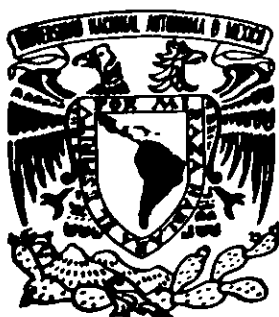


67
201



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

“El Diseño y la Ilustracion en las Cartas y Menús de Restaurantes”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO GRAFICO

P R E S E N T A

CARMEN CLAUDIA PICASEÑO VELEZ

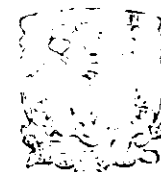
DIRECTOR DE TESIS:

LIC. BENJAMIN SANCHEZ CORREA

MEXICO, D. F.

1998

264041



SERVICIO DE BIBLIOTECA
PARA LA TITULACION

ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICAS
MOCHIMILCO D.F.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



EL DISEÑO Y LA ILUSTRACIÓN EN LAS CARTAS Y MENÚS DE RESTAURANTES

CARMEN CLAUDIA PICASEÑO VELEZ

Agradezco al Sr. Sebastián Verti promotor de las tradiciones mexicanas el permitirme el uso de unos ejemplos para enriquecer este trabajo.

Agradezco la ayuda de todas aquellas personas que intervinieron en la realización de esta tesis.

Al Ing. René Pérez Espinosa por su valiosa y creativa colaboración en la realización de este trabajo.

A mi jurado

Por las sugerencias y críticas para mejorar los contenidos de la tesis, Lic. Enrique Dufoo Mendoza, Lic. Lauro Garfías Campos, Lic. Cuauhtémoc García Rosas, Lic. Alfredo Rivera Sandoval.

Agradezco al maestro Alberto Quinto su ayuda en la realización del proyecto práctico e impresión de menús.

Agradezco a los Sres. Hervé Aubry, Vicente Giralt y Julio Cesar Carrasquedo el permitirme realizar este trabajo para proyecto del menú del restaurante Côté Sud.

A mis Padres

A ti Papá con cariño y gratitud, por haberme enseñado el sentido y el valor de la responsabilidad.

A ti Mamá con todo mi amor.

A mi Hermana

Áurea por ser mi amiga y alentarme en todos los momentos de mi vida

A mis amigos y compañeros

A Ileana por su apoyo, entusiasmo y desinteresada ayuda

A Virginia, Irma por su apoyo y comprensión.

Cristy Meza y Cristy Ballesteros por su valiosa y sincera amistad

Al Maestro Luis Mendoza por su orientación y consejos

A Cecilia Flores, Alicia, profesor Carlos, Rosy y a todas aquellas personas que con su entusiasmo y apoyo contribuyeron a la culminación de este trabajo.

Agradezco al profesor licenciado en Diseño Gráfico Benjamín Sánchez Correa, su dirección y paciencia para el desarrollo de esta tesis.

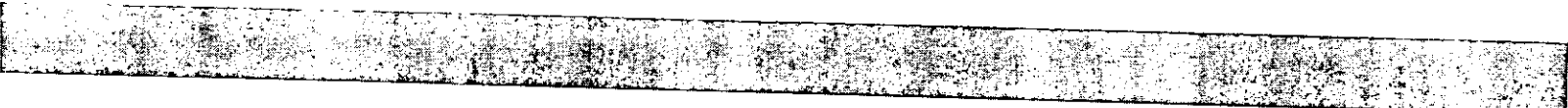
INTRODUCCIÓN

El gusto que antaño producía el comer fuera de casa pasó a convertirse en una necesidad y tanto las costumbres como la organización de la sociedad cambiaron.

Así, las personas al estar alejadas por muchas horas fuera de casa, buscaron lugares donde comer pues les resultaba más práctico. Esto favoreció el nacimiento de lo que ahora es la industria de restaurantes, que lo mismo podemos ver que forman parte de cadenas de restaurantes, o perteneciendo a alguna institución, o bien se encuentran funcionando en forma independiente.

Al mismo tiempo existe una gran variedad para todos los gustos y niveles socioeconómicos, desde los más sofisticados y exclusivos, donde se puede llegar por medio de una reservación hasta los más modestos locales en donde se sirve comida casera.

Es en estos lugares dedicados al consumo de alimentos y bebidas preparadas, donde encontramos al menú, no refiriéndonos al orden de los platillos sino al menú impreso, donde en un papel vemos letras,




dibujos, colores y adornos, todos ellos arrebatando la atención del cliente y orientándolo e invitándolo a consumir una bebida o platillo determinado.

El menú impreso viene siendo un puente, o mejor dicho un enlace, entre el restaurante y el cliente o comensal, en el que a través de textos e imágenes le informa sobre lo que puede brindarle.

Pero el menú es más que un medio impreso informativo, es la puerta de entrada al restaurante, es la segunda imagen que recibe el cliente al llegar a un determinado lugar, después de la primera experiencia que percibe de la vista exterior del local.

El aspecto físico del menú impreso y su contenido proyecta la imagen del restaurante y es por medio del menú que nos vamos a familiarizar con él.

El visitante que no conoce el restaurante obtiene sus primeras impresiones del menú: algo sobre el local, antecedentes, época en que se fundó, tipo de cocina, especialidades, en fin aspectos que cualquier persona frente a un establecimiento dedicado al servicio



de comida debería saber.

El menú pues, no sólo se limita al listado de alimentos y precios, es la oportunidad para enseñar el carácter del restaurante frente a la competencia.

Su aspecto puede partir desde una bella y sobria propuesta para un restaurante dentro de un hotel, impreso de forma impecable o bien de un menú impreso sobre corcho que funcione mejor en un restaurante más informal.

A través del menú se proyecta el esmero, atención y cuidado que tienen los propietarios en la elaboración de sus platillos.


La realización de un menú impreso no es ajeno a las otras actividades que tienen que ver con el restaurante, es una labor de conjunto entre chefs, administradores y responsables del servicio. Debe de considerarse también la opinión de aquellos miembros del personal que están de manera más cercana en contacto con los clientes; ya que ellos pueden externar con más confiabilidad sobre los gustos y necesidades de los consumidores.

Un restaurante que está al día en cuanto a gustos y modas mantendrá una continua revisión de lo que ofrece a sus clientes, y ante la competencia con otros lugares renovará también el aspecto de su menú.

Ahora bien ¿cómo se logra ese cambio el cual no debe de ser muy drástico y cómo se pasa de una imagen tradicional y descuidada a un impreso atractivo y funcional, y por qué no decirlo, económico?. Es aquí donde interviene la participación del diseñador gráfico, ya que sus conocimientos le permiten organizar adecuadamente elementos externos e internos del impreso: forma, tamaño, textura, color, texto e ilustraciones logrando con ello ayudar al cliente en la elección de las viandas; y por ende a mejorar y/o mantener la imagen del restaurante.

La organización del contenido de esta tesis fue como sigue: se dividió en 5 capítulos.

Ya que se trata de un medio de comunicación visual impreso, en el primer capítulo vemos generalidades sobre comunicación visual, diseño gráfico e ilustración.



En el segundo capítulo hicimos un viaje gastronómico a través de diferentes épocas de la historia, esto como antecedente del menú; con ello nos referimos a los primeros restaurantes hasta llegar al momento en que el menú se transforma en actor y tema central de la tesis.

El tercer capítulo podríamos llamarlo la estructura teórica del menú donde conocimos la planeación, contenidos y tipos de menús según diferentes necesidades.

El cuarto capítulo correspondió al diseño y producción del menú donde a través de formatos, tamaños, tipografía, diagramación, ilustraciones, etc., conocimos el proceso que lleva la realización de un menú.

En el último capítulo se presenta la propuesta a un problema real de diseño, fue el cambio del menú impreso del restaurante Coté Sud apoyándose para su realización en la investigación previa.

