

**“DE LA MESA AL DISEÑO, UN RECORRIDO GASTRONÓMICO A TRAVÉS
DEL DISEÑO INDUSTRIAL”**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE INGENIERO EN
DISEÑO INDUSTRIAL**

REALIZADO POR:

HERNÁN DARÍO CASTAÑO CASTRILLÓN

ASESORES

ERIKA SOLANGE IMBETT VARGAS

ANDRÉS FELIPE MONTOYA TOBÓN

JUAN PABLO PARRA ARCILA

TRABAJO DE GRADO

INGENIERÍA EN DISEÑO INDUSTRIAL

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

INSTITUTO TECNOLÓGICO METROPOLITANO (ITM)

MEDELLÍN

2019

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	4
RESUMEN DEL PROYECTO Y PALABRAS CLAVES.....	5
ABSTRACT AND KEYWORDS	6
1. INTRODUCCIÓN	7
2. CAPÍTULO I: “CONOCIENDO LA RECETA”	9
2.1 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	9
2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
2.3. SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN.....	23
2.4. OBJETIVOS	24
2.4.1 OBJETIVO GENERAL	24
2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
3. CAPÍTULO II: “SABOREANDO”	25
3.1. MARCO TEÓRICO	25
3.2. ESTADO DEL ARTE	40
3.3. ESTADO DE LA TÉCNICA.....	48
4. CAPÍTULO III: “ALISTANDO LOS INGREDIENTES”.....	60
4.1. DISEÑO METODOLÓGICO.....	60
4.2. DESARROLLO METODOLÓGICO	63
4.3. ALCANCES DEL PROYECTO	67
4.4. CRONOGRAMA.....	70
5. CAPÍTULO IV: “MERCANDO”	73
5.1. MAPA DE ACTORES	73
5.2. HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	75
5.2.1. ENTREVISTA	75

5.2.3. OBSERVACIÓN.....	77
5.2.5. ETAPAS DE OBSERVACIÓN:	79
5.3 RECOLECCIÓN DE DATOS.....	81
6. CAPÍTULO V: “LA COCCIÓN”	82
6.1. METODOLOGÍA DE DISEÑO	82
6.2. PROCESO CREATIVO	83
6.2.1. RECOLECCIÓN DE DATOS	84
6.2.2. ANÁLISIS DE DATOS	87
6.3. PROPUESTAS DE DISEÑO	91
6.4. VALIDACIÓN DE PROPUESTAS POR EL USUARIO	96
6.5. REQUERIMIENTOS DE DISEÑO:	97
6.6. REPLANTEAMIENTO DE PROPUESTAS	100
6.7. PROPUESTA FINAL.....	103
7. CAPÍTULO VI: “EL RESTAURANTE”	107
7.1. MODELO DE NEGOCIOS.....	107
7.2. DESARROLLO DE PRODUCTO	110
8. CONCLUSIONES: “LA RECETA FINAL”	115
REFERENCIAS	117

AGRADECIMIENTOS

Doña Rocy, Don Hernán, Morci, Petra y Freyia, mi familia y mi principal fuente de inspiración, si no fuera por ustedes tres, nada en mi vida tendría sentido; su apoyo, su amor y su presencia a mi lado son los factores que día a día me ayudan a crecer tanto a nivel profesional como a nivel personal, los amo con mi alma y siempre todo lo que hago es por y para ustedes.

Meli, Tefa, Sofi, Quice, Carito, Majo, Pablito, Adri, Pipe, Eli, Pao, Edwin, Migue, Jose, Juli, Yeimy, Andre, May, Eliza, Meta, Van, Dianita, Lui, Cami, Juancho, Vaslak, Mauro y Mauro Gaviria, Javi, Montoyita, Gloria L. y Gloria O., Parrita, Maria, Andrés, Pame, Cris, Ely, Urbanito, Diego, Deli, Checho, Jessi, Daya, Saris, Nellycilla y todos los que se me escapen, ustedes se volvieron parte de mi vida y son mi familia de la u, gracias por enseñarme, escucharme, apoyarme, cuidarme y hacerme el diseñador que hoy soy, me siento totalmente satisfecho y alegre de tener personas tan hermosas y maravillosas en mi vida como lo son ustedes.

Edgar y Anita, ustedes son los “culpables” que hoy sea Diseñador y siempre se los agradeceré y tendré un espacio en mi corazón para ustedes. Dres; desde ese lunes que me diste la primera clase, me hiciste entender que el Diseño no es mi profesión; sino el amor de mi vida, gracias por hacerme creer en mí y en hacerme esforzar para siempre dar lo mejor. Eri, mucho de lo que he logrado a lo largo de este corto camino que apenas inicia para mí es gracias a vos; el amor que siempre me has demostrado al hacer las cosas, la pasión, el rigor y el esfuerzo son solo algunos de los ingredientes de la receta perfecta del éxito; siempre te lo digo y te lo diré, jamás me voy a cansar de agradecer todo lo que has hecho por mí. Sacu, vos llegaste a mostrarme una faceta muy bonita de mi vida y del Diseño, sos y serás siempre una de las más grandes amigas que la vida me podrá haber dado, gracias por la alcahuetería y por enamorarme del hermoso mundo de la cerámica.

“Para hacer las cosas bien se necesitan dos cosas, primero el amor y luego la técnica.”

Antoni Gaudí

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Antoni Gaudí', with a long horizontal line extending to the right.

RESUMEN DEL PROYECTO Y PALABRAS CLAVES

El Diseño Industrial es una disciplina que con el paso de los años ha comenzado a entrar en nuevos espacios de intervención, en los cuales busca adaptarse a los medios, métodos, técnicas y herramientas de dicho espacio, para implementar soluciones creativas e innovadoras por medio de las cuales pueda modificar, mejorar o implementar acciones de mejora para que las condiciones de vida de las poblaciones o comunidades directamente afectadas tengan un cambio considerable.

En ocasiones el diseño entra en campos de intervención más abstractos, en los cuales el pensamiento, los imaginarios y los principios identitarios de la comunidad ejercen el rol principal de desarrollo para la actividad que se planea ejecutar; y cada día las nuevas ramas que van surgiendo en relación al Diseño Industrial, permiten una exploración desde diversos panoramas por los cuales el abordaje y solución de los problemas puede tomar tintes incluso más poéticos, convirtiendo un diseño en una historia la cual vive el usuario en sus procesos de interacción.

De esta manera, y entrando en un campo nuevo de intervención; el Diseño Industrial, de la mano con la gastronomía y los procesos culturales e identitarios, permitirán el surgimiento de una nueva experiencia de uso y apropiación, en donde una comunidad en específico logrará apropiarse de manera más fuerte de aquellos elementos que sin saberlo son los que permiten generar un diferenciador frente a otros lugares del mundo. En este proyecto, el Diseño será un mediador entre lo tangible y lo intangible y rescatará aquellos patrones recurrentes dentro de una comunidad que son los que marquen la diferencia para recordar y remontar la identidad como un bien común.

PALABRAS CLAVES: Food Design, Gastronomía, Identidad, Diseño Industrial

ABSTRACT AND KEYWORDS

Industrial Design is a discipline that over the years has begun to enter new spaces of intervention, in which it seeks to adapt to the means, methods, techniques and tools of said space to implement creative and innovative solutions through the which can modify, improve or implement improvement actions so that the living conditions of the populations or communities directly affected have a considerable change.

Sometimes the design enters into more abstract fields of intervention, in which the thought, the imaginaries and the identity principles of the community exercise the main role of development for the activity that is planned to be executed; and every day the new branches that are emerging in relation to industrial design, allow an exploration from various scenarios by which the approach and solution of the problems can take even more poetic dyes, turning a design into a story which the user lives in your interaction processes.

In this way, and entering a new field of intervention; Industrial Design, hand in hand with gastronomy and cultural and identity processes, will allow the emergence of a new experience of use and appropriation, where a specific community will achieve a stronger ownership of those elements that unknowingly are those that they allow generating a differentiator from other places in the world. In this project, the Design will be a mediator between the tangible and the intangible and will rescue those recurrent patterns within a community that are the ones that make the difference to remember and trace the identity as a common good.

KEYWORDS: Food Design, Gastronomy, Identity, Industrial Design

1. INTRODUCCIÓN

Si tiene hambre, es mejor que vaya por algo de comer para que pueda estar tranquilo durante toda la lectura de este proyecto, porque si bien no se expondrá el paso a paso de cómo preparar un arroz verde (Munari, 1983), ni mucho menos se darán *tips* ni recetas de cómo preparar un Sancocho de Bagre, una Bandeja Paisa, ni menos un Ajíaco santafereño; este proyecto es tan delicioso y tan bien preparado que continuamente en la lectura de cada uno de los capítulos, tendrán un hambre y no de tener que ir a buscar algo a la cocina, sino de seguir devorando cada uno de los apuntes que se han investigado sobre el tema.

Al decir en que se parecen un Diseñador, un Chef y un Antropólogo, no es el inicio de un mal chiste, ni mucho menos un proceso comparativo en el cual se busca engrandecer la labor de alguno por encima de los demás; es más bien la intención de lograr encontrar ese punto medio en el cual los tres están en pro de trabajar por conocer y brindarle al hombre aportes desde cada uno de sus campos del conocimiento. Si bien, cada una de estas áreas puede tener motivaciones y desarrollos totalmente distintos, la combinación de las tres puede permitir la ideación y surgimiento de un sinnúmero de desarrollos los cuales entiendan grandes áreas de vital importancia para la vida de las personas tanto en su individualidad como en la cotidianidad.

Actualmente el Diseño se enmarca en proponer nuevos espacios de creación de la mano con otras disciplinas y áreas del saber, buscando así fomentar de manera directa la solución de problemáticas desde otras perspectivas a las tradicionales. Han sido muchas las ramas o sub campos que el diseño ha empezado a consolidar en los últimos años, y estas más que verse como una “moda” o una tendencia de aplicación, han permitido que se tengan en cuenta factores que en muchas ocasiones eran omitidos o que no tenían tanta fuerza en el desarrollo tanto de un producto o de una experiencia.

Como se presentó con anterioridad, hoy en día, es necesaria la interacción del Diseñador con otros profesionales y otras áreas del saber, esto para poder tener un abordaje global de las situaciones;

además entender este trabajo cooperativo es de vital importancia para darle al Diseñador el valor principal de transformador de la sociedad por medio de las habilidades que este posee como creador y masificador de soluciones.

El diseño actualmente es muy distinto a lo que se presentaba en la antigüedad donde tenía un valor un poco más intrascendente y la materialización era enfocada más al consumo; sin embargo, ahora el diseño debe verse como un actor que posibilite mejorar las características y necesidades de la sociedad, permitiendo así, que se propongan y generen espacios de transformación social, cultural, económica y ambiental en pro de mejorar siempre las condiciones de vida de la humanidad.

Si aún no se le ha abierto el apetito (tanto a nivel del estómago como de la mente), será necesario que entienda que durante toda esta investigación se busca preparar la receta perfecta para un Diseño Industrial exitoso. Esta investigación es un plato de muy alta categoría, que sólo se consigue agregando los ingredientes necesarios para lograr estimular todos los sentidos de un desarrollo exitoso; por esto es necesario que continúe probando esta exquisita investigación, con la cual no sólo aprenderá que el Diseño no sólo es la fabricación de “sillitas y mesitas”, sino permitir la aplicabilidad de los conocimientos y principios básicos de la creación para que mezclando cada uno de estos principios con otras áreas del conocimiento se puedan aplicar y desarrollar nuevas soluciones a las necesidades que la vida cotidiana presenta.

2. CAPÍTULO I: “CONOCIENDO LA RECETA”

2.1 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Analizando los elementos que componen la gastronomía antioqueña en la actualidad, se presenta una considerable dificultad para encontrar rasgos gastronómicos representativos de Antioquia y en especial de Medellín; esto debido a que muchos de los elementos que componen la tradición gastronómica han sido adaptados de otras culturas, por lo que no se puede identificar un elemento propio u autóctono; es así que no se conoce por ejemplo un dulce que sea originariamente producido o hecho netamente con elementos cultivados en la ciudad de Medellín. Tal es el caso de la bandeja paisa, la cual está compuesta en su mayoría por elementos provenientes de diferentes regiones del mundo, pero que desde hace muchos años se ha consolidado como el plato gastronómico más representativo de la ciudad de Medellín.

Frente a las necesidades existentes en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteado por El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (ONU), explícitamente dentro del Objetivo 11: Ciudades y Comunidades Sostenibles (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2018), y en relación directa a la ciudad de Medellín, se plantea la necesidad de promover a partir del uso de los diversos recursos existentes dentro de las diferentes regiones del departamento de Antioquia; desarrollos, estrategias o experiencias, por medio de las cuales se fomente el uso de materias primas propias o recursos existentes en el territorio, que apoyen factores de sostenibilidad frente al progreso de las diferentes comunidades tanto urbanas como rurales en la región. Es ahí en donde se busca que, por medio del Diseño Industrial, y en compañía de principios de Diseño Sostenible y desde el abordaje de una disciplina transversal que puede apoyar y aportar diferentes elementos metodológicos al Diseño como la Antropología, se ejecutará un proyecto de intervención y creación por medio del que se impulsen factores de aprovechamiento de recursos, unido al factor identitario o cultural de esta región dentro de Colombia.

De manera específica, se toma como foco central de la investigación, la ciudad de Medellín, capital del departamento de Antioquia, ubicada en el centro del Valle de Aburrá, conocida como “la ciudad de la eterna primavera” o “la capital de la montaña”, consolidada desde las últimas décadas del siglo XX y las primeras del XXI, como la segunda ciudad más importante dentro de todo Colombia (Rodríguez Jiménez, 2009), esto debido a sus grandes avances y aportes en temas de desarrollo empresarial, urbanístico, social, cultural, educativo y tecnológico.

Esta ciudad es caracterizada por que, a lo largo de la historia, han sido muchas las tradiciones y ritos que no sólo se han impuesto frente a sus habitantes, sino que se ha exteriorizado a nivel nacional e incluso internacional. La historia de la capital de Antioquia se remonta al año 1765 donde fue fundada y comenzaron los distintos procesos de aprovechamiento de recursos y capitalización de la economía, en especial por la minería que fue el primer vestigio de producción con el cual se logró alcanzar grandes cantidades de dinero para colonizadores y terratenientes, y un apoyo que siempre tuvo presente la producción minera y las distintas actividades económicas, fue la alimentación de los trabajadores, los cuales con preparaciones a base de arroz, fríjol y maíz, en compañía de licores de caña en un principio traídos de otras regiones, y posteriormente elaborados en Medellín, lograban tener la capacidad y disposición de trabajar en una mejor manera (Gómez Lopera, 2012).

Durante todo el proceso de su historia, Medellín ha mostrado un gran contraste en las situaciones que ha vivido, arrancando en sus inicios como ciudad en donde la creación de industrias importantes en los sectores del textil y la metalurgia hizo tomar fuerza, al igual que empresas alimenticias y de bebidas consolidadas a lo largo de toda Colombia; inclusive pasando por épocas de situaciones de violencia extrema y terror infundada por narcotraficantes como Pablo Escobar, que sumió a la ciudad y el país en un mar de sangre. Sin embargo con el paso de los años y la adopción de nuevas estrategias y planes de desarrollo, logra competir con ciudades como New York y Tel Aviv, como la ciudad más innovadora del mundo por medio de una votación a nivel mundial, título del cual se hizo

acreedora y que permitió visibilizar todos los grandes avances en tecnología, infraestructura y calidad de vida; como lo son el sistema masivo de transporte liderado por el Metro, las escaleras eléctricas en la comuna de San Javier y la Empresas Públicas con sus planes de acción en aspectos tan importante para la comunidad como la educación y el desarrollo social (Camargo, 2013).

De esta manera, Medellín cada día se ha consolidado dentro de Antioquia y de Colombia como una de las ciudades con más implementaciones de estrategias sociales y gubernamentales, desde los programas de apoyo al emprendimiento local, oportunidades de estudio y educación e inclusive apoyo para el desarrollo de nuevos modelos empresariales o de negocio (Centro de Desarrollo Empresarial Zonal, 2015), es así que ha logrado ejecutar y aplicar dentro de su planeación actividades con enfoques a un desarrollo sostenible, espacios de educación, ciencia, tecnología y sociedad. “La identidad puede ser utilizada para guiar un cambio de posicionamiento; cuenta una historia y contribuye en forma significativa a generar un sentido de pertenencia a todo el entorno donde se desenvuelve” (Vélez Jaramillo, 2008); y este factor identitario es lo que ha fomentado el amor por la región y el surgimiento de oportunidades para la contribución de apoyos y mejoras a la sociedad en la ciudad y el departamento.

La identidad es un concepto que siempre va a querer transmitir un legado o una recordación frente a un individuo o un grupo de individuos, es así que es necesario identificar factores que generen diferenciación frente a cualquier ente, tratando de crear elementos propios que perduren y se mantengan vivos para crear una conciencia colectiva sobre un hecho, factor, sociedad, entre muchos otros espacios. La identidad es un concepto que a lo largo de la historia se ha trabajado desde muchas perspectivas y desde diferentes autores.

El psicoanalista estadounidense Erik Erikson, quien plantea la identidad desde el yo, donde expone la relación que tiene cada persona de ir desarrollando aspectos a partir de las experiencias que se viven, por lo cual la identidad siempre estaría en un proceso de

transformación y evolución respecto a la información que día a día se adquiere (Bordignon, 2005).

Por otra parte, el sociólogo y teórico inglés Anthony Giddens habla de la identidad como una construcción autónoma del ser humano, la cual, a partir de una serie de vivencia, comienza a crear elementos que lo pueden mantener protegido frente a los constantes cambios que día a día se evidencian en la sociedad (Zahar, 2006); sin embargo no sólo es necesario comprender una perspectiva cerrada de la identidad desde el individuo, sino también un aspecto cultural como precedente al entendimiento sobre lo que es la identidad en una comunidad.

“La identidad supone un reconocimiento y apropiación de la memoria histórica, del pasado. Un pasado que puede ser reconstruido o reinventado, pero que es conocido y apropiado por todos” (Molano L, 2007, pág. 84); lo que supone bien, que aunque el hombre constantemente evoluciona y se va adaptando a nuevas formas de vida, siempre existirán factores que están arraigados al territorio en el que habita.

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad” (Molano L, 2007 sobre González Varas, Pág. 73)

Es de esta manera y en contraste con los autores planteados con anterioridad que el aspecto de identidad se abordará desde una intención por medio de la cual se entiende que el hombre siempre tomará de su medio los elementos necesarios para generar rasgos identitarios

únicos, o que le permitan subsistir de una manera adecuada en su entorno, sin embargo, dicho lugar en el que se desenvolverá y convivirá con otros individuos, siempre presentará una serie de elementos y características que moldearán a los habitantes en relación al comportamiento y las tradiciones que deban hacerse en dicho espacio; así debe entenderse que los habitantes de Medellín no solo evolucionan en el aspecto cultural e identitario en relación a sus necesidades; sino también a lo que su contexto y sus costumbres les influye.

Antioquia en ámbitos culturales e identitarios siempre ha buscado crear factores que permitan marcar su importancia y participación para el desarrollo productivo de Colombia; como departamento, y en especial Medellín como ciudad se ha enfocado en impulsar espacios de desarrollo tanto para la mano de obra y producción local como nacional. En los principales aportes que logra generar la cultura antioqueña frente a los diversos sectores productivos, y que de igual manera genera un factor diferenciador por el cual permite marcar un punto diferenciador en cualquier espacio, es la gastronomía. Si bien ya se habló que muchos elementos propios de los productos típicos no son de la región estos han logrado llegar a una interculturalidad, la cual permea ampliamente el contexto antioqueño.

Es así como dentro de un innumerable espectro de actividades, ritos o tradiciones presentes en su folclor y tradición cultural, la región antioqueña se ha caracterizado por resaltar su identidad a partir de su cocina y sus costumbres convirtiéndose a través de los años en un referente nacional y mundial de la gastronomía colombiana; siendo una cocina con rasgos campesinos y conocida por su particular abundancia de ingredientes, traídos desde costumbres coloniales por los conquistadores españoles; el gran catálogo de recetas y platos típicos se argumenta culturalmente desde la necesidad de obtener la suficiente carga energética para las duras jornadas a las que estaban expuestos los campesinos remontándose varios años e incluso décadas atrás (Fondo de Promoción Turística de Colombia, 2009).

“Entrando en cifras representativas por las cuales la gastronomía es un gran punto de intervención a nivel económico y en relación al desarrollo

y aplicaciones de grandes recursos, cabe mencionar, que, en Colombia, la gastronomía genera el 2% del PIB; es decir, unos \$7,5 billones” (Parra, 2015).

Esto indica un alto consumo y generación no solo de productos consumibles dentro de la región, sino también elementos de importación y exportación por medio de los cuales se promueve un intercambio cultural de productos con otros países dentro y fuera del continente. Es necesario que esto se analice desde un campo de intervención agrícola, pues la industria gastronómica no lograría ninguno de sus grandes aportes en relación con las diferentes plantaciones de frutas y verduras que a lo largo del territorio colombiano se extienden diversos pisos térmicos, con los cuales de gran facilidad se logra obtener la materia prima necesaria para que aquel producto típico colombiano sea ejecutado a la perfección.

Según el informe de Evaluación de la Gastronomía Colombiana realizado por el Fondo de Promoción Turística de Colombia (FONTUR), como factor potencial de turismo, la gastronomía ha resurgido a nivel nacional de tal manera que ha roto una gran cantidad de paradigmas en relación a productos, combinaciones, especias, sabores y procesos, la gastronomía colombiana es un factor de gran afluencia para habitantes y extranjeros; platos típicos de la región y productos comúnmente comercializados generan un gran apego en los visitantes y los ciudadanos; y esta será un factor trascendental por medio del que se puedan concebir elementos de identidad que fomenten el reconocimiento de la cultura tanto paisa como colombiana.

De esta manera, se puede argumentar claramente la funcionalidad y la considerable importancia que tienen los desarrollos en relación a la gastronomía y está, a su vez también apoya el agro colombiano debido a la directa relación al consumo de productos cultivados en territorio nacional y aprovechados especialmente para la preparación de los productos propios de una región; esta relación se ve claramente enfocada en el sector de producción y consumo, pues este ha de ser el espacio que fomente relaciones de captación de usuarios e

incluso de cambio de mentalidad frente al consumo y aprovechamiento de las materias primas propias de las regiones colombianas; pues implementar estrategias donde la agricultura se vea mejor apoyada, y permitir que los productos típicos logren mayores índices de consumo; además la gastronomía como factor principal por medio del cual se pueden apoyar espacios de sostenibilidad para apoyar a las comunidades tanto rurales como urbanas en combinación con análisis identitarios o culturales permitirán que desde el Diseño Industrial se puedan proponer desarrollos tanto de experiencias como de productos por medio de los cuales genere apoyo a los desarrollos de sectores como el turismo gastronómico propio de una región específica, tal es el caso de la ciudad de Medellín.

2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el paso de los años, se han implementado nuevas técnicas, metodologías y herramientas que desde otras áreas del conocimiento han permeado al Diseño Industrial para obtener nuevos enfoques en la resolución de problemas de las necesidades que día a día afectan a las comunidades. De esta manera y con un esbozo de lo que se plantea en el concepto de transdisciplinariedad, en donde se entiende que se deben afrontar los desafíos no sólo desde la participación conjunta con otras áreas del conocimiento, sino usando sus habilidades, metodologías o estrategias de intervención; el diseñador debe estar en la capacidad de abordar estos insumos conceptuales y técnicos para desarrollar nuevos procesos de creación.

“El diseño es una actividad creativa cuyo objetivo es establecer las cualidades multifacéticas de los objetos, procesos y servicios, así como sus sistemas y sus ciclos de vida vitales de forma total” (Alvarado, Roa, & Zuleta, 2016).

