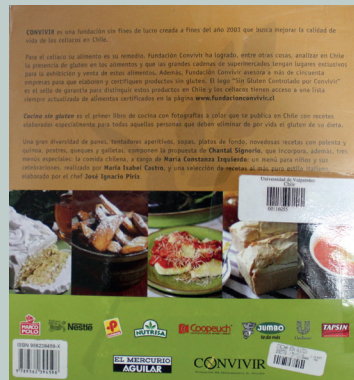


### 2.2.2.4 Cocina sin gluten (libro)

TÍTULO PUBLICACIÓN: Cocina sin gluten (libro)		
Publicación	Autor	Chantal Signorio
	Editorial	Aguilar
	Lugar de publicación	Santiago, Chile
	Año de publicación	2006
	Páginas	219 p.
Portada	Imagen	Fotografía (4) acabado brillante sobre ellas y título
	Texto	Si
	Características físicas/camisa	Tapa blanda, papel camisa, papel couché opaco
Contra portada	Imagen	Fotografías (5)
	Texto	Si
Cuerpo	Imágenes	Fotografías e ilustraciones
	Cantidad de imágenes	171 fotografías y 4 ilustraciones (2 de ellas se repiten)
	Columnas de texto	Mixtas, 1 y 2 columnas
	Justificado	1 lado (izquierdo)
Atributos físicos	Tipo de papel	Couché opaco
	Tipo de interacción visual con el usuario	Visual
	Observaciones generales	Estructura compositiva sin quiebre, páginas con la misma dinámica visual (1 página de receta y luego página de fotografía)



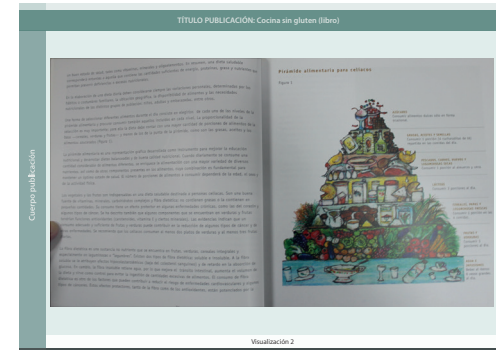
Visualización Portada



Visualización Contraportada



Visualización 1



Visualización 2

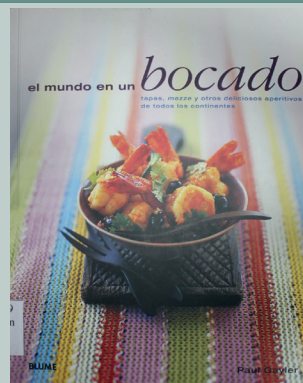
Fig.29. Matriz ficha de análisis técnico con registro y anotaciones (libro 3). Fuente propia.





### 2.2.2.5 El mundo en un bocado: tapas, mezze y otros deliciosos aperitivos de todos los continentes (libro)

TÍTULO PUBLICACIÓN: El mundo en un bocado : tapas, mezze y otros deliciosos aperitivos de todos los continentes (libro)		
Publicación	Autor	Paul Gayler
	Editorial	Blume
	Lugar de publicación	Barcelona, España
	Año de publicación	2010
Portada	Páginas	192 p.
	Imagen	Fotografía
	Texto	Si
Contra portada	Características físicas/camisa	Tapa blanda, papel camisa, papel couché opaco
	Imagen	Fotografía
Cuerpo	Texto	Si
	Imágenes	Fotografías
	Cantidad de imágenes	116 fotografías
	Columnas de texto	Mixtas, 1 y 2 columnas
Atributos físicos	Justificado	1 lado (izquierdo)
	Tipo de papel	Couché opaco
	Tipo de interacción visual con el usuario	Visual
	Observaciones generales	Receta + imagen reventada que complementa la receta



Visualización Portada



Visualización Contraportada



Visualización 1



Visualización 2

Fig.30. Matriz ficha de análisis técnico con registro y anotaciones (libro 4). Fuente propia.



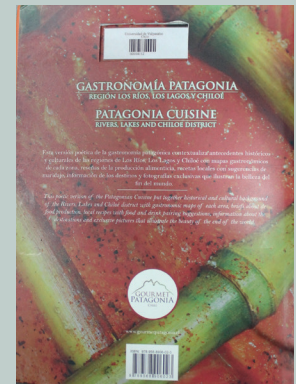


### 2.2.2.6 Gastronomía Patagonia: región Los Ríos, Los Lagos y Chiloé (libro)

TÍTULO PUBLICACIÓN: Gastronomía Patagonia : región Los Ríos, Los Lagos y Chiloé (libro)		
Publicación	Autor	Francisco Fantini Jarpa
	Editorial	Gourmet Patagonia
	Lugar de publicación	Santiago, Chile
	Año de publicación	2011
	Páginas	252 p.
Portada	Imagen	Fotografía
	Texto	Si
Contra portada	Características físicas/camisa	Tapa dura con papel camisa, couché opaco
	Imagen	Fotografía
Cuerpo	Imagenes	Fotografías
	Cantidad de imágenes	281 fotografías a color
	Columnas de texto	Mixtas, 1 y 2 columnas según página
	Justificado	Un lado (izquierdo)
	Tipo de papel	Couché opaco
Atributos físicos	Tipo de interacción visual con el usuario	Visual
	Observaciones generales	Uso habitual de fotografías reventadas a una y dos páginas, bibliografía con fotografía de fondo reventada al igual que el glosario. Recurso fotográfico como elemento ilustrativo de recetas y también compositivo. Escrito en español e inglés simultáneamente.



Visualización Portada



Visualización Contraportada



Visualización 1



Visualización 2

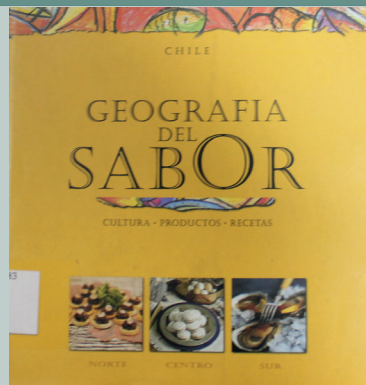
Fig.31. Matriz ficha de análisis técnico con registro y anotaciones (libro 5). Fuente propia.



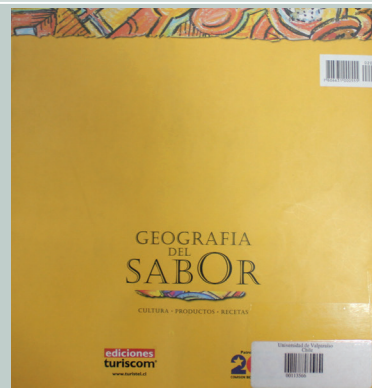


### 2.2.2.7 Geografía del sabor: cultura, productos, recetas (libro)

TÍTULO PUBLICACIÓN: Geografía del sabor : cultura, productos , recetas (libro)		
Publicación	Autor	Ernesto Amaya G.
	Editorial	Ediciones Turiscom
	Lugar de publicación	Santiago, Chile
	Año de publicación	2005
Portada	Páginas	199 p.
	Imagen	Fotografías (3) + ilustración (1)
	Texto	Si
Contra portada	Características físicas/camisa	Tapa blanda, con camisa, acabado opaco
	Imagen	Ilustración
Cuerpo	Texto	Si
	Imágenes	Fotografías e ilustraciones
	Cantidad de imágenes	196 fotografías, 67 ilustraciones
	Columnas de texto	Mixtas, personalizado
Atributos físicos	Justificado	Un lado (izquierdo) y centrado
	Tipo de papel	Couché brillante
	Tipo de interacción visual con el usuario	Visual
	Observaciones generales	Presenta viñeta con relleno de ilustración para destacar títulos u otros ítems (no se cuenta como ilustración). Utiliza imágenes en opacidad como fondo en algunas páginas. Imágenes de recetas se usan reventadas en toda la página.



Visualización Portada



Visualización Contraportada



Visualización 1



Visualización 2

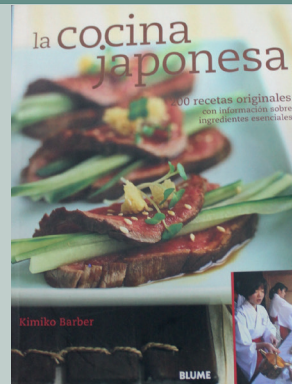
Fig.32. Matriz ficha de análisis técnico con registro y anotaciones (libro 6). Fuente propia.





### 2.2.2.8 La cocina japonesa: 200 recetas originales con información sobre ingredientes esenciales (libro)

TÍTULO PUBLICACIÓN: La cocina japonesa : 200 recetas originales con información sobre ingredientes esenciales (libro)		
Publicación	Autor	Kimiko Barber
	Editorial	Blume
	Lugar de publicación	Barcelona, España
	Año de publicación	2005
	Páginas	140 p.
Portada	Imagen	Fotografía (2)
	Texto	Si
Contra portada	Características físicas/camisa	Tapa dura, papel camisa, papel couché opaco
	Imagen	1 fotografía + imago tipo
Cuerpo	Textos	No
	Imágenes	Fotografías e ilustraciones
	Cantidad de imágenes	303 fotografías y 3 ilustraciones
	Columnas de texto	Mixtas, 1 y 2 columnas
Atributos físicos	Justificado	Mixto, 1 lado (izquierdo) y ambos lados
	Tipo de papel	Couché opaco
	Tipo de interacción visual con el usuario	Visual
	Observaciones generales	Estructura fija, introducción a la temática luego recetas y su respectiva fotografía



Visualización Portada



Visualización Contraportada



Visualización 1



Visualización 2

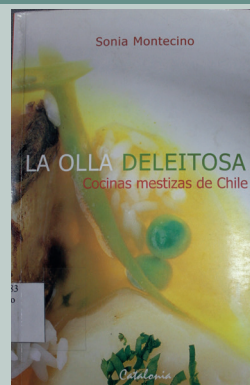
Fig.33. Matriz ficha de análisis técnico con registro y anotaciones (libro 7). Fuente propia.



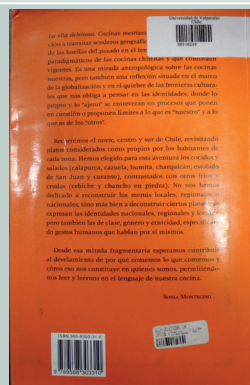


### 2.2.2.9 La olla deleitosa: cocinas mestizas de Chile (libro)

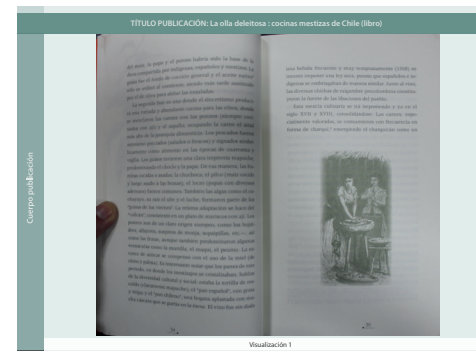
TÍTULO PUBLICACIÓN: La olla deleitosa : cocinas mestizas de Chile (libro)		
Publicación	Autor	Sonia Montecino Aguirre
	Editorial	Catalonia
	Lugar de publicación	Santiago, Chile
	Año de publicación	2005
	Páginas	210 p.
Portada	Imagen	Si
	Texto	Si
Contra portada	Características físicas/camisa	Tapa blanda sin papel camisa, couché brillante
	Imagen	No
Cuerpo	Textos	Si
	Imágenes	Ilustraciones y fotografías
	Cantidad de imágenes	7 fotografías a color (como ficha), 68 ilustraciones
Atributos físicos	Columnas de texto	Mixtas, 1 columna y algunas de 2 (pocas)
	Justificado	Ambos lados
	Tipo de papel	Bond
	Tipo de interacción visual con el usuario	Visual
Observaciones generales	Las fotografías a modo de ficha se encuentran impresas en papel couché brillante no así el resto de la edición que está impresa en papel bond. La edición es monótona con diagramación en su mayoría en bloque único de texto.	



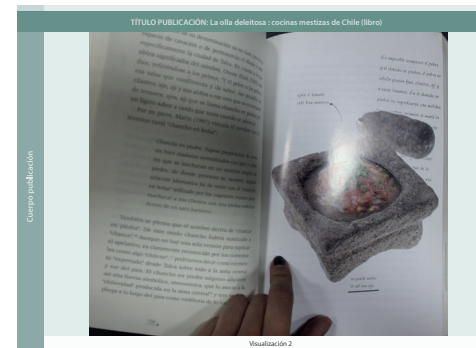
Visualización Portada



Visualización Contraportada



Visualización 1



Visualización 2

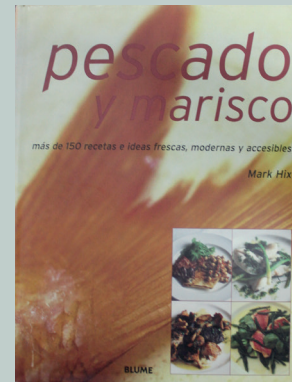
Fig.34. Matriz ficha de análisis técnico con registro y anotaciones (libro 8). Fuente propia.



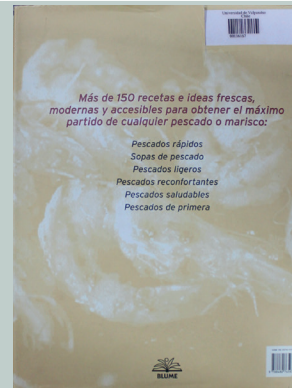


2.2.2.10 Pescado y marisco: más de 150 recetas e ideas frescas, modernas y accesibles (libro)

TÍTULO PUBLICACIÓN: Pescado y marisco : más de 150 recetas e ideas frescas, modernas y accesibles (libro)		
Publicación	Autor	Mark Hix
	Editorial	Blume
	Lugar de publicación	Barcelona, España
	Año de publicación	2006
	Páginas	160 p.
Portada	Imagen	Fotografía (5)
	Texto	Si
Contra portada	Características físicas/camisa	Tapa dura, papel camisa, papel couché opaco
	Imagen	No
Cuerpo	Imagen	No
	Texto	Si
	Imágenes	Fotografías
	Cantidad de imágenes	123 fotografías
	Columnas de texto	Mixtas, 1 y 2 columnas
	Justificado	1 lado (izquierdo)
	Tipo de papel	Couché brillante
	Tipo de interacción visual con el usuario	Visual
	Observaciones generales	No todas las páginas traen imágenes, en algunos casos trae imágenes retvetadas



Visualización Portada



Visualización Contraportada



Visualización 1



Visualización 2

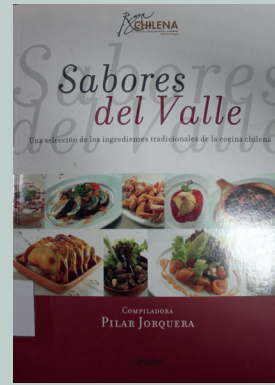
Fig.35. Matriz ficha de análisis técnico con registro y anotaciones (libro 9). Fuente propia.



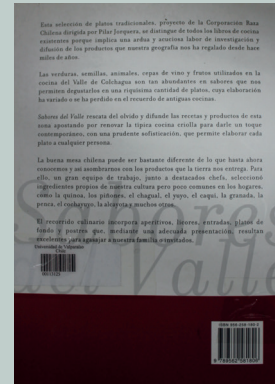


2.2.2.11 Sabores del Valle: una selección de los ingredientes tradicionales de la cocina chilena (libro)

TÍTULO PUBLICACIÓN: Sabores del valle : una selección de los ingredientes tradicionales de la cocina chilena (libro)		
Publicación	Autor	Pilar Jorquera (Compiladora)
	Editorial	Random House Mondadori
	Lugar de publicación	Santiago, Chile
	Año de publicación	2004
	Páginas	286 p.
Portada	Imagen	Colage de fotos (9)
	Texto	Si
	Características físicas/camisa	Tapa blanda, con camisa, papel couché opaco con acabado brillante en fotografías y título
Contra portada	Imagen	No
	Texto	Si
Cuerpo	Imágenes	Fotografías
	Cantidad de imágenes	90 fotografías a color
	Columnas de texto	Mixta, 1 y 2
	Justificado	Ambos lados
	Tipo de papel	Bond
	Tipo de interacción visual con el usuario	Visual
	Observaciones generales	Sólo recetas (no agrega datos anexos de propiedades de alimentos u origen). No todas las recetas incluyen fotografía que acompañe la receta



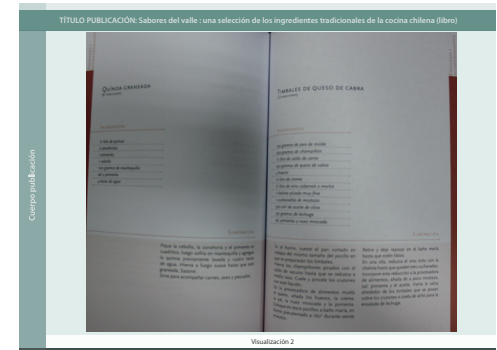
Visualización Portada



Visualización Contraportada



Visualización 1



Visualización 2

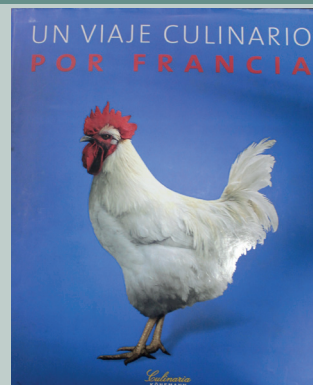
Fig.36. Matriz ficha de análisis técnico con registro y anotaciones (libro 10). Fuente propia.



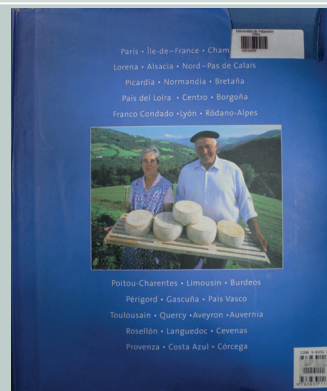


### 2.2.2.12 Un viaje culinario por Francia (libro)

TÍTULO PUBLICACIÓN: Un viaje culinario por Francia (libro)		
Publicación	Autor	André Dominé
	Editorial	Könemann
	Lugar de publicación	Barcelona, España
	Año de publicación	2005
Portada	Páginas	468 p.
	Imagen	Fotografía
	Texto	Si
Contra portada	Características físicas/camisa	T.dura, papel camisa, couché opaco c/acabado brillante
	Imagen	Fotografía
Cuerpo	Texto	Si
	Imágenes	Fotografías
	Cantidad de imágenes	Más de 500 fotografías a color + mapas de Francia
	Columnas de texto	Mixtas, no hay estructura definida
Atributos físicos	Justificado	Mixta, a un lado y a ambos lados
	Tipo de papel	Couché opaco
	Tipo de interacción visual con el usuario	Visual
	Observaciones generales	Portada con acabado brillante en la fotografía (resto de la portada opaca). Cuerpo con uso de hojas reventadas, pocas páginas no presentaban imágenes. Fotografías no sólo de platos sino también de restaurantes, chef, regiones de Francia, ingredientes, etc.



Visualización Portada



Visualización Contraportada



Visualización 1



Visualización 2

Fig.37. Matriz ficha de análisis técnico con registro y anotaciones (libro 11). Fuente propia.





### 2.2.3 Conclusión instrumento 1

Los libros analizados técnicamente corresponden a publicaciones extranjeras como nacionales. Las publicaciones extranjeras destacan por su gran cantidad de imágenes y el énfasis que a ellas le dan. Casi la totalidad de las publicaciones son publicaciones de lujo, con camisa protectora, tapa dura y papel couché de tipo brillante. Hay algunos libros con tapa blanda, extranjeros y chilenos. La mayoría de las publicaciones contienen información visual fotográfica y el porcentaje restante presenta dibujos e ilustraciones (hay un libro con fotografías en blanco y negro, otro con dibujos en la mayoría de la edición).

Del total podemos señalar que la mayoría de los libros tienen un uso de imágenes recargado, dan un acabado perfecto y profesional a lo que quieren destacar fotográficamente, con uso de colores brillantes y contrastantes y en el caso de los platos realizando una elegante puesta en escena. Con respecto a la diagramación y las columnas; las columnas son de tipo mixto en su mayoría, presentan más de un tipo de diagramación de página y los textos suelen no ser justificados a 2 lados, sino que a uno. Son un elemento llamativo la incorporación de antecedentes anexos a la receta misma como el lugar donde se prepara, los rituales locales que el plato conlleva y algo de historia del origen del alimento.





### 2.3 Instrumento 2: Encuestas, levantamiento de información vinculada a profesionales del área cocina/gastronomía y público general u comensales.

Se elabora un instrumento para conocer el imaginario existente en **dos públicos** inmediatamente involucrados, como lo son los **cocineros y comensales**.

Este instrumento consiste en **encuestas aplicadas a dos muestras elementales**; profesionales del área cocina/gastronomía y público en general –comensal– con el fin de obtener información desde el punto de vista de la experiencia profesional como del imaginario colectivo sensorial visual que posee cada profesional del área, también visualizar la posición del usuario general frente a los libros de cocina, su frecuencia de uso y lo que opina del proyecto en desarrollo.

#### 2.3.1 Encuestas

Se realizaron encuestas a dos muestras elementales: profesionales del área cocina/gastronomía y público general u comensales. **La muestra 1 (profesionales) se aplicó a 53 personas, la muestra 2 (público general) se aplicó a 90 personas.**

La aplicación de las encuestas se llevó a cabo en formato digital a través del sitio web [encuestafacil.com](http://encuestafacil.com). La finalidad es conocer el porcentaje de usuarios profesionales o generales que acceden a soportes editoriales impresos de la rama culinaria, sus frecuencias de uso y finalmente conocer el porcentaje de aceptación e interés que despierta la elaboración de un proyecto como el que se está planteando.





### 2.3.1.1 Instrumento de levantamiento de información/Encuesta profesionales del área cocina/gastronomía (muestra 1)

#### Apreciación sobre los soportes editoriales gastronómicos

Por favor responda todas las preguntas realizadas (incluyendo las de respuesta abierta). La encuesta no tomará más de 3 minutos en ser contestada.