INTRODUCCION

1. COMUNICACIÓN VISUAL

- 1.1 Antecedentes de la comunicación
- 1.2 Diseño gráfico y comunicación visual
- 1.3 Concepto de ilustración y su relación con el diseño gráfico

2. HISTORIA, DISEÑO Y CONTENIDOS DE MENUS

- 2.1 Breves notas históricas de la gastronomía
- 2.2 Origen y definición de la palabra menú
- 2.3 Objetivos del menú
- 2.4 Aspectos históricos del menú
- 2.5 Contenido de los menús en la antigüedad
- 2.6 Antecedentes de los restaurantes y menús en México

3. EL MENU EN LA ACTUALIDAD

- 3.1 Clasificación de los menús
- 3.2 Contenido básico de un menú
 - 3.2.1 Planeación
 - 3.2.2 Tipos de menú cíclico
 - 3.2.3 Contenido y agrupación del menú
 - 3.2.4 El texto y la redacción en el menú
 - 3.2.5 Variantes en el menú

4. DISEÑO E ILUSTRACIÓN EN EL MENÚ

- 4.1 Portada
- 4.2 Aspecto físico del menú bi y tridimensional
- 4.3 Color
- 4.4 Tipografía
- 4.5 Papeles, tipos y medidas
- 4.6 Diagramación
- 4.7 Sistemas de impresión
- 4.8 La ilustración en el menú
- 4.9 Técnicas de la ilustración

5. PROPUESTA DE DISEÑO PARA EL MENÚ DE UN RESTAURANTE

- 5.1 Generalidades
- 5.2 Nombre del restaurante y localización
- 5.3 Descripción del lugar
- 5.4 El servicio
- 5.5 El cliente
- 5.6 Identidad corporativa
- 5.7 El menú
- 5.8 Propuesta de diseño

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA



1. COMUNICACIÓN VISUAL

- 1.1 Antecedentes de la comunicación
- 1.2 Diseño gráfico y comunicación visual
- 1.3 Concepto de ilustración y su relación con el diseño gráfico

1.1 ANTECEDENTES DE LA COMUNICACIÓN.

La comunicación es un factor importante que interviene dentro de la organización social y en la evolución histórica, éste se encuentra integrado a la acción del hombre no es algo que sucede aparte o como consecuencia de la acción.

R. Williams Ed. menciona lo siguiente:

"... la comunicación se entiende a menudo como si no fuese más que algo que ocurre después de otros acontecimientos más importantes, así se sugiere que levantamos asentamientos, cosechamos, hacemos la guerra, pensamos y después de todo ello nos lo contamos." ¹

Pero esto no sucede así porque analizando cada una de las acciones anteriores, vemos que la comunicación en diferente forma está integrada a esas acciones.

¹ Williams, R. Ed.
Historia de la Comunicación
Ed. Boch, Barcelona
vol. 1, pág. 34

Si la comunicación es un elemento integral dentro del comportamiento humano, vemos que desde la aparición del hombre, éste vio la necesidad de darse a entender a sus semejantes.

Ante esa necesidad buscó formas de comunicación, sólo que al principio fueron limitadas a ruidos emitidos por ellos mismos como gruñidos y gritos o provocando sonidos con alguna clase de objetos como conchas, tambores, cuernos, etc. Estas primeras manifestaciones de comunicación seguramente estuvieron acompañadas de gestos y movimientos de brazos y piernas es decir utilizando un lenguaje no verbal.

"El lenguaje de los gestos más primitivo y limitado sigue coexistiendo con el de las palabras. Las emociones de: compasión, amor, ansiedad, dolor, cólera, temor, se pueden expresar a veces mejor sin palabras." ²

Forman parte de esa comunicación primaria los dibujos y pinturas de

² Ibid., vol. I, p. 107

CAPITULO 1

animales (caballos, renos, bisontes) y escenas de caza, estas imágenes se encuentran en el interior de las cuevas y las pintaban con tierras de color y grasa animal.

Como ejemplos tenemos las grutas de Lascaux (Francia) y Altamira en (España).

"No es sorprendente que los animales, como sustento y medio de supervivencia - o como amenaza mortal - dominaran, la conciencia del hombre prehistórico y primitivo." ³

Del objeto de por qué y para qué los pintaban sólo podemos sacar conjeturas, éstas podían ser escenas de un ritual, o bien estar destinadas a revelar los conocimientos mágicos que estaban en poder de los hechiceros y que se tenían que transmitir a los iniciados.

Las excavaciones arqueológicas han dejado al descubierto una enorme cantidad de objetos del período Paleolítico como: cuchillos, puntas de lanza, arpones, realizados en piedra tallada, hueso, madera y

³ Ibid., vol. I, p. 144

marfil. Del mismo período tenemos estatuillas y relieves en piedra, arcilla, marfil así como pinturas realizadas en las paredes de las cuevas.

Ya en el Neolítico al introducirse el cultivo de la tierra y la domesticación de los animales, favoreció a que los grupos se volvieran más numerosos y mejor organizados.

De esta época encontramos el desarrollo de la cerámica:

- Cerámica decorada con impresiones sobre barro antes de su cocción.
- Cerámica pintada e incisa con motivos de meandros y espirales.
- Objetos con formas originales y superficies lisas.

Además se inventó el tejido de fibras vegetales para las esteras y cestos.

Raymond Williams nos dice que el desarrollo de esos primeros hombres, nos deben dar una idea de las posibilidades en la

comunicación así como en otros tipos de producción. ⁴

La comunicación no quedó sólo manifiesta en las expresiones mencionadas, sino que el momento histórico que señaló el paso de la prehistoria a la historia, es cuando apareció la escritura. R. Guzmán Leal nos dice que la escritura debió haber tenido su origen en el dibujo, ya que los primeros signos escritos eran únicamente pictografías (pinturas de objetos); representando el objeto dibujado o una idea fácilmente sugerida por él. ⁵

La escritura propiamente dicha surge cuando los signos empleados tomaron valor de sonido (fonética), en vez de ser un dibujo representativo (pictográfico).

Con la pictografía se podían representar cosas o ideas mientras que en adelante con la combinación de signos fonéticos se pudieron

⁴ Ibid., vol. I, p. 39

⁵ Guzmán Leal, Roberto
Historia de la Cultura
Ed. Porrúa, 4ta. edición
pág. 30

escribir palabras, Egipto y Mesopotamia fueron los primeros pueblos en realizar este invento.

Ahora bien, algo que ha estado presente en las formas de comunicación que ha utilizado el hombre desde su aparición, es la imagen. Primero en las pinturas de las cavernas, en las esculturas, en los relieves, etc., dejando así a sus semejantes un testimonio visual de sus conocimientos, costumbres y registro de sucesos importantes.

En la cultura Egipcia se combinaban imagen y texto en los murales y papiros, donde se mostraban asuntos religiosos, costumbres de la corte, etc.

En Asiria, mucho antes de la aparición de la escritura se desarrollo un sistema de marcas (sellos); donde quedaban grabadas escenas de prácticas religiosas o bien que tuvieran un particular significado para el propietario.

De Grecia se ha llegado a comprobar que las armas presentaban relieves con descripciones y algunos objetos como vasijas y jarrones

estaban decorados con imágenes.

Como símbolo de poder y conmemoración, los romanos utilizaron sellos, monedas y anillos; así como relieves en monumentos con temas históricos, ejemplo: la columna de Trajano.

En la Edad Media surgen las ilustraciones de manuscritos y las letras capitulares, esta práctica se realizaba en los conventos y los temas eran religiosos, tenemos como ejemplo: los llamados Libros de Horas escritos e ilustrados por los monjes como ayuda para su devoción.

Con el Renacimiento se dan los grandes inventos, como la imprenta, lo que permite pasar de una escritura manual a un sistema de reproducción de caracteres tipográficos, propiciando una comunicación, por medio de un material impreso que podía llegar a núcleos más amplios.

En la época anterior al desarrollo de la imprenta de tipos móviles, los manuscritos solían ser profusos y elaboradamente ilustrados por implicaba un proceso costoso en tiempo y dinero. "Los manuscritos

ilustrados solían quedar reservados para unos pocos y privilegiados miembros de la sociedad, si bien podían encontrarse por módicas cantidades algunas copias hechas a mano y sin ilustraciones sofisticadas.”⁶

Como ejemplo de obras impresas podemos citar: Crónica de Nuremberg de 1493, con más de 1800 ilustraciones⁷.