De esta manera, la labor del diseñador se ve enmarcada en el ámbito de comprender todos los conceptos, procesos y elementos necesarios para desarrollar soluciones frente a las necesidades, problemas o requerimientos existentes dentro de una comunidad o sociedad, partiendo de los conocimientos propios de su área del saber, o bien, de los adquiridos a lo largo de su formación profesional de diferentes disciplinas que lo han ido nutriendo conceptualmente frente a su quehacer diario.

Cada uno de los factores existentes en la sociedad son los encargados de dar la pauta en cómo debe abordarse un planteamiento de diseño; en relación a estos; el contexto en el que vive el usuario ,o bien el contexto a intervenir; el diseñador debe sumergirse en el entendimiento total de las situaciones presentes de esa realidad; buscando así, soluciones globales que permeen la mayor población posible, aplicando todos los puntos clave del

diseño como la ergonomía, la comunicación, la función, la forma, la sostenibilidad y todos los requerimientos necesarios para generar un diseño integral.

En relación a cada uno de los factores que deben estar presentes en el panorama del Diseñador, el contexto es uno de los factores de mayor importancia frente al éxito o fracaso de las soluciones que el profesional pueda plantear; ya que son muchas las necesidades emergentes que se ven en el día a día de la sociedad, los cambios culturales, las nuevas tecnologías, las problemáticas actuales y muchos otros factores externos influyen directamente en el comportamiento de las personas; y son estos mismos factores los que permiten la entrada de soluciones nuevas.

Las Naciones Unidas han manifestado su preocupación por la condición actual y futura que viven las comunidades alrededor del mundo, y a partir de ahí, analizando los puntos más críticos como lo son la superación de la pobreza, la protección del planeta, la paz y la prosperidad social surgen los enunciados principales que se proponen en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2018), con los cuales se proponen una serie de ítems que buscan velar por la integridad de las sociedades presentes y futuras.

De esta manera “la integración de los aspectos sociales, económicos y ambientales a estrategias de diseño” (Gardetti, 2013) son el primer punto de partida para asimilar que las comunidades y ciudades están en búsqueda de nuevas alternativas a su forma de vida; la sobrepoblación y la pobreza son los entes que fundamentan la necesidad de evolución de las comunidades; y son estos factores los que dan pie al Objetivo 11 dentro de los ODS “Ciudades y Comunidades Sostenibles”; pues la búsqueda que todos los asentamientos urbanos o rurales tienen, es conseguir que cada día puedan gestionarse nuevos espacios inclusivos, seguros y resilientes (Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Fundación Objetivos de Desarrollo Sostenible, 2016), no solo para las poblaciones actuales

sino también para las venideras, esto en pro de mejorar sus condiciones de vida bajo los principios fundamentales que plantea Maslow¹.

La constante expansión demográfica en todas las ciudades alrededor del mundo con los cambios de zonas rurales a zonas urbanas, y los sobre poblamientos, representa un reto, ya que según los datos de las Naciones Unidas “Más de la mitad de la población mundial vive hoy en zonas urbanas. En 2050, esa cifra habrá aumentado a 6.500 millones de personas, dos tercios de la humanidad” (Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Fundación Objetivos de Desarrollo Sostenible, 2016); lo que hace que el panorama con miras al futuro ponga en vilo el desarrollo normal de todas estas comunidades, constituyendo una serie de retos y desafíos de los cuales se debe hacer parte proponiendo soluciones integrales.

“El problema más generalizado que se observa entre los hogares pobres es la falta de acceso al saneamiento, seguido por la incapacidad de asegurar la tenencia de la vivienda y acceder a redes de agua potable. El siguiente factor en importancia es el problema de las viviendas de mala construcción. Finalmente, el hacinamiento continúa siendo una característica predominante de los hogares urbanos pobres.” (Winchester, 2006).

Algunos estudios sugieren una correlación entre el diseño y el desarrollo macroeconómico, debido a que establecen una relación directa la cual ayudaría a enfrentar de una mejor forma los retos sociales, medioambientales y económicos a los cuales las comunidades de hoy se enfrentan (Ferruzca Navarro & Rodríguez Martínez, 2011). Y es que asimilar la situación actual presentada en los aspectos que muestra la ONU y los diferentes entes que se encargan de vigilar el desarrollo de las sociedades, es un duro golpe a comprender una realidad que no se ve reflejada en las capitales del mundo ni en los libros

¹ **Abraham Maslow** psicólogo estadounidense conocido como uno de los fundadores y principales exponentes de la psicología humanista, una corriente psicológica que postula la existencia de una tendencia humana básica hacia la salud mental, la que se manifestaría como una serie de procesos de búsqueda de autoactualización y autorrealización. (Biografías y Vidas, La Enciclopedia Biográfica., 2014)

turísticos, pero que tiene una gran presencia y fuerza en relación a los diferentes índices de desarrollo en cada país. Frente a esta situación, debe reevaluarse la posición del diseñador actual, donde debe pensarse si se está teniendo en cuenta cada uno de estos factores de gran trascendencia y mayor relevancia frente a la cotidianidad de las comunidades; y si en verdad se están llegando a soluciones que generen progreso en sus condiciones y calidad de vida.

En los últimos años se ha dado entrada a un nuevo concepto dentro del diseño; la sostenibilidad (el cual ya está implícito en el diseño desde la perspectiva de Rams² con sus “10 Principios Fundamentales del Diseño”); el cuál debería ser una de las condiciones principales a tener en cuenta frente la realización de cualquier actividad. Según la RAE, La Sostenibilidad significa “Que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medioambiente”; según CECODES (Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible), desarrollo sostenible es el que satisface las necesidades del presente, sin poner en riesgo los recursos, comprometiendo así la capacidad de satisfacer sus necesidades a las generaciones futuras.

En consecuencia, del acelerado crecimiento económico y demográfico de las grandes ciudades, no se ha permitido construir políticas eficaces dejando a un lado el concepto sostenible. Se hace imperativo apropiarse e integrarse con el fin de generar propuestas y soluciones que aporten avances significativos con miras al cumplimiento de los ODS en especial del objetivo 11, siendo esta la oportunidad para la transdisciplinariedad de los diseñadores y su capacidad de abordar soluciones de forma transversal.

“En una época de modas pasajeras y de tendencias que no duran un verano, conjugar el diseño con la sustentabilidad no parece nada fácil” (Gardetti, 2013). La importancia de trabajar en pro de este objetivo se debe a que dicho crecimiento desproporcionado incrementa el riesgo de aumentar la desigualdad, los índices de inseguridad, además si se siguen desarrollando malas prácticas de construcción y uso de los recursos naturales, la

² **Dieter Rams** diseñador industrial alemán, cercanamente asociado a la compañía de productos de consumo Braun. (Glocal, Design Magazine, 2016)

contaminación podría incrementar afectando con esto la salud, el bienestar, la productividad y la economía de las comunidades, , según un estudio planteado en ámbitos de la importancia de la sostenibilidad por el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible – (CECODES) (CECODES, 2017).

Abordar las problemáticas de la sociedad en especial el desarrollo de ciudades y comunidades sostenibles es una tarea que debe plantearse desde la mayor cantidad de perspectivas posibles, ya que no sólo será labor de politólogos o sociólogos ejecutar acciones que apoyen el avance social y económico, sino también permitir que disciplinas alternas entren a tomar partido a la hora de la resolución de problemas. Y es que, en este caso de Diseño, debe entenderse sólo como un requerimiento físico o técnico, pues existen problemas de orden personal, cognitivo e incluso identitario; todos estos factores siempre se verán enfocados en resolver una necesidad, y mejorar los índices de calidad de vida (Munari, 1983, pág. 87).

Acotando el espectro de intervención, es necesario encontrar un foco de acción para que se puedan poner en marcha los objetivos planteados por la ODS. Es así que Colombia es un gran punto de inicio para implementar acciones de mejora frente a la situación de las zonas rurales y urbanas con relación al objetivo 11. Colombia es un país con una de las mayores biodiversidades en el mundo, esto en relación al gran beneficio de encontrarse bañado por dos océanos, tener todos los pisos térmicos, una cantidad de flora y fauna difícilmente comparable con algún otro país; sin embargo, también hay aspectos negativos como altos índices de violencia, drogadicción, corrupción, desigualdad de género, déficit de educación y recursos educativos, entre un sinnúmero de problemáticas que envuelven a la sociedad colombiana (Martínez, 2018).

Sin importar las diversas situaciones de índole social o cultural, positivas o negativas, dentro de Colombia, cada una de sus regiones y departamentos presentan necesidades puntuales frente a temas de avance, mejora o creación de procesos, estrategias o experiencias

que mejoren las condiciones de aquel lugar en específico; según la región en la que se visualice, existirán un incontable número de factores que faciliten o dificulten los procesos de intervención, en especial para el diseñador, pues hace falta comenzar un abordaje de una disciplina como la antropología para que realmente la inmersión del diseñador sea total dentro de los proyectos a ejecutar.

Dentro de los muchos espacios habitables en Colombia, Antioquia es una de las regiones que a lo largo de la historia ha logrado consolidar una serie de tradiciones por medio de las cuales reafirma un concepto de identidad frente a sus habitantes; acciones que se han vuelto repetitivas en el marco de los diferentes acontecimientos que con los años han marcado puntos relevantes en el quehacer cotidiano de los habitantes de la región antioqueña. Dentro de la historia antioqueña cabe destacar un factor que no sólo es predominante en esta región sino en todas; la gastronomía, la cual fue, es y será siempre uno de los principales focos de atención por medio de la cual pueden construirse elementos culturales; “la comida se configura como un elemento decisivo de la identidad humana y como uno de los instrumentos más eficaces para comunicar” (Montanari, 2004).

La necesidad de encontrar en elementos identitarios propios de una región, los cuales ayuden a identificar factores culturales o que demarcan una profundización grande en lo que implican las tradiciones o costumbres de una comunidad, permite explorar nuevos elementos por medio de los cuales se puede abordar perspectivas o necesidades propias de una sociedad. La gastronomía, como se planteó anteriormente es un elemento que combina rituales en torno a la alimentación; uno de los factores esenciales de la vida, y alrededor de la cual han ido evolucionando actividades o mecanismos por medio de las cuales las personas demarcan sus características dentro de una región.

“La comida es cultura cuando se consume, porque el hombre, aun pudiendo comer de todo, o quizá por ese justo motivo, en realidad no come de todo, sino que elige su propia comida con criterios ligados ya sea a la

dimensión económica y nutritiva del gesto, ya sea a valores simbólicos de la misma comida” (Montanari, 2004).

Es así que, se evidencia que los habitantes jóvenes antioqueños entre los 16 y 24 años de edad, que concurren a diversos sitios de maridaje³ en lugares como “el Parque del Poblado”, “La Milla De Oro” o “La Calle De La Buena Mesa”, carecen de una identidad regional gastronómica; esto frente a la falta de oferta de productos relacionados con los platos tradicionales propios de su región, debido a la interculturalidad que día a día la globalización lleva a sus lugares de hábitat.

La sostenibilidad puede manifestarse desde puntos de vista totalmente diferentes al enfoque que tradicionalmente se conserva. La aplicabilidad del Diseño sostenible no debe verse limitado sólo a entender cómo cuidar un recurso, o gastar menos de algo (Alvarado, Roa, & Zuleta, 2016); esta debe comprenderse desde procesos por medio de los cuales se logre aprovechar los materiales, los procesos y los diferentes puntos principales de la cadena de desarrollo. Inclusive desde generar soluciones en cuanto a los procesos gastronómicos y de aprovechamiento de recursos naturales como frutas y verduras propios de un territorio, pueden generarse procesos por los cuales se mejoren trascendentalmente los índices de mejoras ambientales.

³ El maridaje hace referencia a la relación complementaria que existe entre un plato y la bebida con la que se acompaña, desarrollando una combinación balanceada entre sabores, texturas y olores (Zuloaga, 2015).

2.3. SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN

Los jóvenes entre 16 y 24 años, habitantes de la región de Medellín - Antioquia carecen de identidad cultural gastronómica, debido a la interculturalidad en gastronomica existente en su región.

2.4. OBJETIVOS

2.4.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una experiencia gastronómica por medio de una solución objetual, a partir de elementos propios de la región de Medellín, Antioquia, para jóvenes entre los 20 y 24 años de edad que frecuentan diversos espacios gastronómicos.

2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar el diseño conceptual de la propuesta.
- Crear el prototipo analítico enfocado (diseño digital).
- Generar el concepto de la experiencia sensorial y de usabilidad en el producto.
- Desarrollar los elementos gráficos y visuales que permitan la comprensión total del proyecto.
- Proponer un plan de negocios o modelo de utilidad aplicable al proyecto.

3. CAPÍTULO II: “SABOREANDO”

3.1. MARCO TEÓRICO

Dentro del proyecto es necesario enmarcar una serie de conceptos por medio de los cuales se regirá la investigación, el desarrollo y la posterior solución para dar cumplimiento al objetivo planteado con anterioridad dentro de la descripción del problema. De esta manera se presentan una serie de temas y conceptos que, desde el acercamiento a diferentes investigadores y pensadores de las áreas, se encontrarán puntos comunes por medio de los cuales será más comprensible la asimilación de la información que se presenta.

Los conceptos por medio de los cuales se estructura el proyecto de investigación en su énfasis general son el Diseño Sostenible, la Identidad y el Food Design; sin embargo como complemento a estos tres elementos principales, la Gastronomía, la Antropología y la Cultura, servirán como variables de apoyo por medio de las cuales se tendrán mejores bases conceptuales para abordar la problemática; todo esto enmarcado en el contexto de la ciudad de Medellín a la cual también se le desarrolla un acercamiento de lo que es como territorio y su relación directa con las variables anteriormente planteadas.

El primer concepto que debe plantearse en esta investigación, es el acercamiento a lo que significa la antropología, pues esta será la disciplina desde la cual se ejecutará el proyecto y que además permitirá tener otras formas de abordaje diferentes a las que comúnmente se abordan desde el Diseño Industrial.

Para plantear un significado conciso sobre el tema es importante conocer como la antropología, según la mirada de Adamson (año), se desarrolla en torno a varios elementos; es ahí donde esta se proyecta como el estudio de la humanidad en todos los lugares y todas las épocas. Otras disciplinas, como la filosofía, la historia, la sociología y la psicología, han pretendido también estudiar a la humanidad en su más amplio aspecto. Sin embargo, la

antropología es el único campo que ofrece una perspectiva humanística, científica, biológica, histórica, psicológica y sociológica del tema (Adamson & Weaver, 1985); permitiendo así una mirada más holística de lo que se plantea desde el acercamiento al hombre.

Es así como a diferencia de otras ciencias o disciplinas, la antropología le interesa más que la singularidad de los individuos, la repetición de los elementos de comportamiento de los hombres y del orden de estos elementos dentro de patrones (Herrero, 2002, pág. 3), esto con el fin de lograr encontrar elementos que sean propios del hombre en un determinado espacio, cultura, conocimientos o cualquier otra variable que permite esa conexión de aprendizaje entre el antropólogo y aquel individuo al cual se le realiza un seguimiento constante.

De esta forma puede entenderse claramente que la antropología es el estudio tanto en componentes de ciencia como de humanidad sobre el individuo, por medio del acercamiento y la exploración de factores en su quehacer y su espacio tanto individual, como enmarcado en un contexto específico. Y así poder abordar las diferentes cuestiones o necesidades que el hombre en cada uno de sus días va explorando y va adquiriendo y que en ocasiones no sabe cómo abordar.

En el punto anterior donde se hace el foco sobre el tema de la antropología, entra en juego una variable por medio de la cual se deben tener en cuantos los estudios o los análisis que se quieran hacer en relación al hombre; dicho factor es un componente que sin importar el lugar del mundo, las condiciones ideológicas, la raza el sexo o cualquier otra característica que pueda ser grupal o individual, va a variar en torno a los conocimientos particulares y a las costumbres; este factor es la cultura.

Dentro del factor antropológico, han sido muchos los investigadores que han tocado el tema de la cultura, pues abordar este tema es un desafío realmente grande para una sola persona; es así que han surgido muchas vertientes y desde diversos puntos de vista e inclusive desde diversas disciplinas; tal es caso del antropólogo estadounidense Marc Augé, quien

plantea la cultura desde un sentido global y antropológico del término, donde está es, el conjunto de esas relaciones que son representadas e instituidas, en tanto poseen, simultáneamente, una dimensión intelectual y simbólica, por un lado, y una dimensión concreta, histórica y sociológica, una dimensión por donde pasa su funcionamiento, por otro (Augé, 2007), dando a entender que la cultura es la sumatorio de elementos tanto cognitivos como funcionales que a lo largo de la historia han logrado crear y verse manifestados en diferentes aplicaciones que el hombre les da.

Sin embargo, José Herrero, académico y estudioso de factores antropológicos y culturales, plantea un acercamiento un poco más claro al significado de cultura en la sociedad, y es ahí donde plantea la cultura como una abstracción. Herrero propone la cultura como una construcción teórica a partir del comportamiento de los individuos de un grupo. Por lo tanto, el conocimiento de la cultura de un grupo va a provenir de la observación de los miembros de ese grupo que van a poder concretar en patrones específicos de comportamiento (Herrero, 2002, pág. 3); y al igual que los estudios de la antropología se entra en el tema de encontrar patrones sobre el individuo, pero ahora en un concepto mayor y no solo desde la individualidad, sino desde todo el recorrido que el espacio y la historia ha permitido para la aparición de dichas acciones.

La observación y análisis de este concepto se abordó desde la visión de un antropólogo y un académico, pues bien, es importante analizar una mirada desde alguien cuyo foco de estudio sea el tema central, por eso, el crítico cultural Henry Giroux, no sólo ve la cultura como un factor de creación tanto desde el individuo y la sociedad; sino que también analiza el poder que esta conlleva. La cultura se vuelve política no sólo porque vehiculiza por los medios de comunicación y otras formas institucionales que procuran conseguir determinadas formas de autoridad y legitimar relaciones sociales específicas, sino también como conjunto de prácticas que representa y ejerce poder y por lo tanto perfila las identidades particulares, moviliza una gama de pasiones y legitima formas precisas de cultura política (Giroux, 2001), es así como el significado de este concepto se rompe en solo una creación del hombre, sino que también es necesario reconocer el poder y afluencia que esta puede conllevar a la sociedad.

La cultura será pues un elemento que permitirá al individuo y a la comunidad absorber elementos que desde la creación y desde el medio en el que habita, le darán valores diferenciadores y estructurales sobre los procesos que mediante la experiencia y el conocimiento han de permitir al hombre y a su grupo asimilar y resolver situaciones que se le presenten.

En la justificación se llega a un acercamiento al concepto de identidad a partir de la abstracción de varios planteamientos que se proponen según diversos autores; en estos se explora como se ve al ser humano desde un punto de vista en el que es él el encargado de construir a partir de elementos existentes y algunos por conocimiento propio transforman su realidad. Erik Erikson, psicoanalista estadounidense y aprendiz en varios momentos de la vida de Freud, plantea el concepto de identidad desde el yo, es decir, desde la individualidad del ser humano; donde expone la relación que cada persona posee al ir desarrollando aspectos en relación a las experiencias que se han vivido, por lo cual la identidad siempre estaría en un proceso de transformación y evolución respecto a la información que día a día se adquiere y los hechos que van marcando la concepción individual de la persona frente al mundo (Bordignon, 2005).

Por otra parte, parafraseando al sociólogo y teórico inglés Anthony Giddens plantea en diversos estudios, el concepto de identidad como una construcción autónoma del ser humano, la cual, a partir de una serie de vivencia, comienza a crear elementos que lo pueden mantener protegido frente a los constantes cambios que día a día se evidencian en la sociedad (Zahar, 2006), lo que plantea una diferencia frente a Erickson, donde por una parte se muestra la identidad como una construcción para adaptarse y por el otro lado se plantea como una protección frente al medio; sin embargo no sólo basta comprender una perspectiva cerrada de la identidad desde el individuo y de cómo este la usa para enfrentarse a diferentes situaciones de su cotidianidad, sino también es fundamental entender un aspecto cultural como precedente al acercamiento sobre lo que significa la identidad en una comunidad y no desde la individualidad.

“La identidad supone un reconocimiento y apropiación de la memoria histórica, del pasado. Un pasado que puede ser reconstruido o reinventado, pero que es conocido y apropiado por todos” (Molano L, 2007); lo que implica, que aunque el hombre constantemente evoluciona y se va adaptando a nuevas formas de vida, siempre existirán factores que están arraigados al territorio en el que habita, y esta serie de elementos, costumbres o tradiciones, crearán un precedente con lo cual marcarán aspectos que se verán reflejados en grupos significativos de personas, permitiendo así la aparición de rasgos comunes o identitarios que podrán crear una pauta de diferenciación en una determinada población .

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad” (Molano L, 2007 sobre González Varas)

En relación con las posiciones que los autores proponen con anterioridad, el factor o concepto de la identidad se abordará desde una intención por medio de la cual se entiende que el hombre siempre tomará de su medio los elementos necesarios para generar rasgos únicos, por medio de los cuales tratará de adaptarse y sobrevivir a su medio, pero esto unido a los factores que el mismo territorio, en este caso, la ciudad de Medellín, también se encarga de brindarle y moldearlo así en el marco de un grupo de personas que comparten acciones y elementos propios de una región.

Frente a las necesidades de la sociedad de generar elementos que destaquen la identidad, es necesario buscar elementos que permitan que este aspecto logre sobresalir, y así

generar rasgos diferenciadores frente a otras comunidades; la gastronomía será un punto importante para marcar elementos diferenciadores; es así que un tema tan superfluo para algunos como es el caso de la alimentación, puede denotar un sinnúmero de variables que den respuesta a comportamientos o costumbres propias de una comunidad.

Ahora bien, Daniel Alberto Gómez Roldán. Cocinero, sociólogo y magíster en antropología, ha dedicado su vida a investigar la cocina colombiana, describiendo la gastronomía como el conjunto de plataformas comunicativas en donde se concentran identidades, costumbres, hábitos, tradiciones, prácticas, representaciones y circuitos de sentido, estos son solo unos pocos ejemplos de los cuales se constituyen las condiciones simbólicas y socioculturales, asuntos que se imponen a su condición fisiológica y que se convierten en maneras relacionales de múltiples lecturas que describen las transformaciones de diferentes grupos e individuos (Alvarado Nieto G. A., 2016); es por esto que la cocina y la gastronomía se plantean como los lugares ideales para la revaloración de lo propio. Estos dos factores recién mencionados, se destacan como elemento representativos de la cultura material⁴ de las comunidades, haciendo imposible separar estos conceptos, ligándose a los ámbitos socioculturales de las regiones, elaborando un intrincado mapa por medio del cual se pueden realizar lecturas exactas de aspectos sociales, culturales y políticos, de dichas regiones en las cuales se presentan elementos reivindicativos de los elementos propios de su cultura e identidad.

No obstante, para hablar de gastronomía se debe tener claro cómo la cocina del afecto o cocina familiar, actúa como la confirmación del sustento humano, es evocación de la madre, el lugar de nacimiento, el seno familiar donde se forjan los afectos, transmite el servicio básico y amoroso del comedor tradicional; es allí donde se encuentra lo mejor de la tierra, donde también se educa, se bendice; está presente casi de forma ceremonial de domingo a domingo, se da el emplazamiento de hábitos y costumbres, la

⁴ Por cultura material se puede entender como cualquier bien referente a determinada sociedad, con el cual se puedan relacionar, elementos formas o conceptos propios de dicho espacio, con su historia, sus costumbres y sus tradiciones (Carretón, 2017).

protección y el aprendizaje, el gusto por comer donde se encuentra su propia sensibilidad, poniendo de relieve el placer del comensal ligado a la naturaleza y al acto del compartir la vida (Vélez, 2013).

Es así, como desde el punto de vista antro-po-filosófico se presenta la gastronomía como el conjunto de costumbres, casi natas ligadas al acto de las relaciones humanas dadas en el seno familiar, ligadas a las vocaciones tradicionales, y es allí en donde se pueden encontrar los elementos representativos fundamentales de las costumbres culinarias de las comunidades, resaltando ese elemento sensible del acto que por naturaleza tiene el ser humano de compartir.