**\*1. Sexo**

- Masculino       Femenino

**\*2. Edad**

- Menos de 20 años  
 20-29 años  
 30-39 años  
 40-49 años  
 50-59 años  
 60-69 años  
 70-79 años  
 80 o más

**\*3. ¿Posee estudios directamente vinculados a la cocina/gastronomía? (si no los tiene no conteste la encuesta)**

- Si  
 No

**\*4. Señale la/las carreras, cursos realizados o la carrera en curso en la que se desenvuelve**

- Administrador de Artes Culinarias y Servicios  
 Administración Gastronómica Internacional  
 Gastronomía  
 Gastronomía Internacional  
 Técnico de Nivel Superior en Gastronomía Internacional  
 Técnico en Gastronomía Internacional y Tradicional Chilena  
 Administración Hotelera y Gastronómica  
 Otro (Por favor especifique)

Fig.38. Matriz encuesta Muestra 1 profesionales del área cocina gastronomía (preguntas 1 a 4). Fuente propia





**5. ¿Con qué frecuencia utiliza libros de cocina/gastronomía u experticias culinarias?**

- 1 vez por semana
- 1 vez cada 2 semanas
- 1 vez al mes
- 1 vez cada 3 meses
- 1 vez cada 6 meses
- 1 vez al año
- No utilizo libros de cocina
- Otro (Por favor especifique)

**\*6. ¿Con qué frecuencia adquiere libros de cocina/gastronomía u experticias culinarias?**

- 1 vez al mes
- 1 vez cada 3 meses
- 1 vez cada 6 meses
- 1 vez al año
- No adquiero libros de cocina
- Otro (Por favor especifique)

**\*7. ¿Qué elementos o características busca en un libro de cocina/gastronomía?**

- Detalle de los pasos a seguir en una preparación
- Innovación en las recetas
- Compilación de recetas variadas
- Compilación de recetas de una temática específica
- Fotografías atractivas que evidencien el resultado del plato
- Diseño atractivo en la publicación
- Buena calidad del papel en la publicación
- Más contenido que imagen
- Contenido e imagen simultáneamente
- Más imagen que contenido
- Otro (Por favor especifique)

Fig.39. Matriz encuesta Muestra 1 profesionales del área cocina gastronomía (preguntas 5 a 7). Fuente propia





**\*8. ¿Es para usted relevante que cada preparación en un libro de cocina esté acompañada por una imagen?**

- Si
- No

**\*9. Justifique su respuesta anterior**

**\*10. ¿Influye en la elección de una receta la apariencia con la que luce el plato a preparar? (como lo presenta la fotografía que lo acompaña)**

- Si
- No

**\*11. ¿Influiría en la elección de una receta a preparar que pudiese sentir el olor de los ingredientes bases que componen la receta?**

- Si
- No

**\*12. Justifique su respuesta anterior**

**\*13. ¿Qué tan atractivo le sería un libro de cocina que contenga el olor de los ingredientes bases que componen una receta?**

- Muy atractivo
- Atractivo
- Poco atractivo
- Nada atractivo

**\*14. ¿Accedería a libros de cocina que contengan el olor de los ingredientes bases que componen cada preparación?**

- Si
- No

**\*15. Justifique su respuesta anterior**

**\*16. Conoce actualmente algún libro de cocina que contenga olor de alimentos en su interior?**

- Si
- No

**\*17. Si su respuesta anterior es SI mencione el nombre, autor o características que recuerde presentaba la edición en cuestión**

Fig.40. Matriz encuesta Muestra 1 profesionales del área cocina gastronomía (preguntas 8 a 17). Fuente propia





### 2.3.1.2 Instrumento de levantamiento de información/Encuesta público general, comensales (muestra 2)

#### \* Apreciación sobre los soportes editoriales gastronómicos

Por favor responda todas las preguntas realizadas (incluyendo las de respuesta abierta). La encuesta no tomará más de 3 minutos en ser contestada.

##### \*1. Sexo

- Masculino       Femenino

##### \*2. Edad

- 18-29 años  
 20-29 años  
 30-39 años  
 40-49 años  
 50-59 años  
 60-69 años  
 70-79 años  
 80 o más

##### \*3. Señale su ocupación

- Dueña de casa  
 Estudiante  
 Trabajador área de ventas  
 Trabajador ejerciendo algún oficio  
 Trabajador con enseñanza media profesional  
 Trabajador con enseñanza técnico superior  
 Trabajador con enseñanza superior  
 Desempleado  
 Otro (Por favor especifique)

Fig.41. Matriz encuesta Muestra 2 público en general, comensales (preguntas 1 a 3). Fuente propia





**\*4. ¿Con qué frecuencia utiliza libros de cocina/gastronomía u experticias culinarias?**

- 1 vez por semana
- 1 vez cada 2 semanas
- 1 vez al mes
- 1 vez cada 3 meses
- 1 vez cada 6 meses
- 1 vez al año
- No utilizo libros de cocina
- Otro (Por favor especifique)

**5. ¿Con qué frecuencia adquiere libros de cocina/gastronomía u experticias culinarias?**

- 1 vez al mes
- 1 vez cada 3 meses
- 1 vez cada 6 meses
- 1 vez al año
- No adquiero libros de cocina
- Otro (Por favor especifique)

**\*6. ¿Qué elementos o características busca en un libro de cocina/gastronomía?**

- Detalle de los pasos a seguir en una preparación
- Innovación en las recetas
- Compilación de recetas variadas
- Compilación de recetas de una temática específica
- Fotografías atractivas que evidencien el resultado del plato
- Diseño atractivo en la publicación
- Buena calidad del papel en la publicación
- Más contenido que imagen
- Contenido e imagen simultáneamente
- Más imagen que contenido
- Otro (Por favor especifique)

**\*7. ¿Es para usted relevante que cada preparación en un libro de cocina esté acompañada por una imagen?**

- Sí
- No

Fig.42. Matriz encuesta Muestra 2 público en general, comensales (preguntas 4 a 7). Fuente propia





**\*8. Justifique su respuesta anterior**

**\*9. ¿Influye en la elección de una receta la apariencia con la que luce el plato a preparar? (como lo presenta la fotografía que lo acompaña)**

- Sí  
 No

**\*10. ¿Influiría en la elección de una receta a preparar que pudiese sentir el olor de los ingredientes bases que componen la receta?**

- Sí  
 No

**\*11. Justifique su respuesta anterior**

**\*12. ¿Qué tan atractivo le sería un libro de cocina que contenga el olor de los ingredientes bases que componen una receta?**

- Muy atractivo  
 Atractivo  
 Poco atractivo  
 Nada atractivo

**\*13. ¿Adquiriría libros de cocina que contengan el olor de los ingredientes bases que componen cada preparación?**

- Sí  
 No

**\*14. Justifique su respuesta anterior**

**\*15. Conoce actualmente algún libro de cocina que contenga olor de alimentos en su interior?**

- Sí  
 No

**\*16. Si su respuesta anterior es SI mencione el nombre, autor o características que recuerde presentaba la edición en cuestión**

Fig.43. Matriz encuesta Muestra 2 público en general, comensales (preguntas 8 a 16). Fuente propia

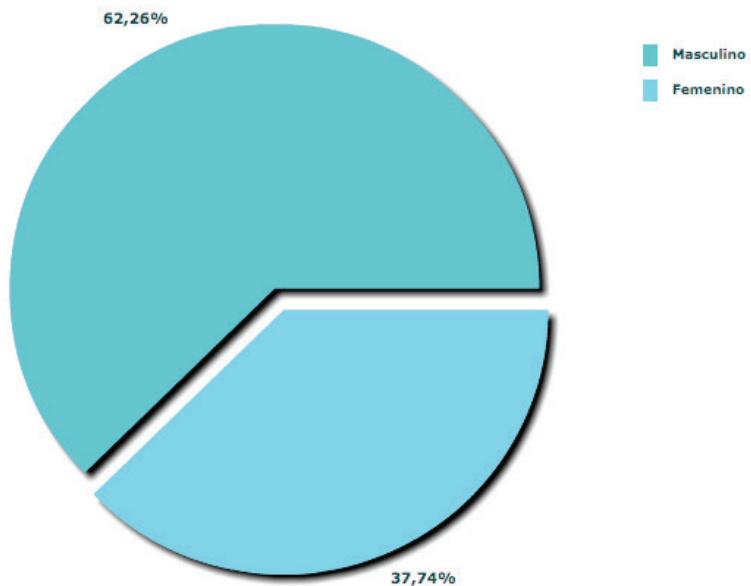




### 2.3.2 Gráficos de resultados encuestas

#### 2.3.2.1 Encuesta profesionales del área cocina/gastronomía (muestra 1)

##### Sexo

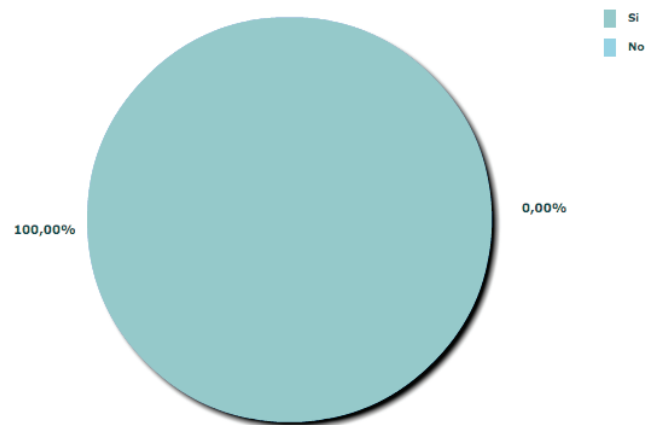


##### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **Masculino**.  
La opción menos elegida fue **Femenino**.

Fig.44. Gráfico de resultado n° 1 (Muestra 1). Fuente propia

##### ¿Posee estudios directamente vinculados a la cocina/gastronomía? (si no los tiene no conteste la encuesta)



##### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **Si**.

Fig.45. Gráfico de resultado n° 2 (Muestra 1). Fuente propia





**Señale la/las carreras, cursos realizados o la carrera en curso en la que se desenvuelve**

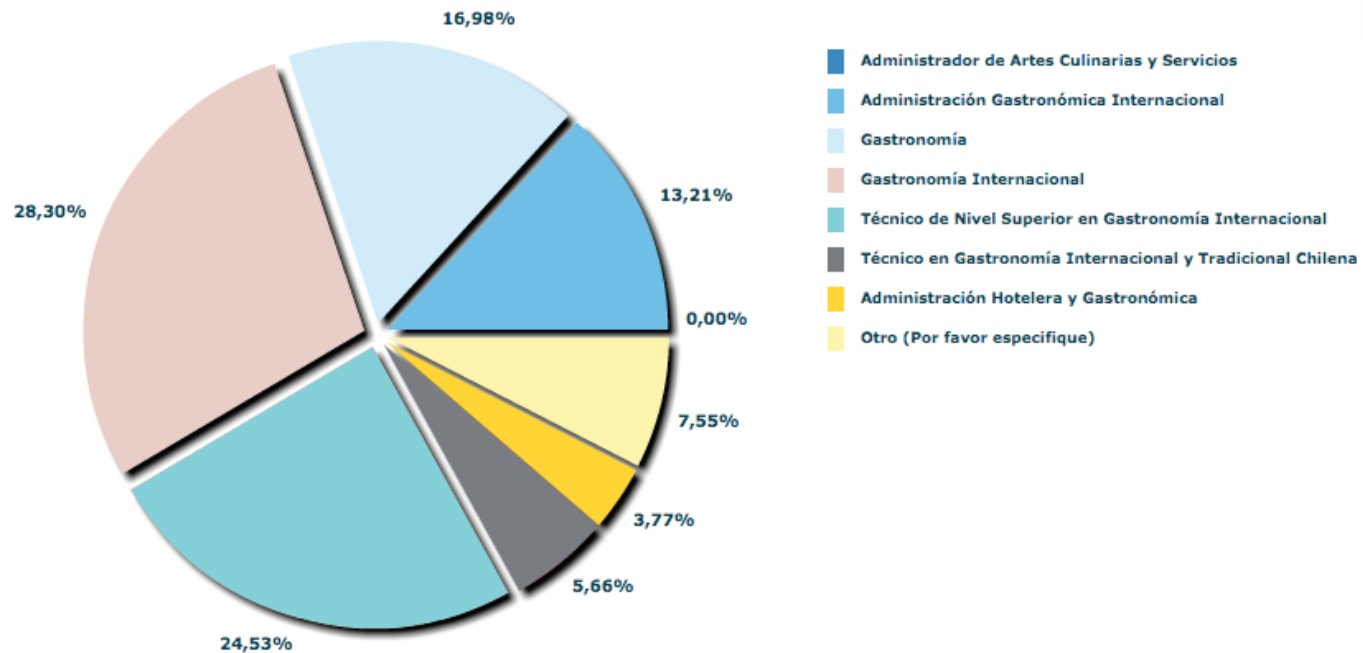


Fig.46. Gráfico de resultado n° 3 (Muestra 1). Fuente propia

**Análisis técnico**

El **52,83%** eligieron:  
 Gastronomía Internacional  
 Técnico de Nivel Superior en Gastronomía Internacional

La opción **Administrador de Artes Culinarias y Servicios** no fue elegida por nadie.

Otro: educadora diferencial con capacitación en panadería y pastelería, técnico en cocina internacional, técnico en nivel superior con mención en eventos, gastronomía internacional (master en gestión de A&B, especialización en gastronomía europea).





### ¿Con qué frecuencia utiliza libros de cocina/gastronomía u experticias culinarias?

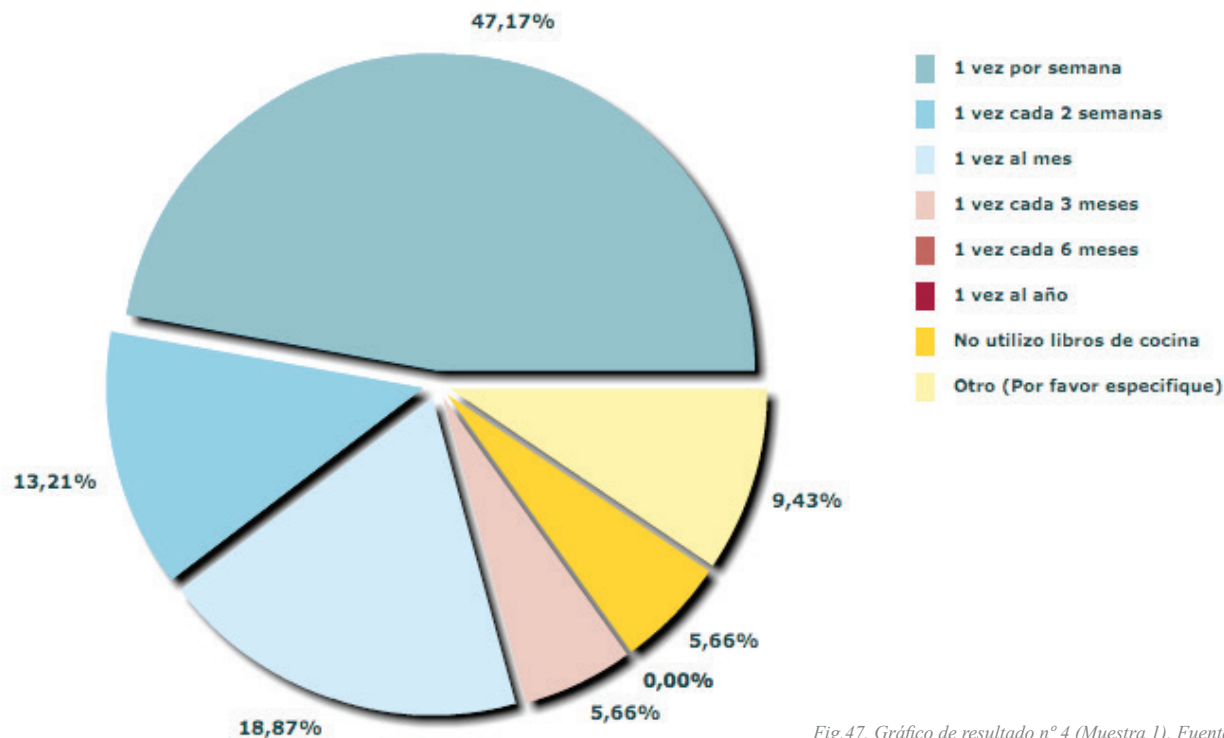


Fig.47. Gráfico de resultado n° 4 (Muestra 1). Fuente propia

#### Análisis técnico

El **66,04%** eligieron:

Otro: todos los días, siempre utilizo libros de cocina, no tengo una frecuencia establecida...según mis necesidades, más de una vez por semana, siempre.





### ¿Con qué frecuencia adquiere libros de cocina/gastronomía u experticias culinarias?

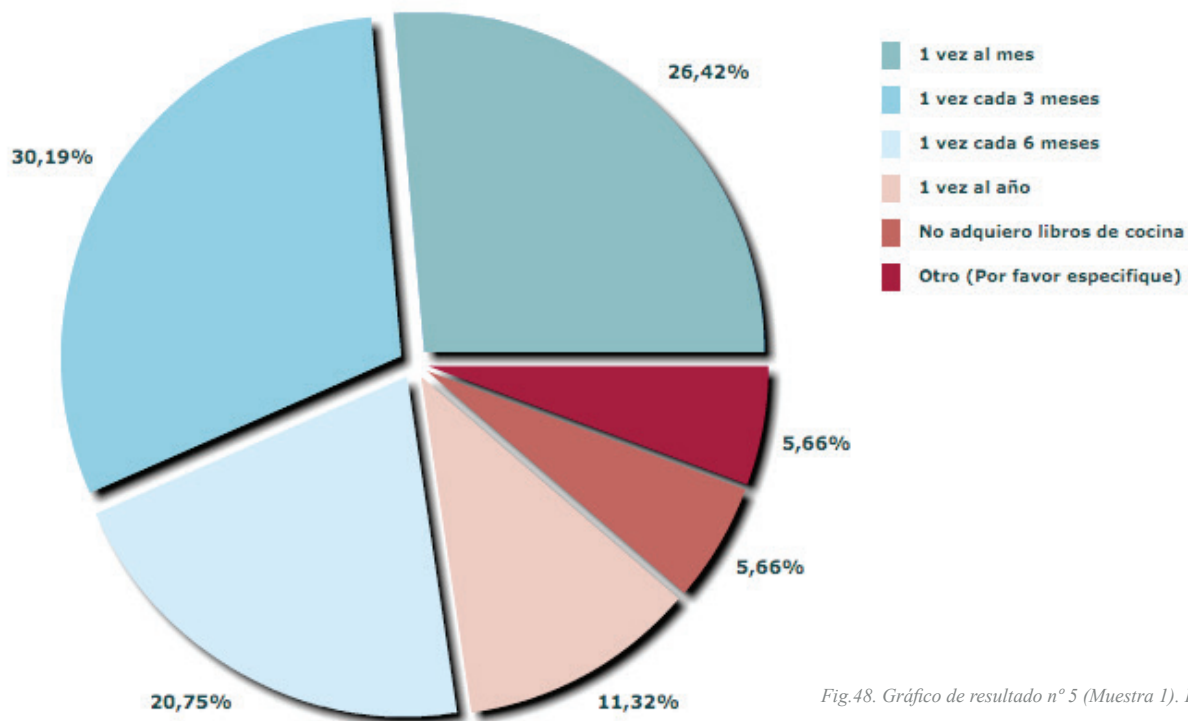


Fig.48. Gráfico de resultado n° 5 (Muestra 1). Fuente propia

#### Análisis técnico

El **56,60%** eligieron:

1 vez cada 3 meses

1 vez al mes

La opción menos elegida representa el **5,66%**:

No adquiero libros de cocina

Otro: leo y me mantengo al tanto a través de internet, conforme se presenten las oportunidades (en mi país o en viajes), cada vez que puedo.





### ¿Qué elementos o características busca en un libro de cocina/gastronomía?

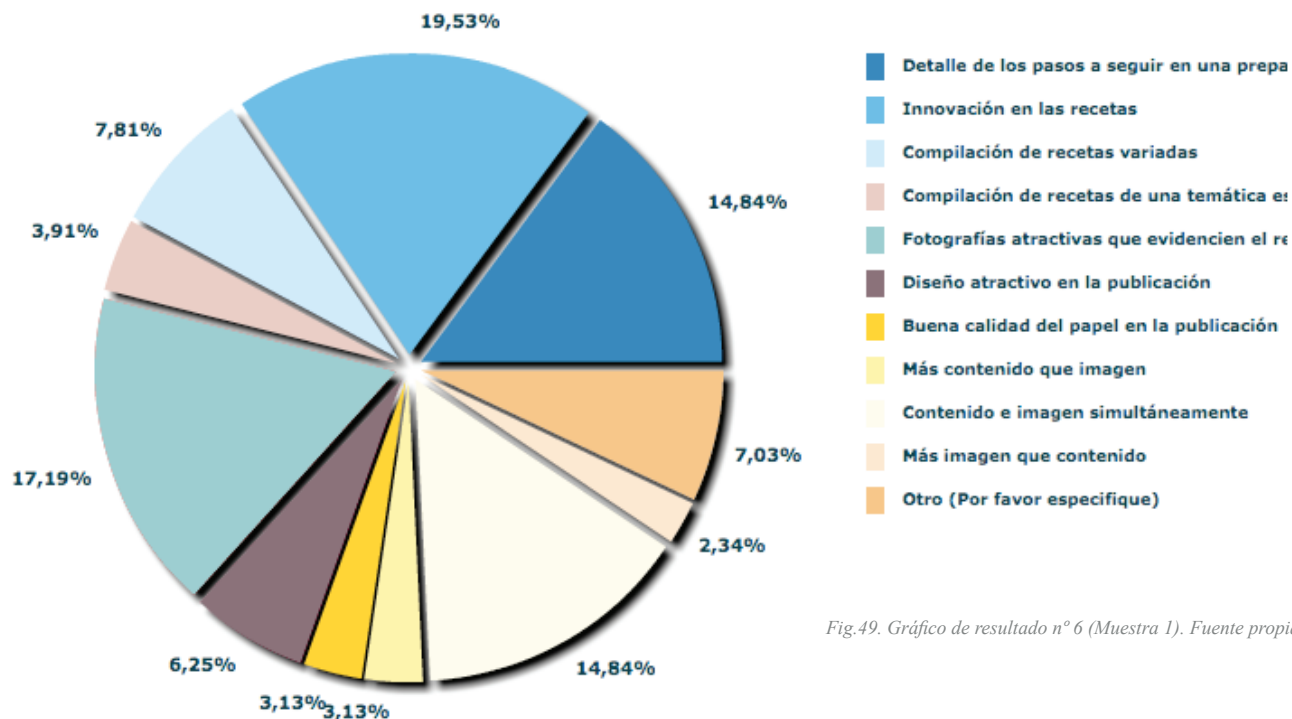


Fig.49. Gráfico de resultado n° 6 (Muestra 1). Fuente propia

#### Análisis técnico

El **64,15%** eligieron:  
 Innovación en las recetas  
 Fotografías atractivas que evidencien el resultado del plato  
 La opción menos elegida representa el **5,66%**:  
 Más imagen que contenido

Otro: ingredientes acordes a la realidad chilena, más información de los productos que se están utilizando en la receta y aspectos culturales de la zona de procedencia, historia o info de materias primas y/o recetas, montajes y nuevas preparaciones, tips de otros chef, técnica e imagen, nuevas técnicas culinarias, imágenes y recetas innovadoras, técnica e imagen.



### ¿Es para usted relevante que cada preparación en un libro de cocina esté acompañada por una imagen?

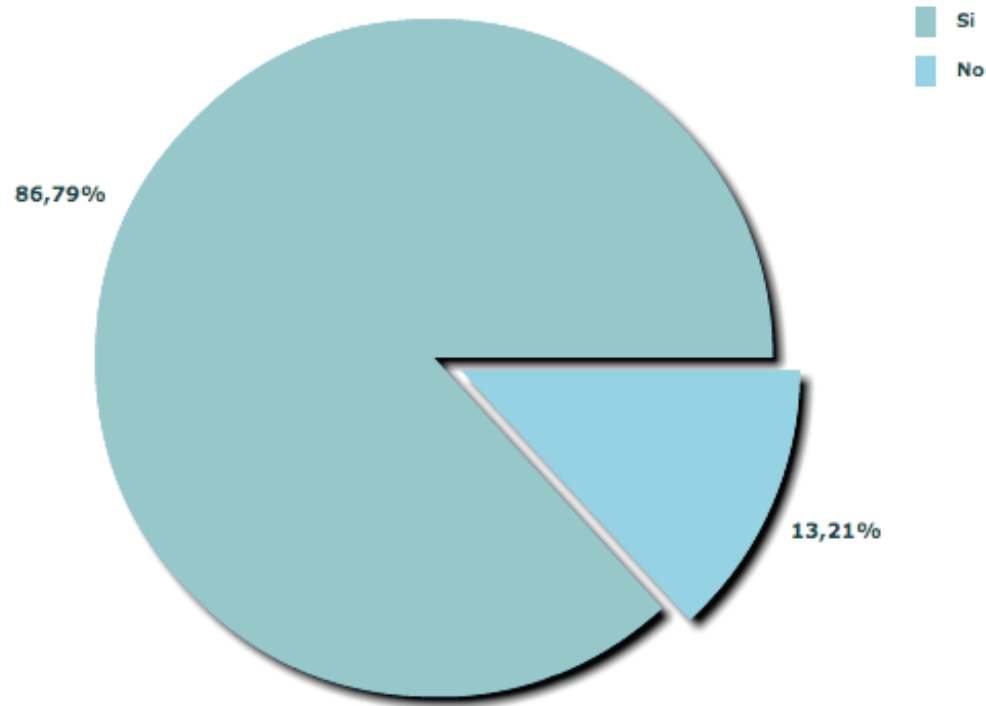


Fig.50. Gráfico de resultado n° 7 (Muestra 1). Fuente propia

#### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **Si**.