Gart der Gesundheit, tratado botánico alemán publicado en 1485 con ilustraciones soberbias y exactas.

W. M. Ivins menciona que a medida que los autores fueron aceptando las posibilidades y conveniencias del uso de la imagen, las ilustraciones impresas con objetivos informativos aumentaron gradualmente⁸.

⁶ William, R. : op. cit., vol. 2, p. 123

⁷ William, R. : op. Cit., vol. 2, p. 125

⁸ Ivins, Jr., W. M.

Imagen Impresa y Conocimiento

Colec. Comunicación Visual

Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1975.

CAPITULO 1

A partir del siglo XVI el grabado en metal y la imprenta, se emplearon en la producción de libros.

Terense Dalley nos dice que la ornamentación profusa que imperó en los libros del siglo XVII que vemos en los grandes tomos de arquitectura, anatomía y equitación se fue haciendo cada vez mas ligera.⁹

Así mismo el grabado en madera (xilografía) fue siendo desplazado por el aguafuerte y el grabado en cobre.

En 1796 a finales del siglo XVIII Alois Senefelder inventó la litografía y en 1828 se publicó Fausto ilustrado por Delacroix. Con la llegada del siglo XIX, aparecieron la fotografía y nuevas técnicas que mejoraron los impresos ya excelentes como el periódico y permitieron la aparición de nuevas publicaciones como revistas y folletos.

⁹ Terence Dalley
Guía Completa de Ilustración y Diseño
Ed. Blume 1980, pag 10

CAPITULO 1

Es a partir de la segunda mitad del siglo XIX, cuando se dio un movimiento importante llamado Revolución Industrial, en donde surgen inventos, se modernizan las industrias y se crean una variedad de máquinas para la producción de objetos en serie.

Como consecuencia se perfeccionaron las técnicas de impresión, y la fabricación de papel, propiciando mayores posibilidades en el manejo de texto e imagen dentro de la comunicación visual impresa.

William Raymond nos dice: "Con el tiempo, el creciente uso de ilustraciones, desde las más crudas descripciones de crímenes violentos hasta la presentación más detallada de dibujos mecánicos, enseñó al público lector (e incluso al analfabeto), a esperar un acompañamiento de ilustraciones para su material de lectura".¹⁰

A finales de siglo, William Morris considerado un artista, propone las bases del diseño moderno en sus diferentes áreas, Morris trató de resaltar la importancia del arte, y estimaba que la manufactura de los objetos producidos en serie no tenían la misma calidad.

¹⁰ Williams, R. : op. cit., vol. 2, p. 129

CAPITULO 1

En los talleres de Morris se hicieron muebles, tapices, vidrios decorados, etc., renovando también el arte de los materiales impresos por su calidad en diseño, tipografía e ilustración.

El autor T. Dalley nos menciona lo siguiente: "Si Morris pareció ampliar la separación entre la industria y el arte, la obra del arquitecto alemán Walter Gropius en la "Bauhaus", en Weimar y más tarde en Dessau después de la Primera Guerra Mundial, intentó reconciliar a ambas partes."¹¹

A principios del siglo XX se fundó la primera escuela de Diseño que sienta las bases en la formación académica de Arquitectos, y Diseñadores Industriales y Gráficos.

Los estudiantes tenían que ser expertos en Arte, en trabajos manuales, en conocimiento profundo de los materiales: vidrio, barro, metales, textiles y saber enfrentarse a los problemas que pudieran

¹¹ Dalley, Terence
Guia completa de Ilustración y diseño
Ed. Blume, 1980.
pág. 107

presentarse en la producción industrial. También se estudiaron métodos de representación y construcción.

Gropius argumentaba que el objetivo de la escuela era: eliminar los inconvenientes de la máquina, sin sacrificar sus auténticas ventajas, rescatar al artista de sus otros mundos y reintegrarlo a la realidad.¹²

La Bauhaus así como contribuyó en la arquitectura y el diseño de objetos funcionales, también lo hizo en el diseño gráfico aunque propiamente no existió en la institución ningún taller específico de diseño gráfico. En los talleres de impresión se enfrentaban a problemas de representación: objeto superficie y espacio, el manejo de elementos topográficos, cuerpos tridimensionales y fotografía todo esto se aplicaba en el material impreso que necesitaba la escuela para su publicidad y en el montaje de sus exposiciones o eventos culturales y sociales.

¹² Ibid; pág. 107

Joost Schmidt, Mies Van der Rohe, Moholy Nagy, Herbert Bayer, son algunos representantes que contribuyeron al desarrollo del diseño gráfico. Mogoly Nagy tuvo gran aportación en el área tipográfica pues se refería a que la forma, la medida, color y arreglo del material tipográfico, (letras y signos) contenían un enorme impacto visual y los efectos visuales daban una validez al contenido del mensaje.¹³

Bayer una vez que abandona la Bauhaus desarrolla en forma independiente la actividad de diseñador gráfico, abarcando todas las posibilidades de la comunicación visual, dejando ver en cada uno de sus trabajos el fruto de su preparación.

Magdalena Droste en su libro Bauhaus 1919-1933 da una referencia a un comentario de Max Gebhard que dice así:

"Todos los impresos, carteles y folletos publicitarios que necesitaba la Bauhaus, se elaboraban, por supuesto en la imprenta de

¹³ Herbert, Bayer
Concepto Total.
UNAM. pág. 24

la Bauhaus, según diseños de Herbert Bayer o de los estudiantes. Así pues diseño y realización dependían de una sola persona, lo que permitió estructurar los requisitos para una nueva profesión: el diseño gráfico."¹⁴

1.2 DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL.

Hemos visto como la comunicación es un elemento integral dentro del comportamiento humano y también las formas que ha descubierto el hombre para comunicarse con sus semejantes como: las palabras, los movimientos del cuerpo, los objetos, las imágenes. De esto tomaremos a la imagen y a la comunicación a través de ella, es decir una comunicación visual. A este respecto, el autor A. Moles nos dice que la imagen es un soporte de la comunicación visual que plasma un fragmento del universo que percibimos y tiene además una permanencia

¹⁴ Droste, Magdalena
Bauhaus 1919-1933
Ed. Archivo y Museo de Diseño Bauhaus, Klingelhöfers
Tr. 14, 1 Benedikt Berlin, 1991, Taschen Verlag GMBH
Pag. 148

a través del tiempo, las imágenes podrán ser fijas o móviles.¹⁵

La imagen ha tenido un desarrollo pasando de ser única e irrepetible (Dibujos en las cuevas) o bien escasa y rara (primeras reproducciones en grabado), hasta llegar a una multiplicidad poniéndola al alcance de todos gracias a los adelantos técnicos para reproducir imágenes.

Esta proliferación según el mismo autor la ha llevado al hecho de que se haya devaluado, ahora será necesario hacer una selección de los objetivos que se pretenden al utilizar la imagen, esto nos llevará a traer de nuevo la atención del espectador y en especial al que se le dirige el mensaje.

A través de la imagen estaremos representando una realidad en una abstracción.

La imagen construye un mensaje el cual va a influir en el

¹⁵ Moles, Abraham
La imagen comunicación funcional
Ed. Trillas, 1991, pág. 4

comportamiento del espectador y para lograr esto se requiere de un proceso es aquí donde el comunicador se apoyará en la disciplina del Diseño Gráfico.

El Diseño Gráfico ayuda a resolver los problemas de comunicación que una sociedad se plantea, es un medio que permite generar mensajes diversos con la ayuda de elementos gráficos satisfaciendo así necesidades de comunicación de determinados sectores sociales.

El Diseño Gráfico requiere de una serie de etapas que comienzan por la presencia de una necesidad, a partir de ésta obtendremos la información necesaria que nos llevará al conocimiento y al análisis del problema examinando así los requerimientos sociales y las características culturales del sector a quien nos vamos a dirigir.