“La supervivencia práctica y simbólica advierte auténticos caminos del conocimiento y la satisfacción del apetito; discurre entre la semilla y el rito, la palabra y el mito, el hambre y el placer; acontece como lógica del hombre (antropología) y como amor al conocer (filosofía), improntas indelebles éstas que como menú abren el catálogo de la “alimentación del cuerpo” y de la “nutrición del espíritu”, y ayudan al hombre a designar el qué, el cómo, el cuándo, el cuánto y por qué cocinar y comer; a precisar en estas preguntas el sentido de lo “humano” y a responderlas” (Vélez, 2013).

Es por esto que la gastronomía como elemento de la cultural material en la ciudad de Medellín, busca ligar los conceptos humanísticos socioculturales arraigados en la naturaleza familiar de las comunidades en la ciudad; estableciendo así vínculos estrechos entre la cocina tradicional familiar, las costumbres sociales y culturales de la ciudad, con el fin de encontrar una serie de elementos identitarios característicos fundamentales para la elaboración de los circuitos de sentido planteados anteriormente. Todo esto fundamental para la reivindicación de los elementos propios arraigados en las tradiciones natas adquiridas de generación en generación en las familias, espacio en el cual se encuentra uno de los espacios de lectura de

variables donde se evidencia claramente un sinfín de actos y rituales propios del acto de comer en compañía.

El diseño ha comenzado a abordar nuevos campos de aplicación; y como se plantea con la gastronomía como un espacio totalmente pertinente para entender a la sociedad y los ritos que hay en relación a ella, nace el Food Design; una nueva área en la cual el diseño se encarga de crear una estrecha relación en todo lo que implica el proceso de la comida y la alimentación en relación al usuario. Actualmente esta rama del diseño comienza a ganar fuerza, en especial en Latinoamérica, donde han surgido en los últimos años diversos estudiosos tanto del campo del diseño como de la gastronomía, que uniendo sus conocimientos han ido explorando espacios de trabajo donde otras ramas del diseño no habían llegado antes.

Pedro Reissig Arquitecto y doctor en Tecno-morfología como estrategia para el diseño, es el fundador de la Red Latinoamericana de Food Design; en su exploración entre la relación estrecha existente entre la forma y la función que los alimentos plantean desde su concepción, propone que el “Food Design incluye toda acción que mejore la relación con los alimentos o la comida en los más diversos sentidos y/o aspectos. Estas acciones se pueden referir tanto al diseño del producto comestible en sí como a su contexto, incluyendo objetos, espacios, procesos, etc., involucrados con los alimentos y comidas” (Reissig, 2018).

Por otra parte, y durante el IV Encuentro de la Red Latinoamericana de Food Design, que anualmente comenzaron a realizarse en torno a investigaciones y experiencias que comienzan a vislumbrarse gracias a la implementación del concepto y metodologías que propone esta nueva rama del diseño, la magister en Diseño Industrial mexicana Alinne Sánchez Paredes, plantea la importancia que el Food Design representa para la sociedad de la actualidad, debido a que este es un factor que se encarga de mejorar las experiencias individuales en torno a la alimentación, y todo lo que esté en relación a su sistema. Procurando crear espacios y aplicaciones nuevas para que los procesos y actividades en torno

a una de las necesidades básicas del ser humano se pueda abordar desde una perspectiva totalmente fuera del proceso convencional (Red Latinoamericana de Food Design, 2016 sobre Alinne Sánchez Paredes).

"Food Design como una actividad interdisciplinaria y sintética toma nota de la investigación multidisciplinaria tanto de la investigación de diseño como de aquellas disciplinas, científicas, sociales, psicológicas y estéticas que proporcionan datos e información para el diseñador con respecto a los diversos aspectos de la experiencia alimentaria en sus múltiples formas. El diseño de alimentos debe preocuparse por ofrecer experiencias que mejoren la vida y, por lo tanto, debe tener en cuenta las dimensiones éticas de la actividad de diseño de alimentos dentro de lo político y económico que constituyen el espacio para el rol del diseñador en el campo del diseño de alimentos. (Zampollo, 2016 sobre Chris Smith)

De esta manera se entiende el Food Design como un espacio de creación e interacción, por medio del cual deben aprovecharse los elementos existentes alrededor del mundo de la alimentación para fomentar, espacios, estrategias y elementos que permitan cambiar todo el paradigma existente frente al proceso de ingerir alimentos; esto pensado desde todas las perspectivas posibles, acompañando los procesos de diseño desde el apoyo de otras ciencias o disciplinas que permitan la mejor ejecución de nuevas alternativas para la solución de las necesidades que día a día se presentan en torno a la comida, la alimentación e incluso la gastronomía.

Debido a esto se identifica que los elementos diferenciadores de las ciudades se plantean como fundamentales para la comunicación cultural, por medio de la cual se pueden encontrar diversas manifestaciones tradicionales de las regiones, vislumbrando trazos de identidad, a través de elementos tan simples como los cultivos, los productos y los platos

típicos, es por esto que buscamos vincular estos conceptos con el concepto de ciudad, en especial con la ciudad de Medellín.

Para inicios del siglo XIX la ciudad de Medellín aún no figuraba dentro del panorama nacional, permanecía siendo una provincia alejada, teniendo en cuenta que en ese momento el casco urbano de la ciudad estaba dividido por afluentes que impedían la comunicación, esto siendo una constante en el aislamiento en la región antioqueña estando presente hasta el momento en el que se finalizó la construcción de Ferrocarril de Antioquia, por medio del cual se activó la dinámica económica y regional con el resto del país. Luego de esto la ciudad vivió un cambio, debido a que con gran rapidez dio un paso hacia la modernidad, pasando de tener un carácter secundario y periférico a ser una de las ciudades principales del país, todo esto impulsado por diferentes promotores de desarrollo urbano (Gómez Lopera, 2012, págs. 116-118).

De esta manera, el Juan Carlos Gómez se refiere a la industrialización como motor de cambio y transformación de la ciudad hacia la era moderna, para esto plantea la industria como elemento fundamental para el desarrollo económico de las diferentes regiones de Colombia en especial la ciudad de Medellín; esto no solo aportó crecimiento económico, sino que desde el punto de vista social la ciudad aceleró también su crecimiento, debido a que la generación de oportunidades permitió impulsar los diferentes elementos fundamentales para el crecimiento exponencial que vivió la ciudad por estos días, teniendo en cuenta el ferrocarril de Antioquia como motor primordial en esto, debido a que la apertura de nuevas rutas logró hacer que la ciudad se abriera más en el ámbito regional.

Para Sandra Ramírez investigadora de la Universidad de Antioquía, el desarrollo de la ciudad de Medellín, se debió al proceso migratorio que vivió la ciudad entre las primeras décadas del siglo XX, logrando con esto una gran contribución al desarrollo de la ciudad, ya que identificó en su investigación los factores determinantes de la migración de las personas desde los diferentes municipios del departamento de Antioquía, hacia la ciudad de Medellín.

Ramírez Analizó también, la incidencia que tuvo esta movilización en la organización económica, social y política de la región, para esto describe cómo los diferentes municipios del departamento con más desarrollo hicieron su aporte, los cuales contaban con sistemas bancarios y un sin número de actividades comerciales sobresalientes que contribuyeron activamente en el desarrollo de la ciudad en este periodo (Ramírez, 2011, págs. 220-221).

La dinámica regional migratoria se plantea como elemento fundamental en el desarrollo de la ciudad de Medellín, entendiendo que la comunidad fue un factor primordial para el desarrollo de las diferentes ciudades en Colombia, las cuales aportaron desde los diferentes ámbitos tanto políticos, sociales, económicos e inclusive culturales; todo esto consecuente con el impulso al desarrollo territorial de la ciudad de Medellín.

Ramírez también describe cuáles fueron las motivaciones principales que tuvieron las diferentes personas de los pueblos aledaños del departamento de Antioquía, para viajar hacia la capital del departamento, encerrándose en cuatro, siendo estas principalmente; la educación de los jóvenes, el crecimiento de los negocios, la actividad política y para finalizar la búsqueda de más y mejores oportunidades (Ramírez, 2011); evidenciando claramente un afán por no sólo impulsar acciones individuales de mejora y progreso, sino que a la par, permitiendo la aparición de nuevos protagonistas en los campos de acción económicos y productivos de la región con la formación de tantos nuevos espacios tanto a nivel personal como empresarial.

Es por esto que se comprende la importancia de la migración interna en el departamento de Antioquía como elemento fundamental en el desarrollo de la ciudad de Medellín, debido a la gran contribución realizada por estas comunidades lo que permitió el crecimiento económico, político y social en estas décadas dentro de la ciudad de Medellín. Pero para esto es indispensable también hablar de la importancia que el desarrollo industrial impulsado por la construcción del ferrocarril de Antioquía tuvo para el crecimiento de la ciudad, la apertura de estas nuevas rutas permitió que el acceso a la ciudad fuera más fácil

creando una dinámica interna migratoria fundamental para el crecimiento de la ciudad de Medellín.

Al entender como la integración de dos elementos como lo son el desarrollo industrial, y el crecimiento social, son fundamentales para el crecimiento de las ciudades modernas, debido a que estos dos elementos son los principales contribuyentes para el impulso de las economías, no es de extrañarse como la unión de estos dos factores fueron el detonante para el crecimiento de ciudad de Medellín en las primeras décadas del siglo XX, debido a que no se podría hablar de la existencia de un término, sin tener al otro en cuenta.

Debido a la importancia de las ciudades como ejes de desarrollo cultural y productivo, es de gran importancia para la generación de elementos identitarios, se concluye que es necesario hacer un llamado a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad, todo esto expresado por la Organización de Naciones Unidas en sus Objetivos de Desarrollo Sostenible; y es ahí cuando la sostenibilidad entra a jugar un papel radical en torno a los procesos de ciudad.

Desde una mirada de la sociología, Rosario Vargas plantea la sostenibilidad como la lucha que se libra para conservar la estabilidad de los diferentes sistemas que sirven como soporte a la vida, entendiendo esto como el ecosistema o las diferentes zonas de vida en las cuales se representan o se encuentran establecidos los diferentes hábitats necesarios para la vida de las diferentes especies del planeta (Vargas, 2005). Es por esto que se entiende como la sostenibilidad es la unión de un conjunto de elementos fundamentales para el sano desarrollo de las diferentes especies que habitan o comparten un ecosistema, con miras a preservar la integridad de dichas especies, garantizando con esto la permanencia de dichas especies en los ecosistemas, estableciendo así las condiciones ideales para lograr dichos objetivos.

“Esto como una crítica a la hegemonía occidental sobre la modernización simple, o sea, de la racionalidad económica instrumental legitimador de la era industrial. La primacía histórica de dicha racionalidad y su consecuente unidimensionalismo atentan, desde la perspectiva de la sensibilidad ambiental, contra la sostenibilidad planetaria” (Vargas, 2005, pág. 52).

Dada la creciente modernización de las diferentes industrias, y con el auge del capitalismo en su máximo esplendor, cuyo sistema genera una legitimación sobre las prácticas actuales desde todos los puntos de vista, que van desde lo productivo hasta lo social, y dada la mirada unidimensional que tienen este sistema, en donde solo se validará la producción sobre todos los elementos sociales y culturales involucrados en el desarrollo de hábitats más sostenibles, impidiendo así la estabilidad ambiental en las diferentes comunidades alrededor del mundo, convirtiendo esto en un problema que a través de los años ha ido creciendo hasta el punto de convertirse en una situación totalmente insostenible desde lo ambiental.

Por otra parte, la sostenibilidad desde el punto de vista del Diseño Industrial, se define como el conjunto de relaciones estructurales organizativas, funciones, expresivas y económicas de la actividad de producir objetos con ética global que mejoren la sostenibilidad y protección del medio ambiente (Alvarado Nieto G. A., 2016). Esto entendiendo como el Diseño Industrial como disciplina, da soluciones desde el concepto que se ha abordado a través de toda la investigación y es como el Diseño asume el rol de elemento transdisciplinar e integrador, que busque así el sano desarrollo de una gran cantidad de conocimientos, áreas y técnicas con un enfoque puesto en la resolución de problemas; cuidando que los métodos de producción actuales no sean agresivos y devastadores para el medio ambiente, garantizando un equilibrio entre desarrollo económico, protección del ambiente, y el bienestar de las comunidades, ratificando así la satisfacción de las necesidades actuales sin que se comprometan las de las siguientes generaciones en el futuro.

Es por esto que, desde la comisión mundial sobre el medio ambiente y el desarrollo sostenible, se definió el desarrollo sostenible como el proceso de satisfacer las necesidades de las generaciones actuales, teniendo en cuenta que no se deben poner en riesgo la capacidad de las generaciones futuras a satisfacer sus necesidades (Alvarado, Roa, & Zuleta, 2016 sobre la Comisión Mundial Sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo).

Entendiendo la sostenibilidad según los autores como la combinación de factores políticos, económicos, productivos y sociales; que se deben conjugar adecuadamente para la generación de ciudades sostenibles enmarcadas dentro de los ODS, como la elaboración de criterios fundamentales para el desarrollo de hábitats con las condiciones ideales, que no afecten los ecosistemas y que sean sostenibles a través del tiempo, para solo así lograr preservar los recursos naturales, garantizando que las generaciones futuras puedan lograr suplir sus necesidades; sin embargo, para esto también es necesario encontrar un consenso entre los sistemas de producción actuales con el fin de establecer políticas claras y que se fijen una serie de sistemas de responsabilidad social, evaluando de manera asertiva sus prácticas actuales, buscando así disminuir las malas prácticas, culpables de las diferentes problemáticas en cuanto al desarrollo sostenible de las comunidades, y que ponen en peligro la sostenibilidad medioambiental con sus efectos agresivos para el planeta, para ello también es imperante que la comunidades se acojan a dichas soluciones para poder así cerrar el dicha brecha.

Ahora bien, se hace necesario entender cómo se deben articular estos conceptos de sostenibilidad, con el desarrollo de las ciudades modernas, ya que estos deben ser el eje principal sobre el cual se cimientan los nuevos desarrollos sociales, culturales y políticos. Logrando así elaborar las mejores condiciones medio ambientales, garantizando la sostenibilidad de los recursos, el sano desarrollo de las comunidades, permitiendo así que las ciudades en este caso específico la ciudad de Medellín, sean autosostenibles de forma perdurable en el tiempo.

Una vez claros los temas y los conceptos planteados dentro del marco teórico, será un proceso más fácil adaptar dichos planteamientos por medio de los cuales se va a trabajar en el desarrollo del proyecto, y así generar una claridad frente al abordaje de las problemáticas existente en la ciudad de Medellín frente a la carencia de identidad regional gastronómica, y de los elementos conceptuales de los cuales permitirá esta investigación valerse para tener un sustento más fuerte en el proceso de solución de dicha problemática.

3.2. ESTADO DEL ARTE

Abrir el sentido del gusto es uno de los placeres que la alimentación les permite a las personas; sin embargo, el gusto no sólo viene de la relación fisiológica de la alimentación; sino también del impulso que existe frente al vínculo o relación positiva que hay frente a un elemento o una experiencia (Ledoux, 1999); es así que es importante generar ese tipo de estímulos en relación a la parte cognitiva, entendiendo más claramente cómo se llevan a cabo proyectos y estudios que buscan entablar una relación constante entre los procesos de deseo, gusto y posterior satisfacción de una de las necesidades principales del hombre como lo es la alimentación.

La actualidad del diseño ha permitido la posibilidad de la interacción en nuevos escenarios y la participación con actores diversos de otras áreas del conocimiento; tal es el caso de lo que se ha venido presentando de la relación directa entre diseño y gastronomía, la que se ha transformado en lo que hoy en día se conoce como Food Design; a continuación se presentarán algunos estudios desarrollados alrededor del mundo y se expondrán los puntos de interés principales de intervención de los mismos que permitirán ampliar el panorama frente a las acciones ejecutables dentro de esta investigación.

El análisis desde los fundamentos del diseño y de la experiencia de usuario en relación al producto ha sido una de las temáticas más importante en los últimos años del desarrollo no sólo de elementos físicos sino de servicios; entrar en un mercado en donde la competencia cada día busca mejorar e implementar nuevos espacios de atracción y de entrada a nuevos sectores económicos es cada vez más difícil, sin embargo, el éxito de estos procesos radica en la innovación y en la creatividad (Martínez de Albeniz, 2018).

Este Proyecto presenta elementos muy importantes para su análisis; pues en este se hace una relación directa de la importancia del análisis del sector en el cuál se ofrece un producto o servicio, interpretando no sólo las variables del análisis del usuario; sino también de una lectura del contexto y del mercado en el cual se va a incorporar dicha nueva propuesta, abriendo el panorama a comprender la importancia del sector económico como fuente principal de materialización de los proyectos.

Como elemento diferenciador y de aporte a la investigación en curso, cabe resaltar la posibilidad de entender la viabilidad financiera en cuanto a prácticas de consumo que se tendrán presentes en el marco de interacción con el proyecto una vez finalizados; entendiendo de esta forma actores claves en la ejecución del mismo como lo son: el usuario, aliados estratégicos, el cliente y el contexto de aplicación. Es importante la unión del Diseño con áreas como el mercadeo para poder tener ese impulso diferenciador y la posibilidad de éxito económico del proyecto.

Una de las variables con las que se plantea el desarrollo principal de esta investigación, es el tema de la sostenibilidad, está pensada desde el ámbito en el cuál el uso de recursos tanto humanos como de herramientas e inclusive de materias primas, no genere gastos ni daños adicionales a los procesos que actualmente se relación a la producción o generación de actividades o de elementos relacionados con la alimentación.

Anne Sible en su estudio sobre “The sustainability of functional foods” expone la relación directa que la alimentación y las nuevas corrientes en torno a ella como lo es el caso del Food Design deben estar acordes a los principios de la sostenibilidad en el marco del autocuidado no solo de recursos sino de los procesos e inclusive de la obtención de las materias primas significativas para ejecutar de manera precisas las preparaciones (Sible, 2007).

Este proyecto tiene gran replicabilidad en especial en el componente de análisis ambiental en relación al principio de la sostenibilidad, partiendo del principio fundamental de aprovechar los recursos presentes dentro de un espacio determinado, es así que es necesario que frente al resultado final que plantee el proyecto, uno de los principios fundamentales que radiquen en el proyecto será aprovechar todos los recursos existentes dentro de la región antioqueña con los cuales se puede desarrollar un excelente trabajo en relación a lo que implica la memoria e identidad de la comunidad.

La experiencia estética que provee un producto o una experiencia es algo difícil de medir en relación a la relación que se vive entre cada uno de los usuarios y su acercamiento al momento o experiencia de uso. La estética es una apreciación subjetiva frente a cualquier manifestación en la vida; sin embargo, los procesos que permiten que existan pensamientos similares frente a algo no se consiguen tan fácilmente, en especial frente a un análisis formal de la abstracción de elementos que componen un imaginario o un pensamiento colectivo.

“De la ensalada al bowl” es un estudio en el cual se realiza un acercamiento teórico práctico en el cuál por medio de un análisis sensorial se pone en evidencia como es la interacción de los usuarios con la alimentación; y a partir de un estudio visual en el que se generan estímulos de cómo el usuario llega al contacto inicial con el producto, se establecen mejores prácticas de consumo y de acercamiento al elemento de uso (N.J. Schifferstein, 2010).

En el marco de la labor del diseñador, el componente estético formal es uno de los principios con mayor fuerza dentro del desarrollo de una nueva propuesta de diseño; este se ve mediado por los elementos que se pueden abstraer del referente formal o del tema principal de creación por medio del cual se está trabajando, sin embargo, lograr una aplicación correcta de elementos formales es una tarea compleja, que si bien ejecutada de una manera ordenada

permite una solución totalmente funcional enfocada en representar todos los elementos culturales e identitarios que en el caso de esta investigación son los principales referentes formales.

“Breakthrough Food Product Innovation Through Emotions Research”, presenta una mirada a los procesos de desarrollo de producto desde la dos puntos de vista muy interesantes en la actualidad; estos son la experiencia y la innovación, dos ejes fundamentales en el desarrollo de aplicaciones exitosas en el marco de una sociedad sumida en los avances tecnológicos y los grandes desarrollos en relación a la transformación de la sociedad y la mejora de las condiciones de las comunidades (Lundahl, 2012).

Cabe destacar el factor de la innovación como un elemento que no sólo propone un alternativa original y creativa frente a una situación o necesidad, sino también que esta emita un valor nuevo que presente un cambio radical a la manera de abordar una actividad o una práctica. Según esto, es necesario generar un símil en relación a como es el ritual tradicional de la alimentación y de cómo este influye en el usuario puede modificarse y darle una experiencia mucho más fuerte que no sólo sea visto cómo la meta de lograr cumplir una necesidad fisiológica, sino también agregarle elementos que marquen esta actividad como una experiencia única en relación a la posibilidad de rescatar elementos históricos e identitarios.

El diseño emocional ha sido una corriente que ha tomado demasiada fuerza en la actualidad, esto debido a que la fuerza con la que los desarrollos o resultados que surgen de la aplicación de este son muy bien recibidos por parte de los usuarios sin importar el tipo de producto que se genere, debido a que la reacción del cerebro límbico envía un impulso mediado por las emociones y no por la razón (Ledoux, 1999). Es así que todas las aplicaciones en las cuales se involucren estímulos emocionales logran tener mayor fuerza que las que solo se caracterizan por la función o por la forma con la que fueron desarrollados.

El diseño emocional y la revolución e la comida es el título de un proyecto de investigación desarrollado por investigadores asiáticos frente a las diferentes características y pormenores existentes dentro de la interacción del usuario con su comida, y de cómo este a partir de una serie de experiencias o vivencias que se tuvieron con anterioridad, se pueden desarrollar vínculos de apego frente a la comida, e incluso como generar motivaciones o sensaciones positivas frente a un producto o elemento que no sea del gusto de la persona, pero que mediante una composición o forma distinta, logre generar un vínculo de apego (Shiyi & Rongrong, 2017).

De esta investigación cabe resaltar o entender la comida desde el punto de vista emocional en el cuál la persona más que satisfacer su apetito o calmar una necesidad fisiológica, pueda generar tanto en su organismo como en su mente una sensación de placer es un logro que puede cambiar la mentalidad y la interacción con uno de los rituales más antiguos que se conocen, como es el caso de la alimentación.

“La Construcción De La Identidad Cultural A Través Del Discurso Culinario” es el nombre del libro escrito por la mexicana Alicia Verónica Sánchez, en este es un claro ejemplo de todo lo que se busca con el proyecto de identidad gastronómica, pues la posibilidad de visibilizar a través de la comida elementos propios de la historia, la memoria y la identidad de una región no es más que la materialización de la historia por medio de un referente como lo es la cocina en este caso (Sánchez Martínez, 2004). La trasposición de la cultura e historia de una región en un elemento como lo es un plato de comida es una labor que debe guardar los finos detalles de la estética y de la experiencia de transmitir un mensaje directo en torno a una experiencia vivida con anterioridad.

En el libro patrocinado por el ministerio de cultura peruano “Cocina E Identidad La Culinaria Peruana Como Patrimonio Cultural Inmaterial”, se plantea la importancia no sólo de rescatar elementos tradicionales de la cocina peruana como principio fundamental de la

cultura y la identidad, sino también a su vez se pretende desarrollar una serie de elementos que marquen y denoten el significado que tiene la historia y los aportes de la sociedad peruana alrededor de los procesos gastronómicos y de los avances que se han hecho en torno a esta (Cánepa Koch, Hernández Macedo, Biffi Isla, & Zuleta García, 2011).

El proceso de rescatar elementos identitarios e históricos de una región y permitir que estos se pongan al alcance de un plato de comida y la experiencia en torno a esta es el elemento más valioso de rescatar frente a esta investigación, debido a que al motivar la conciencia individual de la comunidad en torno a una experiencia alimenticia y que a su vez transmita valores y elementos de la cultura de su región crea un vínculo y un proceso de recordación muy fuerte.