La opción menos elegida fue **No**.

Pregunta siguiente: justifique su respuesta (las respuestas entregadas, 90, están en el anexo del documento)





### ¿Influye en la elección de una receta la apariencia con la que luce el plato a preparar? (como lo presenta la fotografía que lo acompaña)

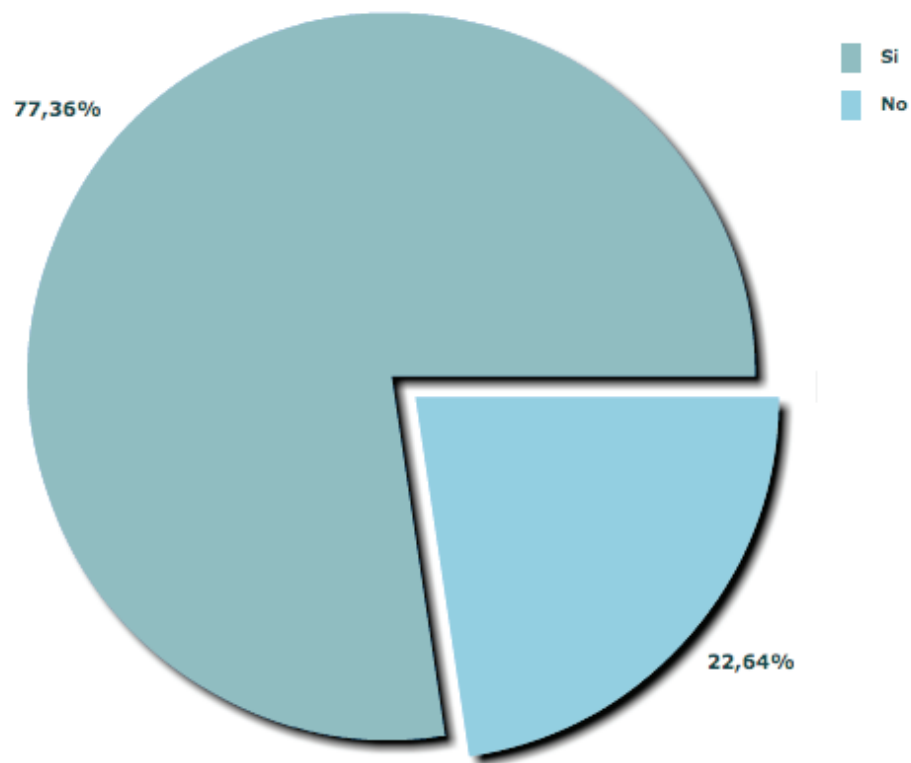


Fig.51. Gráfico de resultado n° 8 (Muestra 1). Fuente propia

#### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **Si**.

La opción menos elegida fue **No**.

Pregunta siguiente: justifique su respuesta (las respuestas entregadas, 90, están en el anexo del documento)



### ¿Influiría en la elección de una receta a preparar que pudiese sentir el olor de los ingredientes bases que componen la receta?

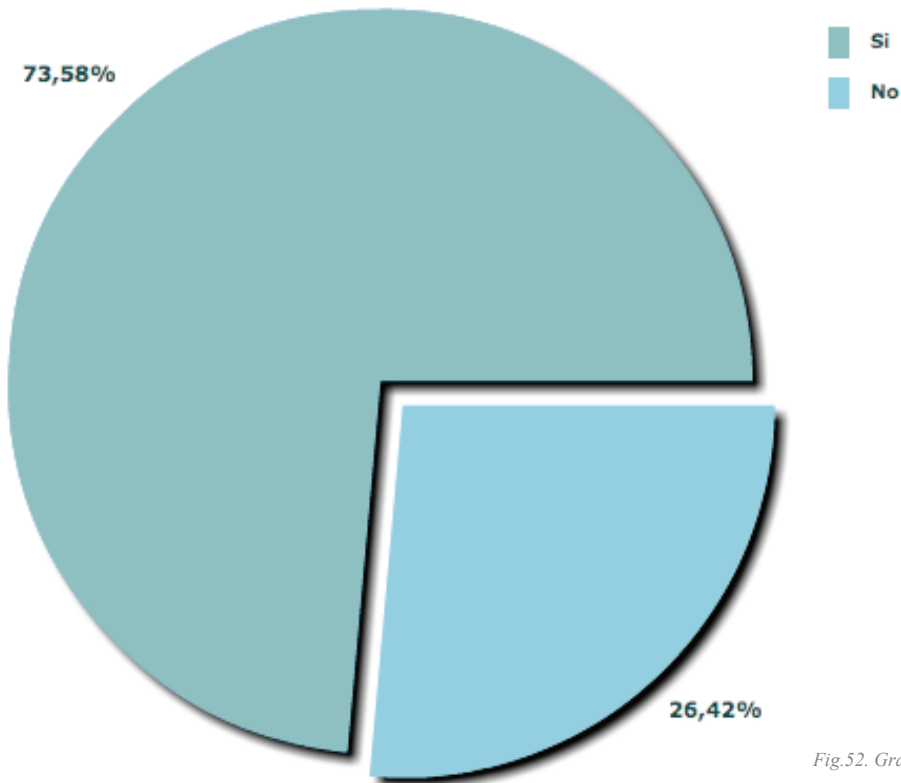
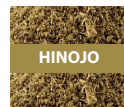


Fig.52. Gráfico de resultado n° 9 (Muestra 1). Fuente propia

#### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **Si**.

La opción menos elegida fue **No**.





### ¿Qué tan atractivo le sería un libro de cocina que contenga el olor de los ingredientes bases que componen una receta?

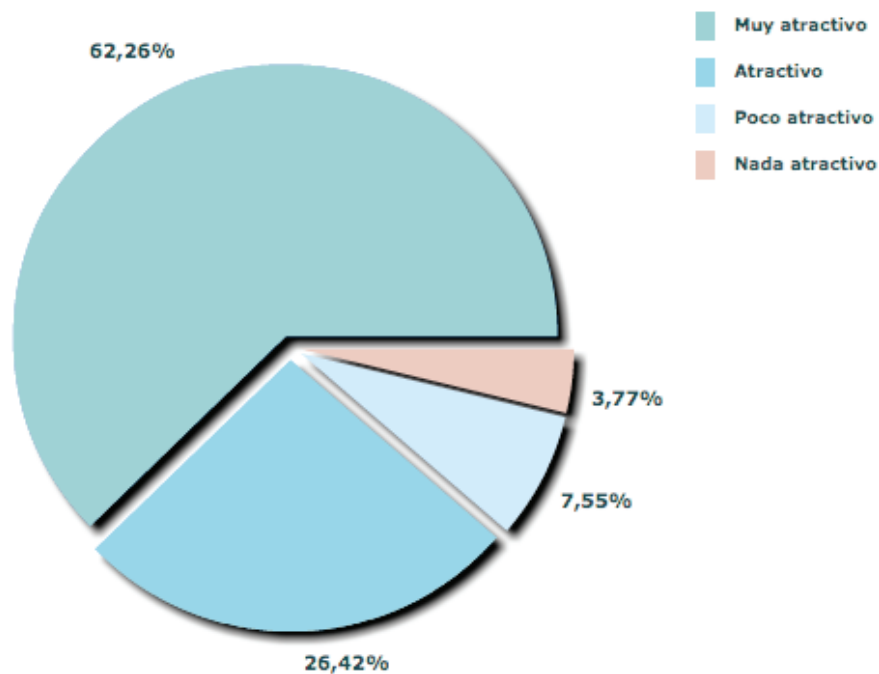


Fig.53. Gráfico de resultado n° 10 (Muestra 1). Fuente propia

#### Análisis técnico

El **88,68%** eligieron:

- Muy atractivo
- Atractivo

La opción menos elegida representa el **3,77%**:

- Nada atractivo



### ¿Accedería a libros de cocina que contengan el olor de los ingredientes bases que componen cada preparación?

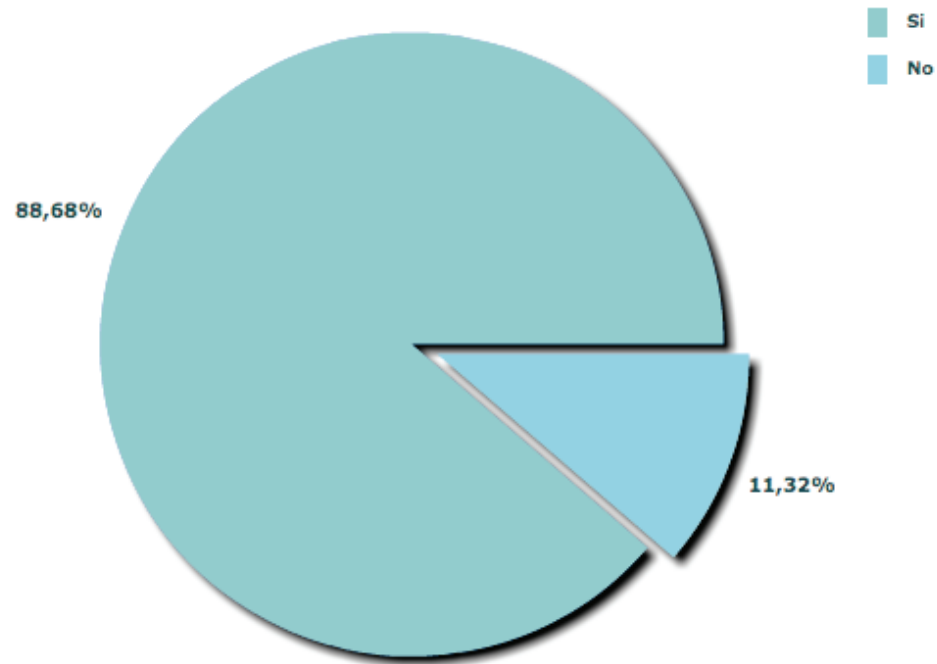


Fig.54. Gráfico de resultado n° 11 (Muestra 1). Fuente propia

#### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **Si**.

La opción menos elegida fue **No**.

Pregunta siguiente: justifique su respuesta (las respuestas entregadas, 90, están en el anexo del documento)





### Conoce actualmente algún libro de cocina que contenga olor de alimentos en su interior?

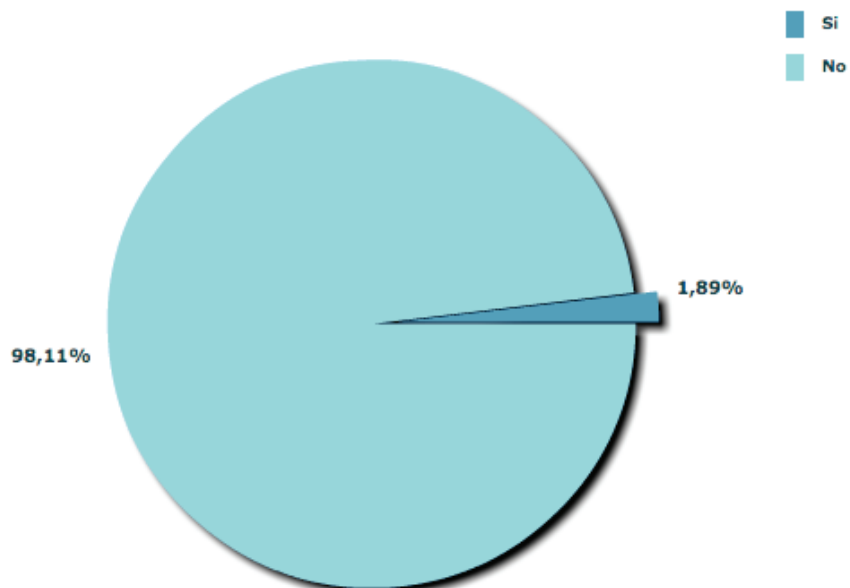


Fig.55. Gráfico de resultado n° 12 (Muestra 1). Fuente propia

#### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **No**.

La opción menos elegida fue **Si**.

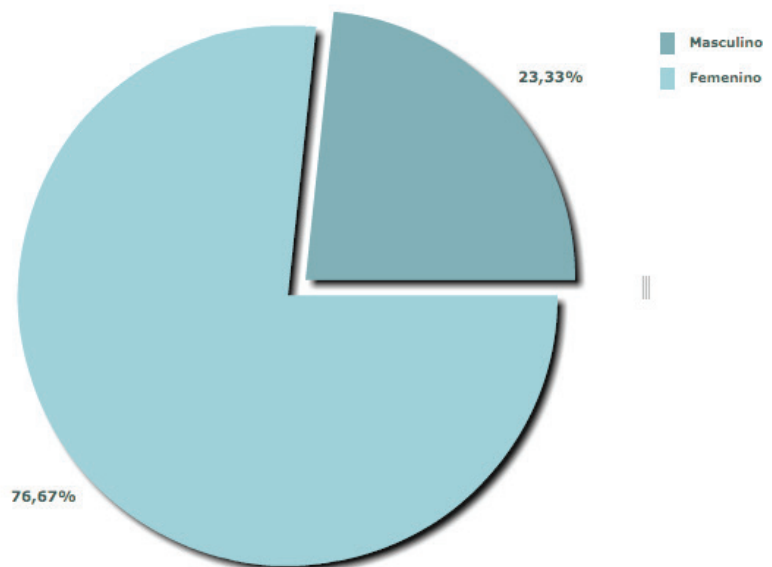
Pregunta siguiente: Pregunte siguiente: justifique la respuesta “Si”: “Si, en un viaje a Perú , en una feria ( un mercado ) había un libro de cocina regional peruana y este tenía aroma a ajo y cilantro , pero no era por que el libro se vendía así si no el señor del puesto colocaba laminas delgadas de este entre sus hojas para que al abrirlo se despertara el apetito. iidea que no estaba mala pero no se si seria de agrado para todos”.





2.3.2.2 Encuesta público general, comensales (muestra 2)

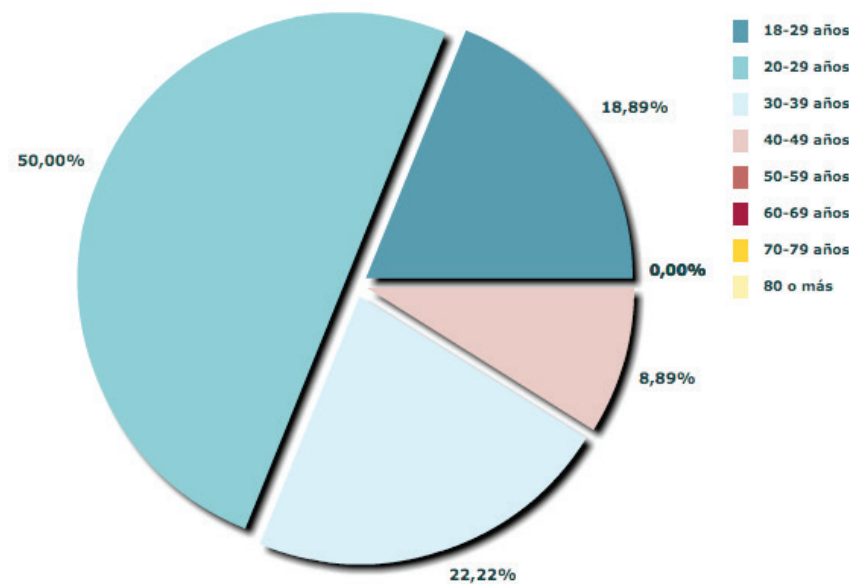
**Sexo**



**Análisis técnico**  
 La opción mas elegida fue **Femenino**.  
 La opción menos elegida fue **Masculino**.

Fig.56. Gráfico de resultado n° 1 (Muestra 2). Fuente propia

**Edad**



**Análisis técnico**  
 El **72,22%** eligieron:  
 20-29 años  
 30-39 años  
 4 opciones quedaron sin elegir.

Fig.57. Gráfico de resultado n° 2 (Muestra 2). Fuente propia





### Señale su ocupación

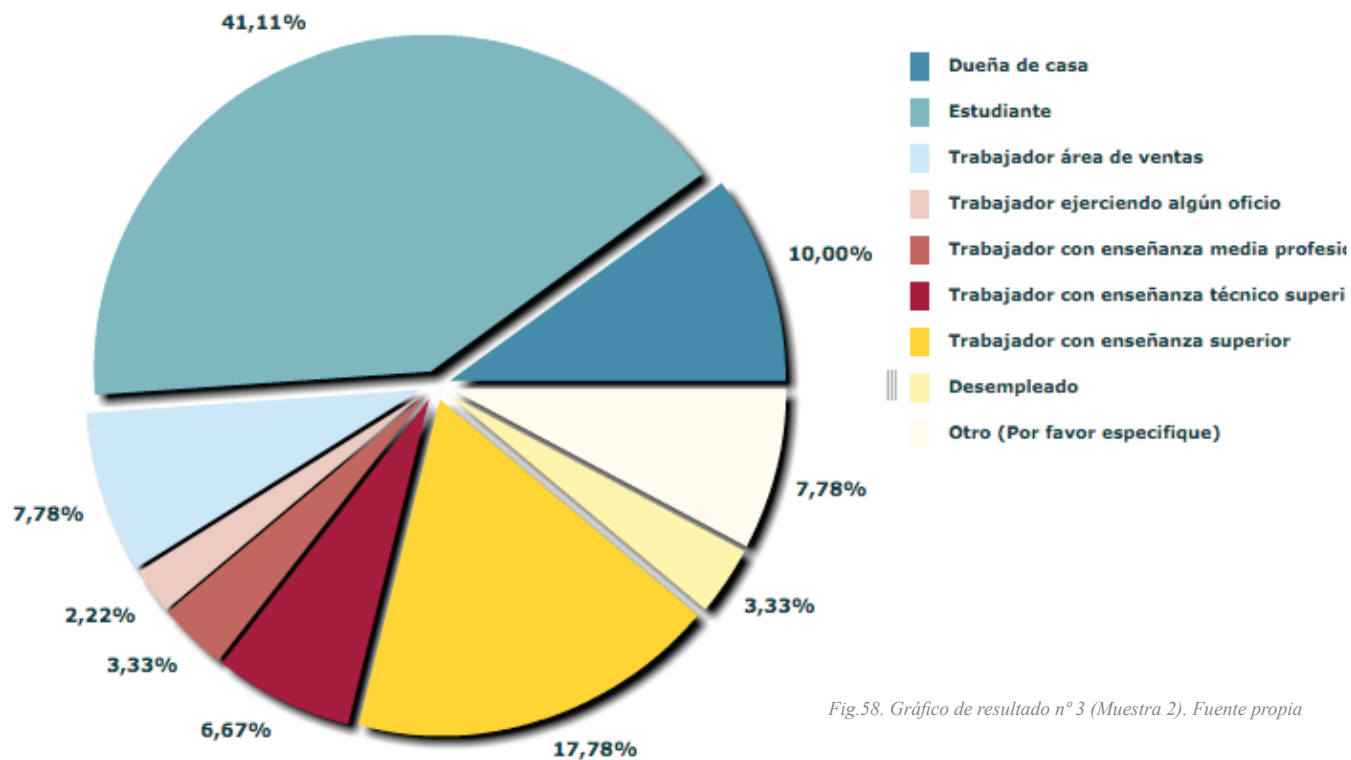


Fig.58. Gráfico de resultado n° 3 (Muestra 2). Fuente propia

**Análisis técnico**

El **58,89%** eligieron:  
 Estudiante  
 Trabajador con enseñanza superior

La opción menos elegida representa el **2,22%**:  
 Trabajador ejerciendo algún oficio

Otro: profesional cesante, empleado público, coordinador de eventos, diseñadora, trabajador estudiando, sonidista y músico, otro.





### ¿Con qué frecuencia utiliza libros de cocina/gastronomía u experticias culinarias?

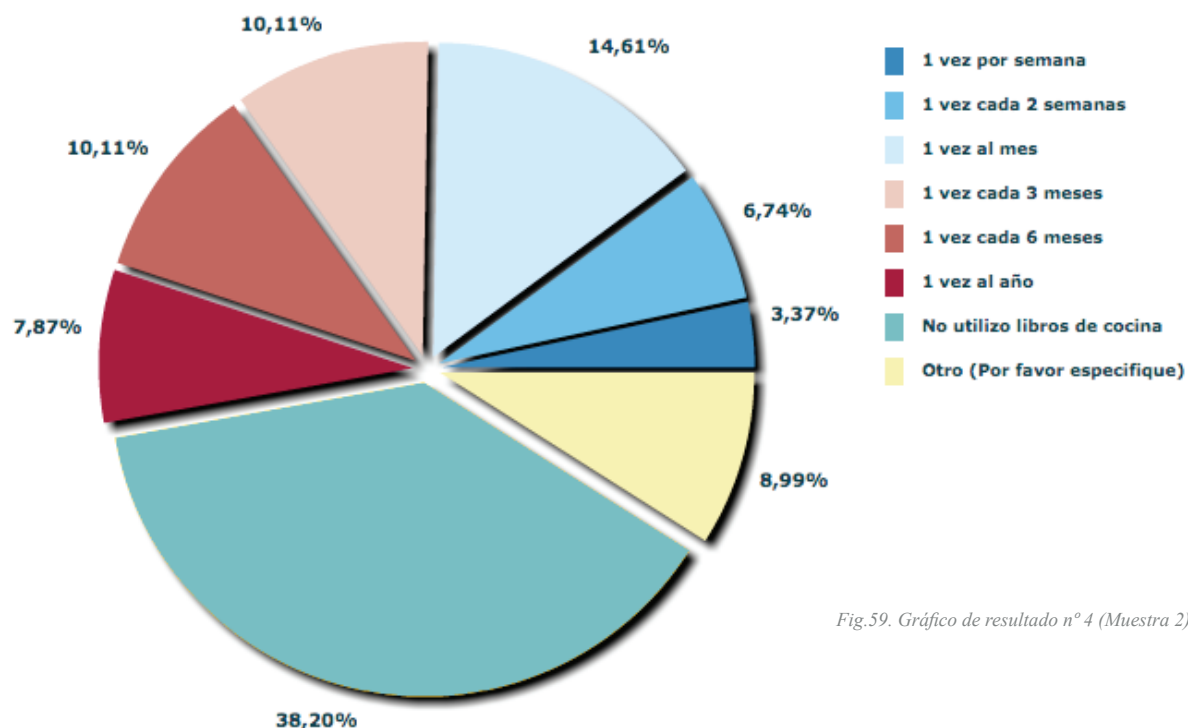


Fig.59. Gráfico de resultado n° 4 (Muestra 2). Fuente propia

**Análisis técnico**

**Conclusiones destacadas**

El **52,81%** eligieron:  
 No utilizo libros de cocina  
 1 vez al mes

La opción menos elegida representa el **3,37%**:  
 1 vez por semana

Otro: cada vez que me gusta algo de la revista ya para cocinar con mi hijo y desde internet, páginas web con recetas de cocina 1 o 2 veces por semana, todos los días tengo experiencias culinarias por el lugar que trabajo siempre intentando innovar, internet.