La actividad del Diseño Gráfico tiene como fin el ir planeando, ideando y proponiendo soluciones para hacer más eficiente la comunicación visual, de aquí la importancia que debe tener para el diseñador y comunicador visual el seguir un método y analizar las estrategias posibles para que los mensajes lleguen a influir en el comportamiento del receptor.

Dalley Terence en su libro sobre Ilustración y Diseño se refiere al diseñador americano Milton Glacer quien comenta lo que sigue:

"En el diseño hay un cuerpo dado de información que debe comunicarse para que el público la experimente. Este es el objeto primario en la mayoría de las actividades de diseño." ¹⁶

Su comentario está basado en lo que se refiere a señalar la diferencia entre artista y diseñador.

1.3 CONCEPTO DE ILUSTRACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL DISEÑO GRÁFICO

La ilustración es una forma de expresión gráfica, que tiene como finalidad presentarnos una imagen útil, funcional que plasme el entorno real o bien que sea el resultado de la imaginación creativa del diseñador.

¹⁶ Dalley, Terence. Op. Cit; pag 104

Es decir que la ilustración puede partir desde un modelo real, una idea, una descripción verbal, una obra musical, etc., los límites serán aquellos que el diseñador decida.

Cuando decimos que la ilustración debe ser útil y funcional nos referimos a que puede darnos una información visual esto es cuando se aplica en soportes gráficos de carácter didáctico, o de entretenimiento aunque también podemos encontrar ilustraciones ornamentales o decorativas y muchas otros más.

En cualquier caso el diseñador deberá observar que la ilustración cumpla una función concreta, de lo contrario sólo estaríamos frente a una imagen que se reduciría a una demostración de habilidades técnicas.

Las ilustraciones generalmente apoyan un texto, ya sea dentro de un libro, una revista, etc., pero también las podemos encontrar de forma independiente omitiendo cualquier descripción verbal como en el caso de las litografías que reproducen obras de prestigiados artistas.

De cualquier modo las ideas, sentimientos y conceptos se deben transformar en imágenes comunicativas.

El ilustrador requiere poseer además de habilidades técnicas, de una capacidad para la observación lo que le permitirá poder transformar e interpretar lo que ve.

En los antecedentes de la comunicación ya vimos como la imagen ha estado presente desde la aparición del hombre, y es que la actividad de ilustrar comienza en el momento que el hombre prehistórico pintó sobre las paredes de sus cuevas aquello que veía. Así la ilustración recorre un camino a través de diferentes momentos de la historia.

Fue un momento trascendental para la historia de la comunicación visual cuando se descubrieron las técnicas para hacer repetibles las imágenes es decir que a partir de un modelo original se podían obtener otros con las mismas características. Esto contribuyó enormemente al desarrollo de las ciencias y las técnicas.

Los griegos sabían de la conveniencia que representaba el empleo de la imagen para apoyar sus investigaciones científicas sobre

botánica, que desgraciadamente se vieron truncadas al no contar con los medios para reproducir las imágenes originales. Las copias se realizaban a mano pero poco a poco se iban distorsionando, llegando a hacer confusa tanto la información visual como el significado de los textos. De ahí que se considere de suma importancia el momento en el que se contó con los medios para reproducir las imágenes. W. M.: Ivins menciona: "Las técnicas y tecnologías sólo pueden describirse eficazmente cuando las palabras escritas o impresas van acompañadas de imágenes ilustrativas adecuadas." ¹⁷

Hasta mucho tiempo después se reconoció la importancia de las imágenes impresas como apoyo de textos para difundir determinados conocimientos.

Como ejemplo de las primeras publicaciones con descripciones para realizar cosas tenemos:

- a) 1645 de Abraham Bossé descripción de los utensilios y la técnica del aguafuerte.

¹⁷ Iving. Jr., W.M., op. cit. pág. 137

b) 1683 de Joseph Moxon descripción de las herramientas y procedimientos empleados en la fabricación de tipos y en la impresión.

Las ciencias como la Medicina, la Arquitectura, la Física se valieron de la ilustración, pues se requería de una imagen analítica y descriptiva con la capacidad de seleccionar ciertos elementos de todo un conjunto.

Impactó a muchos la aparición de la fotografía pues con ella se lograba plasmar un mayor realismo, para los ilustradores significó un reto pues ahora tenían que desarrollar una tendencia más imaginativa y fantasiosa. Esto nos confirma el comentario de que la ilustración es el resultado de la imaginación e inventiva del ilustrador.

Como ejemplo del primer libro impreso utilizando la fotografía fue el de William Henry Fox Talbot titulado "El Lápiz de la Naturaleza"; 16 años antes de que se hiciera la primera reproducción fotomecánica de fotografías en tinta de imprenta que contenía calotipos de obras de arquitectura, naturalezas muertas, esculturas y otras obras de

arte. Talbot incluyo en cada ejemplar una hojita avisando al lector que las placas habían sido impresas por la sola intervención de la luz sin ayuda del lápiz del dibujante, lo anterior nos lo refiere Raymond Williams.¹⁸ Sin embargo el hecho de lograr que la fotografía se imprimiera por medios mecánicos fue lo que la puso a la vanguardia de la ilustración.

En Inglaterra el empleo de la ilustración en todas las publicaciones invitó al público a interesarse por las lecturas y motivó a los analfabetas a dejar de serlo.

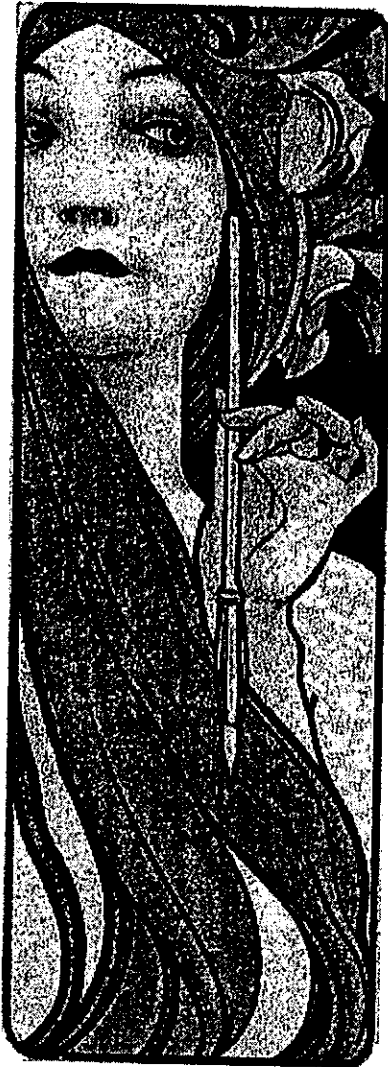
Ahora bien al referirnos sobre la relación entre ilustración y Diseño Gráfico podríamos decir que el momento en el que encontramos el punto de unión entre estas dos áreas fue cuando tanto los ilustradores como los artistas tuvieron la oportunidad de disponer libremente en sus libros e impresos del arreglo entre imágenes y textos.

¹⁸ Williams, Raymond., op. cit. pág. 132

Esta manipulación entre ilustraciones y descripciones verbales seguramente al principio habrá sido intuitiva ya con la experiencia se fue perfeccionando; alusivo a esto mencionaremos aquellos grandes volúmenes de Arquitectura o Historia en cuya portada y láminas interiores aparecían profusas ornamentaciones o motivos alusivos al tema a tratar combinando todo esto con arreglos tipográficos reflejando el gusto de la época.

Actualmente el Diseñador Gráfico posee una formación que le permite tener un criterio en cuanto al manejo de las imágenes, logrando un impacto visual, partiendo del principio de que el diseño gráfico debe comunicarnos el mensaje que sea de la forma más clara posible.

Con el desarrollo de los sistemas de impresión y después de ver la aportación que ha tenido la ilustración y el diseño gráfico como apoyo en todos los campos del conocimiento ahora nos resulta una manifestación visual muy familiar y natural.