La investigación desarrollada en torno a las actitudes y comportamientos en relación a las prácticas de cocina y los hábitos alrededor de la misma por parte de diferentes comunidades británicas y francesas, muestra un símil entre estas dos regiones del mundo que si bien tienen costumbres y actitudes radicalmente muy distintas, pueden extraerse puntos en común, por medio de los cuales se genere un análisis a profundidad con el que se pueden tomar puntos en común sobre las prácticas europeas de interacción en torno a la comida (Gatley, Caraher, & Lang, 2014).

Desarrollar un acercamiento directo a los procesos y actividades que se ejecutan dentro de una determinada región y sociedad, es una de las características principales que se enfoca dentro de esta investigación; es así que, partiendo de principios de acercamiento al usuario y metodologías de relación directa con el implicado, es posible entablar un proceso de empatía mucho mayor a lo que comúnmente se logra. Es así que el principal análisis que se puede extraer de este proyecto de investigación se divide en dos elementos.

Por una parte, es importante considerar que tipo de metodología se pondrá en marcha en la ejecución de las actividades; y sea cual sea siempre debe ser una en la cual el usuario tenga un rol fundamental en el proceso, pues será este quién guie y delimite las decisiones y necesidades que el proyecto tendrá; por otra parte el componente de innovación debe tener un componente creativo y dinámico lo bastante fuerte como para generar un impacto positivo en relación a la interacción que el usuario tenga con este.

Desde el Servicio Nacional de Aprendizaje en su subdirección de Diseño y desarrollo tecnológico, los profesores e investigadores Bernal y Rueda plantean un acercamiento sobre el valor y la importancia que tiene recuperar la identidad gastronómica no sólo de dicha región sino de todas a lo largo de Colombia por medio de la cocina tradicional, como ente posibilitador de preservar las costumbres y las tradiciones de antaño (Bernal V. & Rueda M., 2016).

El principio de retomar elementos históricos como principal fuente de motivación para un desarrollo actual frente a las necesidades y características que se presentan en la actualidad es un valor de gran importancia, debido a que ya se conocen los resultados de los elementos antiguos y se sabe que su funcionalidad ya está comprobada; además permitir que se retomen elementos que ya se habían fundamentado en una región logra ampliar las expectativas frente a la finalidad y función de dicho elemento.

De este proyecto se puede permitir tomar como elemento principal y de aporte significativo, realizar un análisis o un comparativo por medio del cual se integre a la investigación actual la fusión de elementos tanto tradicionales como actuales, permitiendo un anacronismo justificado por la motivación y la emoción que se puede generar frente al recuerdo o a la experiencia de revivir una situación del pasado.

De la misma manera como se plantea en el apartado anterior frente a la importancia de retomar elementos tradicionales de una región en específico y permitir un contraste entre lo que se vivía en la antigüedad y lo que se vive en la actualidad, las investigadoras mexicanas Juana Meléndez y Gloria Cádiz proponen buscar los elementos característicos e identitarios de una región en específico dentro del contexto mexicano, y a partir de la información recolectada y de los elementos propios de la región retomar características que permiten la concepción no sólo de elementos y experiencias nuevas, sino también implementar técnicas y métodos usados con anterioridad para brindarles más fuerza (Meléndez Torres & Cádiz de la Fuente, 2010). Esta investigación permite la posibilidad de dar un análisis a elementos que en la antigüedad eran exitosos y que al saber su potencial y su uso se pueden implementar nuevamente como alternativa a nuevas prácticas, manteniendo vivas tradiciones y dando la posibilidad de abrir nuevos espacios.

Las investigaciones planteadas con anterioridad son uno de los puntos de partida principales de análisis para permitir que el desarrollo que actualmente se está ejecutando sea exitoso; esto en relación a que siguiendo actividades, pasos o métodos empleados por otros investigadores y que al ser adaptados de manera parcial, literal o semejante en el desarrollo experiencial gastronómico que se adelanta, implicará una mayor posibilidad de éxito al tener más factores de análisis los cuales poder analizar.

3.3. ESTADO DE LA TÉCNICA

Utensilios hay una infinidad; al igual que platos, cucharas, vasos y jarras; por lo cual, encontrar elementos, servicios o desarrollos a partir de los cuales puedan abstraerse conceptos, mecanismos, formas, funciones, entre otros, presenta la posibilidad de generar un nuevo desarrollo frente a la necesidad que el hombre tenga otras prácticas en relación a la alimentación. Sin embargo, frente al tema de investigación que actualmente se trabaja en el proyecto, es complejo encontrar desarrollos similares; esto debido a que, por una parte, el Food Design si bien ya se encuentra consolidado como una de las nuevas áreas de intervención del diseño, las aplicaciones que este ha tenido se han enfocado en otros campos de intervención; aún no ha tomado una posición radical frente al espectro cultural e identitario.

De acuerdo a lo anterior; a continuación, se presentan algunos desarrollos objetuales por medio de los cuales se pueden tomar referencias y/o elementos factibles de extraer una serie de elementos que se puedan replicar dentro del marco del desarrollo del nuevo proyecto de intervención sobre cultura, identidad, gastronomía y diseño. Los productos que se analizan son AMRNTO y Huertas de Vida.

- **AMRNTO**

En la búsqueda de crear un producto exclusivo para el consumo del amaranto, Daniel Sánchez, estudiante de Diseño Industrial de la Universidad del Bosque diseñó Amrnto, una colección de piezas de cerámicas pequeñas, pensadas desde la funcionalidad a la hora de cómo generar una forma distinta de ingerir semillas de amaranto; desde el principio de cómo prepararlas hasta el elemento en donde se presentan para ser ingeridas.



Figura 1 Conjunto de Elementos de Amrnto (Revista AXXIS, 2017)

Figura 2 Conjunto de Elementos de Amrnto (Revista AXXIS, 2017)

Cerámica y vidrio soplado componen esta familia de 6 piezas diseñada para la manipulación, cocción y consumo de las semillas de amaranto, desde el hábito de un estilo de vida pausado y sano. La propuesta de forma y línea expone una predilección de la estética pensada desde el diseño. Amrnto se creó como proyecto de grado de Sánchez de la carrera de diseño industrial de la Universidad El Bosque en la ciudad de Bogotá (Revista AXXIS, 2017).

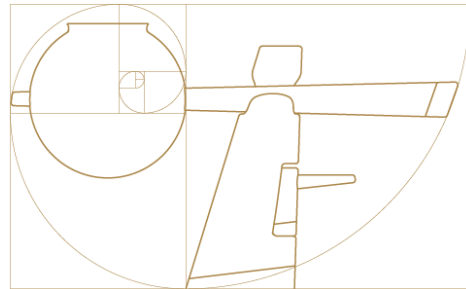


Figura 3 Análisis Formal de Elementos de Amrnto desde la Proporción Aurea (Revista AXXIS, 2017)

Figura 4 Análisis Formal de Elementos de Amrnto desde la Proporción Aurea (Revista AXXIS, 2017)

Si bien Amrnto es un desarrollo objetual enmarcado en proponer una alternativa nueva de alimentación de un elemento cuyo consumo no es muy común, este es seleccionado debido a que es una solución física en donde la forma toma una importancia fundamental, debido al juego de abstracciones que se realizan para encontrar elementos comunes que proponen orden, unidad y una belleza visual muy marcada.

La combinación de materiales (cerámica y vidrio templado) y formas presentes en este desarrollo permiten el juego entre formas muy orgánicas, lo que da paso al desarrollo de elementos más abstractos y que posibilitan una mejor relación de uso para el usuario; estos materiales también enmarcarán un factor



Figura 5 Elementos Individuales que componen la Familia (Revista AXXIS, 2017)

fundamental de lo que implican los procesos de sostenibilidad, debido a que el entendimiento de materiales y su uso también permitirá que la ejecución de los procesos genere o no índices de contaminación positivos o negativos.

La importancia de este desarrollo objetual radica en los procesos de abstracción formas y de uso posterior; en donde analizar elementos y formas de la comida y poderlos materializar en una forma que genere una total y clara representación de lo que se va a ingerir no sólo en el alimento sino también en el lugar de soporte del mismo.

El elemento más significativo que puede tomarse de este proyecto y que será usado en la ejecución posterior del actual trabajo que enmarcar la relación entre gastronomía e identidad y que será llevado de la mano del Diseño Industrial, es el proceso de análisis formal, en el cuál, debe tenerse muy clara la importancia que el papel de la “forma” tiene en el diseño, es muy importante la funcionalidad; sin embargo, el diseño, en cualquiera de sus áreas (vestuario, producto, gráfico) debe siempre concebir esta posibilidad de atraer desde lo visual, desde la estética, donde el campo de atracción y de primer impulso para el usuario será lo que logre ver.

Generar los procesos de desarrollo formal y lograr una solución que genere un vínculo con el usuario es un gran triunfo para un diseñador. En el caso de este proyecto, en el cuál uno de los factores primordiales son los procesos culturales e identitarios, y lograr permitir que estos traspasen una barrera más allá de la alimentación y puedan masificarse en un objeto es un resultado totalmente triunfador para forjar el vínculo que se busca.

- **Huertas De Vida**

Huertas de vida es una iniciativa que surge de la hibridación de dos ramas del Diseño Industrial que actualmente tienen gran auge dentro de las comunidades académicas y de investigación; el Diseño Solidario y el Food Design. En este proyecto, se trabajó directamente

con una comunidad ubicada en el sector de Bello Oriente, un asentamiento no formal creado después de las problemáticas vividas durante los periodos de violencia que afrontó la ciudad de Medellín y sus alrededores.

Con este proyecto se buscó generar la creación de espacios interactivos en donde los habitantes de dicha zona pudieran generar espacios para cultivos propios con materias primas existentes dentro de su comunidad; así poder cosechar distintos tipos de verduras y plantas que posteriormente puedan consumir o comercializar, lo que permite mejoras a su calidad de vida tanto en la parte alimenticia como en la generación de ingresos (Zapata Ruiz, Jaraba Iturruago, & Imbett Vargas, 2018).



Figura 7 Render Proyecto Huertas de Vida (Zapata Ruiz, Jaraba Iturruago, & Imbett Vargas, 2018)

Este proyecto presenta elementos muy interesantes dentro de su configuración y desarrollo; por una parte, es muy rescatable el proceso que se genera de trabajo con la comunidad; el cual implica directamente que los futuros usuarios hagan parte del desarrollo inicial del proyecto, implementando y aportando elementos y sugerencias que permiten que las necesidades a resolver sean más reales y que puedan verse claramente solucionadas con la materialización de la propuesta.

En segunda instancia cabe resaltar dos elementos que son fundamentales en el desarrollo de la propuesta; los cuales son la posibilidad de tratar el tema del Food Design desde una perspectiva donde el foco e interacción principal es permitir la soberanía alimenticia y el progreso de una comunidad; esto combinado con principios y elementos de la sostenibilidad, esto debido a que el desarrollo objetual es totalmente fabricado con elementos naturales propios del espacio común que comparte esta comunidad.

Por último, es importante destacar la materialización de un proyecto el cual tienen un componente social muy marcado, y que no sólo se genera un desarrollo objetual de un producto; sino que también permite el surgimiento de una experiencia de uso y de servicio, en la cual cada uno de los implicados, de manera directa o indirecta logra vincularse y generar procesos de interacción marcados por una ruta de abordaje cuidadosamente prediseñada.

De este proyecto cabe rescatar un elemento principalmente usado dentro del diseño principal de la experiencia un poco más allá del desarrollo objetual; este es la experiencia de usuario; en donde a partir de un Customer Journey Map se logran identificar una serie de pasos que el usuario tendrá alrededor del uso del producto, teniendo así un mayor control y dominio externo de la experiencia y de la interacción que se tendrá con el desarrollo propuesto.



Figura 9 Render en Contexto Proyecto Huertas de Vida (Zapata Ruiz, Jaraba Iturruago, & Imbett Vargas, 2018)

Figura 10 Render en Contexto Proyecto Huertas de Vida (Zapata Ruiz, Jaraba Iturruago, & Imbett Vargas, 2018)

Este proyecto es sumamente valioso para la ejecución del desarrollo que se presenta en la investigación en curso sobre gastronomía e identidad, debido a que tanto la metodología como los resultados tienen gran similitud a lo que actualmente se está llevando a cabo. Los pasos y la implementación de las herramientas que el proyecto Huertas de Vida utilizó son de fácil replicabilidad, además se pueden seguir patrones y acciones implementadas en este

proyecto, las cuales ya se sabe que tienen buena funcionalidad y que los resultados esperados podrán prever con facilidad.

Para la aplicación del desarrollo que se plantea dentro de la experiencia gastronómica será de gran aplicabilidad usar un Customer Journey Map; pues este será vital para poder implementar que la experiencia tenga un control de las acciones que puede y no puede ejecutar el usuario con el desarrollo del nuevo proyecto; además es importante analizar cómo se presenta la relación entre un objeto y una experiencia para fomentar de manera más clara la interacción entre ambos actores. Estos dos conceptos mezclados son una excelente combinación para entender dinámicas apropiadas entre nuevas propuestas de diseño que no sólo se queden en un campo objetual, sino que trasciendan más allá y permitan la recordación y la creación de vínculos emocionales.

- **Tortillas como Material de Diseño**



Figura 11 Desarrollo de Elementos Decorativos con Tortillas de Maíz (Grupo Editorial FORUM, 2017).

Victoria Molina, Diseñadora Industrial de la Universidad de México es una de las primeras diseñadoras de dicho país caracterizada por comenzar una revolución en torno a la relación que existe entre el Diseño y la Alimentación; permitiendo que se consolide en su país un nodo de la Red Latinoamericana de Food Design por medio de la cual, se originó un boom en desarrollos en donde estos dos temas principales comienzan un rol protagónico en la campo de la creación (Grupo Editorial FORUM, 2017).

Este proyecto toma una gran fuerza en relación al uso de la materia prima en el desarrollo de los productos; en este caso, se presentan las tortillas de maíz como elemento o material principal en el marco de la fabricación de una serie de elementos tanto funcionales como decorativos, los cuales a partir de la estética mexicana y la función que van a

desempeñar, logran adaptar perfectamente la idea que se busca trabajar en relación a nuevos campos de aplicación sobre la comida y el diseño.

El aspecto fundamental de este proyecto más allá del uso de materiales y de la relación de función, es el proceso de desarrollo formal y de abstracción, por medio del cual se logra vincular un patrón formal a materializar un principio identitario presente en una región muy marcada por elementos formales y culturales por medio de los que se puede evidenciar fácilmente la idiosincrasia de una región, pero que sin embargo podría ser compleja la reinterpretación de dichas formas para crear nuevas piezas.

Uno de los valores que más puede aportar este desarrollo en relación al proyecto que se presenta actualmente es la relación entre la forma y el material, pues no sólo será fundamental la relación de la función; sino también la necesidad de ese primer contacto que siempre existirá entre el producto y el usuario, debido a que el primer impulso intención de interacción entre estos dos actores será la relación visual, ya que esta reacción será determinante en relación al nivel de agrado que pueda existir por parte de quién será el encargado de interactuar con dicho elemento. La relación de la apreciación y el primer contacto desde el campo visual es uno de los determinantes de éxito de un buen desarrollo de producto, servicio o experiencia.

- **La Máquina de la Felicidad**

Una de las marcas que a lo largo de la historia y que en todo el mundo ha logrado tener una gran fuerza en sus despliegues publicitarios, ha sido Coca Cola, una industria productora de bebidas azucaradas de cola ha logrado cambiar la manera de hacer publicidad, brindando la oportunidad no sólo de vender un producto sino de “embotellar una experiencia”, permitiendo así la transmisión continua de la imagen que crearon en torno a la alegría y su relación directamente proporcional con el consumo de esta bebida (Ponce, 2015).

Permitir cambiar la cotidianidad de una persona y romper el protocolo que ejerce continuamente frente a una máquina dispensadora es una acción analizada con cuidado donde el grupo creativo de una marca pone en la mesa cada uno de los factores que podrían ocurrir durante ese proceso de interacción, y es ahí donde se genera una ruta la cual el creativo se encargará de consignar para prever como serán cada una de las acciones que se cometerán durante el periodo de acción.



Figura 13 Campaña Publicitaria de Coca Cola "Destapa la Felicidad" (Ponce, 2015)

La máquina de la felicidad de Coca Cola es un elemento único que permite la interacción de diversas personas a lo largo y ancho del mundo, imponiéndoles diferentes actividades o retos por medio de los cuales, los usuarios cambian su actitud momentáneamente con una acción sencilla de la vida la cual al final no sólo busca recompensarlos con una bebida de Cola, sino también robarles una sonrisa (Ponce, 2015).

La experiencia de uso es uno de los valores indiscutibles de este desarrollo, pues en este la interacción de dos o más personas será totalmente indispensable para la correcta funcionalidad tanto de la experiencia como del elemento objetual que es el mediador de la actividad que se realiza.

El uso de los sentimientos como fuente primaria de motivación para la interacción es una estrategia sumamente valiosa en este desarrollo; esto debido a que en el momento en el que se desarrolla una estimulación del cerebro límbico (Ledoux, 1999), el cuál es el encargado de las emociones, se despliega toda una reacción en cadena a lo largo del cuerpo

que motiva y despierta una serie de acciones programadas en relación a los conocimientos individuales y las experiencias vividas.

Romper el concepto de la literalidad frente a una acción, un término, una emoción o un pensamiento es el valor más importante que se puede resaltar de este proyecto, y es que el equipo de marketing de Coca Cola durante toda la historia ha logrado promover elementos rompiendo el molde de la cotidianidad frente a sus enfrentados en el mercado, brindando un valor agregado en cuanto al proceso de significancia que genera este producto en torno a la amistad, la familia e inclusive el amor.

- **Dinara Kasko - Pastry Art**

Pastry Art se plantea como un concepto de pastelería arquitectónica creado por Dinara Kasko, una arquitecta Ucraniana, que luego de desempeñarse durante tres años como arquitecta en los países bajos, decidió dedicarse a la repostería para crear auténticas obras de arte comestibles, logrando así unir dos disciplinas completamente diferentes para la elaboración de conceptos únicos de repostería, mediante la utilización de elementos como impresoras 3D, softwares paramétricos, entre otros, para la creación de las matrices para la fabricación de molduras en silicona, para la creación de pasteles y postres con los cuales ha tenido gran éxito.



Figura 8 Origami Cake, elaborado para la revista SoGood. (Kasko, 2018)

Dados los conocimientos adquiridos y su experiencia como arquitecta Dinara, logra así lo inimaginable con la unión de disciplinas dispares, como lo son las matemáticas, el arte, las ciencias y la arquitectura; con el arte de comer, logrando así un equilibrio exacto entre maravilla estética y delicia para el paladar, (Kasko, 2018)

Analizando la utilización de los recursos utilizados por esta repostera, se puede identificar la importancia de este proyecto para la investigación, debido a que los métodos utilizados, junto con los elementos desarrollados forman un conjunto de experiencias visuales, las cuales hacen muy atractivos sus productos, y que cualquier persona muestre interés en estos, por lo cual se convierte en un referente fundamental para el proyecto, conjugando elementos como los son, el Food Design, y la gastronomía, con el fin de generar experiencias diferenciadoras en sus clientes.



Figura 9 Muestra de pastel, realizado con la utilización de moldes de silicona. (Kasko, 2018)

- **Edible Growth – Chloé Rutzerveld**

Este es un proyecto desarrollado por Chloé Rutzerveld, una diseñadora holandesa quien se ha dedicado a combinar aspectos de la ciencia, la tecnología y la naturaleza, para hacer de la forma de alimentarse una experiencia única, que combina eficiencia, sostenibilidad y el componente saludable en un solo elemento. Para esto busca comunicar sus ideas a través de cenas experimentales en las cuales usa la comida como un medio para comunicar y discutir sus ideas.



Figura 10 Impresión 3D de un sistema comestible. (Rutzerveld, 2018)

Para esto utiliza diferentes materiales, con la ayuda de una impresora 3D, por medio de la cual logra imprimir una serie de estructuras, que funcionan como un sistema que, de caldo de cultivo comestible, que incluye semillas, que facilitan el crecimiento esporas y levaduras. En solo cinco días las plantas y los hongos maduran intensificando la estructura, el aroma y el sabor, para así disfrutar de un elemento comestible fresco y rico en diversos nutrientes de forma natural, (Rutzerveld, 2018)

Para esto Chloé, afirma que las nuevas tecnologías han influenciado en nuestros hábitos alimenticios, un ejemplo de esto ha sido en la cadena de suministro mediante la cual se obtienen los alimentos en donde se han implementado nuevas tecnologías, los métodos de preparación que son utilizados para la elaboración de diferentes productos y que son completamente nuevos en el mercado. Esto supone un



Figura 11 Muestra del sistema de impresión 3D, para la creación del elemento comestible. (Rutzerveld, 2018)

aumento de nuevas ofertas alimenticias elaboradas mediante el desarrollo de nuevas tecnologías y nuevos métodos de producción, por lo cual los consumidores cada vez hallan más preocupaciones en cuanto a la calidad y la realidad de dichos alimentos debido a que muchos de estos han sido tratados o manipulados genéticamente, (Rutzerveld, 2018)

Esta visión crítica sobre los métodos actuales de creación alimenticia, le supuso un reto el cual le permitiera utilizar la tecnología actual con la que se cuenta, para la elaboración de alimentos más saludables y funcionales que pudiesen contribuir a resolver las problemáticas alimenticias mundiales, teniendo en cuenta el desarrollo sostenible como respuesta a las problemáticas ambientales actuales.

La importancia de este proyecto para la investigación que se está desarrollando, parte desde el punto de vista crítico que presenta la diseñadora, y la utilización de la sostenibilidad, combinada con la gastronomía y el Desing Food para dar respuesta a una problemática, debido a que busca combinar la tecnología actual, con los métodos de producción alimenticia, esto como respuesta a diferentes problemáticas mundiales, entre las que se encuentran las emisiones de gases de efecto invernadero producidas actualmente por los productores de carne a nivel mundial.

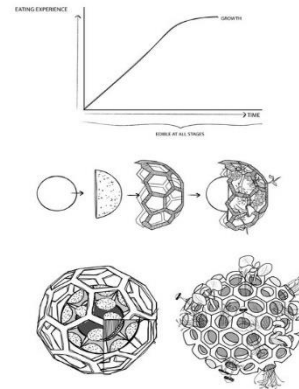


Figura 12 Esquema comparativo.
(Rutzerveld, 2018)

4. CAPÍTULO III: “ALISTANDO LOS INGREDIENTES”

4.1. DISEÑO METODOLÓGICO

En el proceso de investigación de este trabajo es necesario enmarcar un paso a paso a seguir por medio del cual se puede entender de manera más clara cómo será el proceso adecuado para mantener una investigación correcta dentro del desarrollo del proyecto. Por lo anterior, se presenta a continuación el diseño metodológico con el cual se trabaja este tipo de investigación en relación a los aspectos de diseño y de creación.

En primera instancia debe entenderse que tipo de proyecto de investigación es el que se está ejecutando; de esa manera se podrán entender cada uno de los pasos siguientes a ejecutar teniendo en cuenta las características de dicho tipo de investigación. El actual proyecto se ve enmarcado en una investigación de campo, aunque en algunos momentos existirán etapas de exploración en laboratorio, en las cuales se buscará encontrar elementos, materiales, composiciones y configuraciones adecuadas a la práctica investigativa ejecutada.

Una vez planteada la investigación como un estudio de campo, es necesario plantear que tipo de estudio de campo será, pues esto implicará conocer cómo será la obtención de información y cómo será la relación existente en cada uno de los procesos de diseño; de esta manera, el proyecto se relaciona directamente a los estudios exploratorios, esto debido a que las relaciones existentes entre el diseño, la gastronomía son realmente pocas y no es uno de los temas que mayor auge tienen en el momento; es claro que el Food Design ha logrado captar un lugar de la sociedad realmente importante; no obstante, los focos de atención primarios de estos estudios son la soberanía alimenticia y las buenas prácticas que existen en torno a la alimentación (Associazione Per Il Disegno Industriale, 2014, págs. 1-2); la identidad no toma tanta relevancia en la actualidad como eje principal de investigación.