### ¿Con qué frecuencia adquiere libros de cocina/gastronomía u experticias culinarias?

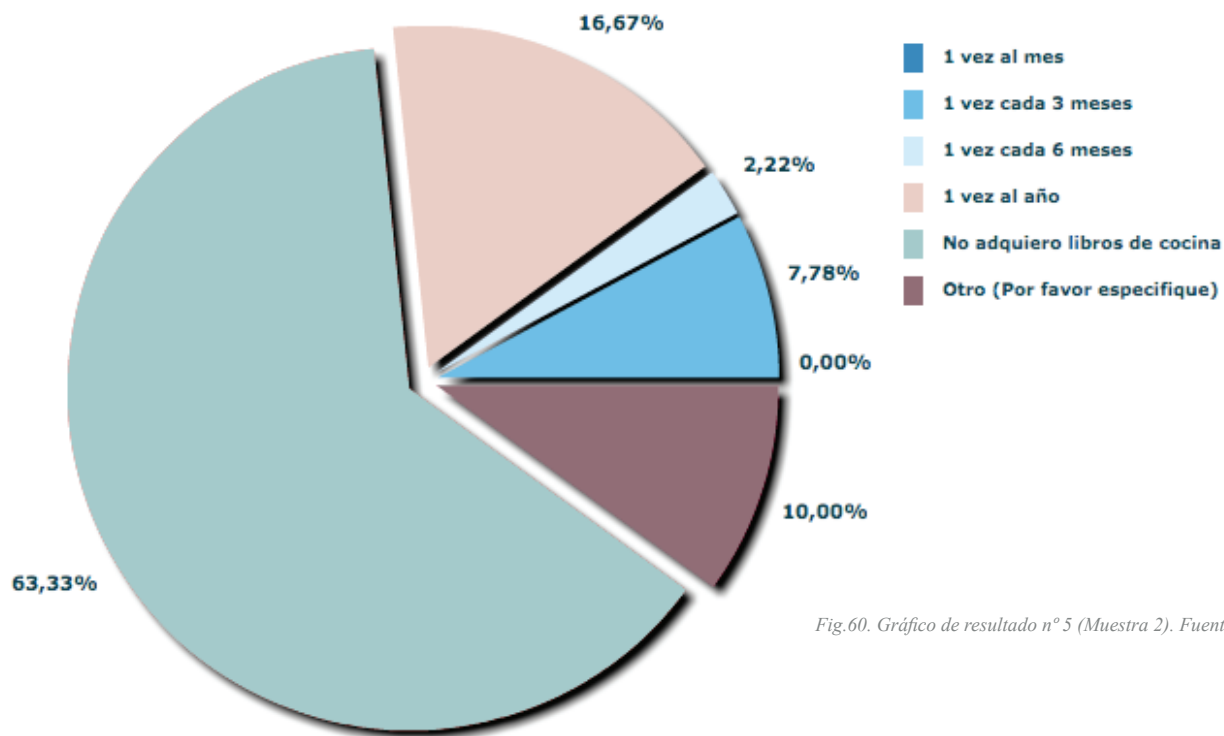


Fig.60. Gráfico de resultado n° 5 (Muestra 2). Fuente propia

#### Análisis técnico

El **80%** eligieron:

No adquiero libros de cocina

1 vez al año

La opción **1 vez al mes** no fue elegida por nadie.

Otro: no tengo, no adquiero generalmente son regalos, regalados, internet, boca a boca.





### ¿Qué elementos o características busca en un libro de cocina/gastronomía?

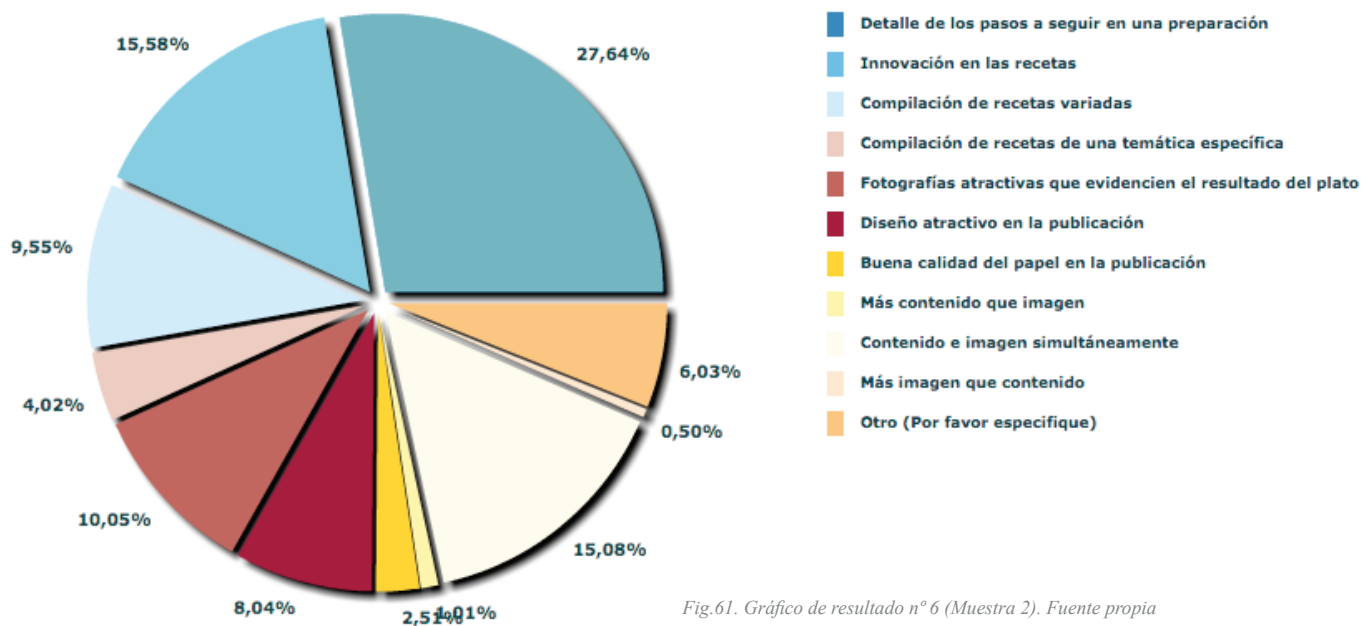


Fig.61. Gráfico de resultado n° 6 (Muestra 2). Fuente propia

#### Análisis técnico

El **71,91%** eligieron:  
 Detalle de los pasos a seguir en una preparación  
 Innovación en las recetas  
 La opción menos elegida representa el **1,12%**:  
 Más imagen que contenido

Otro: recetas con ingredientes fáciles de encontrar, no ocupo, no busco libros de cocina, que vengas las medidas certeras a utilizar, no utilizo, no compro, no me interesa, no busco, nada, variables en los ingredientes.





### ¿Es para usted relevante que cada preparación en un libro de cocina esté acompañada por una imagen?

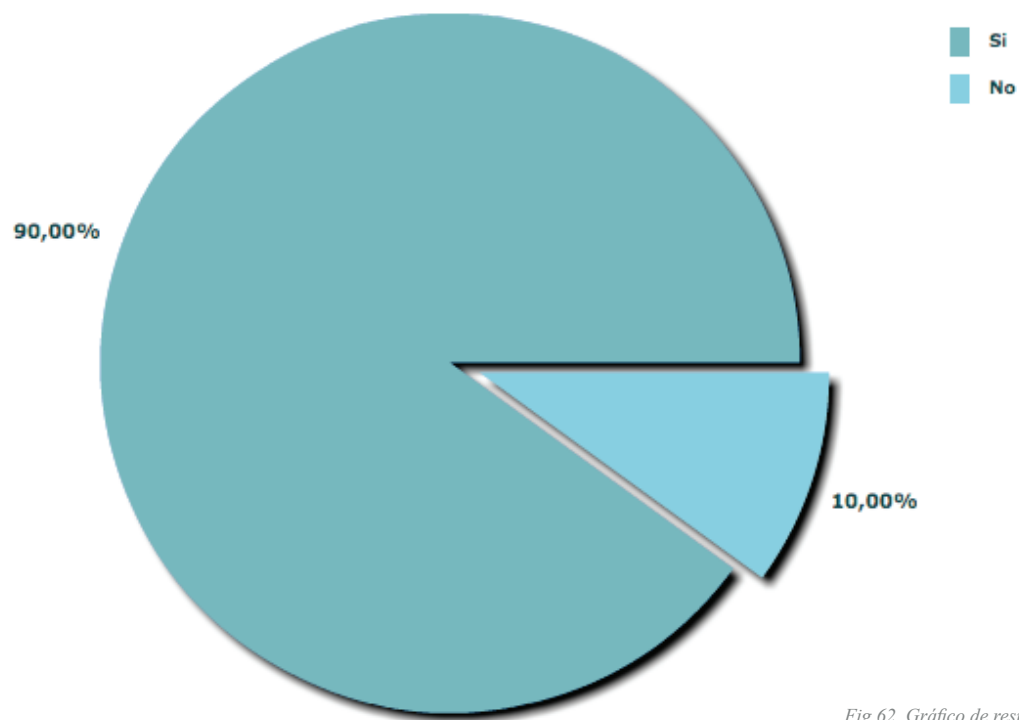


Fig.62. Gráfico de resultado n° 7 (Muestra 2). Fuente propia

#### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **Si**.

La opción menos elegida fue **No**.

Pregunta siguiente: justifique su respuesta (las respuestas entregadas, 90, están en el anexo del documento)





### ¿Influye en la elección de una receta la apariencia con la que luce el plato a preparar? (como lo presenta la fotografía que lo acompaña)

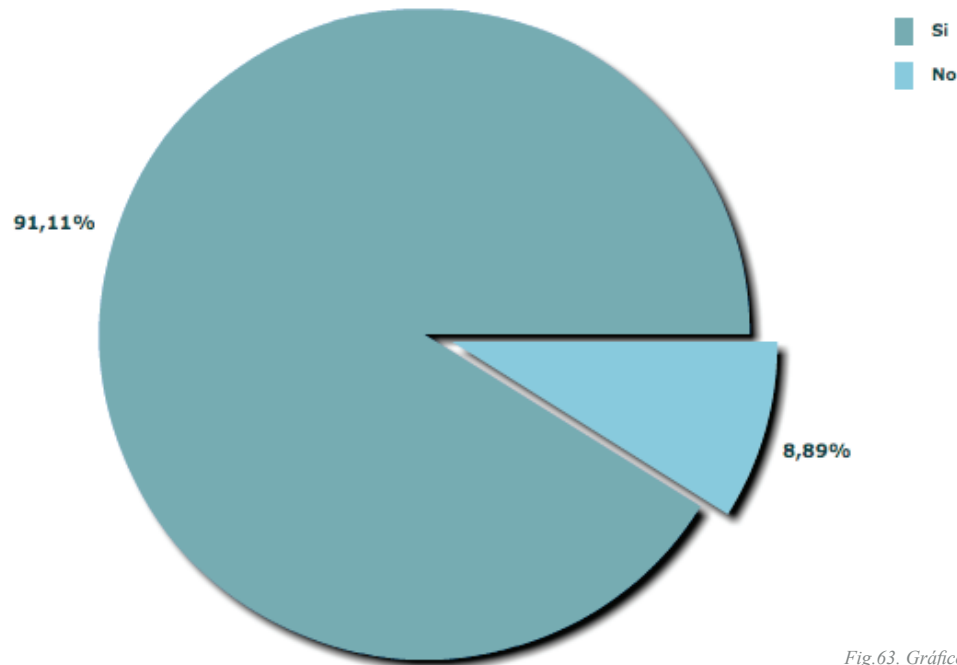


Fig.63. Gráfico de resultado n° 8 (Muestra 2). Fuente propia

#### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **Si**.  
La opción menos elegida fue **No**.

Otro: cada vez que me gusta algo de la revista ya para cocinar con mi hijo y desde internet, páginas web con recetas de cocina 1 o 2 veces por semana, todos los días tengo experiencias culinarias por el lugar que trabajo siempre intentando innovar, internet.





### ¿Influiría en la elección de una receta a preparar que pudiese sentir el olor de los ingredientes bases que componen la receta?

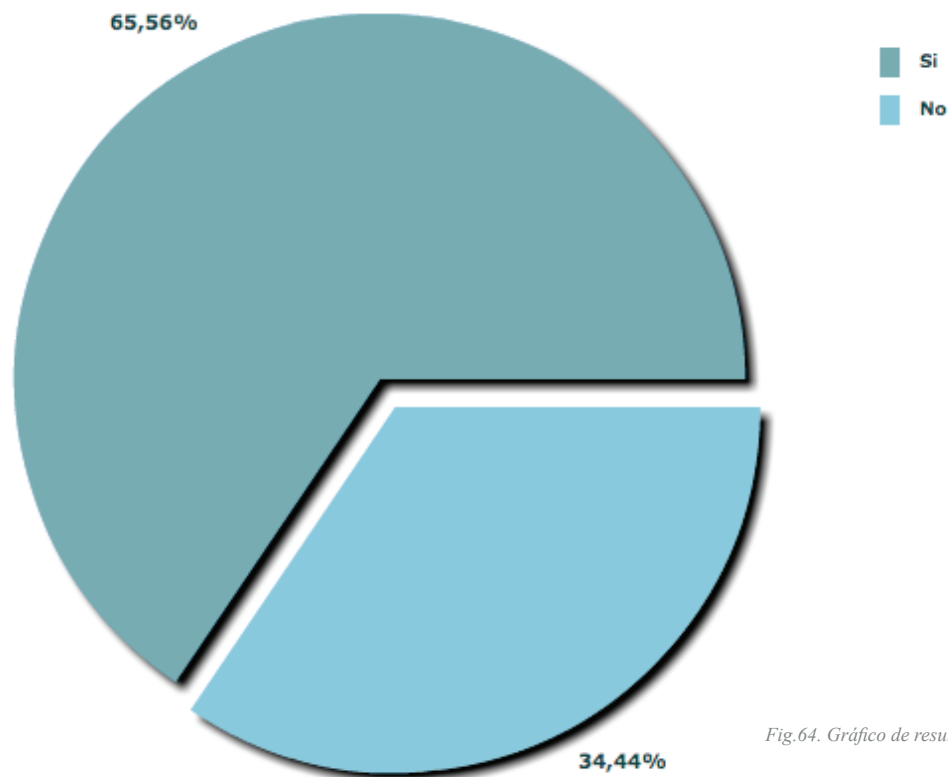


Fig.64. Gráfico de resultado n°9 (Muestra 2). Fuente propia

#### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **Si**.  
La opción menos elegida fue **No**.

Pregunta siguiente: justifique su respuesta (las respuestas entregadas, 90, están en el anexo del documento)





### ¿Qué tan atractivo le sería un libro de cocina que contenga el olor de los ingredientes bases que componen una receta?

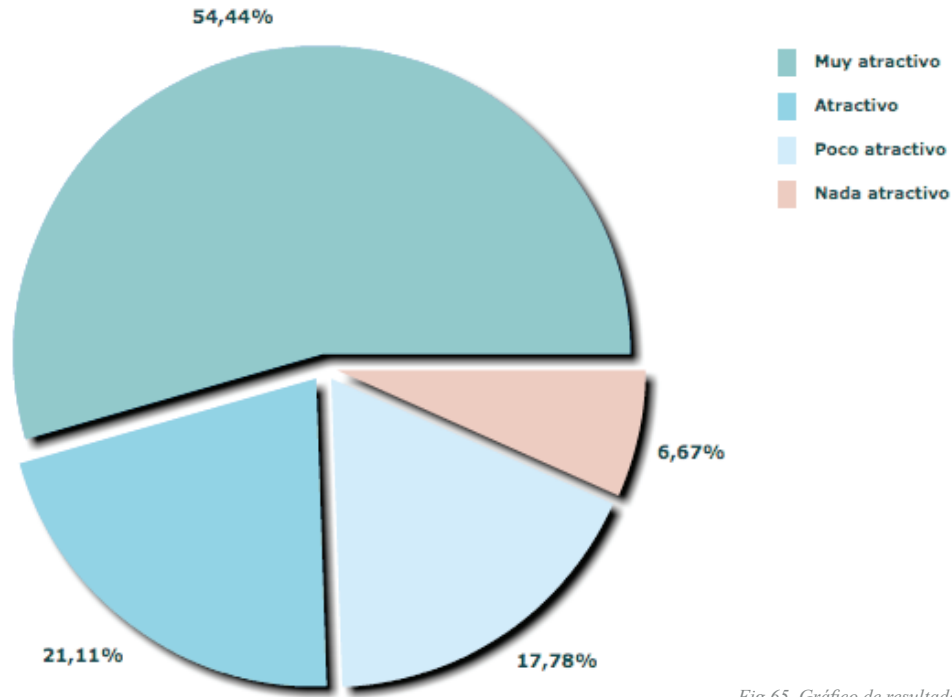


Fig.65. Gráfico de resultado n° 10 (Muestra 2). Fuente propia

#### Análisis técnico

El **75,56%** eligieron:

- Muy atractivo
- Atractivo

La opción menos elegida representa el **6,67%**:

- Nada atractivo





### ¿Adquiriría libros de cocina que contengan el olor de los ingredientes bases que componen cada preparación?

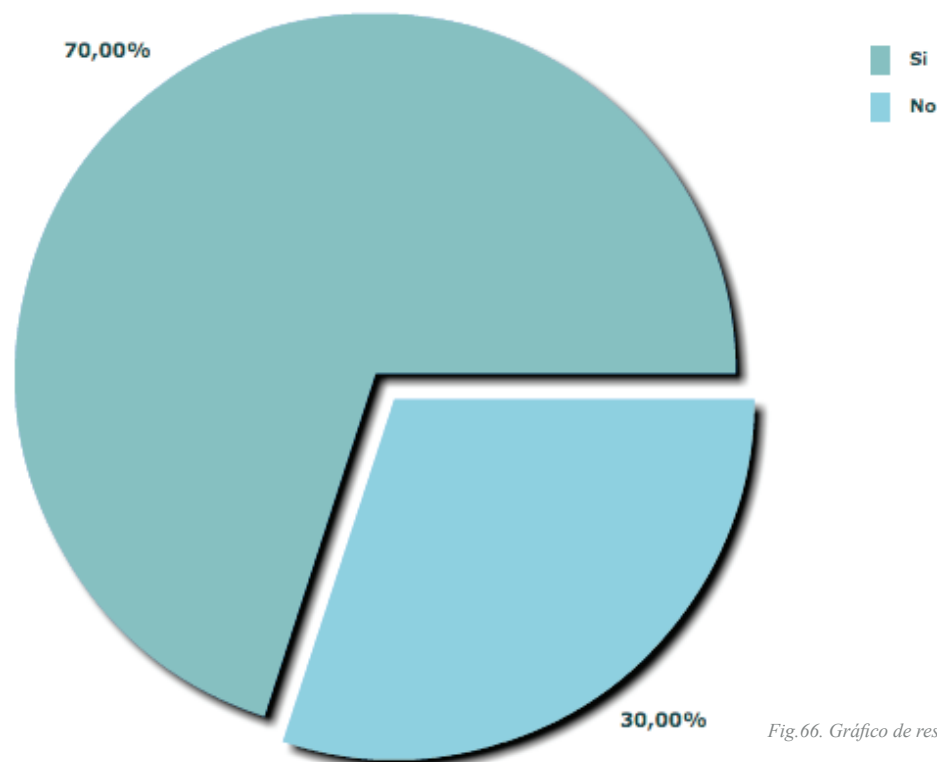


Fig.66. Gráfico de resultado n° 11 (Muestra 2). Fuente propia

#### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **Si**.

La opción menos elegida fue **No**.

Pregunta siguiente: justifique su respuesta (las respuestas entregadas, 90, están en el anexo del documento)



### Conoce actualmente algún libro de cocina que contenga olor de alimentos en su interior?

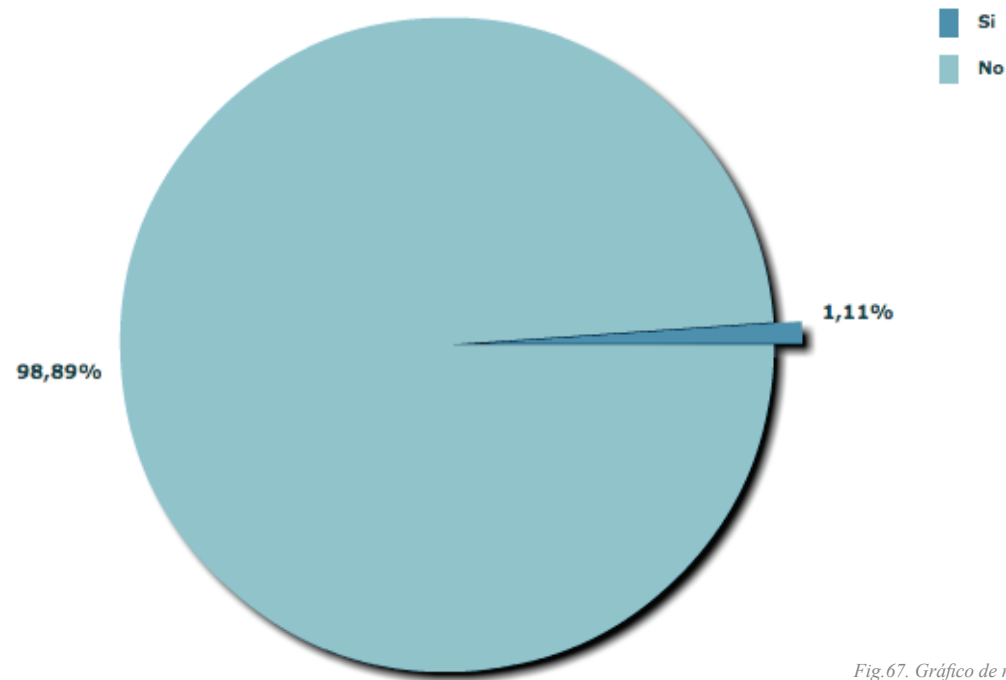


Fig.67. Gráfico de resultado n° 12 (Muestra 2). Fuente propia

#### Análisis técnico

La opción mas elegida fue **No**.

La opción menos elegida fue **Si**.

Pregunta siguiente: justifique la respuesta “Si”: “Libro de cocina en Rusia con hojas de vegetales dentro”.





### 2.3.3 Conclusiones instrumento 2

#### Encuesta profesionales del área cocina/gastronomía (muestra 1)

El sexo predominante de encuestado es masculino. Poco más del 50% de los profesionales que respondieron la encuesta corresponden a las carreras de Gastronomía internacional y técnico de nivel superior en Gastronomía Internacional. La frecuencia de uso que manejan de un libro de cocina es de una vez por semana en su mayoría mientras que la frecuencia de adquisición de ellos va de entre 1 mes y 3 semanas en la mayoría de los encuestados. Lo que mayormente buscan en un libro de cocina es innovación en las recetas y fotografías atractivas que evidencien el resultado del plato también detalle de los pasos a seguir para llevar a cabo la receta y que sea una compilación de recetas de una misma temática. La mayoría apoya que la receta deba ir acompañada por una imagen que la respalde como también la mayoría considera que influye en la preparación de una receta como una fotografía muestra que quedará. La mayoría de las personas afirman con un 73,58% que Sí influiría en la elección de una receta a preparar si pudiese sentir el olor de los ingredientes bases que la componen y en su aprobación un 88,68% señala que sería muy atractivo y atractivo respectivamente tener acceso a una publicación que contenga el olor de los alimentos que componen la preparación, accediendo a ellos. Un 1,89% (1 encuestado) sí conoce un libro que tuviese olor en sus páginas pero no por un método elaborado de aplicación del olor, en este caso el vendedor introducía manualmente una lámina delgada de ajo y cilantro en el libro de recetas (láminas dispuestas entre 2 páginas y sueltas).