2. HISTORIA, DISEÑO Y CONTENIDOS DE MENUS

- 2.1 Breves notas históricas de la gastronomía
- 2.2 Origen y definición de la palabra menú
- 2.3 Objetivos del menú
- 2.4 Aspectos históricos del menú
- 2.5 Contenido de los menús e la antigüedad
- 2.6 Antecedentes de los restaurantes y menús en México

2.1 BREVES NOTAS HISTÓRICAS DE LA GASTRONOMÍA.

En datos que nos proporciona la historia acerca de la vida cotidiana en siglos pasados, veremos la importancia que ha tenido la alimentación para el hombre y el desarrollo de los pueblos.

Desde su cultivo, obtención, preparación y consumo, la comida ha demandado la atención del ser humano. En algunos casos para satisfacer la necesidad de sobrevivencia y en otras ocasiones con el propósito de obtener un status social, riqueza y poder.

En los murales de las cavernas se describen la procura y consumo de la comida. Lo mismo sucede en las paredes de las tumbas egipcias, donde se muestra la preparación y manera de servir los alimentos que iban a acompañar el alma del difunto en su tránsito a la otra vida.

Culturas tan diversas con las de Europa o América, se vieron de pronto unidas a través del comercio e intercambio de productos alimenticios.

España, Portugal e Italia, fueron naciones exploradoras de riquezas y del comercio en especias que eran usadas como condimentos, algunas de éstas por las dificultades para conseguirlas llegaron a ser muy codiciadas.

La salud económica y estabilidad social de un pueblo depende de la productividad agrícola y de la habilidad de los gobernantes para alimentar a la gente.

La comida también ha sido causa de descontento social y esto ha sido provocado por el acaparamiento de los productos y el desperdicio innecesario.

En parte la Revolución Francesa fue causada por los excesos gastronómicos de la corte, y esto lo podremos ver más adelante en las "minutas palaciegas" que se daban en los siglos XV y XVI cuando París moría de hambre mientras dentro de Palacio se comía abundantemente.

Ahora bien asomémonos al servicio de la mesa en la antigüedad y veamos la riqueza, variedad y exuberancia en las comidas. Por

ejemplo los egipcios reservaban para los días de fiesta el consumo de la carne la cual se comía asada o cocida. Se comía pescado, pastas, fruta como el higo o el dátil y cuidaban el aspecto exterior de la mesa y la adornaban con platos bellamente decorados.

La antigua Grecia ha sido mencionada por su desarrollo y grado de civilización en materia de comida y bebidas como el vino.

Un poema escrito por el poeta Arquestrato, habla de toda clase de alimentos que describe el servicio que consistía en cinco pequeños platos especie de Hors d'ouvre (entradas o canapés), compuestos por Erizos de mar, sopa de vino dulce, caracoles de mar, ajo y esturión, esta comida era para las clases acomodadas.¹⁹

En la Roma Imperial, en un principio la comida era muy sencilla a base de trigo y cebada. Pero a partir del siglo II antes de J.C.: la tendencia a imitar lo extranjero, los condujo a un cambio total en su modo de vida introduciendo en su alimentación aves y mariscos,

¹⁹ Enciclopedia Salvat, Monitor
vol. 6 pág. 2904

así como nuevos productos y especias raras, las cuales eran obtenidas gracias al intercambio comercial con lejanas tierras.

En la enciclopedia Monitor se nos menciona sobre los banquetes, los cuales eran lujosos y abundantes, se usaban manteles preciosos, vajillas de oro y plata además la comida se tornó refinada, costosa, extravagante y rara.

Por ejemplo: faisanes, los cuales estaban reservados para las grandes ocasiones, grullas con nabos, lenguas de ruiseñor, lengua de flamenco, sesos de pavo, avestruz hervido, pulpo y lirón relleno.

La presentación era en bandejas elaboradamente decoradas donde se ponían pájaros que parecían vivos, rellenos de carnes asadas, conchas y harinas, solían mezclar sabores dulces con picantes.²⁰

Recetas de la cocina romana han llegado hasta nuestros días a través de un libro de cocina llamado "de re coquinaria"; escrito por el célebre gastrónomo M. Gavius Apicius quien vivió en tiempos del

²⁰ ibid., pag 2904

emperador Tiberio, la colección data del año 42 a.C., hasta el 37 d.C.²¹

El estilo en la preparación y presentación en las mesas Griegas y Romana han servido de base para los posteriores desarrollos culinarios.

Desafortunadamente encontramos un hueco en etapas posteriores a estas civilizaciones debido a la invasión de los Bárbaros en el Sur de Europa; ignorando formas de cocción y preparación se alimentaban de raíces y carne cruda.

El gusto por la buena mesa volvió ya avanzada la Edad Media, la comida se presenta otra vez como una fuerza, paralelamente al avance cultural y político.

²¹ Loman, Scanlon, Nancy
Marketing by Menu
Van Nostrand Reinhold
pág. 2

La Enciclopedia Monitor nos refiere que los nobles gustaban de banquetes riquísimos, platillos innumerables, manjares los cuales estaban cocinados con salsas y condimentos donde predominaban los sabores de las especies orientales.²²

Es también durante el Medievo cuando los monasterios van a ser los centros donde comienzan a surgir las tradiciones culinarias además de proporcionar alojamiento y comida a los viajeros.

Figuran en los menús de los conventos para las ocasiones especiales el faisán y el pavo real, además en las cocinas de estos lugares se empleaban alimentos importados del extranjero.²³

Más adelante comenzaron a aparecer en los mercados al aire libre donde se vendían alimentos cocinados para llevar.

²² Salut: op. Cit., vol VI, pag. 2904

²³ Friedlander L.
La Sociedad Romana
Ed. FCE, México 1944
Pag. 789

Era enorme la diferencia entre las comidas que acostumbraban las clases dirigentes y acomodadas, a las que hacía la gente del pueblo. Basta mencionar los grandes menús clásicos integrados por tres servicios o grupos de comida de los cuales cada uno se componía de más de diez o doce platillos, lo que hace suponer que los comensales probaban sólo un poco de cada platillo.

Las mesas se adornaban artísticamente, costumbre que continuó con el Renacimiento así los platillos reflejaban la riqueza y el gusto que imperaba en ese tiempo.

Por ejemplo los animales de tamaño mediano se asaban enteros y así se llevaban a la mesa, las aves una vez cocinadas se cubrían con sus mismas plumas.

Una muestra de cocina fastuosa eran los pavos reales plateados y dorados de cuyo pico salían lenguas de fuego causando asombro a los comensales.²⁴

²⁴ Salvat: op, cit., col VI pag 2905

El autor Friedlander nos dice que los pavos reales eran recibidos en medio de aplausos y toques de trompeta que además eran los asados más apreciados hasta los siglos XVI y XVII en que empezaron a ser desplazados por los pavos y faisanes.²⁵

Durante los siglos XVI y XVII la gastronomía se vio favorecida al tener conocimiento de nuevos comestibles, especies así como la combinación de éstos.

Se menciona que la cocina francesa del siglo XVIII ya era excelente así Francia influye sobre Europa en el arte culinario.

El siglo XIX marcó la época donde surgieron los grandes cocineros y publicaciones con relación al tema gastronómico como ejemplo podemos citar el célebre Carême.

Carême cocinero francés que publicó Art de la cuisine au XIX siecle. Donde se daban a conocer, 25 modos de preparar huevos, 90 para

²⁵ Friedlander, L. op. cit., pag. 789

preparar carne, además de muchos otros alimentos.²⁶

Además de la cronología anterior podemos añadir que existen otras referencias de la comida y su servicio, minutas y recetas que se encuentran en los escritos de los monarcas europeos como los de Enrique VIII.

El lujo, la ostentación así como el número de platillos ha disminuido ostensiblemente así se ha ido refinando el gusto y adquiriendo conocimientos sobre la alimentación nutritiva y moderada.

Por último señalamos que Italia influyó en la cocina francesa a través de Catalina de Medici, contribuyendo a la forma de organización de las comidas marcando así el principio de la historia culinaria y el nacimiento de los formatos de hoy en día.