En relación al método que se implementará en la investigación, se plantea un estudio formal en donde el método inductivo será la forma por medio de la cual se podrá realizar un análisis directo al caso de estudio, que en este proyecto es la carencia de identidad gastronómica de los jóvenes habitantes de la ciudad de Medellín; es así que por un estudio de observación se lograrán encontrar patrones de comportamiento y de acciones que al sistematizarse por herramientas de análisis se pondrán en evidencia datos más allá de los que se plantean desde el supuesto de investigación. Todo el proyecto tendrá un grado de investigación aplicada, pues este está enfocado en desarrollar una experiencia por medio de la cual se propaguen aspectos de identidad, más no trata de desarrollar muy de fondo nuevos aportes teóricos al tema.

El proyecto busca que se aplique una investigación de acción por medio de la cual al finalizar el desarrollo de toda la composición de la parte investigativa, creativa y de desarrollo, se logrará generar la unión de una serie de conceptos y elementos por medio de los cuales la teoría y la práctica irán de la mano, mezclando los conceptos de identidad y cultura con una acción o actividad mediada por la interacción entre el actor, un objeto y una acción, por medio de las cuales se creará un rito alterno en donde la transmisión de los mensajes de identidad cobrará más fuerza.

Una vez claro el enfoque general por medio del cual se va a trabajar la investigación, se debe aclarar la tipología de datos que se van a recopilar, por lo tanto se toma como fuente principal de información una metodología cualitativa, en la cual se podrán en principal protagonismo la información suministrada por los usuarios y los actores directamente implicados en el proyecto; una vez obtenidos los datos, se procederá a generar una serie de variables con las cuales se intervendrá de manera experimental el proyecto para así poder generar nuevas alternativas de creación de experiencias frente al acto de la alimentación, el cuál es el principal acto o ritual dentro de la actividad a desarrollar.

Las variables y el foco tendrán una relación directa a los objetivos de la investigación; los cuales son de carácter exploratorios, debido a la poca intervención de esta área del conocimiento, y la necesidad de generar nuevos espacios en torno a estos temas, ya que como se mencionó con anterioridad, el Food Design debe comenzar a tomar fuerza en áreas de cultura e identidad, esto aplicado a periodos diacrónicos pero igualmente manejando un estilo histórico-experimental, donde se fusionen elementos de la antigüedad que han marcado los principales conceptos de cultura de la región y tomando predicciones de cómo mantener esto en los tiempos venideros; no sólo pensado a generar un desarrollo para la actualidad, sino que pueda traspasar épocas y ser de usabilidad en otros momentos históricos venideros.

Poniendo “sobre la mesa” los factores primordiales de la investigación, debe plantearse cómo serán las fuentes por medio de las cuales se nutrirá cada uno de los pasos anteriormente mencionados, por lo tanto las fuentes tendrán una relación de investigación empírica, ya que el enfoque planteado con anterioridad encaja perfectamente con este método que no está tan cerrado frente a la forma de adquirir información, por lo tanto la información tendrá un carácter de etnografías participativas debido a la necesidad de ingresar directamente a la zona de acción en donde los usuarios generan todos los actos en relación a la comida, vivir la experiencia y aprender de ella y de sus participantes será la mejor estrategia de adquisición de nuevo conocimiento para trabajar; cabe destacar la continua recopilación de datos en cada uno de los momentos de acción e interacción; siempre guiados por procesos de empatía con la comunidad, para poder entrar y conocer más a fondo sus gustos, acciones y predilecciones; todo esto enmarcado en una investigación de campo.

4.2. DESARROLLO METODOLÓGICO

Una vez aclarado el proceso de cómo se llevará a cabo la implementación del diseño metodológico, es necesario exponer de manera clara como es el paso a paso en el cual se desarrollan dichas actividades ya expuestas; es así que, en una serie de etapas, se aclara tanto la información recolectada, como sus debidos análisis y los resultados obtenidos.

Como se plantea dentro de la metodología, este proyecto busca tener un enfoque mediante el cual no sea sólo un proceso de recopilar información mediante estudios o investigaciones realizadas con anterioridad sobre temas o necesidades similares; sino también tener la posibilidad de interactuar directamente con los implicados en el proceso; pues es ahí en donde pueden evidenciarse más conceptos, elementos e inclusive nuevos puntos de partida por medio de los cuales se puede afianzar el campo de acción e intervención del proyecto que actualmente se está ejecutando.

Por una parte, cabe destacar el proceso de revisión bibliográfica por medio de la cual se generan los conceptos básicos con los que se fundamenta el proyecto, ya que es necesario tener unas bases teóricas con las cuales se ponen en paralelo varios conceptos y términos tratados por autores o investigadores que previamente han tratado el tema o temas similares, y a partir de allí comenzar a implementar relaciones directas entre conceptos para generar apreciaciones propias sobre los temas que componen la investigación. Además, es importante la implementación de estrategias usadas en otros proyectos de investigación en los cuales se han encontrado relaciones de Food Design y Diseño de experiencias, sin importar si están enfocadas directamente a temas culturales o identitarios.

En los antecedentes y la justificación, se desarrolló un proceso de lectura de contexto, en el cual se busca no sólo evidenciar elementos necesarios para fundamentar la investigación; sino también conocer como es la situación que actualmente se evidencia en el

lugar seleccionado para trabajar. Medellín es la ciudad donde se propone a implementar el tema de aplicación del proceso de diseño; además la vertiente del diseño que primará sobre el proyecto son los aspectos de Food Design y Diseño de Experiencias; según esto, es fundamental analizar la escena local en relación a como se desempeñan actividades y ritos gastronómicos, y cómo el diseño de dicha actividad mediante, elementos, experiencias o servicios puede tomar una fuerza mayor.

Una vez puesto en marcha el análisis del contexto, fácilmente puede evidenciarse como la ciudad de Medellín e inclusive sus alrededores son un escenario perfecto para que los ritos en torno a la alimentación tomen gran peso; sin embargo un factor repetitivo en las distintas zonas donde priman restaurantes o establecimientos de comida, es la aplicación o adaptación de conceptos exteriores, buscando generar una oferta demasiado grande pero que no implementa los productos o elementos que son propios de la región antioqueña.

Abstraer estos elementos anteriormente mencionados es un proceso que se realiza desde la observación no participantes; permitiendo una lectura del contexto sin necesidad de verse involucrado en el mismo y mucho menos sin modificar ningún elemento o factor que ya existe; lo más importante de esta etapa es empezar un proceso de definición en el cual se dejen muy claros cuáles serán los puntos principales a tratar en las próximas etapas de la investigación.

Con una contextualización sobre un espacio, un usuario e inclusive una problemática, deseo o necesidad, es necesario definir cuál será el problema de investigación con el cual se guiará y a su vez se acotará toda la investigación, dejando así por entendido cual será el principal factor a trabajar durante toda la investigación; este se da entendiendo de manera clara lo presentado con anterioridad y a su vez analizando el espacio a intervenir.

Los objetivos se ven reflejados en relación a la problemática de diseño definida, pues en estos deben solucionarse de manera total o parcial alguno de los elementos que componen la problemática; en este caso, se plantea que el desarrollo de los objetivos se vea asociado a una solución en medio de la cual se vinculen elementos tanto emocionales como sensoriales por los que el desarrollo tome mayor fuerza, pasando solo del campo físico a una apreciación emocional del producto.

Para el marco teórico, se establecieron una serie de temas generales por medio de los cuales en un primer momento deben esclarecerse, poniendo en comparación lo que se ha dicho sobre dichos temas a lo largo de la historia; a partir de comenzar a crear un concepto propio de dichos temas, es necesario crear un acercamiento propio con el cual se comienzan a entrelazar cada uno de los temas y llegar al punto en el que puedan converger todos estos temas y guiarse en el mismo sentido de la investigación, teniendo claro cada uno de los temas y de cómo estos se ven claramente reflejados en la investigación.

Los referentes son uno de los elementos fundamentales para poder comenzar a tener un acercamiento hacia la visualización futura de cómo materializar el proyecto que se está ejecutando; en este deben buscarse desarrollos que, si bien no tengan la misma temática que se está trabajando en el proyecto, si deben estar influenciados por factores similares, cómo lo son la cultura, la identidad, los diseños emocionales y a su vez desarrollos de experiencia y obviamente las aplicaciones del Food Design. El estado del arte y técnica no son más que elementos guías por medio de los cuales se puede ver los desarrollos que se han hecho y no llegar al problema de replicar cosas existentes o fracasar en aspectos de los que otros ya han notado fallas.

Con lo anteriormente presentado se deja por sentado como es el proceso que, a partir de la metodología de investigación aplicada al proyecto, se toman los diferentes elementos necesarios para generar las bases y fundamentación necesaria para ejecutar el proceso investigativo; en las próximas etapas del proyecto será necesario aplicar otros mecanismos y

metodologías de aplicación; desde la forma de cómo obtener, recolectar y analizar datos, como el escenario posterior en el cuál a partir de aplicación de metodologías propias del diseño se logran captar procesos en los cuales se dará la solución al problema planteado desde una objetualización o desde una experiencia; pero todos estos factores serán expuestos en los próximos puntos del proyecto.

4.3. ALCANCES DEL PROYECTO

Dentro de cada proyecto o investigación, es necesario delimitar los alcances que se tendrán, pues de esta manera se lograrán evidenciar más fácilmente resultados en etapas futuras y así no divagar en relación a las actividades que deben ejecutarse y los entregables que estas mismas actividades tendrán como resultado. Es importante aclarar que este proyecto se verá dividido en dos etapas; Trabajo de Grado I: Anteproyecto y Trabajo de Grado II. Según las diferentes etapas del proyecto, a continuación, se desarrolla una lista de los resultados y productos entregables para cada una de las etapas de investigación:

-TRABAJO DE GRADO I

En esta etapa inicial de la investigación, se consolida la parte teórico-investigativa del proyecto, mediante la cual se fundamentan los conceptos, términos y elementos principales que serán los encargados de regir las actividades. De esta manera los resultados y entregables son:

- **Selección del tema de Investigación, Definición del Problema, Antecedentes y Justificación:** como resultado se entrega documento escrito con los temas anteriores expuestos y debidamente referenciados.
- **Objetivos, Rastreo y Fichado de Fuentes, Definición de Usuario y Definición del Contexto:** como resultado se entrega documento escrito con los temas anteriores expuestos y debidamente referenciados.

- **Marco Teórico, Estado del Arte, Estado de la Técnica, Resumen del Proyecto, Abstract, Introducción y Agradecimientos:** como resultado se entrega documento escrito con los temas anteriores expuestos y debidamente referenciados.
- **Desarrollo Metodológico, Instrumento de Recolección de Datos, Alcances y Conclusiones Parciales:** como resultado se entrega documento escrito con los temas anteriores expuestos y debidamente referenciados.
- **Plan de Comunicación:** se presenta una exposición de manera concreta con todos los resultados obtenidos de la parte investigativa hasta el momento, donde se muestra de manera clara a un público el proyecto de investigación.

-TRABAJO DE GRADO II

En la parte final, será el momento en el cual se realizarán intervenciones directas con la comunidad y se procede a desarrollar todas las actividades y procesos creativos por medio de los cuales se logren materializar cada uno de los elementos que componen la solución final. De esta manera los resultados y entregables son:

- **Recolección de Datos, Análisis, Planteamiento de Requerimientos de Diseño:** se entrega un documento escrito con la información solicitada, anexando un brief de usuario, contexto, necesidades, además de una tabla de PDS o requerimientos de Diseño en relación a la solución a brindarse.

- **Desarrollo de Metodología de Diseño, Propuestas de Diseño, Selección y Evaluación de Propuestas:** se entrega todo el proceso creativo y desarrollo de ideas de diseño por medio de las cuales se llegue a una solución definitiva o parcial de la problemática planteada.
- **Desarrollo de Prototipos funcionales y validaciones del mismo con los usuarios reales:** se proyectan modelos y prototipos por medio de los cuales en primera instancia se simulen acciones y materiales que van a ser los encargados de darle forma y función al producto y posteriormente se desarrolla el prototipo funcional (no explícitamente en materiales reales) para desarrollar validaciones con el usuario.
- **Desarrollo de Elementos gráficos y comunicativos del Diseño de manera digital y Plan de Negocios:** se elaboran los elementos comunicacionales el diseño que permiten la lectura por parte de los usuarios para lograr un mejor éxito frente a su futuro uso y manipulación; incluyendo renders empaques, manuales de usuario, imagen corporativa entre otros; al igual que el plan de negocios por medio del cual se consolida el proyecto.
- **Sustentación:** a manera de exposición final, se presenta todo el proyecto y los resultados objetuales que con la investigación realizada se obtienen.

4.4. CRONOGRAMA

Teniendo en cuenta la importancia de mantener un correcto proceso de investigación, diseño, fabricación, verificación y disseminación de la información de manera posterior; es fundamental que se implemente una estrategia de acciones las cuales estén reguladas por periodos de acción los cuales tengan resultados visibles de manera rápida y así poder nutrir de manera más rápida el proyecto. Por lo anterior es necesario implementar un cronograma de actividades, el cual regule quién y cómo desarrolla cada etapa; como material anexo al proyecto, se incorpora un cronograma de actividades para conocer las etapas, periodos y tiempos que tomó cada proceso.

A continuación, se propone un cuadro donde se detallan las actividades el periodo de tiempo y resultado que debe obtenerse de cada uno de los procesos; sin embargo, este es susceptible a modificaciones en relación a las necesidades que se vayan planteando en las diferentes etapas del proceso de investigación y creación.

MES	ACTIVIDAD	RESULTADO
Agosto 2018	Selección del tema de Investigación, Definición del Problema, Antecedentes y Justificación	Avances en documento escrito de la parte investigativa del proyecto.
Septiembre 2018	Objetivos, Rastreo y Fichado de Fuentes, Definición de Usuario y Definición del Contexto	Avances en documento escrito de la parte investigativa del proyecto.

Octubre 2018	Marco Teórico, Estado del Arte, Estado de la Técnica, Resumen del Proyecto, Abstract, Introducción y Agradecimientos	Avances en documento escrito de la parte investigativa del proyecto.
Noviembre 2018	Desarrollo Metodológico, Instrumento de Recolección de Datos, Alcances y Conclusiones Parciales	Avances en documento escrito de la parte investigativa del proyecto.
Noviembre 2018	Plan de Comunicación	Exposición de avances investigativos y teóricos del proyecto.
Marzo 2019	Recolección de Datos, Análisis, Planteamiento de Requerimientos de Diseño	Documento escrito con los elementos de análisis cuantitativos y cualitativos; además de los requerimientos de diseño.
Abril 2019	Desarrollo de Metodología de Diseño, Propuestas de Diseño, Selección y Evaluación de Propuestas	Documento con los pasos propuestos para llegar a la idea que soluciona el problema planteado.
Mayo 2019	Desarrollo de Prototipos funcionales y validaciones del mismo con los usuarios reales	Modelos de materiales y Formas, Prototipos Funcional, Análisis con Usuarios.

Junio 2019	Desarrollo de Elementos gráficos y comunicativos del Diseño de manera digital y Plan de Negocios	Piezas Gráficas, Imagen Gráfica del proyecto, Manual de Usuario, Empaques, Modelo de Negocios/Utilidad.
Junio 2019	Sustentación	Finalización del Proyecto, Exposición de todos los elementos del Diseño.

5. CAPÍTULO IV: “MERCANDO”

5.1. MAPA DE ACTORES

Buscando generar un mayor acercamiento al usuario, y tratando de obtener puntos de información relevantes en torno al tema a trabajar; se consolida un mapa de actores que se ven implicados en los actos relacionados con la gastronomía; tanto a nivel personal como de factores externos que pueden cambiar el pensamiento o las motivaciones del usuario frente a un plato, un lugar o una experiencia.

Es así, que buscando encontrar nuevos actores implicados en las decisiones en relación a los procesos gastronómicos del usuario, se genera un mapa de actores de aquellos personajes que se encuentren tanto en niveles cercanos como externos al usuario, y cuyas opiniones, percepciones y conocimientos puedan no sólo condicionar al usuario, sino también brindar información relevante al proceso de investigación, diseño y creación. A continuación, se presenta el mapa de actores relacionado al proyecto de investigación que se lleva a cabo.



*Figura 13 Mapa de Actores;
construcción propia de la investigación*

De la misma manera como se vio con anterioridad el desarrollo de un conjunto de personas que están directa o indirectamente relacionados con el usuario, es necesario generar un acercamiento mucho más directo para conocer en un aspecto ideal como es “la persona” a la que se le está buscando proveer una alternativa de diseño nueva en relación a la forma de acercamiento a los procesos gastronómicos y de identidad.

Como se ha mencionado con anterioridad, los usuarios principales del proyecto son jóvenes los cuales tienen una edad promedio entre los 20 y 24 años de edad; que se encuentren en un periodo universitario, habitantes de la ciudad de Medellín; estos se caracterizan por ser habitantes de barrios entre los estratos 2 a 4 y tener un capital adquisitivo básico, en relación a que no tienen un trabajo de tiempo completo o fijo esto en relación a su situación académica, lo cual les imposibilita tener una dedicación completa a un trabajo.

Esta comunidad de jóvenes se caracteriza por tener un panorama de interculturalidad en su comunidad, en la cual, una gran cantidad de comunidades y tradiciones de otras partes del mundo han logrado permear su entorno, y de esta manera, el usuario principal ha pasado a un segundo plano los principios culturales y tradiciones que ha tenido a lo largo de la historia.

5.2. HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Es importante definir mecanismos por medio de los cuales se obtenga información por medio de la cual el trabajo permita. De esta manera, los métodos empleados para obtener información de manera directa sobre el tema son:

5.2.1. ENTREVISTA

Buscando el mecanismo de obtener información relevante respecto al tema de intervención, se procede a desarrollar una serie de entrevistas a los usuarios y actores implicados directamente en el proceso de desarrollo del proyecto de investigación; dentro de estos no sólo el usuario será el principal implicado, también es necesario entender como profesionales, expertos y conocedores de la gastronomía y de las áreas tanto de historia como de la cultura antioqueña pueden aportar información que encamine de manera positiva la ejecución del proyecto. De esta manera las preguntas que se van a ejecutar dentro de la intervención serán:

-Carácter Personal

- ¿Cuál es su nombre?
- ¿Cuántos años tiene?
- ¿A qué se dedica?
- ¿Sabe cocinar?
- ¿Cuál es el plato que mejor prepara?

-Preferencias Alimenticias

- ¿Cuál es su tipo de comida favorita?
- ¿Cuál es su comida regional favorita?

- ¿Qué es lo que más le gusta comer?
- ¿Qué es lo que menos le gusta comer?
- ¿Cuál es el restaurante que más le gusta visitar?

-Relaciones Gastronómicas/Culturales

- ¿Qué comida considera muy representativa de su región?
- Mencione tres productos alimenticios típicos de Medellín
- Si Medellín fuera una comida, ¿Cuál sería? y ¿por qué?

-Relaciones Gastronómicas/Emocionales

- ¿Quién es la persona que mejor cocina de su familia?
- ¿Cuál es el plato más rico que prepara esta persona?
- ¿Qué comida le recuerda su infancia?
- ¿Tiene algún recuerdo positivo en relación a una comida? ¿Cuál?
- ¿Cuál es su sabor favorito?
- ¿Qué sabores le disgustan?

5.2.3. OBSERVACIÓN

Los espacios de interacción en donde los usuarios tienen una serie de rituales en los cuales se ve claramente la relación que existe entre la cultura y la gastronomía son el escenario ideal por el cuál a través de un proceso de observación de carácter participante se pueden analizar una serie de hechos y situaciones diferentes que complementan los conocimientos adquiridos por parte de las entrevistas, nutriendo así la información que será el recurso vital para plantear requerimientos y propuestas que faciliten el desarrollo de la propuesta experiencial de creación.



Figura 14 Restaurante de Comida Libanesa en el sector de la calle de la buena mesa en Envigado; obtenido de Google Imágenes.



Figura 15 Restaurante con estilo americano de bar de malteadas de los años 60; obtenido de Google imágenes

Como se plantea desde el inicio de la investigación; existen una serie de lugares que se han vuelto un foco de atención en relación a los procesos culturales y gastronómicos no sólo en Medellín sino también en sus alrededores para los jóvenes habitantes de la ciudad de la eterna primavera; partiendo de este hecho, es importante resaltar una serie de lugares que pueden influenciar en el comportamiento social de las personas y como dependiendo de la oferta y diversidad gastronómica, ellos toman decisiones frente a aquellos productos que mayor atracción les generan.

Son muchos los escenarios en los cuales la diversificación de ofertas en temas culturales y gastronómicos han abierto las puertas a los habitantes de Medellín y sus alrededores; sin embargo, son tantas las ofertas y elementos externos que están presentes, que tienden a perderse valores diferenciadores en cuanto a platos típicos, preparaciones tradicionales e incluso materias primas propias de la región.



Figura 16, Parque del Poblado, Medellín Colombia; Obtenido de Google Imágenes

Dentro de los lugares a los cuales se deben hacer visitas de observación durante diferentes momentos y capturar la mayor información posible de las acciones, las personas, los elementos y todos y cada uno de los pormenores allí presentes. Dentro de los lugares que más aportes pueden brindar a los procesos de observación participante son: **El Parque del Poblado**, con su diversidad gastronómica y de bares; **Mercados del Tranvía y Mercados del Río**, con la gran variedad de restaurantes y gastronomía allí presentes; **La Calle de la Buena Mesa**, en el sector de Envigado, entre otros lugares de gran afluencia.

Para desarrollar un correcto proceso de observación, es necesario entablar una serie de pasos por medio de los que con antelación se deben planear las actividades que cada una de estas etapas poseerá para así tener un adecuado manejo de la información y de las acciones que deben ejecutarse dentro de cada uno de los espacios, sin perturbar la cotidianidad de los hechos ni generar factores que puedan alterar los procesos que allí se realicen.

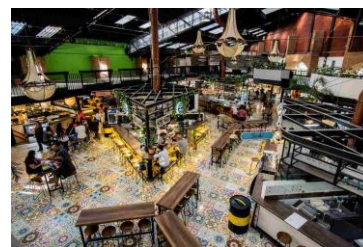


Figura 17 Mercados del Río; Obtenido de Google imágenes

5.2.5. ETAPAS DE OBSERVACIÓN:

- **Definición:**

Como punto de partida es importante acotar un sector de observación, en el que, de manera discreta, sin llamar la atención y permitiendo que se ejecuten con normalidad las actividades cotidianas del mismo, se puedan ver y evidenciar como los diferentes comensales llegan e interactúan con el espacio, los elementos y entre ellos mismos, permitiendo encontrar más fácilmente patrones de comportamiento e interacción. Los espacios se definieron con anterioridad, sin embargo, todos aquellos lugares de continua presencia de personas centradas en disfrutar espacios alrededor de la gastronomía serán un eje principal del espacio a intervenir.

- **Tiempo:**

Los procesos de observación serán por promedios entre 20 – 30 minutos de duración, rotando en diferentes sitios por los cuales puedan observarse claramente como los jóvenes interactúan no solo con la comida, sino también con los espacios, objetos y las personas que se encuentran en dichos lugares. Los procesos de observación no pueden ser muy largos, debido a que estos no pueden dar pie a que las personas se sientan incómodas o intimidades frente a la presencia de una persona que los esté observando.

- **Autorización:**

Dentro del marco legal, no se tomarán fotos, grabaciones o ningún tipo de registro directo en relación a ninguna persona; sin embargo, se harán tomas y registros tanto fotográficos como fílmicos de manera global, sin enfocar o darle relevancia a ninguna

persona, actor o elemento principal dentro del espacio, por lo cual no se interfiere ni con la privacidad ni con la seguridad de nadie en el espacio.