Del total de preguntas realizadas podemos señalar que la mayoría de los profesionales afirman que un libro de recetas con olor es parecé interesante y que sí influiría en la decisión de preparar o no un plato de comida el sentir el olor de los ingredientes base, esto además porque si un ingrediente no es grato a su sentido del olfato lo pueden omitir y seguirá siendo la misma preparación (con una leve variación), de esta manera el usuario no se restringe a no probar el plato criollo sino a adaptarlo a él mismo pero teniendo el conocimiento de cual es la receta original.

#### Encuesta público general, comensales (muestra 2)

El sexo predominante es femenino. Las edades de los encuestado es entre 18-29 años y 40-40 años. Las ocupaciones mayoritarias son trabajador con enseñanza superior, dueña de casa y estudiante. Un 38,20% no utiliza libros de cocina mientras que el resto lo hace con distintas frecuencias (mayoritariamente una vez al mes). Un 63,33% no adquiere libros de cocina, un 26,67% lo hace cada 1 mes, 3 meses, 6 meses o 1 año y un 10% está dividido entre consultas a internet y en publicaciones que les son obsequiadas. La mayoría de los encuestados busca en un libro de cocina detalle de los pasos a seguir y compilación de recetas de una sola temática. La mayoría (90%) considera importante la imagen acompañante de la receta y un porcentaje similar afirma que influye en la elección de una receta la apariencia que la imagen muestra del plato. A un 65% de los encuestados sí les influiría en la elección del plato a preparar el sentir el olor de los ingredientes bases que componen una receta. A un 75,55 les parece atractivo o muy atractivo un libro de recetas con olor de sus ingredientes mientras que un 70% se interesa por adquirir esta nueva propuesta de libros de cocina. Sólo un encuestado conoce un libro de cocina con aromas (Rusia), no es un libro elaborado para eso pero en su interior traía hojas de vegetales sueltas.

Podemos señalar que hay una oportunidad en la muestra encuestada ya que si bien no adquieren libros de cocina sí les parece atractivos a la mayoría un libro de cocina con olores y sí les gustaría experimentar esa experiencia, por lo que la publicación olfativo visual sería una buena forma de captar la atención del 63,33% del público general que hoy por hoy no adquiere libros de cocina pero que en un 70% señala que adquirirían libros olfativo visuales, incentivándolos a aproximarse a temáticas culinarias a través del factor de experiencia diferenciadora y en el mejor de los casos enfrentarse a la temática criolla, impulsando la identidad de ésta.





### 2.4 Instrumento 3: Ficha de análisis y método de experimentación; prácticas de transferencias de aromas al papel

El fin de ésta metodología es experimentar directamente con las temáticas desarrolladas en el marco teórico: los aceites esenciales, el como realizar a partir de éstos “perfumes” naturales y como generar la transferencia de este aroma al papel impreso. En esta parte del proceso se persigue clarificar si la teoría se lleva concretamente a la práctica y para ello se realiza una ficha de análisis que sintetice y evidencie las etapas del proceso de producción de aromas y de transferencia de aromas al papel.

#### 2.4.1 Variables consideradas en la ficha de análisis

##### Temática

Hace referencia al orden de los distintos procesos experimentales involucrados para generar el proyecto.

##### Objetivo

Es el propósito directo que se persigue lograr al indagar en la temática

##### Procedimiento

Habla del accionar posterior luego de indagar lo adecuado en la temática, es como se llevará a cabo el objetivo

#### 2.4.2 Ficha de análisis y método de experimentación

Se realiza un proceso de experiencias derivadas de la praxis, donde se busca el como realizar la transferencia del aroma a un soporte de papel impreso.

Este instrumento consiste en una ficha de análisis y método de registros derivados de la experimentación que deriva del llevar a cabo el proceso de uso de esencias y la transferencia del aroma a soportes editoriales impresos.

#### 2.4.2.1 Resultados ficha de análisis y método de experimentación

TEMÁTICA	OBJETIVO	PROCEDIMIENTO
Aceites esenciales u esencias	Determinar el método de obtención de las esencias	Extracción por destilación a vapor (alambique). Distribuidor de insumos Azahar aromaterapia y Aymara Gálvez
Perfumes naturales	Determinar si es posible realizar fragancias naturales a partir de las esencias de condimentos y especias que son los ingredientes que le dan carácter al plato criollo.	Experimentación, elaboración de fragancia casera con esencias naturales adquiridas en el retail (menta, canela): alcohol, aceite esencial, agua destilada y aceite de recino, los elementos se mezclan y se conservan debidamente cerrados en un lugar fresco.
Transferencia de aromas al papel	Identificar la manera de contener el olor de una fragancia en un soporte editorial	Traspaso del “perfume” a mouillette (bandas de papel absorbente). En la cartulina u opalina de aroma neutro se absorbe el aroma aplicado y se expele al exterior, se puede imprimir sobre dicho papel.



Fig.68. Matriz ficha de análisis y método de experimentación. Fuente propia



### 2.4.3 Conclusiones instrumento 3

Para realizar el traspaso del olor de las hierbas y especias al medio editorial hay 3 procesos externos al diseño que hay que se buscaban resolver, se trabaja con las hierbas y especias puesto que son los aromas característicos que le dan carácter al plato criollo. Estos elementos ajenos a la disciplina pueden lograr integrarse al diseño y darle una nueva cualidad (y valor) al soporte editorial impreso.

Se localizan las temáticas a resolver para realizar el traspaso del olor:

**Obtención de aceites esenciales de los ingredientes principales que componen el plato criollo (hierbas y especias)**, para ello se investiga la manera de obtenerlos y la mejor manera de conseguirlos llegando a acuerdo con “Azahar aromaterapia” (Santiago) quienes elaboran una gran parte de aceites esenciales de origen vegetal (especias y hierbas). También hay algunos de los ingredientes que es necesario destacar en el libro que no se encuentran en Azahar aromaterapia y es acá donde interviene una especialista del tema (Aymara Gálvez), es ella quien elaborará por medio de pruebas los aceites esenciales faltantes.

**Perfumes naturales**, se indaga en la manera de prepararlos y se prepara una fragancia natural a partir de aceite esencial, alcohol, agua destilada y aceite de ricino. Se utilizan esencias existentes en el mercado a modo de ratificar si es posible generar la fragancia con la mezcla de componentes anteriormente nombrada. El resultado de la preparación es positivo y es necesario que el contenido resultante esté debidamente cerrado y se conserve en un lugar fresco.

**Transferencia de aromas al papel**, a través de distintos procesos investigados se realiza la experimentación: transferencia del perfume al mouillette, una tira de papel opalina sin aroma y capaz de contener los perfumes y expeler el aroma aplicado sobre él. La ventaja del papel cartulina u opalina es que es imprimible, permite agregar diseño al mouillette y personalizarlo para diferenciarlo de los miles ya existentes en el mercado que en su mayoría son blancos y con una pequeña marca de agua o logotipo.





#### 2.4.4 Conclusiones Estudio de campo

La aplicación de instrumentos nos permite obtener resultados de 3 parámetros distintos y primordiales para la investigación, para la formulación y para concretar el proyecto.

El instrumento uno consiste en fichas de análisis técnicos que nos permitieron obtener un imaginario del patrón utilizado en los libros de cocina, si bien no hay un patrón definido sí se pueden obtener algunas claves compositivas en cuanto a soportes editoriales culinarios se trata.

El instrumento 2 consiste en encuestas a 2 muestras distintas y permitió el conocer en profundidad el parecer tanto de profesionales del rubro gastronómico y las artes culinarias como también del público general, la información más relevante obtenida fue el conocer el rango etario de los interesados en el proyecto, en segundo lugar el conocer el grado de interés por un proyecto editorial gastronómico que además de imágenes tuviera aromas, también reconocer la importancia que es la imagen para el usuario que consulta estos documentos y finalmente obtener información por parte de los entrevistados y saber si reconocen algún proyecto editorial como el que se plantea, en este caso hay un porcentaje mínimo (1 respuesta) que hace mención a libros de cocina con aromas pero de manera muy artesanal, en Perú compró un libro de cocina el cual traía una capa de ajo entre entre 2 de sus páginas y sin previo trabajo formal. Este instrumento permitió reafirmar la innovación del proyecto que busca lanzar Editorial Condimenta y además obtener la información necesaria para definir las características del usuario del proyecto.

El instrumento 3 permitió dar una pauta y organización en cuanto a experimentación en ámbitos donde la teoría no es suficiente, se realizaron experimentaciones con esencias, con sus cantidades, con la manera de preparar perfumes, con las cantidades de los componentes, etc. Este instrumento era necesario para comprobar o bien descartar si existía la posibilidad de crear sustancias aromáticas con aromas a especias y condimentos, el resultado fue positivo.

El estudio de campo era necesario realizarlo en profundidad, ya que como es un proyecto ambicioso, nuevo y por lo mismo con poca documentación al respecto era necesaria la experimentación y el recoger el parecer de los usuarios potenciales frente a un proyecto nuevo como este.





SABORES Y AROMAS  
*de* CHILE





### 3 PLANTEAMIENTO PROYECTO

#### 3.1 Nombre Proyecto

Revalorización de la comida criolla a través del traspaso del aroma de las especias y condimentos principales del plato criollo a soportes editoriales culinarios impresos.

#### 3.2 Problema u Oportunidad de Diseño

Los alimentos y las preparaciones que se originan a partir de los alimentos además de ser nutricionalmente apropiados deben deducirse sabrosos, exquisitos y seductores desde el punto de vista sensorial. Para lograr esto deben lucir visualmente apetitosos y poseer un olor característico que invite poderosamente a probarlos. Al momento de revisar un libro de cocina muchas veces las imágenes que nos grafican el plato parecen muy seductoras y nos imaginamos que el sabor y el olor resultante del conjunto de alimentos y condimentos que conforman la preparación son sin duda un deleite, pero al momento de adquirir los ingredientes y enfrentarnos a ellos no siempre nos resultan olfativamente agradables logrando que en muchos casos se desista de probarlos e incluso de su preparación. Ahora bien, dicho de manera sencilla, al parecer hoy en día no existe un libro de cocina que nos demuestre sensorialmente el olor que posee un ingrediente determinado o determinante del plato a preparar y que nos permita tomar la decisión de realizar dicha preparación, son en este caso los condimentos y especias los elementos primordiales al momento de generar un plato, le dan carácter y cambian incluso el olor y sabor natural de un ingrediente, son determinantes en la preparación. Este proyecto plantea el desafío de generar una experiencia sensorial olfativa independiente a la preparación del plato mismo, a través de un soporte editorial para la gastronomía o la cocina, particularmente criolla, por medio del traspaso de las partículas olorosas más importantes de las especias y condimentos que le dan carácter a el plato.

#### 3.3 Idea de Proyecto

Dentro del universo del diseño vemos una hegemonía del tipo de publicaciones existentes, en términos de que la mayoría responde a una estructura tradicional y probada; y este proyecto pretende ser una inflexión en lo que a ello respecta; un precedente en la interacción que alrededor de una publicación o un elemento editorial impreso y vinculado al mundo gastronómico suceda; por tanto una innovación en la figura del mundo editorial gastronómico tradicional, ya establecido. Dada la investigación previa, al parecer no existen o existen escasas publicaciones gastronómicas que estimulen el olfato del usuario. Por tanto se pretende que la publicación, a través del empleo del olor de las especias y condimentos de una receta de comida criolla, sea un factor que estimule la apreciación respecto de la preparación como del consumo de un plato. Se proyecta desarrollar en primera instancia un libro, como objeto editorial, de cocina criolla, que verá registradas tanto las imágenes correspondientes a los platos más relevantes del país, parte de su historia, su preparación, los ingredientes involucrados en éstas, y el cómo huelen las principales especias y condimentos utilizados.





### 3.4 Objetivo principal Proyecto

Revalorizar la comida criolla a través de soportes editoriales impresos que interactuen sensorialmente con el usuario incorporando el sentido del olfato.

### 3.5 Objetivos Específicos

- Construir un proceso de percepción para el usuario culinario, que incorpore en un soporte editorial el sentido del olfato.
- Generar la atención e interés sobre la temática a través de la dinámica generada por el libro.

### 3.6 Expectativas del proyecto

Realizar una publicación exitosa, que cumpla firedignamente con la idea de proyecto para posteriormente enlazar el proyecto principalmente con organismos de turismo estatales y privados pero sin dejar de lado la industria editorial nacional, para así revalorizar, perpetuar y potenciar las preparaciones criollas a nivel nacional y global por medio de la interacción sensorial entre el usuario y la nueva modalidad de soporte editorial culinario. También se pretende utilizar la idea de soporte editorial culinario que transmite los principales aromas de las preparaciones no solamente a la temática de comida criolla chilena sino que vincularla a temáticas culinarias dadas por zona geográfica, por región, o bien por étnia y países.

### 3.7 Propuesta conceptual

Este proyecto aborda la idea conceptual de la experiencia sensorial olfativa vinculada al mundo editorial culinario criollo, generando independiente a la preparación del plato mismo un acercamiento olfativo al plato criollo a través de los aromas que diferencian y dan carácter a estos: las especias y los condimentos.



### 3.8 Conceptualización

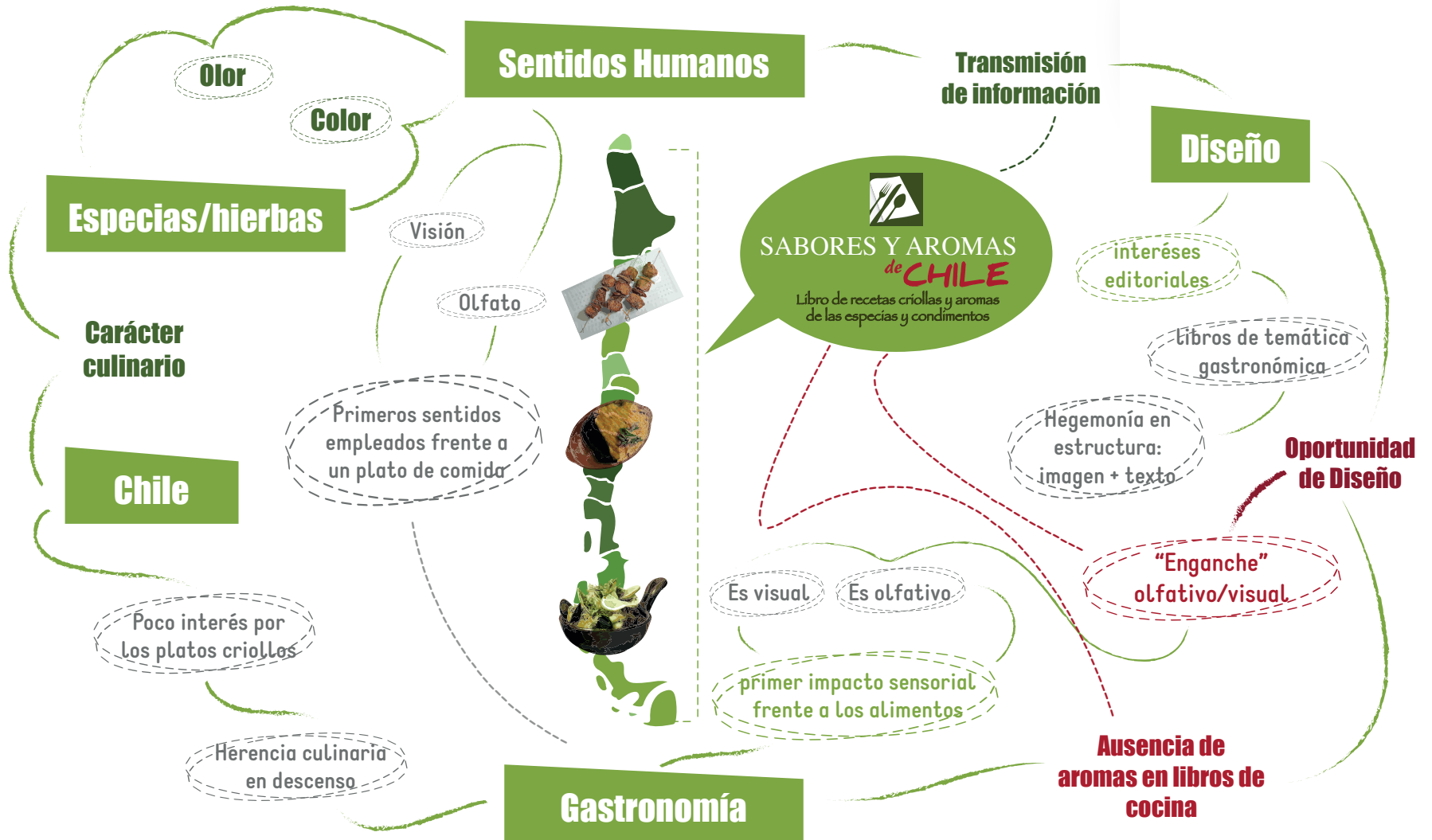


Fig.69. Esquema gráfico de la conceptualización. Fuente propia





### 3.9 Propuesta formal

El producto consta de un libro impreso que contiene 10 recetas típicas criollas, algunas muy conocidas y otras de poco conocimiento popular. Las recetas fueron redactadas por **Bárbara Rebolledo Quezada, chef instructor y docente de C.F.T. Santo Tomás Viña del Mar** y secretaria agrupación gastronómica Quinta esencia.

El código visual del libro corresponde a la tendencia analizada en el estudio de campo donde las imágenes reventadas y su protagonismo es una estructura común, también la historia del plato es una tendencia en los libros de cocina contemporáneos, se incorpora también ese aspecto que permite perpetuar la herencia culinaria criolla por medio de la transmisión de información, la comunicación editorial.

#### Los 10 platos criollos seleccionados por la Chef colaboradora son:

- Lentejas a la Criolla
- Anticuchos de cerdo
- Paila marina
- Pastel de papas
- Mariscal porteño
- Ajiaco
- Plateada criolla
- Caldillo de congrio
- Mariscos al alicate
- Cancato

Por cada receta se rescatan 3 condimentos y/o especias características y esenciales del plato y un ingrediente base, en concreto la idea es que al tener el aroma de los 4 ingredientes se pueda lograr un acercamiento a la cultura gastronómica chilena, a la esencia del plato criollo, por intermedio de las especias y condimentos que son las que dan carácter a los platos nacionales.

Romero, orégano, merkén, pimentón rojo, comino, ajo, Morrón verde, tomillo, ají color, perejil, cebolla, hinojo, zanahoria, pimienta, laurel, albahaca, pimienta blanca son los condimentos, especias e ingredientes bases participantes en las 10 recetas del libro.



Fig.70. Bárbara Rebolledo, Docente carrera Cocina Internacional Universidad Andrés bello, Sede Limonera, Viña del Mar, Chile.





Además de las recetas, el libro impreso contiene una introducción a la Gastronomía criolla, información complementaria de la relevancia de las especias y condimentos en la comida criolla (información proporcionada por Bárbara Rebolledo), una página explicativa del funcionamiento y dinámica del libro y 2 páginas finales en el libro que contienen los difusores de aromas (mouillette impreso y personalizado). Estos mouillette son los que contendrán el “perfume”, éste es realizado a partir de los aceites esenciales obtenidos de las especias y condimentos. Los mouillette recibirán el perfume de cada especia y condimento y lo contendrá por horas para generar así la experiencia en el usuario.

El libro presenta una extensión u prolongación formal en donde surge espontáneamente un contenedor, este contenedor mantiene junto al libro los aplicadores de aromas necesarios para generar la experiencia sensorial olfativa en el libro de recetas. Se toma el mouillette impreso dispuesto en las últimas páginas, se fija a la zona indicada dentro del libro y se aplica el perfume desde el aplicador hacia el difusor.

Éste libro está bajo el alero de la Editorial Condimenta, empresa que se dedica a la producción de libros de corte culinario. Es una editorial que investiga las temáticas culinarias vinculadas a cada plato con ayuda de profesionales del rubro gastronómico, recopila dichos antecedentes, aparece también la observación que es previa al proceso creativo y finalmente tras la parte creativa todo se materializa en el objeto edición impresa culinaria, “Sabores y Aromas de Chile”.

Condimenta, se define como un sello editorial que pretende generar la experiencia sensorial olfativa vinculada al mundo editorial culinario criollo y también global/internacional.





SABORES Y AROMAS  
*de* CHILE





## 4. Públicos

### 4.1 Usuario receptor

Dado el estudio de campo el usuario del producto, son adultos jóvenes y adultos entre los 18 y 69 años, con gusto por la cocina, estudiantes, profesionales gastronómicos, dueñas de casa y/o turistas de nivel socioeconómico medio. Se escoge esta edad ya que el libro es una experiencia visual y olfativa con una dinámica específica que es necesaria entender y disfrutar en completa conciencia, una manera de redescubrir la experiencia culinaria en el caso de quienes conocen ya parte de la comida criolla nacional y en el caso de los turistas una manera de conocer y además portar parte de la identidad de un país, en este caso por intermedio de los aromas típicos de los platos nacionales. A los 18 años los conocimientos del entorno, de la identidad nacional y de la comida en general es un conocimiento que porta cada ser, además de ya poseer una postura personal frente a aquello, por ello se logra ya un entendimiento más elaborado y se puede disfrutar de la experiencia que ofrece el producto de una mejor manera. Hay un grado alto de interés por parte de estos usuarios por vivir la experiencia olfatovisual que ofrece el nuevo proyecto editorial gastronómico, igualmente de un grado alto por adquirirlo.

También los usuarios dentro de este rango etario ya logran realizar la asociación de texto, imagen y rotulación de aplicadores y difusores de una manera óptima no así como ocurriría con un usuario infantil o joven.