²⁶ Monitor; op. cit., pág. 2904

2.2 ORIGEN Y DEFINICIÓN DE LA PALABRA MENÚ

La palabra menú es una adaptación del vocablo francés menú, acentuada en la sílaba final.

La etimología del vocablo es la siguiente: se deriva del Latín "minutus" de minus cuya traducción más correcta al castellano es "minuta", que significa lista de manjares que se sirven en una comida o de los que se pueden pedir en un restaurante.²⁷

El Gran Larousse de Cocina nos dice: "Menú o Carta", detalle de los platos que componen una comida y, por extensión, cartulina en la que esos platos están escritos".²⁸

Es conveniente hacer la aclaración de que al Menú también se le ha llamado Carta, es decir que se han confundido los términos.

²⁷ Martínez, Llopis Manuel
El arte de la Mesa
Alianza Editorial pág. 98

²⁸ Gran Larousse de cocina.
Tomo VI , pág. 1428

El Menú es una comida completa que nos indica cual es el orden de los platillos que serán servidos durante un desayuno, una comida o una cena. Esto atendiendo a las propuestas y sugerencias establecidas por el Restaurador o Mâitre.

La Carta a diferencia del Menú, incluye los entremeses, las entradas, las sopas, carnes, pescados y postres, especificando el precio de cada platillo.

En algunos restaurantes se ofrece por separado la Carta de Vinos así pues con este Menú a la Carta el cliente podrá organizar su propio Menú.

2.3 OBJETIVOS DEL MENÚ

El menú puede considerarse como un puente entre el restaurante y los comensales, determinando aspectos como:

- Informar al cliente sobre la venta y servicios que ofrece el restaurante.

- Presentar en forma organizada los diferentes platillos y bebidas, facilitando la elección.
- Sugerir la decoración del lugar, el ambiente y el estilo.
- Dar al cliente una pista anticipada de lo que se le va a brindar.

Como objetivo final, diremos que el Menú es para el que ofrece el servicio una herramienta de trabajo además de ser una guía en cuanto a la organización del mismo; y por otro lado para el cliente una orientación.

2.4 ASPECTOS HISTÓRICOS DEL MENÚ

La palabra Menú data de 1718, pero la costumbre de realizar una lista de platos es más antigua.

En las ceremonias y banquetes se escribían en grandes listas las

viandas que se iban a servir, estas listas se fijaban en la pared así los encargados del servicio llamados "oficial de boca", seguían el orden dispuesto.²⁹ Otros autores mencionan que el Menú era utilizado por los cocineros y el personal de servicio y que estaba escrito en papel o tela, la cual se enrollaba y se consultaba discretamente bajo el mantel, además el encargado sólo lo proporcionaba a cambio de una propina.

Después de la Revolución francesa las cocinas de Palacio salen a la calle, los cocineros empiezan a abrir sus propios negocios, y surgen los primeros establecimientos donde se expendía comida preparada, pero no para llevar a casa sino para degustarla ahí mismo.

Es en estos lugares donde nace el Menú, el primer restaurante que abre sus puertas es el de un señor apellidado Boulanger, luego surgieron otros restaurantes parisienses del Palais-Royal. Antes de proseguir con la aparición de los Menús, haremos mención sobre el concepto restaurante, que aparece en el siglo XVI y designaba en principio un alimento que "restaura" y más concretamente un caldo

²⁹ Ibid., Tomo VI, pág. 1428

CAPITULO 2

rico de mucho cuerpo capaz de "restaurar" las fuerzas. Martínez Llopis cita en su libro que Brillat-Savarin autor de Fisiología del Gusto, consideraba todavía como restaurantes el chocolate, la carne roja y el consomé.³⁰

Regresando al restaurante del señor Boulanguer, cuenta la historia restaurantera que le mandó poner al local una leyenda en Latín que decía lo siguiente:

"Venite ad me omnes que estomaco laboratis ego
restaurabo vos"

"Venid a mí, estómagos fatigados que yo os
restauraré"

y se dice que de el vocablo restaurabo procede la palabra restaurante.³¹

³⁰ Martínez, Llopis Manuel : op. cit., pág. 98

³¹ Ibid., pág. 98

Continuando con los Menús, tenemos que en éstos primeros locales llamados restaurantes se fijaban como en la antigüedad, inmensas cartas junto a la puerta y esto servía de guía para los clientes. Como ésta situación no era muy práctica, algunos restaurantes tuvieron la idea de presentar una carta más manejable para los comensales y que así más fácilmente eligieran los manjares y viandas que les parecieran más convenientes. Martínez Llopis nos dice "... en el siglo XIX, algunos fondistas parisienses idearon poner al alcance de sus clientes un escrito en el que figuraban todos los platos que podía servir la casa; estos documentos se denominaron la Carta".³²

La evolución de las Minutas o Cartas ha sido sorprendente y lo podemos referir tomando la cita de Emile Goudeau en "París qui consomme":

³² Ibid., pág. 99

"Es un signo característico de éstos tiempos el desarrollo del menú en los pequeños establecimientos y su simplificación en los grandes. Antaño era la carta-diccionario, con una división en segmentos para cada orden de platos: cien sopas, cient "relevés", trescientos entrantes, doscientos asados, cuatrocientos postres, dos o trescientos vinos. Un programa-Tartarín en realidad, del cual sólo estaba dispuesto un cierto número de platos del día, en el fondo sempiternamente los mismos. Actualmente es la breve carta de una sola hoja, adornada con una viñeta (...) y que sólo ofrece lo que puede realizar: cincuenta o sesenta platos, algunos permanentes y los demás variables, según la estación y el día".³³

Los primeros menús estaban manuscritos y pintados a mano, pero luego se imprimieron en formatos grandes y se acompañaron de ilustraciones que en los restaurantes de lujo estaban firmados por ilustradores y pintores como Toulouse-Lautrec, quien tomó, como modelo para sus cartas o menús, mujeres parisinas en forma satírica; Renoir, Manet,

³³ Gran Larousse de Cocina : op. cit. pág. 1428

Picasso, Chagall, Alphonse Mucha, fueron otros de los participantes, en la realización de menús.

De este último autor Alphonse Mucha tenemos conocimiento de obras realizadas para la publicidad y minutas de restaurantes.

- Menú del Restaurante "Du Pavillion Bosniague" 1900.
- Sarah Benhart 50 aniversario 4 menús titulados:
Iris, Lila, Rosa y Clavel 1899.
- Les Menus et Programmes Illustreés.³⁴
- Diseño de Menús para Moët & Chandon Champagne Company
1899.³⁵

Sus temas son ornamentales, con tallos, hojas y flores entrelazadas, su estilo es delicadamente sensual integrando el follaje con gracia y sinuosidad a la figura femenina.

³⁴ Mucha, Alphonse Maria
Obra gráfica completa.

³⁵ Mucha, Alphonse Maria
Original Mucha Postcard.
Dover Publications, Inc. New York.

Este adorno sirve de marco al espacio destinado a la tipografía de la minuta.



Las minutas se escribían indistintamente en francés, castellano o inglés, pero predominaba la costumbre de escribirlo en francés lo que ocasionó una fuerte crítica en la revista "La Ilustración

Española" por el Dr. Thebussem, con el artículo "un cocinero de su majestad", durante el año 1887.³⁶



Muestras de Muchá
Tomadas del libro:
The Art Nouveau
Style Book of
Alphonse Muchá.
Donde podemos
apreciar el manejo
de la figura
humana

³⁶ Martínez, Llopis Manuel : op. cit., pág. 104

Ahora bien si queremos conocer un poco de más acerca del aspecto que tenían las minutas cuando aparecieron en los restaurantes de fin de siglo, dejemos que sea el autor Reynaldo Alejandro a través de su libro Classic Menú Design, quien nos muestre unos ejemplos.

Esta publicación nos permite conocer tan sólo una pequeña parte del total del acervo con el que cuenta la Biblioteca pública de Nueva York en relación al tema sobre aspectos de Gastronomía.