- **Retroalimentación:**

Una vez realizado cada uno de los procesos de observación, será necesario poner los registros tanto fotográficos como de video en un consolidado donde se complementen con las notas o las percepciones generadas por las acciones evidenciadas de los usuarios y de los actores que influyen en la realización de las actividades en el momento del consumo.

El desarrollo investigativo del proyecto se ve enmarcado en la comunicación que se ha establecido dentro de los parámetros emocionales del acercamiento de los usuarios frente a la idea o representación conceptual de lo que abarca desde la idea del proyecto; es así que el proceso de recolección y análisis de datos se plantea desde una hibridación en la cual, a partir de lo que se ha consultado y teorizado en los componentes del estado del arte, estado de la técnica y la caracterización del usuario, se obtiene un “perfil ideal” o un “Buyer Persona” de cómo será aquella persona o grupo de personas con los cuales se pondrá en marcha el proyecto.

Una vez constituido este perfil dentro de los factores mencionados con anterioridad, en especial en el apartado del mapa de actores, se estructura que la recolección de datos y el análisis de los mismos se pondrá en marcha en la ejecución de un grupo nominal, donde los usuarios futuros del producto brinden de manera más versátil una serie de requerimientos frente a lo que ellos contemplan como una experiencia que reivindique la tradición gastronómica colombiana.

5.3 RECOLECCIÓN DE DATOS

El proceso de recolección se de datos basado en exploración de campo e interacción con usuarios en los espacios reales planteados con anterioridad, comenzó desde el mes de febrero del año 2019; en el cuál, en tres intervenciones que se hicieron en diferentes establecimientos, surgieron negativas para permitir el proceso de recolección de datos, tanto por los administradores de diferentes establecimientos como de algunos de los comensales; proceso que truncó de gran manera el avance en relación a la interacción consiente del usuario con el desarrollo de la experiencia.

Buscando generar una alternativa diferente en relación a las negativas presentadas en los diferentes parques y espacios de ciudad ubicados en la zona sur; se buscó generar la misma intervención en la zona centro de Medellín, específicamente en la calle Junín, la cual cuenta con gran cantidad no solo de restaurantes, sino fondas e incluso panaderías de gran reconocimiento en la historia paisa; sin embargo, el resultado fue el mismo ocurrido con anterioridad en los restaurantes ubicados en la zona del Poblado y Envigado.

En vista de la dificultad para generar espacios directos en el espacio de intervención con los usuarios, se plantea una alternativa diferente por medio de la cual se pueden obtener los datos necesarios para tener una idea cercana a lo que los usuarios no solo quisieran tener, sino también de elementos que les permitan vincularse directamente con la propuesta de diseño; es así, que se plantea generar como segunda instancia de recolección de datos directa en temas de requerimientos de diseño y de interés por el producto, un grupo nominal, en el cual los usuarios directos puedan generar sus apreciaciones sobre el desarrollo y las diferentes necesidades o requerimientos que consideren necesarios para un desarrollo funcional, a nivel estético-formal, técnico-funcional y emocional.

6. CAPÍTULO V: “LA COCCIÓN”

6.1. METODOLOGÍA DE DISEÑO

Para la ejecución del proyecto y para la consolidación del diseño, es necesario aclarar una metodología de diseño, la cual se aplica para tener no solo una correcta ejecución de los pasos a realizar, sino también verificar que todo se esté guiando en un proceso controlado de creación, bajo parámetros estipulados, y no obtener resultados o actividades a gusto personal.

Para este proceso de diseño, se hace una hibridación entre algunas etapas de diferentes metodologías de diseño, sin embargo, la metodología que mayor peso tiene en el proceso y de la cual se toma una gran cantidad de pasos es la Metodología Proyectual de Munari y a su vez, se abstraen algunos pasos de lo que se plantea dentro de la Metodología de Cross; sin embargo, el desarrollo metodológico obedece a una creación personal a partir de los conocimientos que se han adquirido a lo largo del proceso de formación. A continuación, se plantea una lista de los procesos metodológicos en relación al proceso de diseño que se ejecutan.

- Definición del Problema
- Planteamiento de Objetivos
- Recolección y Análisis de Datos
- Recopilación de Referentes Teóricos y Técnicos
- Análisis de Usuario y Contexto
- Proceso Creativo
 - Recolección de Datos.
 - Análisis de Datos
 - Propuestas de Valor
- Propuestas de Diseño

- Validación de propuestas por parte del Usuario
- Requerimientos de Diseño
 - Replanteamiento de propuestas
- Propuesta Final
- Desarrollo de Prototipos de la Propuesta

Una vez estructurados estos pasos, cabe resaltar que muchos hacen alusión a las primeras etapas del proceso investigativo, en las cuales se definía cual era el punto a atacar por medio de la investigación, los siguientes pasos que corresponden más a un proceso de diseño son los que corresponde a las etapas siguientes. Es necesario establecer este orden metodológico, ya que este será el encargado de dirigir en gran medida las acciones a realizar, y en tal caso que algún paso no se ejecute, se pase por alto o no se realice de manera correcta, por medio de esta descripción metodológica podrá entenderse y corregirse fácilmente.

6.2. PROCESO CREATIVO

El proceso de diseño se vio truncado en relación a las dificultades existentes en las actividades de recolección de datos presentes en las etapas anteriores; sin embargo, y buscando mitigar la dificultad allí presentada, se plantea en escenario en el cual a partir de la recopilación de información, para posteriormente generar propuestas de valor y a su vez desarrollar diversas alternativas de diseño, establecer un grupo nominal por medio del cual los usuarios (no presentes en el ambiente directo de intervención), puedan generar una serie de requerimientos de diseño que a su vez se combinaran para presentar la alternativa final del desarrollo de producto.

El proceso creativo se verá marcado por diferentes etapas, en las cuales se abordará desde la manera global hasta la manera específica de como brindar soluciones a partir de

ejercicios de creatividad e innovación; las etapas que se consolidan en el proceso creativo son:

- Recolección de Datos.
- Análisis de Datos
- Propuestas de Valor
- Propuestas de Diseño
- Validación de propuestas por parte del Usuario
- Requerimientos de Diseño
- Replanteamiento de propuestas
- Propuesta Final

Este proceso debe estar guiado bajo criterios específicos, en los cuales se trabajará con variables que permitan la consolidación clara de argumentos y composiciones de diseño apropiadas para buscar satisfacer la necesidad que se aborda desde el planteamiento del problema. Es así, que a continuación, se plantea un proceso creativo en el cual a partir de la recopilación de propuestas novedosas sobre algunas variables que se mostrarán en el siguiente paso, se plantea la consolidación de las propuestas de diseño para ser evaluadas, modificadas y mejoradas por parte de los usuarios.

6.2.1. RECOLECCIÓN DE DATOS

Dentro del proceso de diseño y consolidación de la idea, surgen diversas variables por medio de las cuales se proyecta un ejercicio en el cual se establece información necesaria para la estructuración del proyecto; tales variables pueden entrar en el componente tanto

estético como funcional, e influir en las decisiones finales de desarrollo en relación al propósito principal del desarrollo de diseño que se esté plateando.

Este proyecto de diseño se constituye desde un componente más arraigado a la parte de la cultura y la identidad, sin embargo, va de la mano con la experiencia de cómo vivir un determinado momento tal como lo es el acto de la alimentación, que, si bien es una necesidad fisiológica de primer nivel en la vida, puede comportarse como un aspecto de agasajo, regocijo e incluso placer.

Para la generación de un análisis en detalle sobre elementos que deben estar presentes en el desarrollo de diseño es necesario partir de ciertas variables que a lo largo del proyecto de han ido argumentando en relación a su importancia y relación directa con la actividad que se va a implementar.

Este proceso de recolección de datos se basa en tres variables por medio de las cuales se puede generar un acercamiento más práctico, funcional y formal en relación al resultado de diseño; es así que las tres variables que se trabajan son:

- Elementos de Cocina.
- Materias Primas para Cocinar.
- Espacios Gastronómicos.

Cada una de estas variables juega un papel fundamental en la composición del desarrollo final; esto buscando generar una combinación armoniosa tanto de la forma como de la función; sin olvidar el objetivo principal en el cual se busca reforzar el componente de identidad y de tradición cultural. Las variables se ven representadas a continuación por colores, permitiendo así distinguir de manera más simple cada uno de los campos de análisis morfológico.

Para la creación de la matriz de análisis se parte de la búsqueda de tecnologías, experiencias y modos de uso que representen tanto a nivel pasado como presente e incluso futuro (bajo un criterio de prospectiva) desarrollos que implementen no solo una solución creativa sino también innovadora frente a la manera en la que las personas principalmente en Colombia y en sus diferentes regiones, pueden interactuar y desarrollar experiencias únicas en torno a la comida.

La siguiente matriz constituye una herramienta de apoyo en cuanto a la complementación de lo analizado anteriormente en el estado de la técnica, además constituye el punto de materia prima para generar la creación de propuestas de valor que se verán reflejadas en las propuestas de diseño para presentar a los usuarios en el grupo nominal.

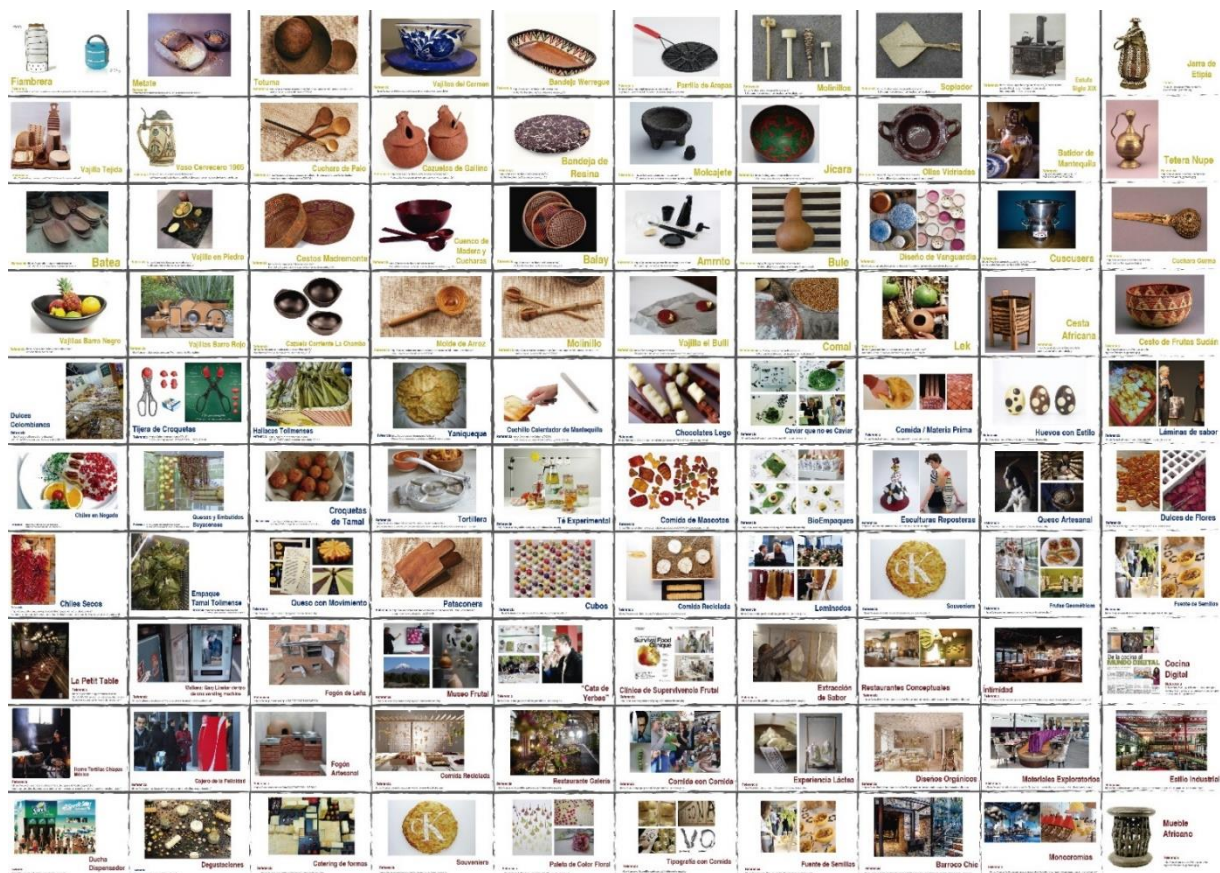


Figura 115 Análisis de Referentes para Generación de propuestas; Fuente Archivo Personal

Nota: Adjunto al documento se encuentra en detalle la gráfica que relaciona cada una de las ideas seleccionadas; en esta se presentan las tres categorías principales anteriormente mencionadas, acompañadas de imágenes que ilustran la idea y la referencia de cada una.

Una vez categorizados y separados en las diferentes secciones según la variable que se presenta, se procede a generar una segunda matriz por medio de la cual comiencen a filtrarse las ideas que tengan un nivel de innovación y creatividad mayor, permitiendo así que la propuesta final tenga un alto contenido creativo.

6.2.2. ANÁLISIS DE DATOS

Una vez ejecutado un proceso detallado en el cuál las ideas de la matriz de referentes son examinadas una a una, se debe proceder con una evaluación en términos de innovación y creatividad de cada una de las ideas presentadas con anterioridad, esto buscando encontrar alternativas que ofrezcan un valor único a la hora de comenzar una lluvia de ideas en la que surjan conceptos nunca antes vistos en el contexto local a partir de la aplicación de elementos propios y foráneos.

Es así que se evalúan las diferentes características que las alternativas presentadas en el marco de los referentes poseen, y en relación a las características particulares que cada uno presentan, es necesario generar un segundo filtro de ideas, en el cual se tomen las ideas que tengan mayor potencial o mejor conceptualización en relación al proyecto que actualmente se está ejecutando.



Figura 117 Filtro de Selección de Referentes; Fuente Archivo Personal

Nota: Adjunto al documento se encuentra en detalle la gráfica que relaciona cada una de las ideas seleccionadas; en esta se presenta la justificación de la selección, además de un pequeño análisis en relación a materiales, formas, texturas o colores que sirven como base del proyecto durante la posterior ejecución de la etapa creativa y de diseño.

Este segundo filtro deja un total de treinta ideas, por medio de las cuales no solo se busca encontrar elementos diferenciadores, sino también, comenzar un proceso de abstracción formal por medio del cual se pueda continuar con la siguiente etapa del proceso de creación.

El análisis correspondiente a esta etapa va mucho más allá de simplemente comprender el concepto empleado en cada uno de los desarrollos acá propuestos, sino empezar a generar un catálogo de formas, elementos, colores, texturas, patrones, materiales entre otros elementos de composición visual que permitan ser un recurso no solo en el aspecto conceptual sino también en el componente formal del diseño.

Es así que, partiendo en primera instancia de un análisis visual, se plantea la conceptualización básica de un Moodboard, como elemento gráfico de apoyo para tener buenas bases visuales frente al desarrollo de las diferentes alternativas de diseño.



Figura 20 Moodboard, identidad colombiana Fuente: Archivo Personal

6.2.3. PROPUESTAS DE VALOR

Teniendo como insumo básico de trabajo las diferentes matrices desarrolladas con anterioridad, se generan combinaciones aleatorias de elementos de las diversas ideas seleccionadas, por medio de las cuales surgen propuestas de valor totalmente nuevas, con las cuales se puede implementar un proceso de diseño visual y de composición gráfica con el cual se estructura la futura propuesta de desarrollo para la ejecución del proyecto.

- Usando una vajilla artesanal con patrones distintivos de la comunidad (paisa/antioqueña) ofrecer un catering guiado por un “mesero” que ofrece muestras diferentes de alimentos, donde cada uno de estos tiene una morfología basada en formas geométricas.

- Usando un espacio con estructura de horno de leña antiguo, tener muestras de alimentos pequeñas que las personas puedan ir cocinando y poniéndolas en platos elaborados de resina con encapsulados de fotos con elementos clásicos de la identidad paisa.
- Desarrollar una máquina dispensadora con apariencia de materiales artesanales y elementos visuales característicos que tenga dulces creados a partir de sabores de los productos típicos de la región antioqueña.
- Usando materiales cerámicos, generar una base que sirva como mecanismo de cocción, en la cual se vayan preparando los alimentos que se encuentran esterificados, siguiendo una búsqueda de romper la forma que se predetermina para la comida.
- Ofrecer láminas de comida en platos con diseños que asemejen el producto a ingerir, y que la persona pueda “jugar con las láminas”, mientras espera los platos fuertes.
- Crear en un espacio con una única mesa y varias sillas, para personas que se conocen y otras que no, una cata de los alimentos típicos colombianos pero estos modificados en su morfología a partir de formas geométricas.
- Ofrecer un espacio de diseño con alimentos como si fuera un laboratorio científico donde los implementos de trabajo son elaborados con arcillas y materiales artesanales, para que las personas mientras esperan su plato de comida puedan experimentar con sabores y formas.
- Crear una galería visual y táctil, donde las personas puedan interactuar y manipular diferentes alimentos y preparaciones para conocer como es el proceso desde la siembra, cosecha o cuidado de las materias primas para generar los alimentos.
- Usando un espacio móvil de cocción, implementar un juego que involucre los alimentos y la vajilla como proceso de creación de formas.

- Mobiliario y herramientas en elementos artesanales y cerámicos para generar un ambiente de cocina antigua con el que se puedan cocinar y preparar elementos como se hacía tradicionalmente en las diferentes regiones antioqueñas.

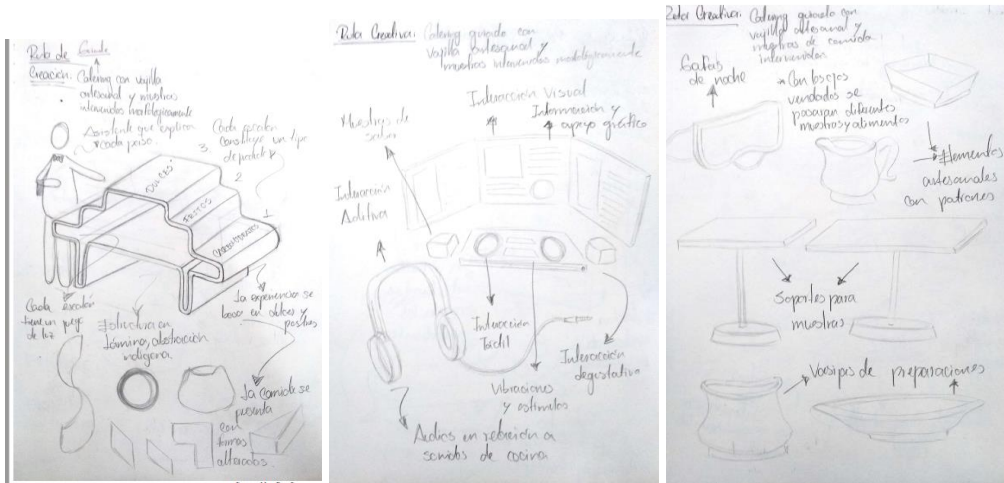
Estas propuestas de valor surgen como apoyo fundamental a la construcción de las alternativas, tratando de implementar nuevas opciones frente a las necesidades de la sociedad, desde la forma, la función y el concepto.

6.3. PROPUESTAS DE DISEÑO

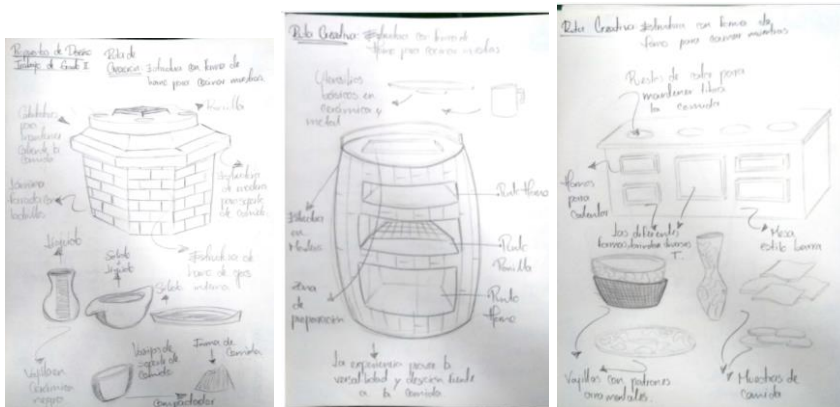
Continuando con el proceso de creación en la construcción de la propuesta final del proyecto, es necesario entrar en una etapa en la que se proceda a articular la evolución entre concepto, propuesta de valor, forma y función, dando como resultado una simbiosis de todos los elementos que lleven a la solución final que cumpla con el objetivo planteado desde el inicio.

El enfoque que se le dará a esta etapa de creación se consolida como una transformación en manera gráfica cada una de las propuestas de valor que se plantearon en el punto anterior. En esta etapa, cada una de las propuestas de valor mencionadas, se combinará con elementos tanto funcionales como formales de todas las piezas obtenidas en el segundo filtro de investigación, además de aprovechar recursos como los que se tienen en el Moodboard para complementar la identidad gráfica.