**Los turistas son un usuario potencial, el libro es una manera de llevar los aromas de Chile a otros espectros culturales, un souvenir muy propio de nuestro país, perdurable y diferenciador de los típicos souvenir carentes de identidad.**



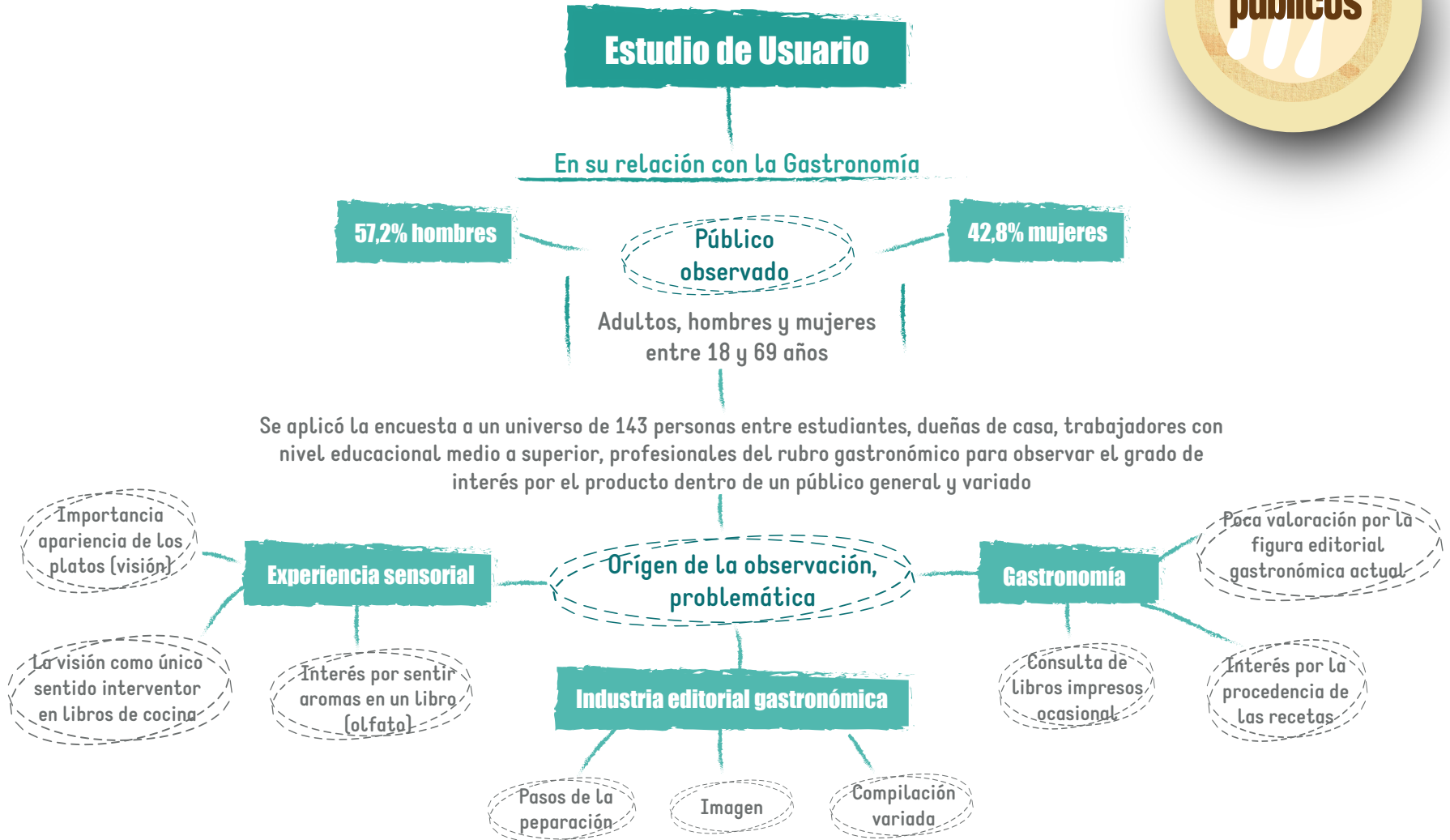


Fig.71. Esquema gráfico de estudio de usuario. Fuente propia





#### 4.2 Cliente

Este proyecto está orientado hacia un sector que guste de la gastronomía, la cocina, la comida, los aromas vinculados a la comida. Orientado hacia un grupo heterario entre 18 y 69 años, para un tipo de público general, dueñas de casa como también profesionales o viajeros, socioeconómicamente clasificados con un buen nivel de vida y bagaje cultural importante equivalentes a los segmentos ABC1, C2 y C3 que tienen el poder adquisitivo sobre el producto como también reconocen en el producto una experiencia diferenciadora que les interesa experimentar. En el caso de los turistas tenemos además el factor “souvenir” o recuerdo de un momento u experiencia vivida, en este caso el libro de sabores y aromas de Chile pasa a ser una especie de souvenir único y capaz de transmitir la herencia culinaria del país incluso estando ya lejos de nuestras tierras.

Es un producto de acceso para un público medio pero capaz de despertar el interés en un sector económico medio/bajo que también se interesa por esta experiencia olfativovisual.

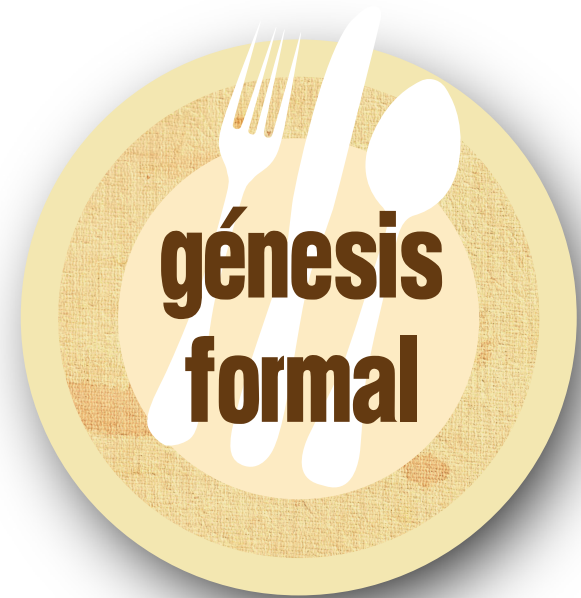
Dada la información que posee cada receta no sólo de preparación sino a nivel histórico y originario es que también el libro es capaz de cubrir los requerimientos establecidos para ser un producto que impulse el turismo, es por esto que se consideran como clientes organismos estatales como Sernatur (Servicio Nacional de turismo) y el CNCA (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes) y todas sus sucursales y vínculos a nivel nacional, Inversionistas públicos, Inversionistas privados del rubro turístico (agencias de turismo, restaurantes criollos, negocios ubicados en aeropuertos para aprovechar el vaivén de turistas que buscan llevar algo del país visitado o bien del país de trasbordo), inversionistas privados del rubro editorial (librerías).

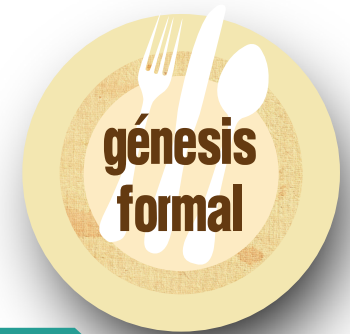
Se persigue dar una revalorización a la comida criolla a nivel nacional e internacional y percibir ingresos en ventas del producto.





SABORES Y AROMAS  
*de* CHILE

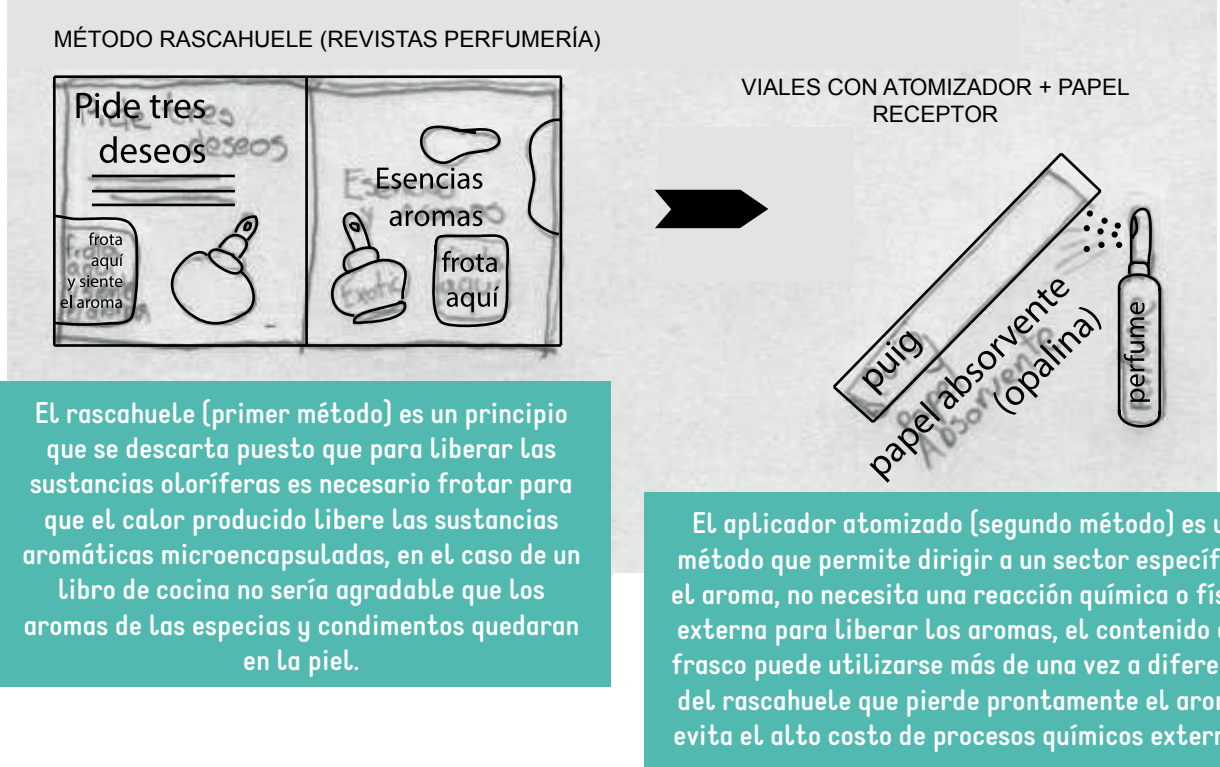




## 5. Génesis formal

### 5.1 Indagación en métodos de transferencia de aromas

Indagación en medios editoriales impresos que contuviesen aromas (principalmente perfumería), observación de métodos de transferencia de aromas a papeles. Se observan dos métodos.

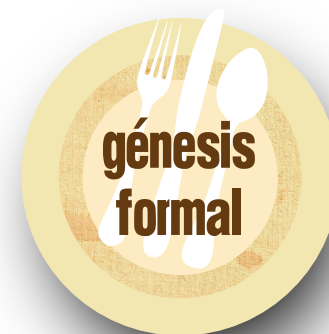


El rascahuele (primer método) es un principio que se descarta puesto que para liberar las sustancias oloríferas es necesario frotar para que el calor producido libere las sustancias aromáticas microencapsuladas, en el caso de un libro de cocina no sería agradable que los aromas de las especias y condimentos quedaran en la piel.

El aplicador atomizado (segundo método) es un método que permite dirigir a un sector específico el aroma, no necesita una reacción química o física externa para liberar los aromas, el contenido del frasco puede utilizarse más de una vez a diferencia del rascahuele que pierde prontamente el aroma, evita el alto costo de procesos químicos externos.

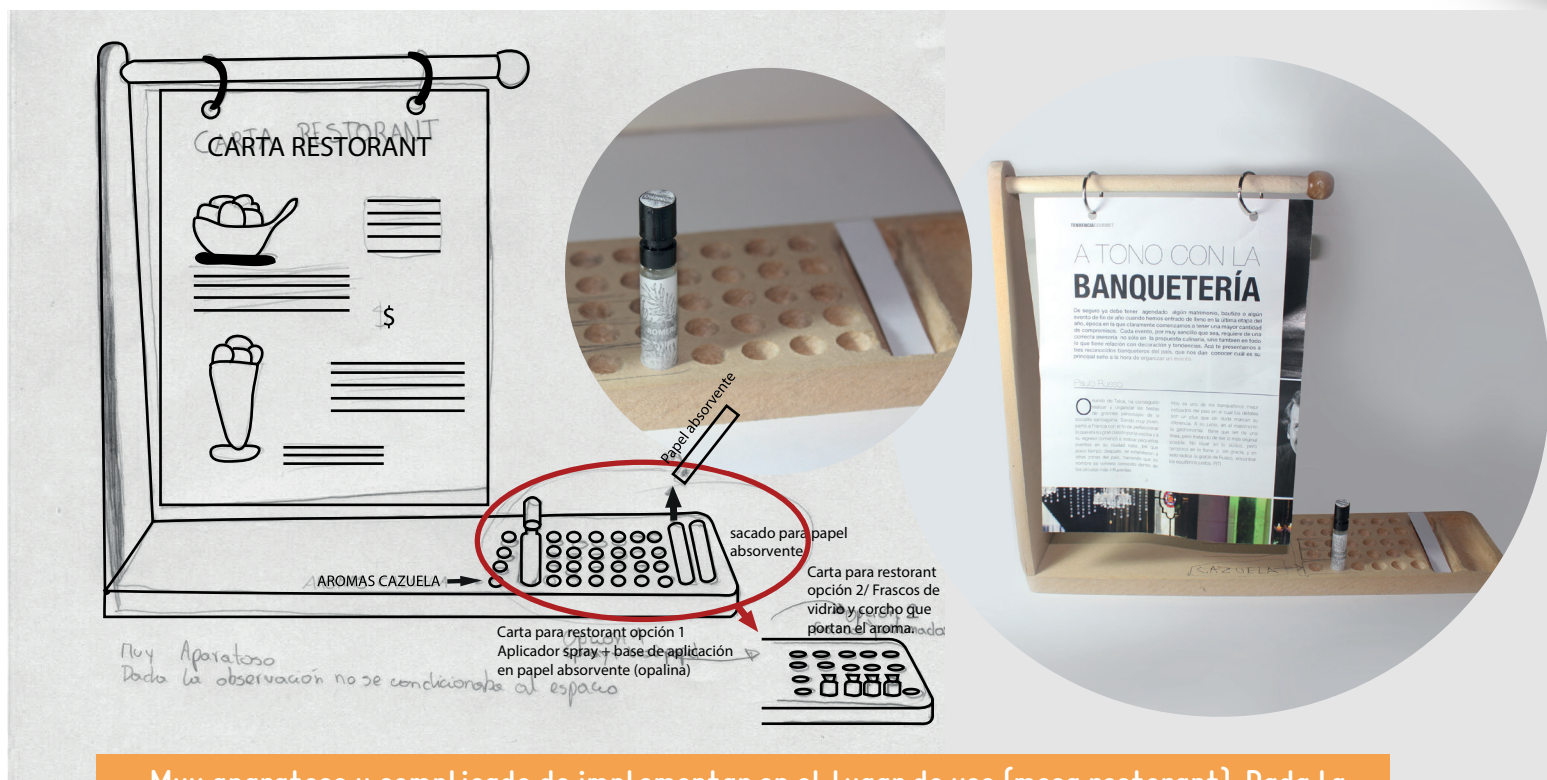
Fig.72. Esbozos hacia la forma, croquis (1). Fuente propia





### 5.2 Esbozos formales, porta carta con esencias aromáticas

Se diseña un objeto destinado a la instancia previa a la elección de un plato. El objeto porta la carta de restaurantes diseñada para orientar a cada cliente y así pueda sentir el aroma de los principales componentes del plato. El objeto además porta los frascos con aromas.

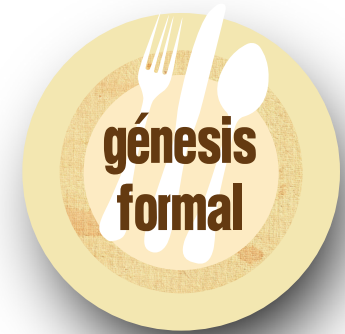


2

Muy aparatoso y complicado de implementar en el lugar de uso (mesa restaurant). Dada la observación no se condiciona al espacio puesto que la mesa de restaurant tiene muchos elementos y la carta debe quitar el menor espacio posible, además de ser transitoria a diferencia de este objeto que se presenta menos móvil.

Fig.73. Esbozos hacia la forma, croquis (2). Fuente propia





### 5.3 Esbozos formales, libro con esencias aromáticas, primer acercamiento formal al resultado final

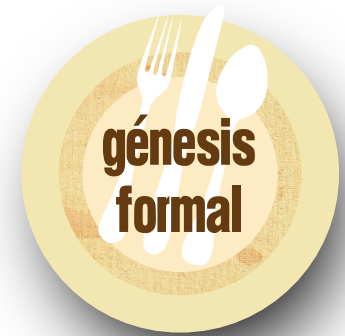
4



Fig.74. Esbozos hacia la forma, croquis (3 y 4). Fuente propia

3





5.4 Esbozos formales, libro con esencias aromáticas, segundo acercamiento formal al resultado final (penúltima propuesta formal)



5

Fig.75. Esbozos hacia la forma, croquis (5). Fuente propia





SABORES Y AROMAS  
*de* CHILE





## 6. Desarrollo formal

Del estudio de campo realizado tanto de las encuestas como de las fichas técnicas de observación, se desprenden aspectos generales a considerar al momento de elaborar el proyecto, como lo es la tendencia de disponer de una imagen en gran parte de la caja compositiva del cuadernillo o plana, los zoom y plano general a los platos, el incapié y la relevancia que le dan los entrevistados a las imágenes y a la historia del plato al momento de enfrentarse a una publicación editorial gastronómica y el interés por que haya un proyecto editorial donde puedan sentir el aroma de algunos de los ingredientes que componen cada plato del libro.

Dentro de este aspecto se realizó una sesión fotográfica en la Universidad Santo Tomás (Limonares, Viña del Mar) donde la docente Bárbara Rebolledo realizó las preparaciones incluidas en el libro, éstas fueron 10 y son, a clasificación de la profesional, 10 recetas típicas y con historias particulares de su origen.

También se considera y estudia el uso de aromas, para ello se realizan experimentaciones del uso de las esencias para crear perfumes y la obtención de ellas, mediante un alambique, se encarga a profesionales de la materia (Santiago, Chile).



Fig.76. Se realizaron sesiones fotográficas a los 10 platos incluidos en el libro en 3 días distintos. Fuente propia.





### 6.1 Aspectos técnicos y compositivos

Las fotografías aplicadas en el proyecto (de autoría propia), fueron premeditadas, enfocadas y estructuradas en base a la tendencia observada en las fichas de análisis técnico, la tendencia del primer plano del plato, donde se resaltan los detalles de los ingredientes que lo componen, y también de los planos generales sin fondo, donde sólo destaque el plato en cuestión. También se considera el uso de “la historia” del plato en donde hay una investigación bibliográfica como también una colaboración de la Chef. Por otro lado, se decide utilizar 4 ingredientes principales por cada plato para evocar en alguna medida los principios aromáticos básicos del plato en cuestión, se opta por utilizar 3 especias o condimentos y un ingrediente base, esto para generar las suficientes sustancias aromáticas que introduzcan al usuario a la experiencia sensorial olfativa como es enfrentarse a un plato de comida y así cumplir a su vez con los objetivos del proyecto.

Se recogen los siguientes parámetros:

#### 6.1.1 Fotografía y edición

Se observa en las fichas técnicas la tendencia por utilizar fotografías en primeros platos y planos generales sin fondo, se utiliza este recurso para componer y diseñar la publicación editorial. Se observa también una tendencia de direccionar la atención sobre el plato a preparar por medio de fotografías sin fondo propio para así evitar distractores.

En cuanto a la fotografía misma es necesario en los casos de plano general recortar la silueta de esta a modo de resaltar el plato siempre, la imagen es un elemento primordial que el usuario privilegia en las publicaciones del rango.

Las fotografías realizadas en cámara Canon T2I en formato de 18 Megapíxeles, 5184x3456 píxeles, fueron editadas en brillo, contraste, sombras e intensidad de colores para tener la fotografía más cercana a tener el plato mismo en frente.



Fig.77. (arriba) Plano general de fotografía, La olla deleitosa. (abajo) Primer plano de fotografía, Cocina latinoamericana. Fuente propia.





Fig. 78. (Arriba) Fotografía original sin editar. (Abajo) fotografía con retoque digital. Fuente propia



Fig. 79. (arriba) Recorte de imagen en Photoshop. (abajo) Aplicación de imagen recortada en Illustrator. Fuente propia.





### 6.1.2 Redacción y contenidos

Los textos de ingredientes, recetas y la selección de las 3 especias y condimento principales de cada plato fueron obtenidas de Bárbara Rebolledo, Chef instructora de la Carrera de cocina Internacional de la universidad Andrés Bello campus Limonares.

También en la historia de cada plato tuvo participación su información teórica dada por los estudios, otra parte de esa información fue obtenida de bibliografía anexa referente a la Gastronomía criolla.

Los 10 platos escogidos por Bárbara formar parte de este libro, por ser interesantes, por su importancia gastronómica, **por sus cualidades aromáticas a partir de condimentos y especias** y por su historia son:

1. Lentejas a la Criolla
2. Anticuchos de cerdo
3. Paila marina
4. Pastel de papas
5. Mariscal porteño
6. Ajiaco
7. Plateada criolla
8. Caldillo de congrio
9. Mariscos al alicate
10. Cancato

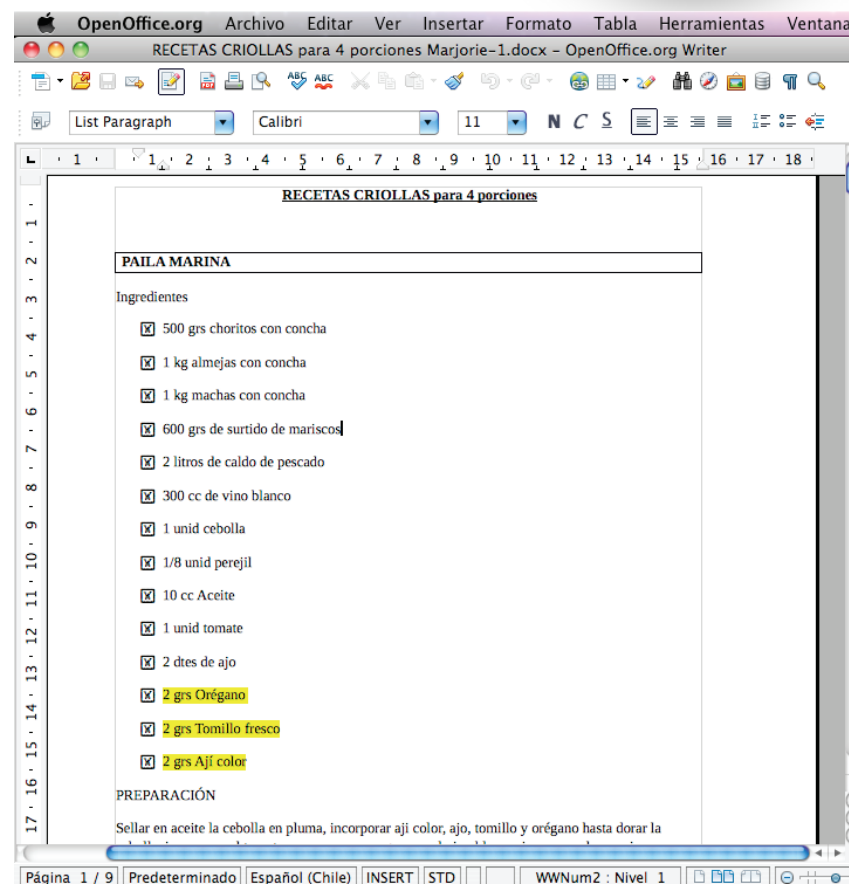


Fig.80. Redacción y revisión de contenido editorial, OpenOffice documento de texto. Fuente propia.





## 6.2 Consideraciones técnicas de Diseño

### 6.2.1 Libro

El uso de la tipografía es producto de la observación realizada en las fichas técnicas de libros de gastronomía de origen nacional e internacional, en éstos se cuida la legibilidad en el público al que va dirigido, en este caso adultos.

En el Título de receta se utiliza tipografía Geared Slab regular cuerpo 72 y Gatsby regular cuerpo 50. En los Ingredientes se utiliza tipografía Myriad pro bold para destacar el texto “Ingredientes” y para los ingredientes se utiliza tipografía Myriad pro regular 14. Para las Principales especias y condimentos se utiliza para el condimento u especia tipografía Geared Slab bold cuerpo 16 y tipografía Myriad pro regular de cuerpo 11 para la descripción de éstos, mientras que para la Historia del plato se utiliza Myriad pro regular de cuerpo 11,5.

Estas especificaciones tipográficas se repiten en cada página de receta y en la página para aromatizar.

Fig.81. Título de receta, Ingredientes, preparación. Uso de tipografías. Fuente propia.

**PARA 4 PORCIONES**  
**SABORES Y AROMAS**  
**CRIBILLOS**

# Anticuchos

## DE CERDO

### Ingredientes

- 600 grs de pulpa de cerdo
- 2 unid cebollas moradas
- 2 unid morrón verde
- 2 unid morrón rojo
- 500 cc de vino tinto
- 100 cc de vinagre de vino tinto
- 20 grs de ají en pasta
- 2 grs de comino en polvo
- 2 grs de ajo en polvo
- 2 grs de orégano
- 1 pqte palos de brocheta

### Preparación

Cortar el cerdo en cubos grandes, dejar marinar en una fuente con el vinagre, vino tinto, ajo en polvo, ají en pasta, comino, orégano, reservar. Cortar en cubos grandes también los pimentones y la cebolla, y armar las brochetas intercalando las verduras y la carne, sellar en la plancha o cocinar a la parrilla, por 15 a 20 minutos.