La colección culinaria está formada por 80,000 ejemplares clasificados en libros de cocina, periódicos, libros raros, impresos, recetas manuscritas y menús. todo éste material está protegido por el Centro de Investigación de Ciencia y Tecnología.

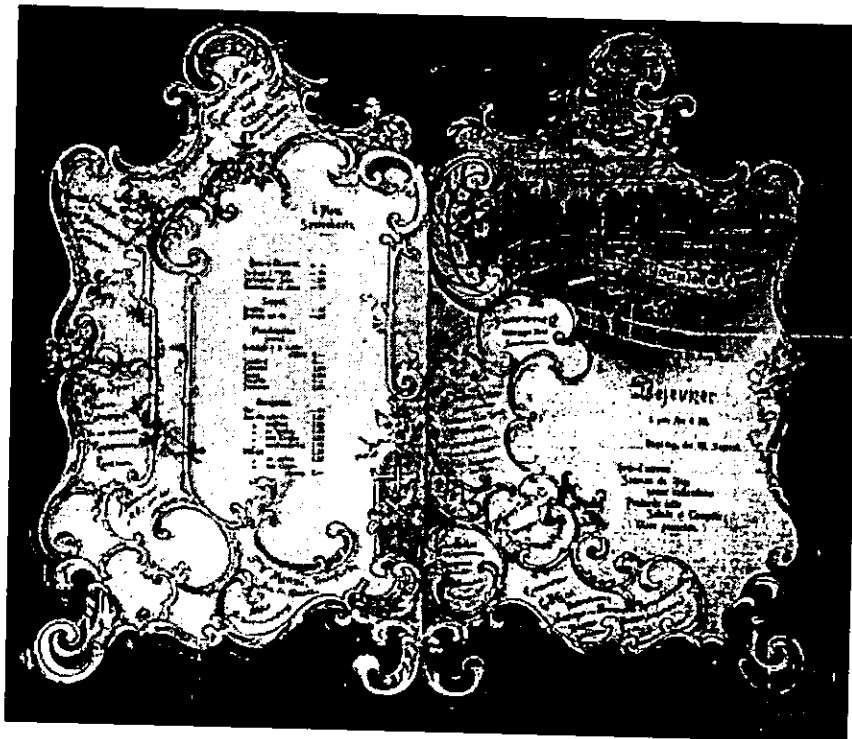
Con respecto a la colección de minutas, está formada por 25,000 ejemplares provenientes de todo el mundo, siendo la mayoría de origen americano mismas que han sido rescatadas de hoteles muy importantes, restaurantes independientes y algunas otras de trasatlánticos y ferrocarriles.

También existen minutas especiales destinadas para banquetes privados, en sociedades, fraternidades, y organizaciones de carácter político, religioso o educativo.

El autor nos comenta que las compañías dedicadas a la realización de menús competían entre ellas mismas logrando así propuestas bellas y originales.

ejemplo:³⁷

³⁷ Reynaldo, Alejandro
Classic. Menu Design, from the collection of
PBC, International
1988 Printed in Hong Kong.



Menú de 1897 profusamente decorado, utilizado durante la temporada de carreras de caballos. Los contornos son irregulares, de estilo Victoriano, con flores entrelazadas y acentos de hojas de color oro. Libremente fluye el texto disperso a través de las páginas del menú dentro de diferentes áreas. Su tamaño es de 11 3/4" X 7" y fue realizado en Alemania.

El papel está teñido en diferentes tonos de azul con tintas y van a partir del contorno hacia el centro.

Los soportes que se usaban eran variados como: papel, tela, corcho, madera, cuero, y hasta metal, en cuanto a la forma esta podía tener el clásico modelo rectangular o bien adoptar contornos en formas como aves, naipes, medallones o hasta una paleta de pintor.

Las minutas podían estar forradas con terciopelo y en caso necesario las hojas quedaban sujetas con listones.

Las técnicas empleadas para realizar las ilustraciones fueron: acuarelas, tintas y también se llegó a usar la fotografía.

Los temas eran muy variados: ramilletes de flores, fauna personajes históricos, damas elegantes, atentos caballeros, niños, paisajes, escenas románticas, cuadros navideños, escudos nobiliarios, etc., las ilustraciones siempre estuvieron relacionadas con algún evento.

Los menús fueron impresos en litografía o bien realizados totalmente a mano.

Mención aparte son los menús que se usaban en los grandes viajes tanto en los restaurantes de los barcos como en los del ferrocarril

de la. clase, éstos mostraban diseños para ocasiones especiales y son los únicos que lograron sobrevivir con el paso del tiempo, seguramente porque se realizaron con mejores materiales y con más cuidado; y una vez utilizados servían como un recuerdo y adorno.

El máximo autor Reynaldo Alejandro nos comenta en su libro que Vartan Gregorian presidente de la Biblioteca Pública de Nueva York, mencionó que los menús son un reflejo o como un cuadro en miniatura de la historia de la comida y la historia social de las personas, además evocan un pasado lleno de nostalgia espléndido y tranquilo que no podrá ser recapturado pero que se antojaría que los diseños sirvieran de inspiración y así ponerlos de nuevo en uso en nuestro tiempo. ³⁸

Consideramos que es una fortuna contar con una colección de materiales impresos como éstos, tomando en cuenta que son sensibles y efímeros, es decir que sirven para un lapso de tiempo y ya.

Seguramente la existencia de éstas minutas ayudarán a futuras

³⁸ Ibid., s/pág.

investigaciones en la historia del Diseño Gráfico.

Es conveniente reconocer la labor de Reynaldo Alejandro al estar al frente como responsable, organizados, y en cargado de la conservación de ésta gran colección; así como a las personas que contribuyeron a la formación de la misma donando los ejemplares más antiguos.

Miss Frank E. Buttolph, Mr. John Mc Entee Bowman, Mr. William Solane, Mr. John Mulholland, otras aportaciones fueron por General Foods Corporation, Thomas J. Lipton, Inc. Joseph E. Seagram & Sons y la International Media Studies Foundation, Ing.

La Biblioteca tiene a futuro dos metas: la adquisición de nuevos materiales y la conservación de la actual colección.

Ahora nos corresponde conocer cual era la forma de organización en el contenido de los menús, de qué manera se fueron agrupando los platillos que se iban a servir durante una comida y que poco a poco esa organización ha servido de base en la estructura que ahora conocemos.

Para esto habría que distinguir en la historia de las minutas aquellas que únicamente fueron pensadas para ser utilizadas durante los banquetes y comidas privadas de las clases dirigentes o acomodadas, y los menús comerciales que son los que aparecieron con los primeros restaurantes.

2.5 CONTENIDO DE LOS MENÚS EN LA ANTIGÜEDAD

Ya anteriormente se mencionó que la costumbre de realizar una lista de platos para servirse durante un banquete es muy antigua. Nancy Scanlon nos refiere que las listas estaban divididas en tres o cuatro secciones, tratando de ofrecer los platillos siguiendo un orden lógico.

Los platillos más ligeros iban al principio colocando al final dulces, fruta y queso.

A continuación presentamos los siguientes ejemplos (NOTA: Los modelos no son los originales aunque están basados en ellos, solamente se respetó el orden de los platillos.):

- I. Modelo de menú ofrecido por el rey Ricardo II para un festín.

THE FIRST COURSE

Venison with fumenty
A potage called Viaundbruce
Hodes of Bores
Grete Flessh
Suannes roasted
Piggys roasted
Crustard Lombard in paste
And a Sottete

THE SECOND COURSE

A potage called Gela
A potage de Blandesore
Piggys roasted
Cranes roasted
Fesauntas roasted
Hérons roasted
Chékens endored
Frans
Traies
Broks braune
Conynages roasted
And a Sottete

THE THIRDE COURSE

Studs Lombards
Venysan roasted
Chelones roasted
Rabettes roasted
Quails roasted
Larkes roasted
Payne puff
A dish of pely
Longs Frutaurs
And a Sottete

Aquí vemos tres grupos, cada uno formado por 9, 12 y 10 platos en esta época la tendencia era al sibaritismo fue escrito alrededor de 1390

II. Minuta ofrecida en un banquete de bodas en el siglo XVI. Donde se muestran los platillos que conforman el primer grupo: ensalada, aves, mostaza dulce y paté.