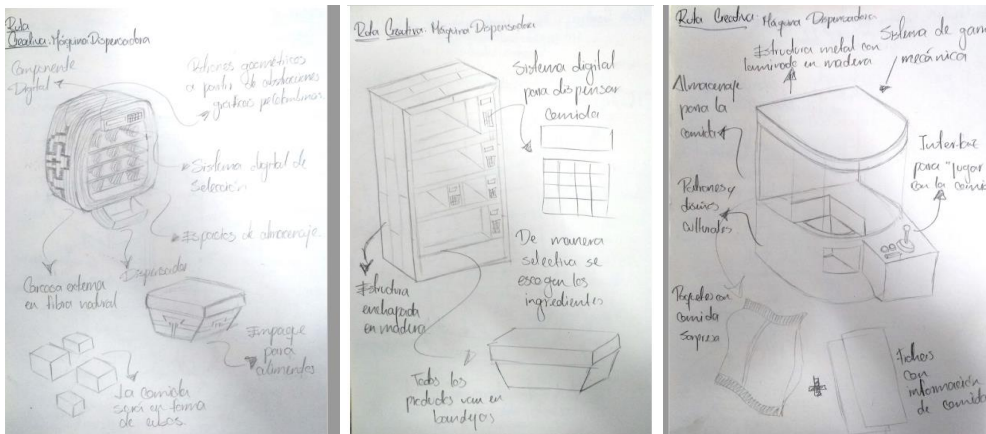
• **Catering morfológico:**



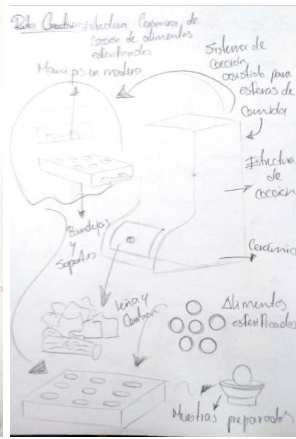
• **Estructura de horno:**



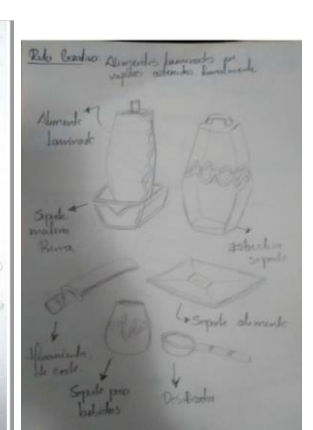
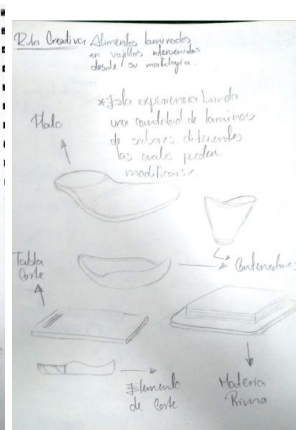
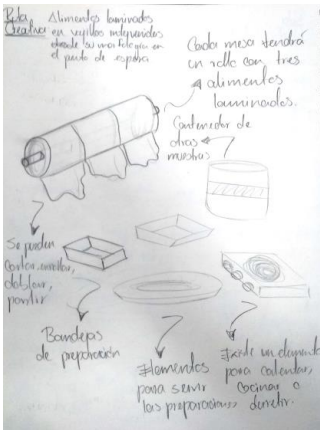
• **Máquina dispensadora:**



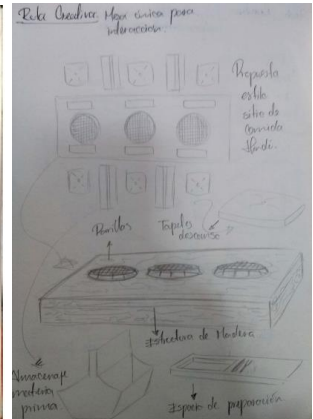
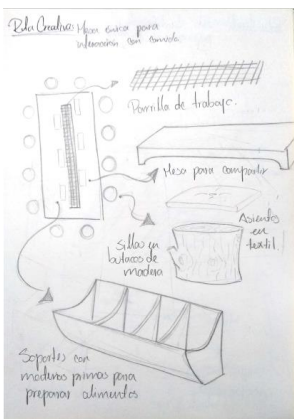
• **Elementos cerámicos:**



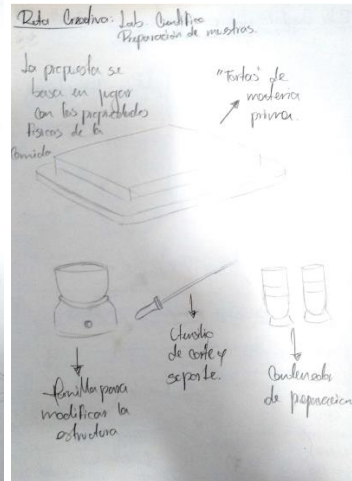
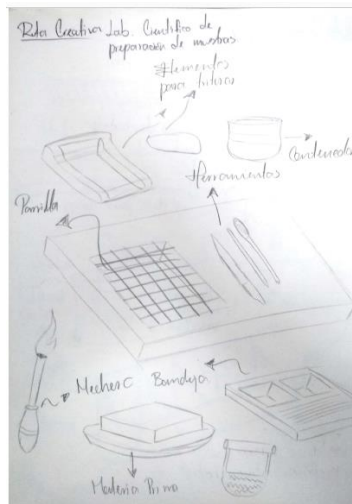
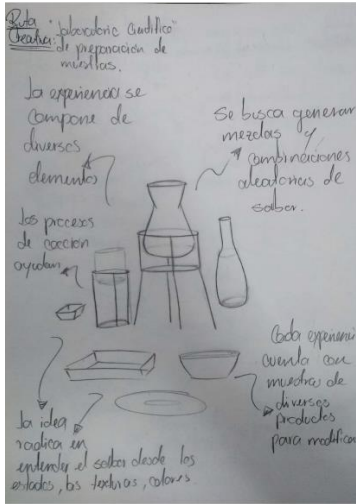
• **Comida laminada:**



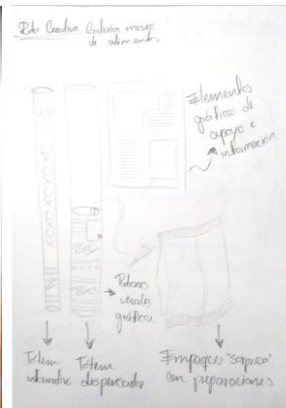
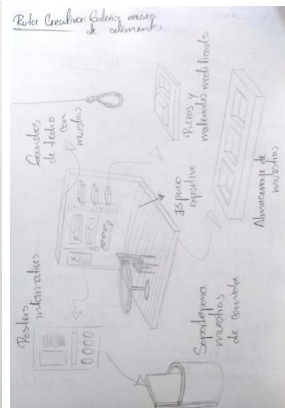
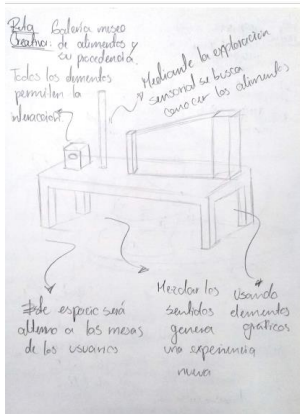
• **Mesa única:**



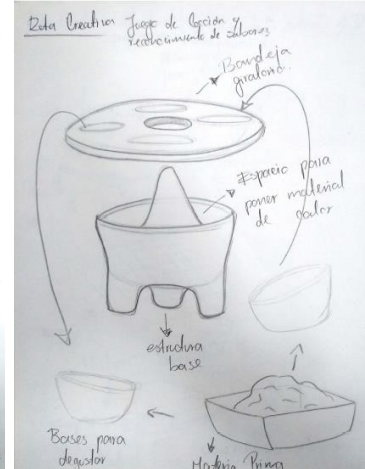
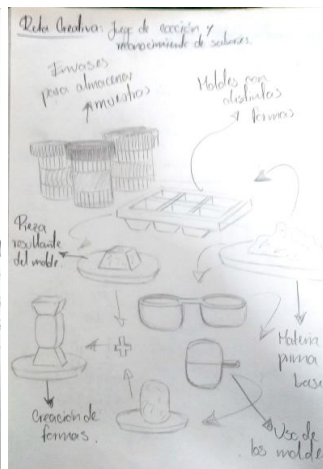
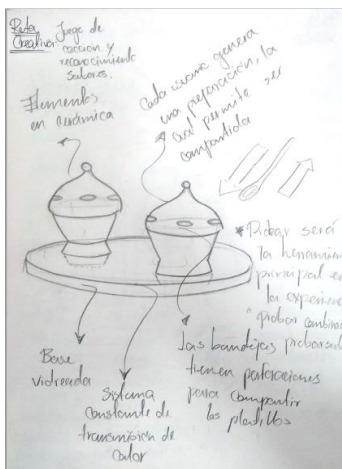
• **Laboratorio de comida:**



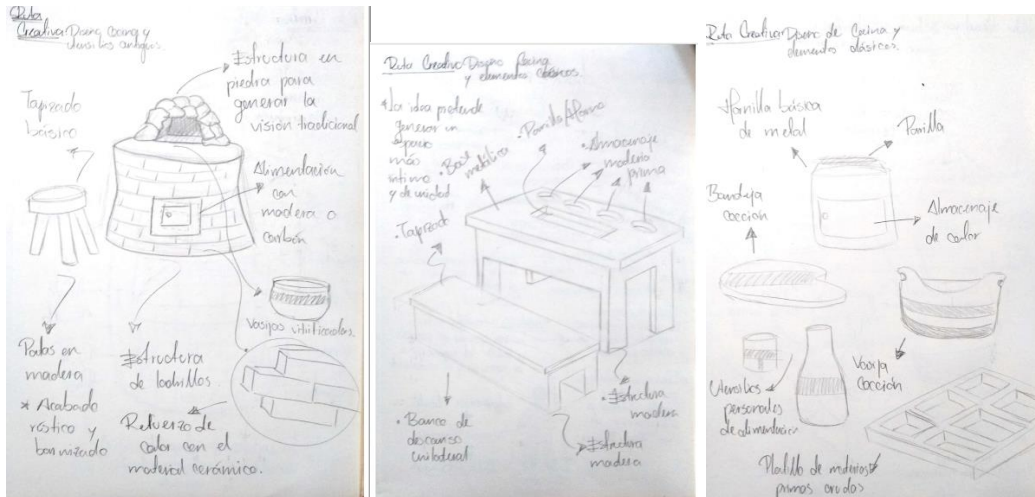
• **Galería experiencial:**



• **Juego de comida experimental:**



- **Estilo de cocina y elementos tradicionales:**



Nota: Adjunto al documento principal, se encuentra un PDF de apoyo como anexo, en el cual aparecen de manera más clara cada una de las alternativas que se están planteando, indicando sus características principales, funcionalidad, materiales e interacción con el usuario.

Cada una de las propuestas anteriores se basa en buscar ofrecer al usuario no sólo la oportunidad de vivir la diferencia nueva en términos de la actividad propia de la alimentación, sino también brindar un valor agregado en el que se fomente un recuerdo por la identidad tradicional, basado en los materiales, las formas, los colores, las texturas e incluso el mismo acto de ser partícipe de la experiencia.

Estas propuestas además de alimentar el proceso creativo y de construcción del diseño, también buscan ofrecer un estímulo al ser una herramienta útil de trabajo para la selección de requerimientos por parte de los usuarios, y así consolidar el proceso de todas las alternativas en una unidad con un desarrollo más profundo en términos estéticos y funcionales.

6.4. VALIDACIÓN DE PROPUESTAS POR EL USUARIO

El proceso de validación consiste en un espacio en el cual los usuarios reales del proyecto, tendrán la oportunidad de generar un acercamiento directo a las diferentes propuestas que se están presentando, para que, a partir de un análisis preliminar por parte de ellos, se pueda obtener una serie de datos que funcionen como requerimientos de diseño para la consolidación de la propuesta final.

Al tener las propuestas de diseño estructuradas de manera concreta, se procede a generar un ejercicio práctico con los usuarios reales. El ejercicio consiste en presentar en una pared todas las propuestas gráficas de las alternativas de diseño existentes dentro del marco del proyecto.



Figura 21 Propuestas Gráficas

Durante el proceso de análisis, cada uno de los participantes, tuvo la oportunidad de seleccionar tres propuestas, indicando cuales son los factores diferenciadores que generan no solo un valor agregado, sino que le generan una motivación mayor frente a dicha alternativa.

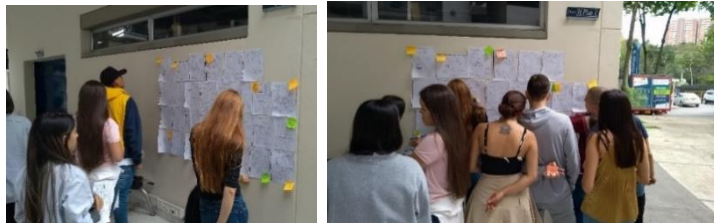


Figura 22 Participantes Validación

El ejercicio de la lectura y análisis de las propuestas se realizó con un promedio de más de veinte personas, lo cual posibilita que los resultados obtenidos sean verídicos, y que los requerimientos de diseño se basen en necesidades reales que los usuarios puedan desear y necesitar frente a la solución final.



Figura 23 Participantes Validación

Este proceso de análisis da pie para encontrar cuales son en primera instancia las propuestas que mayor impacto generan en la comunidad, dando línea a la consolidación formal y estructural de la futura solución.

6.5. REQUERIMIENTOS DE DISEÑO:

Una vez realizado el proceso en el cual se verificaron por parte de los usuarios cada una de las propuestas, se genera una revisión sobre cuales fueron aquellas alternativas que generaron un mayor impacto en la comunidad, con esta información se encuentran algunos resultados importantes, como lo son:



Figura 24 Combinación de Elementos Cerámicos

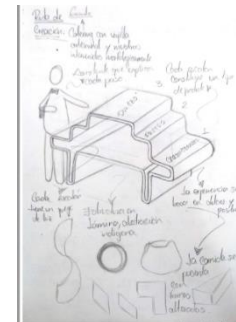


Figura 25 Propuesta de Catering

1. Visibilizar cuales son las alternativas que mayor impacto generan en la comunidad de los usuarios, según predilecciones en cuanto a la experiencia, función y forma.
2. Encontrar una serie de requerimientos de diseño en los diferentes componentes que comúnmente se trabajan en un PDS, para mejorar el proceso de rediseño y reestructuración de las propuestas.

Si bien, acá se presentan las alternativas que los usuarios principalmente seleccionaron y generaron observaciones positivas frente a las mismas, el primer paso del proceso del análisis de los requerimientos de diseño, consiste en generar una lista de necesidades que a partir de los procesos investigativos y de los aportes e información obtenidos en el grupo nominal dan pie para que se estructure de manera integral una lista de calificativos que serán los encargados de evaluar el impacto de las futuras soluciones a plantear.

Es así, que enmarcados en cinco grandes áreas de vital importancia para la ejecución de un correcto diseño, las cuales son: el uso, la función, la tecnología, la estética y el mercadeo, se genera una serie de factores para considerar dentro de cada uno de estos componentes, los cuales regirán el proceso de construcción estético-formal y técnico-funcional del diseño de la solución final.

-Requerimientos de Uso:

- **Ergonomía y Antropometría:** las medidas generales de todas las piezas se basan en el concepto de diseño para medios, permitiendo ampliar el rango de usabilidad.
- **Seguridad:** los elementos que se calientan no generan un peligro frente al tacto.
- **Desempeño Funcional:** el espacio es óptimo para las actividades de preparación e ingesta de alimentos, mientras se hace una exploración de formas, texturas, colores y sabores.

- **Entorno:** los elementos que componen la solución final pueden usarse en interiores y exteriores.
- **Practicidad:** el uso de los elementos es intuitivo, además se puede apoyar el conocimiento de los elementos de la experiencia con elementos gráficos.

-Requerimientos de Función:

- **Resistencia:** las piezas soportan contacto con elementos calientes y no son perecederos frente a la humedad.
- **Tamaño:** relacionado a los percentiles comunes para la población objetivo.
- **Acabados:** Rústicos y con estilo tradicional de las antiguas herramientas, máquinas y cocinas de la tradición antioqueña.

-Requerimientos Tecnológicos/Productivos:

- **Proceso de Fabricación:** los elementos de madera deben generarse en procesos no superiores a un día de trabajo, las piezas en cerámica dependerán en su totalidad de la calidad de los moldes.
- **Recursos de Fabricación:** herramientas, eléctricas y manuales de carpintería, herramientas de tallado, lijado y acabados para cerámica, horno de cerámica-
- **Materiales:** maderas, cerámicos y metales; sin uso de herrajes y procesos de compleja ingeniería o máquinas especializadas.
- **Estandarización:** las piezas deben tener patrones de replicabilidad, las formas son de fácil generación y no hay una cantidad excesiva de piezas.
- **Almacenamiento:** las piezas tendrán la versatilidad de ser modulares para permitir mejorar los procesos de apilado y de almacenaje por periodos de tiempo largos, sin verse afectadas en sus componentes formales o estructurales.

-Requerimientos Estético/Formales

- **Identidad de Marca:** los elementos visuales y físicos responderán a abstracciones de elementos de la identidad tradicional antioqueña.
- **Lugar de Uso:** espacios interiores como restaurantes y espacios abiertos de manera itinerante.
- **Vida Útil:** funcional entre dos y tres años antes de generar mantenimientos drásticos o reemplazo de componentes.

-Requerimientos de Mercadeo

- **Publicidad y distribución:** apoyarse de elementos del lenguaje visual criollo en contraste con composiciones y elementos de vanguardia.
- **Limitaciones del Mercado:** determinar el foco principal de acción como los restaurantes tradicionales.
- **Patentes e Información del Producto:** fomentar estrategia para el registro de los diferentes diseños que componen la solución global.

Una vez expuestos todos los requerimientos de diseño nacientes a partir del proceso de validación por parte de los usuarios, se dispone una etapa en la que, usando también los datos suministrados por los usuarios en relación a la preferencia de las alternativas, se seleccionan algunas que den cumplimiento a los requerimientos planteados por la investigación y por los participantes del grupo focal.

6.6. REPLANTEAMIENTO DE PROPUESTAS

Con la información consolidada en el punto anterior en relación a las propuestas de diseño que generan un mayor agrado en la comunidad, a continuación, se presentan la estructuración formal en cuanto al diseño paramétrico de las dos opciones planteadas con anterioridad.

Las propuestas del Catering Morfológico y la experiencia en relación al uso de elementos cerámicos en torno a la experimentación con los sabores, formas y combinaciones de la comida, fueron las propuestas que lograron una mayor aceptación dentro de la muestra de usuarios analizada en el grupo nominal.

Ambas propuestas, si bien fueron seleccionadas por la gran mayoría de los participantes del espacio de recolección de datos, no serán representadas de forma paramétrica tal cual se encuentran en los bocetos originales de diseño; sino que a partir de las indicaciones, sugerencias y combinaciones de las propuestas, se constituyen des desarrollos a través de un software de modelado paramétrico, el cual apoya el análisis tridimensional y espacial de los elementos a desarrollar.

A continuación, se presentan en detalle las evoluciones que las propuestas seleccionadas consiguieron, generando no sólo mayores índices de relación con el gusto del usuario, sino también, una mejora considerable en su interfaz, manipulación, función y estructura conceptual.

- **Propuesta de Valor: Catering Morfológico:**

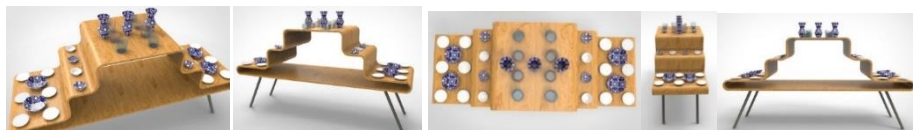


Figura 26 Vistas del Diseño

La propuesta del Catering morfológico surge como un espacio en el cuál por medio de una intervención formal de la comida, pueda generarse una degustación de los diferentes productos alimenticios comunes en la tradición antioqueña.

Este desarrollo se basa en una construcción principal de un mobiliario de madera doblado, dando una sensación de escalonado al presentar diversos tipos de alimentos en cada uno de los peldaños de la forma que se abstrae.



Figura 27 Detalles en Zoom

Las formas de la vajilla buscan generar un contraste geométrico con la forma orgánica que se presenta en la mesa, buscando generar una fusión en las formas para crear mayor impacto visual en los usuarios que se van a involucrar directamente con la experiencia.

La vajilla hace un juego entre el color y los alimentos que se van a digerir, generando una relación de reciprocidad entre lo que se ve, lo que se come y lo que se siente, llevando el sabor más allá del gusto, sino a un nivel emocional en donde influyen los diferentes aspectos emocionales que la comida brinda.

La idea principal de la acomodación de las piezas es generar un contraste en el que se vea la simetría entre la disposición de los elementos y de cómo se va a interactuar posteriormente con ellos, tanto la persona que es la encargada de hacer el acompañamiento con el catering, como el usuario que está viviendo la experiencia. Esta experiencia busca que alguien acompañe el proceso de degustación del usuario, y que a su vez le vaya contando información relacionada a los productos que está ingiriendo.

- **Propuesta de Valor: Juego de Cocción y Reconocimiento de Sabores**

El juego de cocción responde a una de las sugerencias de los usuarios durante el proceso del grupo nominal, donde ellos daban la importancia sobre la interacción directa con los elementos dentro de la experiencia, y que a su vez no solo fueran espectadores, sino que tuvieran la oportunidad directa de generar actividades usando los implementos de la solución de diseño.



Figura 28 Vistas en Detalle de la Propuesta

Esta propuesta constituye un desarrollo de piezas en cerámica, acompañadas de una resistencia que permite mantener las diferentes “muestras” de comida de manera tibia.

La idea central de esta experiencia se basa en permitir que los participantes puedan generar combinaciones de comida para preparar sus propios productos alimenticios, explorando los sabores y las texturas que existen dentro de la gastronomía antioqueña. Esta experiencia busca que las personas interactúen tanto con los utensilios como con la misma comida.

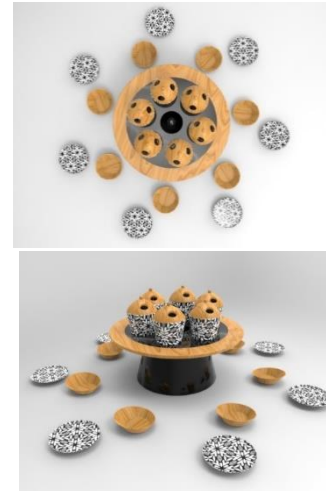


Figura 29 Vistas Generales en Conjunto

6.7. PROPUESTA FINAL

La propuesta final es una consolidación de las dos alternativas anteriormente presentadas, las cuales pasaron por un proceso de evaluación en relación a los requerimientos de diseño que se presentaron con anterioridad, y en relación a los mismos, se consolida una propuesta única, no solo que cumpla con lo expuesto en los requerimientos de diseño, sino que también responda a los gustos y análisis de los usuarios que interactuaron en el proceso de validación.



Figura 30 Propuesta Estructural del Diseño

La solución de diseño final se estructura como un conjunto de varios elementos por medio de los cuales los usuarios pueden generar un proceso de interacción personal con la comida, la información y la forma de digerirla. La propuesta de diseño se consolida en los siguientes elementos:

-Un mueble base, en el cual pueden interactuar cuatro personas al mismo tiempo, con una forma geométrica con redondeos en las puntas y fabricado netamente en madera lo cual busca generar esa sensación tradicional con el uso de este elemento natural.



Figura 31 Mueble Base

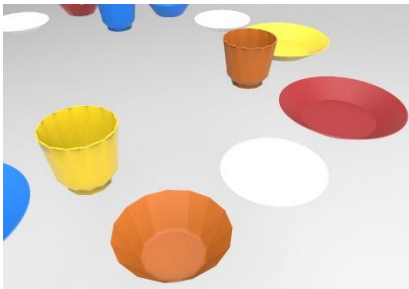


Figura 32 Juego de Vajilla

-Un juego de vajilla de cuatro puestos, cada puesto conformado por dos vasos, dos platos grandes, dos platos pequeños y dos platos hondos y una tapa, los cuales son en primera instancia el soporte para las muestras de comida, pero también son el medio para generar nuevas combinaciones de comida y de generar preparaciones básicas.

-Una base cerámica con una hornilla que permite calentar las muestras alimenticias para generar preparaciones nuevas a partir de la comida que hay en el proceso de la experiencia. Esta hornilla cuenta con una estructura de madera que permite soportar los diferentes utensilios de la vajilla que se pongan sobre la hornilla.

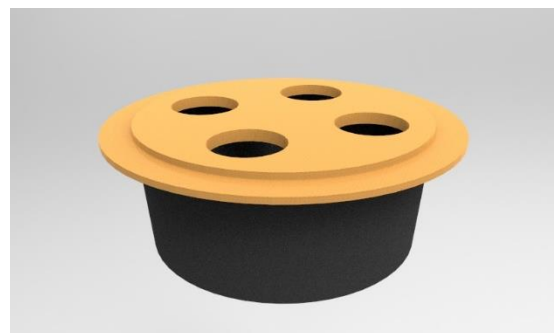


Figura 33 Base Cerámica



Figura 34 Disposición de

La propuesta se estructura como un espacio en el que los comensales podrán disfrutar de diferentes pruebas de comida, las cuales a su vez podrán modificar a su gusto, dándoles un punto de temperatura o cocción en relación a la hornilla cerámica que existe en el medio del mueble de madera.

Las piezas cerámicas tienen un contraste en colores, usando solo cuatro colores para hacer varias combinaciones tanto en los vasos, como en los platos y tapas. Estos colores hacen referencia a diversas líneas de alimentos que se sirven en estos, buscando generar una asociación directa entre el color, la textura y la comida. Los colores que se encuentran presentes en la vajilla son, y a su vez hacen referencia a:

- Amarillo:** Fritos y Comida Callejera.
- Rojo:** Carnes, Embutidos y Proteína.
- Naranja:** Panadería, Pastelería y Dulces Tradicionales.
- Azul:** Frutas, Verduras y Sabores directos desde la Naturaleza.

Las formas y los acabados de los elementos de la vajilla tienen un aspecto muy rústico y artesanal, al igual que la madera, la cual tiene sus vetas vivas y no tienen ninguna alteración de color, esto se hace con el propósito de demostrar la belleza de lo simple, y de recordar que los procesos de diseño tienen un nacimiento en la artesanía y en la producción manual. Las formas irregulares, el pintado a mano, y la madera expuesta no son más que requerimientos formales para dar un estilo retro, pero a la vez agradable a toda la composición formal.