## Principales Especias y Condimentos

### Comino

Muy aromático, un poco amargo y picante. Un condimento muy empleado en asados o guisos de carne, legumbres y hortalizas, su fuerte sabor exige que se emplee con moderación, pudiendo también combinarse con otras especias.

### Ajo

Podemos encontrar ajo en polvo, en bulbos enteros, en dientes e incluso como pasta. Es muy empleado para combinar salsas, así como para acompañar carnes, pescados o verduras, que adquieren la denominación de 'al ajillo'.

### Orégano

Es una hierba aromática que realza el sabor de todo tipo de carnes. Se puede agregar fresco o seco a las pastas, pizzas, macarrones, etc. y combina perfectamente con ensaladas de tomates, es perfecto para marinar pescados y aves.

## Ingrediente Base

### Morrón verde

Vegetal proveniente de América. Su aroma y versatilidad permite usarlo en ensaladas, guisos, gazpachos o arroces, guarniciones de carnes y pescados; el morrón aporta un sabor único.

### Desde el extremo Norte

En el extremo Norte del país y a partir de 1879 las provincias nortinas aportaron preparaciones como los anticuchos, estos tienen sus origen en la época de la Colonia traídos desde el Virreynato del Perú. Es un plato criollo que tiene como base carne de distintas variedades ensartadas en fierritos que se cocinan a la parrilla, las carnes utilizadas son la de cerdo, la de vacuno o ambas a la vez. Está considerado como uno de los más populares y típicos en la cocina chilena teniendo su periodo de mayor consumo en Septiembre, durante la celebración de las Fiestas Patrias, en las tradicionales fondas y en asados.



Fig.82. Título "principales especias y condimentos", descripciones e Historia de los platos. Uso de tipografías. Fuente propia.





### 6.2.2 Difusores

Son elementos que permiten absorber las partículas oloríferas y además expeler su aroma de manera contenida y gradual.

El tamaño total es una circunferencia de radio 1,73 cms. En cada difusor está el nombre de la especia o condimento acompañado de la palabra “atomizar” en tipografía Myriad pro bold de cuerpo 10. De ésta manera el difusor se vería tal como lo muestra la foto y variando (tipográficamente) solamente en el nombre del condimento u especia. Tiene además un contorno con la imagen de la especia a la que se asigna el difusor.



Fig.83. Difusor aromático del Romero. Uso de tipografías. Fuente propia.

### 6.2.3 Etiquetas aplicadores

Las etiquetas permiten, al rotular cada aplicador, diferenciar el aroma correspondiente a cada especia u condimento, funcionan en conjunto con los difusores en cuando a gráfica, utilizando para la etiqueta del aplicador la imagen de la especia u condimento en cuestión y que corresponde a la misma imagen que el difusor correspondiente al condimento/especia tiene en el contorno de su forma. El diseño de la tapa del aplicador destaca el color de la especia/condimento más un texto alusivo a la especia/condimento.

El tamaño total de la etiqueta es de 43 mm x 38 mm y el texto que corresponde a la esencia de la especia o condimento que contiene el aplicador es tipografía myriad pro bold cuerpo 18. También el logotipo del proyecto (Sabores y Aromas de Chile) se encuentra en la parte trasera de la etiqueta.

El tamaño de la circunferencia que forma el diseño de la tapa del aplicador tiene un radio de 9,72 mm y la tipografía utilizada es Myriad pro bold de cuerpo 9,73.



Fig.84. (Izquierda) etiqueta de aplicador romero. (derecha) etiqueta tapa de aplicador. Uso de tipografías. Fuente propia.





### 6.3 Aspectos productivos

#### 6.3.1 Libro

El libro, según el usuario y teniendo la consideración que se le aplicará el “perfume” de especias y condimentos que es líquido debe ser un material resistente y apto para su uso y durabilidad.

Tiene una tapa dura y con una portada de 20 cms de ancho y 24 cms de alto impresa en papel mate. La encuadernación está pegada y reforzada con costura y sus hojas internas son de 19,5 cms x 23 cms, el papel es couché brillante de 130 grs.

En el caso de la página a aromatizar la hoja es de couché brillante de 130 grs con una reserva de acabado semibrillo en la zona rectangular, del lado izquierdo, destinada a la aplicación de los aromas, esto para evitar que las sustancias aromáticas aplicadas, en formato líquido, perjudiquen la impresión en caso de dispersión de líquido fuera del difusor, así se cuida la impresión y la limpieza del área luego del uso es mucho más fácil. Otra funcionalidad del acabado semibrillo es la de permitir el pegado del difusor que tiene un adhesivo “dry & clean”, de ésta manera el pegamento no afecta la impresión.

En el caso de la página de difusores, ésta posee un acabado semibrillo en la totalidad de la hoja, esto para evitar que al disponer los difusores, que tienen adhesivo dry & clean, dañen la impresión.

La impresión es láser.

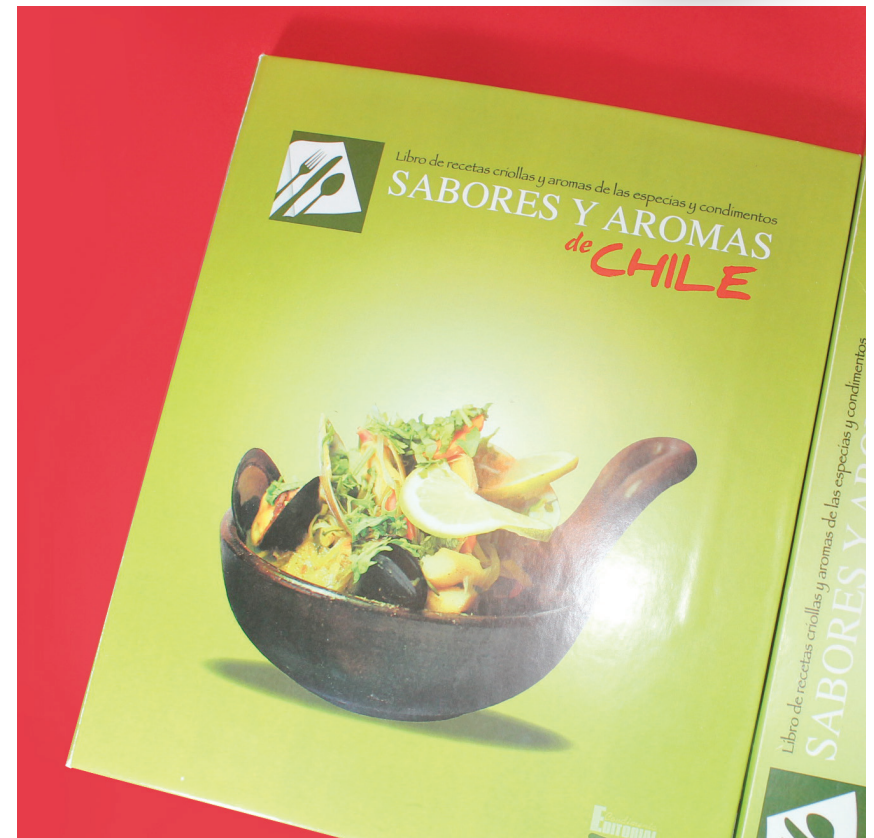


Fig.85. Portada tapa dura, impresión láser en papel mate. Aspectos productivos. Fuente propia.





Fig.86. Interior, impresión en papel couché brillante de 130 grs. Aspectos productivos. Fuente propia.



Fig.87. Página a aromatizar, reserva con acabado semibrillo. Aspectos productivos. Fuente propia.





Fig.88. Página de difusores trasera, con acabado semibrillo total. Aspectos productivos. Fuente propia.

### 6.3.2 Difusores

El soporte de impresión de los difusores es opalina lisa de 180 grs, impresión láser (el líquido no afecta la impresión si esta es láser). El difusor tiene un adhesivo “dry & clean” en su reverso, para fijarlos uno a otros y a su vez fijarlos en la página de difusores, también para permitir su fácil despegue para luego colocarlo/reubicarlo en la página a aromatizar y así fijarlo automáticamente, evitando que se caiga.



Fig.89. Difusor impreso en opalina dispuesto sobre la superficie de acabado semibrillo, difusor con adhesivo “dry & clean”. Aspectos productivos. Fuente propia.





### 6.3.3 Caja contenedora

La caja que contiene los aplicadores se encuentra unificada al libro y es una extensión de la tapa dura de la contraportada, tiene movimiento lo que permite mantenerla de manera extendida para el retiro de los aplicadores y de manera plegada para una lectura más cómoda, además de generar una postura ergonómica de la mano sobre la caja permitiendo un mejor "agarre" del libro, dicho anteriormente, para una mejor lectura o bien para sujetar/acercar el libro al momento de vivir la experiencia olfativa (luego de haber rociado cada difusor).

Al ser una extensión de la tapa dura de la portada y contraportada, está hecha de igual manera que la tapa dura (en su base) y en las demás paredes de la caja, y solapa, se presenta rígida pero con un gramaje inferior al de la base, siempre impresa en papel mate y con acabado semibrillo.



Fig.90. Caja contenedora de aplicadores. Aspectos productivos. Fuente propia.



Fig.91. Caja contenedora de aplicadores, extensión de la portada y contraportada. Aspectos productivos.



Revalorización de la comida criolla a través de la transparencia del aroma de las especias y condimentos principales del plato criollo a soportes editoriales culinarios impresos



Fig.92. Caja contenedora con movimiento, revisión de movimientos en secuencia. Aspectos productivos. Fuente propia.





Fig.93. Caja contenedora plegada, permite una mayor sujeción de la mano al libro, facilita su manipulación en la lectura. Aspectos productivos. Fuente propia.



Fig.94. Aplicación de esencia aromática a un difusor. Fuente propia.

Fig.95. Viviendo la experiencia olfativa. Fuente propia.





### 6.3.4 Aplicadores

Los aplicadores son de plástico transparente con dispensador spray, tienen una altura de 6,57 cms y diámetro 1,24 cms, capaz de contener como capacidad total 2,92 ml de líquido y su peso es de 3,4 grs (vacío).



Fig.96. Aplicadores transparentes rotulados y sus respectivos difusores. Aspectos productivos. Fuente propia.

## 6.4 Recetas

### 6.4.1 Lentejas Criollas

#### Ingredientes

400 grs de lentejas  
100 grs de arroz  
1 unid cebolla  
2 dtes de ajo  
2 huesos de despunte de costillar ahumado  
1 unid pimentón rojo  
ó unid zapallo italiano  
1,5 litros de caldo de huesos de vacuno  
2 grs romero  
2 grs de orégano  
2 grs de merkén

#### Preparación

Previamente remojar las lentejas en agua fría, reservar. Preparar un caldo de huesos de vacuno a partir de huesos, apio, tomate, cebolla, zanahoria todo en cortes irregulares y dejar reducir por al menos 1 hora, reservar. En una olla sellar la cebolla, pimentón y el ajo en brunoise, incorporar especias, luego dorar los huesos de despunte de costillar ahumado, apagar todo con el caldo de huesos, al dar hervor colocar las lentejas previamente remojadas, luego de 20 minutos de cocción incorporar el arroz, dejar cocinar por 10 minutos más, apagar. Antes de servir retirar del caldo y desmenuzar el costillar ahumado, luego incorporar la carne desmenuzada a la preparación y quitar los huesos.





### 6.4.2 Anticuchos de Cerdo

#### Ingredientes

600 grs de pulpa de cerdo  
2 unid cebollas moradas  
2 unid morrón verde  
2 unid morrón rojo  
500 cc de vino tinto  
100 cc de vinagre de vino tinto  
20 grs de ají en pasta  
2 grs de comino en polvo  
2 grs de ajo en polvo  
2 grs de orégano  
1 pqte palos de brocheta

#### Preparación

Cortar el cerdo en cubos grandes, dejar marinar en una fuente con el vinagre, vino tinto, ajo en polvo, ají en pasta, comino, orégano, reservar. Cortar en cubos grandes también los pimentones y la cebolla, y armar las brochetas intercalando las verduras y la carne, sellar en la plancha o cocinar a la parrilla, por 15 a 20 minutos.

### 6.4.3 Paila Marina criolla

#### Ingredientes

500 grs choritos con concha  
1 kg almejas con concha  
1 kg machas con concha  
600 grs de surtido de mariscos  
2 litros de caldo de pescado  
300 cc de vino blanco  
1 unid cebolla  
1/8 unid perejil  
10 cc Aceite  
1 unid tomate  
2 dtes de ajo  
2 grs Orégano  
2 grs Tomillo  
2 grs Ají color

#### Preparación

Sellar en aceite la cebolla en pluma, incorporar ají color, ajo, tomillo y orégano hasta dorar la cebolla, incorporar el tomate en concasse, apagar con el vino blanco, incorporar los mariscos con concha previamente lavados, al hervir incorporar el caldo de pescado, dar hervor por 20 a 30 minutos y por último colocar los mariscos surtidos. Calentar un platillo de greda directo al fuego y disponer los mariscos, agregar la sopa y terminar con perejil picado no, servir haciendo ebullición a la mesa.





#### 6.4.4 Pastel de papas

##### Ingredientes

1 kg de papas  
100 cc de leche  
50 grs de mantequilla  
1 gr Nuez moscada  
2 unid de cebolla  
600 grs de posta molida  
200 cc de vino tinto  
2 grs de oregano  
1 gr de comino  
2 grs de aji color  
3 dtes de ajo  
10 grs Harina  
100 grs de aceitunas  
2 unidades de huevos

##### Preparación

Pelar y cocer las papas, realizar un puré con las papas cocidas incorporando leche y mantequilla, condimentar con nuez moscada, reservar. Realizar un pino a partir de sellar cebolla y ajo en brunoise, incorporar carne, especias y apagar con vino tinto, dejar reducir al menos unos 15 minutos, al nal añadir harina y revolver constantemente para espesar y apretar el pino con textura de guiso. A parte cocer huevos por 10 minutos , hasta quedar duros. Armar el pastel de la siguiente manera, en una budinera colocar de base el pino, luego colocar las aceitunas descaroizadas y los huevos duros en cuartos, sobre todo colocar el puré y emparejar, añadir en la parte superior del pastel aji color y llevar al horno a gratinar por 15 minutos.

#### 6.4.5 Mariscal porteño

##### Ingredientes

500 grs de choritos con concha  
1 kg almejas con concha  
1 kg machas con concha  
400 grs de jibia  
500 grs de surtido de mariscos  
250 cc de vino blanco  
1 cebolla pluma  
2 dtes de ajo  
1 unid zanahoria  
2 papas  
1/8 unid de cilantro  
2 litros de caldo de pescado  
100 grs de arroz  
2 grs de tomillo  
1 unid de limón  
2 grs de merken

##### Preparación

Sellar en una olla la cebolla en pluma, el ajo en rondell, las especias, apagar todo con vino blanco, incorporar el caldo de pescado, colocar los mariscos con concha y dejar hervir, luego incorporar la jibia previamente hervida y pelada, en cubos grandes, incorporar el surtido de mariscos y las zanahorias en rondel, una vez que todo haya hervido nuevamente colocar nalmente el arroz, dejar los últimos 10 minutos y servir con cilantro fresco en brunoise y cuartos de limón.





#### 6.4.6 Ajiaco criollo

##### Ingredientes

800 grs de sobrecostilla  
1,5 unid de cebolla  
2 dtes de ajo  
3 unid de papas  
1 unid de zanahoria  
3 huevos  
1/8 unid de perejil  
Caldo de vacuno  
100 cc de vino tinto  
2 huesos carnudos de vacuno  
1 pimentón rojo  
2 grs aji color  
1 gr comino  
2 grs de romero

##### Preparación

Tostar los dientes de ajo en una película delgada de aceite, una vez tostados incorporar la cebolla en pluma, el pimentón en juliana, el aji color, romero, comino, luego colocar la carne en bastones, dorar y apagar con vino tinto, luego incorporar caldo de vacuno. Al hervir colocar los huesos carnudos, dejar hervir a menos 30 minutos, luego incorporar papas en cuartos y zanahoria en rondel, al estar listas las papas, retirar los huesos carnudos, y colocar huevo batido, revolver hasta que este se cocine, incorporar perejil y servir.

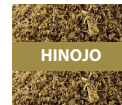
#### 6.4.7 Plateada criolla

##### Ingredientes

1 kg de plateada  
600 cc de vino tinto  
2 cebollas  
1 unid de tomate  
2 unid zanahoria  
10 granos de pimienta entera  
3 hojas de laurel  
2 grs de orégano  
1 rama de romero fresco  
ó cabeza de ajo  
10 cc de esencia de humo

##### Preparación

Sellar la carne hasta dorar bien, por todas sus caras, luego incorporar verduras con cortes irregulares, cubrir la carne con vino tinto, incorporar especias y esencia de humo, y dejar hervir por 2 a 3 horas, incorporando de vez en cuando caldo de vacuno para cuando se absorba la base de la carne para que no se queme, apagar y acompañar con preparaciones como papas asadas, arroz, o puré rustico.





### 6.4.8 Caldillo de Congrio

#### Ingredientes

800 grs de congrio fresco  
400 grs de camarón  
500 grs de surtido de mariscos  
500 grs de choritos con concha  
500 grs de almejas con concha  
1 unid de tomate  
1 unid de cebolla  
1 unid de zanahoria  
2 unid de papas  
200 cc de vino blanco  
2 litros de fondo de pescado  
2 hojas de laurel  
1 limón  
2 grs de hinojo  
2 grs de aji color  
3 grs de orégano

#### Preparación

Sellar la cebolla en pluma, incorporar el tomate en concasse, apagar con vino blanco y el fondo de pescado, incorporar las conchas y especias, dejar hervir por 20 minutos, luego incorporar el surtido de mariscos y las papas en cuartos y zanahorias en rondel, al estar las papas a punto, colocar los camarones y el congrio previamente marinado con jugo de limón e hinojo, hervir por 5 minutos y apagar para que el congrio no se desarme.

### 6.4.9 Mariscal al Alicate

#### Ingredientes

16 unidades de choros maltón  
16 unid. de almejas grandes  
2 longanizas ahumadas  
Cebolla en polvo  
2 dtes de ajo  
1 zanahoria  
1 vara de apio  
2 hojas de laurel  
200 cc de salsa de tomate  
5 grs de romero  
50 grs de queso mantecoso  
2 grs de orégano  
300 cc de vino blanco  
2 metros de alambre

#### Preparación

Lavar mariscos con concha, disponer en una olla, colocar el vino blanco y llevar a cocción hasta que abran, reservar. Rallar el queso mantecoso y cortar las longanizas en brunoise, disponer dentro de cada marisco queso, longaniza y orégano, luego cerrar y apretar con alambre. Realizar la misma operación con cada uno de los mariscos. Realizar una salsa a partir de sellar brunoise de zanahoria y apio, condimentar con laurel, ajo, cebolla y romero, apagar con vino blanco e incorporar salsa de tomates, una vez lista la salsa disponer todos los mariscos en ella y dejar cocinar por 15 minutos, servir en un platillo los mariscos y sobre estos la salsa.





#### 6.4.10 Cancato de Salmón

##### Ingredientes para 2 personas

400 grs de salmón fileteado

1 unidad de tomate

50 grs de queso mantecoso

1 unidad de longaniza ahumada

50 cc de vino blanco

1 gr de orégano

1 gr de merkén

c/n tomillo fresco (c/n cantidad necesaria)

1 unidad de limón

Alusa foil

##### Preparación

Porcionar el salmón en dos unidades, cada una cortarla de forma horizontal y abrirlo, dejarlo marinar por 1 hora en el vino blanco, tomillo y jugo de limón. Cortar el tomate en rondel y sin pelar, desmenuzar las longanizas, y rallar el queso en viruta gruesa. Disponer el salmón sobre el alusa foil, condimentar con sal, merkén y orégano, colocar sobre la primera capa la longaniza, luego el tomate y sobre éste el queso, tapar con la otra mitad del salmón, condimentar, agregar mas vino blanco y cerrar en el alusa. Llevar a horno a 180° por 10 minutos, retirar del alusa y servir.

#### 6.5 Discurso corporativo

##### 6.5.1 Quienes somos

Somos un grupo de jóvenes profesionales del área del diseño editorial, que tenemos una visión en común, el revalorizar el patrimonio culinario del país, la gastronomía chilena, ya que ésta forma parte de nuestra identidad y su riqueza única y variada dada por la geografía especial de Chile es algo que no queremos perder, al contrario, queremos rescatarlo y ¿cómo? A través de dinámicas olfativo-visuales en materia gastronómica.

La Editorial Condimenta, es un grupo humano que tiene como interés común el gusto por los colores, texturas, aromas y sabores tras un plato de comida, desde el punto de vista de nuestra expertiz buscamos rescatar en el mundo editorial la riqueza de las texturas y colores de los alimentos y también los aromas propios del plato criollo, dado básicamente por las especias y condimentos, para despertar el interés de la gente para, en un futuro, degustarlo.

Esta casa editorial tiene la intención de impulsar la gastronomía a través del recurso olfativo-visual, y despertar así un interés por los libros gastronómicos que hoy en día no está en su apogeo máximo.





### 6.5.2 Misión y Visión

Misión, crear una nueva forma de presentar editorialmente la gastronomía nacional para enraizar de la manera más interactiva y significativa nuestras raíces culinarias, basándonos en el despertar de los sentidos del olfato y la visión

Visión, establecer una vinculación entre el diseño con disciplinas externas a la especialidad, como lo es el estudio de las esencias aromáticas, para así realizar un enlazamiento óptimo entre ambas materias y generar una nueva y más compleja oportunidad de comunicación, una nueva modalidad de comunicar editorialmente tanto visualmente como olfativamente.





SABORES Y AROMAS  
*de* CHILE



## 7. Comunicación: Brand

### 7.1 Definición imagen a proyectar

El concepto que queremos transmitir es el de complementar algo que por si sólo ya tiene un valor pero que al incorporar un “sazón” distinto lo resignifica aún más. El condimento le da un sabor especial a la comida y la complementa, es esto lo que la editorial pretende realizar, un complemento editorial a los ya clásicos libros de cocina y añadir un nuevo “sazón”, el uso de aromas en ellos.

### 7.2 Brand: Naming

Condimenta nace del verbo “condimentar” donde condimentar es el acto explícito de agregar un elemento anexo a algo para resaltarlo, potenciarlo. **Editorial Condimenta** es así una casa editorial que quiere dar a los típicos proyectos editoriales de gastronomía un nuevo complemento, un aderezo distinto, para potenciar lo existente.

### 7.3 Evolución de la marca

La marca tuvo una evolución alta, comenzó con un imago tipo explícito donde el condimentero era el isotipo de la marca pero luego se optó por algo más abstracto, por componer con el juego de palabras “Editorial Condimenta” y un utensilio vinculado al acto de comer, en este caso el tenedor, una estructura ordenada tal cual como los cubiertos cuando se disponen en la mesa: cuchillo, cucharara y tenedor dispuestos de manera paralela entre sí. La tipografía de “Condimenta” es una letra cursiva, que hace alusión al concepto de lo “manual” como lo es la preparación de un plato de comida y “Editorial” aparece de una manera más “estructurada” y siguiendo un “orden” formal como lo es una receta, donde hay que seguir ordenadamente un método de preparación para lograr óptimamente una preparación.