Los usuarios podrán generar tanto cocciones o degustaciones rápidas de las diferentes muestras que se encuentran presentes dentro del espacio, como también sugerir combinaciones aleatorias en cuanto a sabores. La experiencia busca que los usuarios más que

comer disfruten el momento, y puedan crear recuerdos nuevos a partir de un estilo de comida más experiencial, pero sin perder la identidad tradicional.

La tradición integrada con la cocina experiencial o de vanguardia es una forma alterna de generar nuevamente esos lazos de identidad que a lo largo de los años se han ido desdibujando debido a la gran cantidad de nuevas propuestas gastronómicas y culturales que se van presentando en la cotidianidad.

A su vez, la experiencia cuenta con elementos gráficos de apoyo que permiten generar información de apoyo en los usuarios sobre las implicaciones de la comida típica, dándole *tips*, información o simplemente un dato en relación a lo que ese alimento o preparación a influenciado en la cocina y en la tradición cultural antioqueña.



Figura 35 Vista en Detalle

La experiencia busca que se consoliden tanto jóvenes como cualquier otro tipo de usuario, buscando reforzar elementos que permitan visibilizar o exponer en mayor medida lo que implica la tradición, reflejada principalmente en la parte gastronómica, pero que a su vez, también se ve en la parte objetual, buscando reivindicar elementos tradicionales como lo son las vajillas pintadas a mano, las hornillas y los muebles típicos de madera.

Unificar los procesos de diseño y de creación de vanguardia, con la identidad y los desarrollos culturales tradicionales, permiten que esta experiencia no solo sea un elemento de esparcimiento o interacción efímero, sino que también establece lazos de lo que el diseño puede traer en la consecución de procesos e ideas tanto en un enfoque interdisciplinar como en un proceso de adaptación de los elementos de cultura material e identidad.

7. CAPÍTULO VI: “EL RESTAURANTE”

Dentro del componente estratégico de diseño, en el que se busca generar que la propuesta no se quede netamente en un concepto, sino que este pueda ser de aplicabilidad o replicabilidad tanto en el contexto destinado como en espacios similares; es necesario plantear estrategias desde el proceso económico y de mercadeo que den viabilidad a la consecución de recursos destinados no solo a la implementación sino también a visibilizar el producto.

7.1. MODELO DE NEGOCIOS

Buscando establecer una estrategia de actuación en relación a la consecución de clientes, recursos y aliados, se utiliza la herramienta de *Modelo de Negocios Canvas* como base para el planteamiento de un modelo de estrategia tanto en los componentes económicos, de gestión y de mercado. Es así como a continuación, se presenta en detalle cada uno de los elementos del modelo desarrollado para esta propuesta de diseño:

- **Segmento de Clientes:**

- En primera parte, los restaurantes que buscan atraer nuevos clientes por medio de una nueva alternativa de apreciar la gastronomía.

- Empresas públicas y privadas que busquen generar experiencias de marca, de apropiación o de posicionamiento.

- **Relación con los Clientes:**

- Transmitir sensaciones de emoción positiva frente a la experiencia.
 - Vinculación a la marca y el producto.
 - Alianzas con administradores y gerentes de empresas

- **Canales:**

- Espacios de ciudad de carácter experiencial son el primer medio de interacción.

- Las redes sociales son un espacio de impulso principal para impactar a la comunidad y generar el interés primario.

- **Propuesta De Valor:**

- Ofrecer una manera diferente de disfrutar los procesos de ingesta de alimentos.

Evocar elementos que estimulen la emoción individual de los usuarios.

- Reivindicar los elementos propios de una cultura y sobresaltarlos en frente de una gran cantidad de propuestas gastronómicas del exterior.

- Permitir un valor agregado para restaurantes.

- **Actividades Clave:**

- Diseño de Elementos.

- Experiencia Gastronómica.

- Promoción de Marcas.

- Espacios efímeros de degustación.

- Transmisión de mensajes de identidad regional.

- **Recursos Clave:**

- Materias primas propias de la elaboración del producto.

- Alimentos propios de la región.

- Espacio cómodo y seguro para la ejecución.

- **Aliados Clave:**

- Parque Explora.

- Museo de Arte Moderno.

- Restaurantes de Mercados de Rio.

- Restaurantes de Mercados del tranvía.

- Secretaria Cultura y Turismo.

-Restaurantes de comida típica.

- **Estructura De Costes**

-La fabricación y producción de los elementos se constituye como el principal coste.

-La instalación y mantenimiento implica un costo directo que recae también en el proyecto.

- **Fuente De Ingresos**

-Compra del producto de manera directa.

-Experiencias de marketing con marcas.

-Actividades con entes públicos o privados para reivindicar tradiciones gastronómicas.

PLAN DE NEGOCIOS



Figura 36 Modelo Gráfico Modelo de Negocios

7.2. DESARROLLO DE PRODUCTO

Durante un proceso de investigación y desarrollo, una de las etapas fundamentales que asegura en gran medida el éxito o no de un proyecto es la implementación práctica de la solución, para lo cual es necesario generar la construcción o materialización de la propuesta final en pro de generar pruebas o verificaciones con los usuarios.

El proceso de fabricación se parte en dos tipos de procesos; por un lado, está el desarrollo del mueble de madera, y, por otro lado, es necesario generar toda la construcción en relación a las piezas de cerámica. Cada uno de los procesos anteriormente mencionados, requiere diferentes actividades, recursos y tiempos, para tener un correcto proceso y óptimos resultados.

A continuación, se plantea un acercamiento por medio de un registro fotográfico de las diferentes actividades que se dan durante el proceso de fabricación, esto para conocer los pasos principales que dan pie para entender los procesos de manufactura, ensamble y acabados finales de cada una de las piezas. Cabe aclarar que en este registro no se encuentra el seguimiento final de los elementos de la solución de diseño, esto debido a que, al momento de finalizar este proyecto escrito, aún no se tienen los elementos con los acabados finales.

- **Mueble de Madera:**

El proceso de construcción arranca en primera instancia con la obtención de la materia prima, para lo cual se recuerda el planteamiento generado en las primeras etapas de investigación, con el cual se busca manejar procesos y materiales sostenibles; para esto, se usa para las tablas base, tablas de estibas de madera recuperadas, y para las patas del cuerpo se usa cedro donado de un aserradero, ya que no tenía las dimensiones pertinentes para hacerle un proceso adecuado para su venta o la comercialización del mismo.



Figura 37 Corte Tablas Base de Mueble



Figura 38 Ensamble Base Mueble

Las tablas de la base se les hace un proceso de cepillado básico para quitar imperfecciones, estos se unen por medio de tarugos en sus cantos para facilitar el proceso de ensamble,

estos a su vez se unen con Colbón de madera y son prensados para mantener más firme la estructura. Las puntas de las cuatro esquinas manejan un redondeo realizado en una máquina sinfín.



Figura 33 Proceso de Fabricación Patas y Travesaños

El proceso de fabricación de las patas y travesaños del mueble es un poco más complejo, esto debido a que la madera se obtienen en crudo tras la donación, y debido a esto, es necesario generar los cepillados y cortes necesarios para que se obtengan las dimensiones necesarias para generar los acabados necesarios de fabricación.



Figura 39 Perforaciones, Espigas y Escoplos.

Para finalizar el proceso de la construcción del mueble, se genera el ensamble de las piezas para entender las dimensiones finales del producto final. Una vez ensamblado y fijado, debe darse un acabado con lija y algún sellador o laca para resaltar el acabado.



Figura 40 Ensamble Final del Mueble

- **Piezas de Cerámica:**

Para la construcción de la vajilla en primera instancia es necesario generar una serie de moldes de yeso, tanto para los vasos como para las tapas de los mismos, estos deben tener un proceso de curado y secado, por lo cual, los moldes se dejan secando por un periodo de tres días, posterior a eso, se refuerza el secado, metiendolos a un horno convencional durante media hora a una tempraruta de 250 grados celcius, esto con la finalidad de dejarlos completamente secos y poder generar un buen proceso de vaciado de ceramica en una etapa de desarrollo posterior.



Figura 41 Fabricación de Placa y Moldes de Yeso

Una vez obtenidos los moldes, y suficientemente secos, se comienza el proceso de vaciado de la Barbotina en los mismo, esto para generar la reproducción de las piezas. En relación a la placa de yeso, se hace el vaciado general y con un molde se genera la forma de la geometría para obtener el producto final, haciendo el recorte del molde y poniendolos en platos con pedazos de tela para dar la forma y evitar que la cerámica se quede pegada. En esta etapa se da un lijado básico con agua para mejorar las superficies de las piezas.



Figura 42 Fabricación Platos

Las piezas deben dejarse secar a la totalidad, esto analizándose fácilmente por el color superficial que toma la estructura, pasando de un color gris oscuro a uno muy claro, indicando que no existe tanta humedad dentro de la pieza. Una vez la pieza se encuentra en este estado,

puede disponerse un proceso de lijado, pulido e incluso esgrafiado en el que se den los detalles finales para la posterior cocción en el horno.



Figura 43 Proceso de Lijado y Pulido de Piezas

Una vez lijadas las piezas y totalmente secas, estas pueden entrar al horno y comenzar el proceso de la cocción del bizcocho, en el cual se mejoran las propiedades mecánicas de la Barbotina y son mucho más resistentes al tacto. Este proceso dura alrededor de nueve horas y alcanza una temperatura máxima de 1000 grados Celcius.



Figura 44 Proceso de Cocción de Piezas de Bizcocho

Una vez terminado el proceso de cocción, se deben dejar las piezas reposar dentro del horno mínimo seis horas, esto para evitar que el choque térmico genere grietas o explosiones, posterior a eso y fuera del horno, las piezas se dejan reposar por un periodo de tiempo alrededor de las tres horas, para que se enfríen totalmente y puedan ser manipuladas para el proceso de esmaltado.



Figura 45 Piezas de Bizcocho

Con las piezas en bizcocho, se genera un proceso de esmaltado, en el que se busca dar un acabado visual en relación al patrón gráfico y a la identidad de diseño que tienen todo el producto en sus componentes cerámicos.



Figura 46 Esmaltado de Piezas

La última etapa del proceso se da cuando las piezas una vez esmaltadas, y con una parte limpia que queda en contacto con la placa de yeso del horno, se vuelven a colocar para generar el último proceso de cocción, el cual se da por un periodo alrededor de las nueve horas y con una temperatura máxima de 1100 grados Celsius.



Figura 47 Cocción del Esmalte

Una vez fuera del horno, las piezas están en la capacidad de recibir alimentos y entrar en contacto con la comida y con las personas sin generar ningún tipo de daño o perjuicio a la sociedad.

Una vez todos los componentes principales han sido fabricados, se disponen los acabados finales de los mismos, es necesario aclarar que elementos como la hornilla y la base de la misma son genéricos y son obtenidos en tiendas de productos cerámicos. La placa de soporte para los vasos que quedan en contacto con la hornilla es fabricada en aglomerado por medio de un corte láser. Con todos los elementos listos, se da pie a generar las pruebas de interacción con el usuario para comprobar la funcionalidad del mismo.

8. CONCLUSIONES: “LA RECETA FINAL”

El proyecto en todo el marco de su ejecución no sólo se ve reflejado en la solución objetual que da como resultado la aglomeración de información, conceptos y elementos recopilados; sino también una serie de conclusiones por medio de las cuales pueden denotarse aplicaciones que posteriormente pueden ser replicadas en otros proyectos de similar composición. Según lo anterior y teniendo en cuenta los procesos investigativos, a la recolección de datos y los análisis ejecutados se pueden llegar a las siguientes conclusiones:

- Antioquia si bien cuenta con grandes cantidades de recursos a nivel alimenticio; carece especialmente de elementos que lo representen frente a otras regiones y culturas.
- La tradición gastronómica colombiana no sólo ha logrado tener grandes avances en relación a la hibridación de productos y elementos de otras regiones; sino que también ha logrado traspasar barreras frente a la comercialización y reconocimiento de composiciones gastronómicas.
- El diseño industrial es una disciplina que debe permear la gran mayoría de los campos profesionales, pues las aplicaciones que este permite en otras disciplinas aporta grandes valores agregados para transformar conceptos e ideas que, si bien son funcionales, pueden reforzarse considerablemente.
- El Food Design es una nueva vertiente del diseño, la cual aún se encuentra en procesos de consolidación dentro de Colombia, ha tomado gran fuerza no sólo en

procesos de decoración e ingesta de alimentos; sino en brindar experiencias que generen un cambio radical en torno a la comida y todo lo que puede hacerse con ella.

- Permitir la hibridación de conceptos y subdisciplinas del diseño en torno a la solución de problemas es una excelente alternativa para encontrar nuevas formas de generar no sólo productos, experiencias o servicios, sino también es una excelente manera de lograr transmitir el conocimiento en diferentes comunidades; y a su vez reforzar conceptos como en este caso los aspectos de cultura e identidad.
- El diseño debe nutrirse constantemente de las labores artesanales y tradicionales de cada región, permitiendo la aparición de nuevos desarrollos acompañados de la combinación de conceptos antiguos con procesos de creación y producción modernos.

REFERENCIAS

CECODES. (3 de Marzo de 2017). *¿Por qué es importante generar Ciudades Sostenibles?: Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible: <https://www.cecodes.org.co/site/por-que-es-importante-generar-ciudades-sostenibles/>

Adamson, E., & Weaver, T. (1985). *Antropología y experiencia humana*. Barcelona: Editorial Omega.

Alvarado Nieto, G. A. (2016). Cocina y gastronomía en Medellín: temas recurrentes. . *Agenda Cultural Alma Mater*, 166.

Alvarado Nieto, G. A., Roa López, P. A., & Zuleta Ortiz, D. L. (2016). Formación en Diseño Industrial: una propuesta metodológica coherente con el desarrollo sostenible. *REVISTA INTERAMERICANA DE EDUCACIÓN, PEDAGOGÍA Y ESTUDIOS CULTURALES*, 163 - 188.

Alvarado, N. G., Roa, L. P., & Zuleta, O. D. (2016). Formación en Diseño Industrial: Una propuesta metodológica coherente con el desarrollo sostenible. *REVISTA INTERAMERICANA DE EDUCACIÓN, PEDAGOGÍA Y ESTUDIOS CULTURALES*.

Anderson, M. (19 de Octubre de 2009). *Aldea Global, La Nación*. Obtenido de La Nación: http://www.nacion.com/ln_ee/2009/octubre/19/aldea2113380.html

Associazione Per Il Disegno Industriale. (2014). Food Design Manifesto. *ADI*, 1-2.

Augé, M. (2007). El Objeto de la Antropología Hoy. *Psicoperspectivas: Revista de Psicología*, 7 - 21.

Bernal V., E. E., & Rueda M., A. D. (2016). *Identidad Gastronómica Recuperación De La Cocina Tradicional* . Girardot: Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA.

Biografías y Vidas, La Enciclopedia Biográfica. (2014). *Abraham Maslow, Biografías y Vidas, La Enciclopedia Biográfica*. Obtenido de Biografías y Vidas, La Enciclopedia Biográfica.: <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/m/maslow.htm>

Bordignon, N. A. (2005). El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. *Revista Lasallista de Investigación*, 50-63.

Camargo, M. d. (3 de Enero de 2013). Medellín, la ciudad más innovadora del mundo. *Revista Semana*. Obtenido de *Revista Semana*: <https://www.semana.com/nacion/articulo/medellin-ciudad-mas-innovadora-del-mundo/334982-3>

Cánepa Koch, G., Hernández Macedo, M., Biffi Isla, V., & Zuleta García, M. (2011). *Cocina E Identidad: La Culinaria Peruana Como Patrimonio Cultural Inmaterial* . Lima: Ministerio de Cultura.

Centro de Desarrollo Empresarial Zonal. (2015). *Cultura E*. Medellín: Alcaldía de Medellín.

Cook, G. (22 de Enero de 2015). *Cómo el sentido del gusto ha moldeado quienes somos, noticias*. Obtenido de scientific american: <https://www.scientificamerican.com/espanol/noticias/como-el-sentido-del-gusto-ha-moldeado-quienes-somos/>

Ferruzca Navarro, M. V., & Rodríguez Martínez, J. (2011). Diseño Sostenible: Herramienta Estratégica de Innovación. *Revista Legislativa de Estudios Sociales y de Opinión Pública*, 47-87.

Fondo de Promoción Turística de Colombia. (2009). *Evaluación de la Gastronomía Colombiana como Factor Potencial de Turismo*. Medellín: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo .

Fondo de Promoción Turística de Colombia. (2009). *Evaluación de la Gastronomía Colombiana como Factor Potencial de Turismo*. Medellín: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Gardetti, M. A. (23 de Julio de 2013). *El Universitario: Universidad Nacional Noroeste*. Obtenido de Universidad Nacional Noroeste: <http://www.unnoba.edu.ar/es-vital-el-rol-del-diseno-en-el-desarrollo-sostenible/>

Gatley, A., Caraher, M., & Lang, T. (2014). A qualitative, cross cultural examination of attitudes and behavior in relation to cooking habits in France and Britain . *Appetite*, 71-81.

Giroux, H. (2001). *Cultura, política y práctica educativa*. Barcelona: Editorial Graó.

Glocal, Design Magazine. (16 de junio de 2016). *Glocal, Design Magazine*. Obtenido de Breve Historia, Dieter Rams. Glocal, Design Magazine: <https://glocal.mx/breve-historia-dieter-rams/>

Gómez Lopera, J. C. (2012). Del olvido a la modernidad:Medellín (Colombia) en los inicios de la transformación urbana, 1890-1930. *HISTOReLo: revista de historia regional y local*, 112-128.

Grupo Editorial FORUM. (Julio de 2017). *Food Design: Grupo Editorial FORUM*. Obtenido de FORUM: Cultura, Arte, Mundo: <https://www.forummexico.mx/gourmet/food-design/>

Herrero, J. (2002). *Antropología, Cultura: SIL Interational*. Obtenido de SIL Interational: <http://www.capacitar.sil.org/antro/cultura.pdf>

Historia y Arqueología. (s.f.). *Prehistoria, Historia y Arqueología*. Obtenido de Historia y Arqueología: <http://www.historiayarqueologia.com/2011/12/el-sentido-del-olfato-fue-clave-en-la.html>

Kasko, D. (08 de Octubre de 2018). *DINARA KASKO PASTRY ART*. Obtenido de DINARA KASKO PASTRY ART: <http://www.dinarakasko.com/>

Ledoux, J. (1999). *El Cerebro Emocional*. New York: Editorial Planeta.

Lundahl, D. (2012). Breakthrough Food Product Innovation Through Emotions Research. *Elsevier*, 161-183.

Martínez de Albeniz, I. (2018). Foundations for an analysis of the gastronomic experience: From product to process. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 108-116.

Martínez, C. (2018). *Los 7 Problemas Sociales de Colombia Más Graves*. Lifereder. Obtenido de Lifereder: <https://www.lifereder.com/problemas-sociales-colombia/>

Meléndez Torres, J. M., & Cárdenas de la Fuente, G. M. (2010). La Cocina Tradicional Regional como un Elemento de Identidad y Desarrollo Local el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios Sociales*, 182-204.

Molano L, O. L. (2007). Identidad cultural: un concepto que evoluciona. *Opera*, 69-84.

Montanari, M. (2004). *La Comida Como Cultura*. España: Ediciones Trea.

Munari, B. (1983). *¿Cómo Nacen los Objetos?* Barcelona: Gustavo Gili.

N.J. Schifferstein, H. (2010). From salad to bowl: The role of sensory analysis in product experience research. *Food Quality and Preference*, 1059–1067.

Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. (2018). Obtenido de Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-11-sustainable-cities-and-communities.html>

Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Fundación Objetivos de Desarrollo Sostenible. (2016). Obtenido de Fundación Objetivos de Desarrollo Sostenible: <http://www.sdgfund.org/es/objetivo-11-ciudades-y-comunidades-sostenibles>

Organización de Naciones Unidas. (2018). *Objetivo 12: Producción y consumo responsable: Organización de Naciones Unidas.* Obtenido de Organización de Naciones Unidas: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html>

Parra, C. (20 de Marzo de 2015). *El negocio gastronómico está en su punto: Revista Dinero.* Obtenido de Revista Dinero: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/inversiones-proyectos-gastronomicos-colombia/206929>

Patiño Ossa, G. (2012). *Fogón De Negros Cocina Y Cultura En Una Región Latinoamericana* . Bogotá: Ministerio de Cultura.

Ponce, J. M. (4 de Febrero de 2015). *Las Máquinas de la Felicidad: Marketing y Servicios.* Obtenido de Marketing y Servicios: <http://marketingyservicios.com/las-maquinas-de-la-felicidad-de-coca-cola/>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2018). *¿Qué Son Los Objetivos De Desarrollo Sostenible?. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.* Obtenido de Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: <http://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/sustainable-development-goals.html>

Ramírez, P. (2011). Cuando Antioquia se volvió Medellín, 1905-1950. Los perfiles de la inmigración pueblerina hacia Medellín. . *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*, 220-221.

Red Latinoamericana de Food Design. (2016). Bienvenida de Parte de la RedlaFD. *ALEGRIA: IV Encuentro Latinoamericano de Food Design* (págs. 19 - 24). México: RedlaFD.

Reissig, P. (Febrero de 2018). *Food Design en Latinoamérica: Red Latinoamericana de Food Design*. Obtenido de Red Latinoamericana de Food Design: <https://www.lafooddesign.org/somos>

Revista AXXIS. (13 de Junio de 2017). *Diseño: Revista AXXIS*. Obtenido de Revista AXXIS: <https://revistaaxxis.com.co/la-corriente-de-food-design-inspira-proyecto-de-diseno/>

Rodríguez Jiménez, P. (Febrero de 2009). *Medellín: La ciudad y su gente: Red Cultural del Banco de la República en Colombia*. Obtenido de Red Cultural del Banco de la República en Colombia: <http://www.banrepultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-230/medellin-la-ciudad-y-su-gente>

Rutzerveld, C. (11 de Octubre de 2018). *Edible Growth: Rutzerveld, Chloé*. Obtenido de Rutzerveld, Chloé: <http://www.chloerutzerveld.com/>

Sánchez Martínez, A. V. (2004). La Construcción De La Identidad Cultural a través del Discurso Culinario . *Actas XV Congreso AIH* (págs. 611-616). Monterrey: Instituto Tecnológico de Monterrey.

- Shiyi, X., & Rongrong, X. (2017). Emotional Design: The Revolution of Food. *Journal of Arts and Humanities*, 34-36.
- Sibble, A. (2007). The sustainability of functional foods. *Social Science & Medicine*, 554-561.
- Vargas, F. (2005). La Sostenibilidad: Una postura autocrítica de la sociedad industrial. . *Investigación y Desarrollo Vol 13*, 52.
- Vélez Jaramillo, P. (2008). *Los circuitos culturales en la construcción de marca ciudad, Caso Medellín*. Buenos Aires: F. Diseño y Comunicación; Universidad de Palermo.
- Vélez, J. L. (2013). Del Saber y el sabor. un ejercicio antropofilosófico sobre la gastronomía. . *Escritos/Medellín-Colombia*, 176-177.
- Winchester, L. (2006). Desafios para el Desarrollo Sostenible de las Ciudades en América Latina y el Caribe. *Revista EURE*, 11-12.
- Zahar, J. (2006). Reseña, Modernidade e Identidade. *Región y Sociedad*, 165-169.
- Zampollo, F. (1 de Enero de 2016). Welcome to Food Design. *International Journal of Food Design*, págs. 3-9.

Zapata Ruiz, E., Jaraba Iturruago, S., & Imbett Vargas, E. S. (2018). Food Design Al Servicio De Las Comunidades Vulnerables. *Séptimo Simposio Internacional de Diseño Sostenible* (págs. 301-313). Medellín: Facultad de Diseño y Producción Pascual Bravo.

Zuloaga, T. (26 de Enero de 2015). *Maridaje ¿Qué es, qué significa?: Tulio Recomienda*.
Obtenido de Tulio Recomienda:
<https://tuliorecomienda.wordpress.com/2015/01/26/el-maridaje/>.