Los colores van dentro de la tonalidad de verdes, es una tricotomía de colores verdes en distintas intensidades. El verde aparece de la reiteración del color verde en las especias y condimentos existentes y también de la reiteración del color en los demás ingredientes que componen, habitualmente, los platos de gastronomía.



Fig.97. Evolución imagen corporativa de Editorial Condimenta. Fuente propia.



A la primera edición de Editorial Condimenta, se le denominó “Sabores y Aromas de Chile”, por lo que busca destacar esta edición, visualmente una evocación a los **sabores** a partir de las texturas exaltadas con la fotografía profesional y los **aromas** haciendo alusión a la característica principal del libro, que además de ser visual sea también olfativa. El imagotipo es una superposición explícita entre un libro, haciendo alusión a lo editorial, y un juego de cubiertos, haciendo alusión al acto de comer y la comida.

El color nace al igual que la marca “Editorial Condimenta” de la reiteración del color verde en las especias, condimentos y hierbas que se hacen presentes en los platos criollos.

Fig.98. Evolución imagen corporativa del primer proyecto editorial de la Editorial Condimenta. Fuente propia.



Revalorización de la comida criolla a través de la transparencia del aroma de las especias y condimentos principales del plato criollo a soportes editoriales culinarios impresos



SABORES Y AROMAS  
de CHILE



C: 71  
M: 45  
Y: 100  
K: 45



C: 56  
M: 37  
Y: 66  
K: 24



C: 57  
M: 26  
Y: 97  
K: 10



C: 69  
M: 43  
Y: 97  
K: 39

Fig.99. Imágenes corporativas y sus respectivos pantone de color. Fuente propia.



ORÉGANO

AJO

HINOJO



SABORES Y AROMAS  
*de* CHILE



## 8. Sistema producto

Dentro del sistema producto tenemos en primera instancia el **Producto** que es el **libro**, que tiene como objetivo una puesta en valor.

Luego aparece el **Servicio** que ofrece el libro: **conocer visualmente y olfativamente** lo más característico de los platos criollos, también aparece como servicio la **página web** del libro “Sabores y aromas de Chile” donde se podrá profundizar en la historia de las recetas y será una plataforma de compra del producto.

Finalmente para completar el tercer aspecto del sistema producto aparece la **Comunicación**, acá trabajamos el **branding** que es lo que concierne al diseño de la marca editorial como también de la marca u imagen corporativa vinculada al libro mismo. Aparecen también dentro de la comunicación los videos promocionales o sea la **comunicación audiovisual**, una manera de generar “ruido”, conversación y publicitación en torno al producto tanto en televisión como en publicidad web sea youtube, la página web del producto, redes sociales, etc.

La experiencia que genera el enfrentarse a un libro de cocina que contenga aromas vinculados a la preparación es algo desconocido, dada la investigación no hay registros de ello o los hay en un porcentaje demasiado menor, por tanto es algo desconocido para el usuario que no imagina como se lleva a cabo esta experiencia olfativa. Con el lanzamiento del libro se pretende generar **Difusión**, allí estará a disposición del público un souvenir con un aroma en particular vinculado a una “minireceta” criolla, para despertar así la curiosidad por sentir, en conjunto, la gran batería de aromas que el libro en su totalidad ofrece. Tras la difusión hay un **plan comunicacional** basado en lo mencionado anteriormente, de acercar la experiencia al público dando una pincelada de como es la experiencia completa, dentro de un **evento de lanzamiento**.

Por último como parte de la **comunicación** aparece el uso de sitios web. La página web oficial de Editorial Condimenta tiene vínculo directo a la página web oficial del libro “Sabores y Aromas de Chile” en donde se encontrará a disposición del navegante información complementaria al libro, carrito de compra para adquirir el libro, también acá podrán adquirir los **productos asociados**, estos son las reposición de los dispensadores y difusores de aroma una vez que estos se agoten, en este caso, y para evitar que la gente adquiera solamente esos elementos del libro, se incorporará a la publicación editorial un código, el que dará acceso a través del sitio web, a que los clientes que ya hayan adquirido el libro puedan



Fig.100. El producto. Fuente propia.

acceder a la compra de las reposiciones. En el sitio web del libro también estará habilitada la opción de vínculo a redes sociales (facebook, twitter, blog) donde se puede generar un diálogo más directo y una mayor interacción, en tiempo real, entre el equipo que conforma Editorial Condimenta y el público potencial o ya fidelizado, para poner al tanto velozmente al público de las actualizaciones que “Sabores y Aromas de Chile” dispondrá.



Revalorización de la comida criolla a través de la transparencia del aroma de las especias y condimentos principales del plato criollo a soportes editoriales culinarios impresos

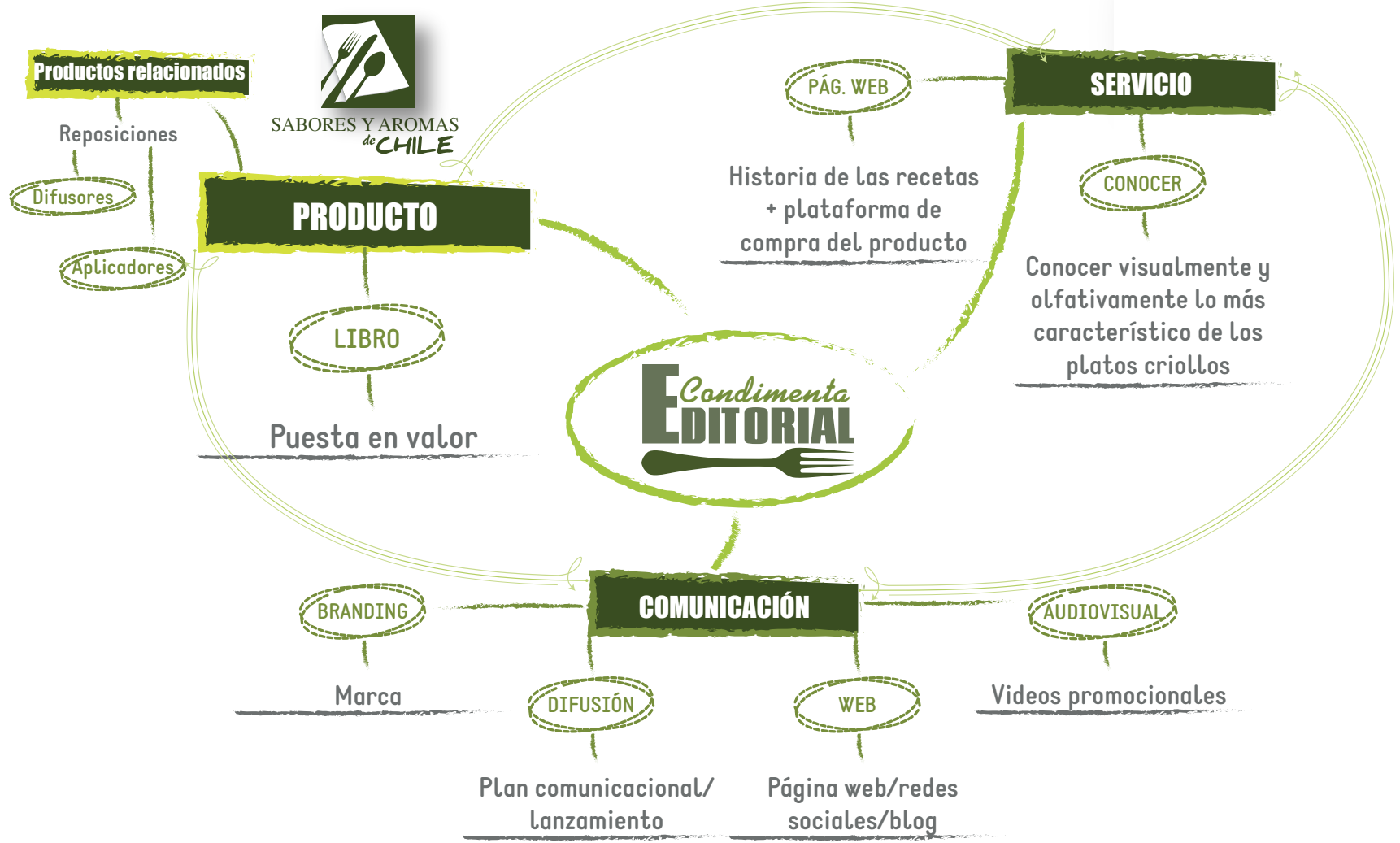


Fig.101. Esquema de como se configura el Sistema Producto a partir de la Editorial y con el proyecto editorial "sabores y aromas de Chile" como producto. Fuente propia.





SABORES Y AROMAS  
*de* CHILE



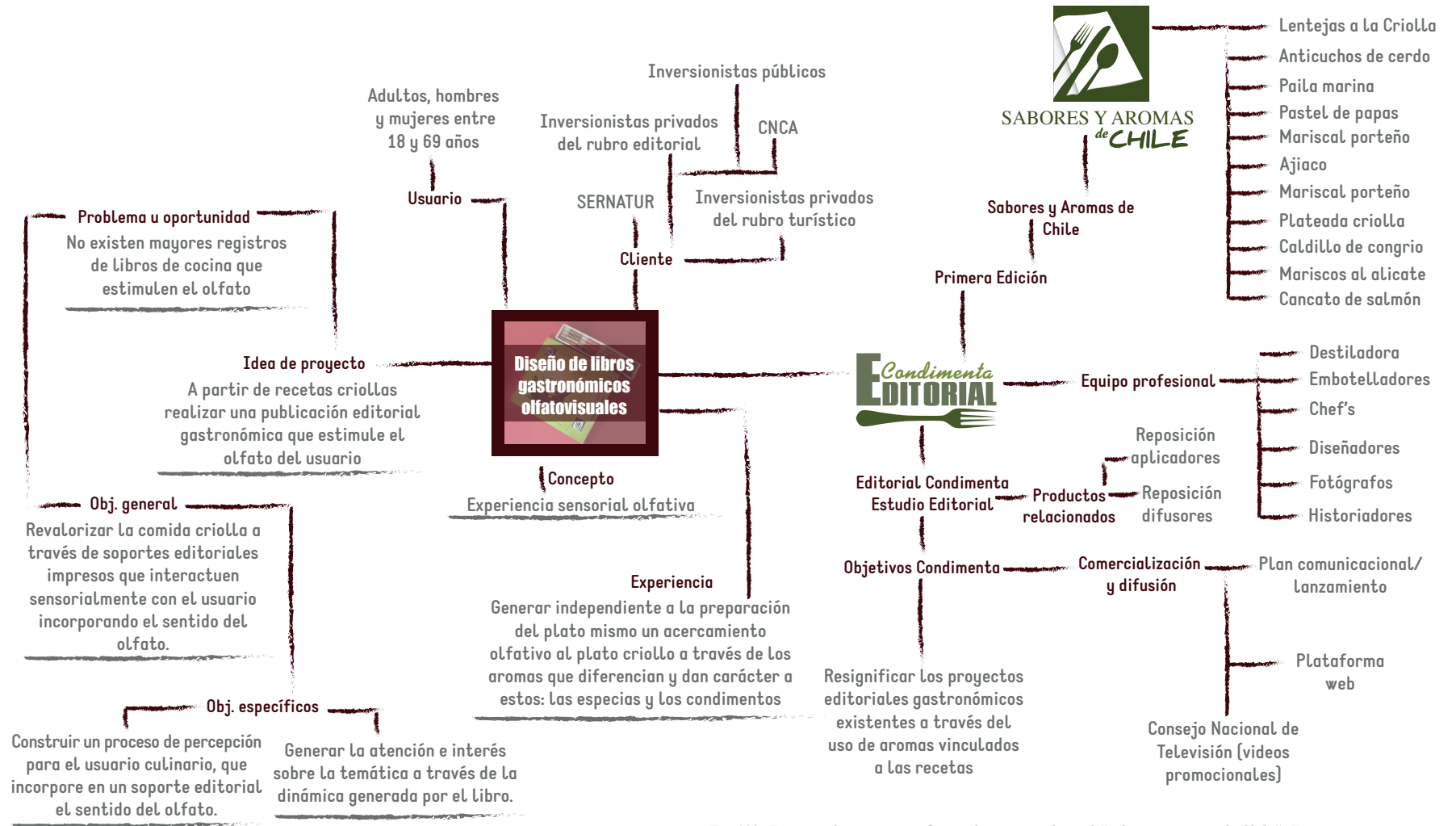


Fig.102. Esquema de como se configura el proyecto editorial "sabores y aromas de Chile". Fuente propia.



Revalorización de la comida criolla a través de la transparencia del aroma de las especias y condimentos principales del plato criollo a soportes editoriales culinarios impresos

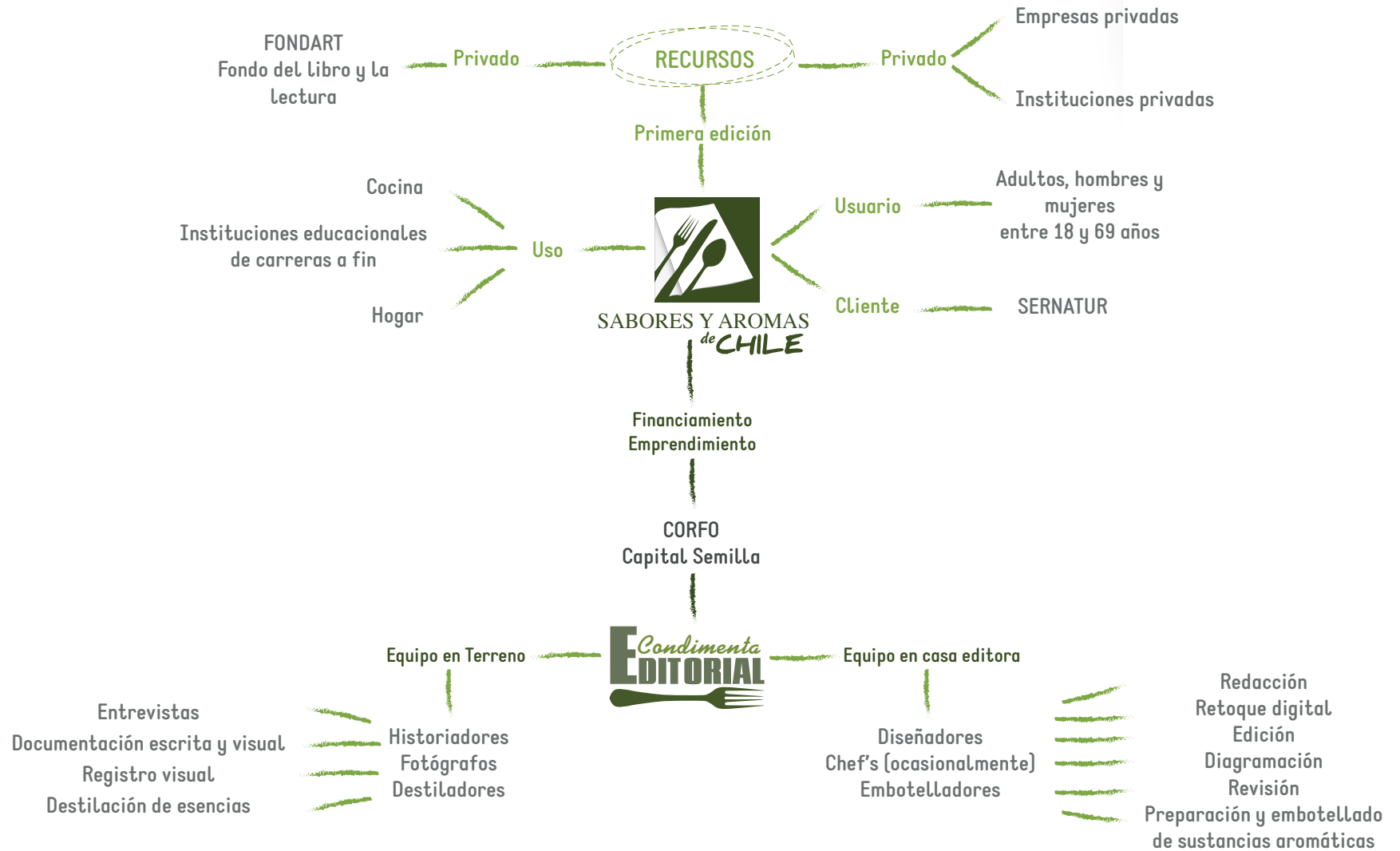


Fig.103. Esquema de como surgen los recursos del proyecto editorial "sabores y aromas de Chile" y como se utilizan estos dentro de la Editorial para generar el producto.. Fuente propia.





SABORES Y AROMAS  
*de* CHILE



## 10. Plan de Negocios

Editorial Condimenta se sustenta o se origina de los fondos concursables pertenecientes a capital privado y/o públicos. Sería un potencial para la Editorial que los fondos fueran de tipo público ya que los objetivos que ellos presentan son muy similares a los de la Editorial, preservar la cultura de Chile, por ende la identidad, que vemos reflejada en el patrimonio culinario nacional.

Condimenta busca resaltar en sus productos resaltar el “sazón” que dan las especias y condimentos a las preparaciones culinarias, mostrar y demostrar los aromas, y evidenciarlo en un libro con calidad de excelencia. Es una empresa privada pero que se rige por los parámetros y planes de gobierno para preservar el patrimonio gastronómico a nivel nacional y para mostrarla al resto del mundo, todo dentro de un nuevo formato en donde interviene el Diseño como nuevas herramientas diferenciadoras. Considerando estos aspectos podemos clasificar a Condimenta como un proyecto con atisbos sociales, culturales y de preservación.

Con la aparición de ésta Casa editoria los primeros beneficiados son el público adulto ya mencionado, que mantiene conocimientos superficiales de los platos criollos sin conocer mayormente ni su historia ni los componentes fuertes del plato, y en menor medida aún, sin reconocer sus aromas. Con el acercamiento al libro se construye un nuevo eslabon cultural donde el lector reconoce además de textos, colores, formas etc, también aromas y reconoce las especias y condimentos que se repiten en las preparaciones, los sazones que dan carácter a los platos criollos; contribuyendo también, a través del estímulo olfativo, a impulsar la preparación o el deleite de éstos.

Este producto, innovador y de calidad, es de un fácil atractivo para los usuarios, por ende cumplir con su objetivo de revalorizar y conocer, desde otro espectro, los platos criollos se vuelve un desafío alcanzable. Las entidades Estatales, de Gobierno, tienen organismos que persiguen preservar la cultura y comunicarla a la ciudadanía para inculcar cariño a nuestra cultura y, en el mejor de los casos, comunicarla al extranjero y es acá donde el turista internacional se presenta como una plataforma portadora de identidad. Para ello el Ministerio de Cultura



contempla programas destinados a preservar el patrimonio, la cultura y las artes, en todas sus áreas, siendo la gastronomía parte de la cultura nacional y un atesoramiento del patrimonio nacional, dado por sus orígenes remotos, el mestizaje cultural propio tras él y su historia. Así la casa editorial cumple con algunos de los principios que el Gobierno busca, viéndose beneficiado tanto el gobierno en sus objetivos culturales, de preservación y comunicación identitaria, como también nosotros como casa editorial.

Otro aspecto importante que rescata la casa editorial es la relación territorial del plato, originario y propio sólo de una zona en muchos casos, generando un incentivo al turismo y al crecimiento regional, dado por el interés de visitar y probar especialidades culinarias propias de un territorio y siendo una experiencia de interés para habitantes nacionales como internacionales. Aparece acá el SERNATUR, otra entidad de Gobierno, que se ve directamente beneficiada con el objetivo que persigue la editorial, esto genera un plus al momento de optar a los fondos de financiamiento de Gobierno y, además, se presenta como una oportunidad siendo un potencial cliente.

Para terminar, la editorial se ve beneficiada al vincular elementos externos al Diseño, como las esencias aromáticas, y hacerlo parte de la especialidad, agregando a la labor editorial del diseño, que es netamente visual, elementos olfativos que hasta ahora no suelen ser comunes y potenciando así, a través de este nuevo recurso, la gastronomía nacional y todo el “cuento” e historia que ésta envuelve.

**Los ingresos pos realización del proyecto provendrán de la venta del producto mismo (libro) y de sus productos asociados (la venta de las reposiciones de difusores y aplicadores).**





SABORES Y AROMAS  
*de* CHILE





### Fuentes bibliográficas

Cocina latinoamericana (100 ingredientes esenciales • más de 200 recetas). Elisabeth Luard.2005, Ed. BLUME.

Cocina Para Profesionales (Hoteles - Restaurantes - Residencias). Loewer, e., Ed. Paraninfo.

Cocina sin gluten. Chantal Signorio.2006, Ed. Aguilar Chilena de Ediciones Ltda.

El mundo en un bocado: tapas, mezze y otros deliciosos aperitivos de todos los continentes. Paul Gayler.2010, Ed. BLUME.

Gastronomía Patagonia: región Los Ríos, Los Lagos y Chiloé. Francisco Fantini Jarpa.2011, Ed. Gourmet Patagonia.

Geografía del sabor: cultura, productos, recetas. Ernesto Amaya G.2005, Ediciones Turiscom.

La cocina japonesa: 200 recetas originales con información sobre ingredientes esenciales . Kimiko Barber.2005, Ed. BLUME.

La olla deleitosa: cocinas mestizas de Chile. Sonia Montecino Aguirre.2005, Ed. Catalonia.

Pescado y marisco: más de 150 recetas e ideas frescas, modernas y accesibles. Mark Hix.2006, Ed. BLUME.

Sabores del Valle: una selección de los ingredientes tradicionales de la cocina chilena. Pilar Jorquera (compiladora).2004, Ed. Random House Mondadori.

Un viaje culinario por Francia . André Dominé.2005, Ed. Konemann.





### Fuentes digitales

Consejo de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile.  
<http://www.consejodelacultura.cl/portal/index.php>

Consejo de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile, división Patrimonio  
<http://www.portalpatrimonio.cl/programas/thv/>

Rodríguez Morales, Luis. Diseño: estrategia y táctica., [www.tiposde.com/arte/disenio/tipos-de-disenio.html](http://www.tiposde.com/arte/disenio/tipos-de-disenio.html)

Graphia.com, [www.graphia.com.mx/de\\_interes\\_disenio.htm](http://www.graphia.com.mx/de_interes_disenio.htm)

Fuenzalida, Paulina. Paula reflejo gráfico de los 60, [www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/fuenzalida\\_p/sources/fuenzalida\\_p.pdf](http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/fuenzalida_p/sources/fuenzalida_p.pdf)

Cortés Tapia, Mirta. Partes del libro, [www.bibliodigital.udec.cl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=47&Itemid=9](http://www.bibliodigital.udec.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=47&Itemid=9)

<http://lahistoriadelosmedios.wordpress.com/2010/02/14/clasificacion-de-los-medios/Montecinos>, Sonia. Comida chilena, una gran desconocida.

<http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=106973>

22 <http://tucomunicacionhumana.wordpress.com/2011/03/07/comunicacion-asertiva-y-los-sentidos>

[http://www7.uc.cl/sw\\_educ/neurociencias/html/frame04.html](http://www7.uc.cl/sw_educ/neurociencias/html/frame04.html)





<http://www.botanical-online.com/aceitesesencialespropiedades.htm>

<http://consejos-trucos-remedios.euroresidentes.com/2008/11/como-hacer-perfume-casero.html>

<http://laboticaescondida.blogspot.com/2012/08/haz-tus-propios-perfumes-y-colonias.html>

<http://www.fraganciadigital.com/2011/09/la-mouillette>

<http://www.nallarpack.cl/Products-Viales.html>

[http://www.ehowenespanol.com/partes-atomizador-sobre\\_139809](http://www.ehowenespanol.com/partes-atomizador-sobre_139809)