*Bill of Fare for the Nuptial Supper of
Master Baulde Cuvillon*

FIRST COURSE

Salads of various kinds
Flesh of prinsel with parsley and vinegar (savory preserve)
Mutton broth
Fricassée of gosling
Spring chicken with spinach
Cold saille
Pigeons à la Trimoulette
Roast joint of mutton
Roast breast of veal
Small pastries with hot sauce
Roast roebuck
Dalaty pâté
Spring chickens in aspic
Sweetened mustard

39

³⁹ Ibid., pag. 6

III. Banquete del Papa Pío V.

FIRST COURSE
Cold Dainties from the Tableboard

Pieces of anchovies and mackerel balls
Napolitan style cakes
Makapa wine and Puzos biscuits
Plain pasties made with milk and eggs
Fresh grapes
Spanish olives

Prosciutto soaked in wine, sliced, and served with capers, grape pulp and sugar
Salted pork sausage soaked in wine, sliced
Spice-soaked anchovies, cold, with their tongues shined over sweet mustard

SECOND COURSE
Hot Fish from the Kitchen. Roasts

Fried Veal sweetbread and liver, with a sauce of eggplant, salt, sugar, and pepper
Spice-soaked sardines with lemon sauce
Spice-soaked squid with sweet anchovies
Stuffed spice-soaked piglets with capers and capers sprinkled over them
Spice-soaked rabbits, with sauce and crushed pine nuts
Parsnips, broiled and spice-soaked, served with lemon slices
Pastries filled with minced veal sweetbread and served with slices of prosciutto
Strongly seasoned poultry with lemon slices and sugar
Slices of veal, spice-soaked, with a sauce made from the juices
Legs of veal, spice-soaked, with a sauce made from the juices
Soup of almond cream, with the flesh of three piglets for every two guests
Squares of sweet eggs

THIRD COURSE
Hot Food from the Kitchen. Small Meats and Sides

Stuffed fat goose, broiled Lombard style and covered with sliced almonds, served with
cheese, sugar and cinnamon
Stuffed breast of veal, broiled, garnished with flowers
With stuff, broiled, garnished with parsley
Almonds in garlic sauce
Turkish style ribs with milk, sprinkled with sugar cinnamon
Broiled piglets with marinated sausage and white sauce
Cockles and veal sweetbread
Poultry pie, two chickens to each pie
Fried bread of goat cheese with fried onions
Pie filled with cucumber cream
Baked calves feet with herbs and eggs

FOURTH COURSE
Dainties from the Tableboard

Blan Tarts
Uncost Pastries
Four sorts, the first wrapped in mackerel
Pomeron slices and Ricotta slices
Cheese soaked over the salt and served with milk, sugar, and pepper
Milk candy with sugar sprinkled over
Ring shaped cakes 11/2 lbs

Hacia fines del siglo XVI solían servirse 4 grupos, dos primeros platillos eran frutos azucarados y pasteles, con el blasón pontifical. En los otros grupos se combinaban carnes aves y pescados

⁴⁰ Ibid., pag 7

Una minuta más estructurada es la que aparece en el siglo XVI se trata del Modelo de menú francés y de la cual damos su descripción.

- 1.- Guisados y estofados mezclados con salsas (Perdiz a la naranja, Carne de Venado con nabos, Jabalí con castañas, etc.)
- 2.- Asados servidos separadamente y presentados en charolas. (alondras, garzas, conejos, ave fría, palomas, faisán, ganso)
- 3.- Ensaladas, éstas acompañaban al plato principal (granada, lechuga, olivo, verdolaga en escabeche, etc.)
- 4.- Platillo final formado por los postres pero también se incluían (frutas, vegetales, embutidos o pasteles de aves de corral y en algunas ocasiones remataban con una cabeza de jabalí).

Estos menús además de ser muy condimentados y raros por la mezcla de los ingredientes, eran exageradamente abundantes pues en cada grupo se podían contar de treinta a treinta y cinco platillos.

En 1656 le fue presentado a Luis XIV de Francia un modelo de menú que estaba formado por cinco grupos de platillos siguiendo un orden específico.⁴¹

Más tarde en 1796 Inglaterra adopta el menú de tres grupos cada uno de ellos bastante extenso donde se incluían pequeños platillos reflejando el modo de servir que se usaba en la edad media.

De esto tenemos conocimiento según Nancy Scalon al publicarse en ese mismo año "The Art of Cookery Made Plain and Easy" (El Arte de Cocinar Hecho Simple y Sencillo) escrito por Hanna Glasse's, es una de las publicaciones más antiguas donde aparecen menús y recetas.⁴²

No tenemos ejemplo gráfico del siglo XVIII pero sí podemos señalar que surgió una evolución hasta la aparición de los menús del siglo XIX donde ya habían tomado una estructura fija tanto en Francia como en Inglaterra, lo que permitió marcar las diferencias entre ambas.

⁴¹ Ibid., pág. 10

⁴² Ibid., pág. 8

CAPITULO 2

El menú inglés se distinguió porque carecía de los pequeños platillos como las hors d'oeuvre o entradas que solían degustar los franceses.

Modelo de menú francés del siglo XIX

<p>APPETIZERS <i>Potages (soups)</i> <i>Hors d'oeuvre (small side dishes to be passed quickly, also called assiettes volantes or entrées volantes—flying dishes)</i> <i>Poisson (fish)</i> <i>Entrées (simpler variations of the main dishes)</i></p> <p>MAIN DISHES <i>Pièces de Résistance</i> <i>Rôtis</i></p> <p>AFTERS <i>Entremets (dishes served between the main dishes)</i> <i>Pâtisseries (cakes and pastries)</i></p>

Modelo de menú inglés del siglo XIX

<p>FIRST COURSE Soup Fish Entrées <i>Pièces de résistance</i></p> <p>SECOND COURSE Poultry Entremets <i>Pièces de résistance</i></p> <p>THIRD COURSE Pastries, Cakes, Ices</p>

Marie-Antoine Carême célebre pastelera de la corte francesa, creó en 1817 una comida para el futuro rey Jorge IV, donde integra las preferencias inglesas adhiriéndolas al ,tipo de menú francés, en el cual abundaron los platillos llamados "entrees"; en total fueron 36.

POTAGE
POISSON
PIECES de RESISTANCE
ENTREES
(36 entrées in total were served of which the following were included)
 Le sauté de faisans aux truffes
(Sautéed pheasant with truffles)
 Le sauté de ris de veau à la provençal
(Sautéed calf's sweetbreads with tomatoes and garlic)
 Les petits croustades de mauviettes au gratin
(Larks in pastry shells with creamed chicken liver sauce)
 Le sauté de merlans aux fines herbes
(Whiting fillets)
 La noix de veau à la jardinière
(Veal rump with vegetables)
 La darne de saumon au beurre de Montpellier
(Salmon steak with egg-based sauce)
 Le turban de filets de lapereau
(Filets of wild rabbit)
 Le boudin de volaille à la béchamel
(Stuffed quenelles with bechamel sauce)
 Les galantines de perdreaux à la gelée
(Stuffed partridges in aspic)
 La côte de boeuf aux oignons glacés
(Sirloin of beef with glazed onions)
 La salade de filets de brochets aux huîtres
(Filets of pike salad with oysters)
 Le pain de carpe au beurre d'anchois
(Steamed forcemeat of carp with anchovy butter)
ASSIETTES VOLANTES
 Pièces de Résistance
 Entremets
 Assiettes Volantes

Menú creado por Carême en 1817, para el príncipe Eduardo.

Un menú servido en 1867 que indica drásticas reducciones en el número de opciones de cada grupo o sección, se trata de un modelo simple que más tarde populariza Augusto Escoffier, llamado cocinero de los reyes y rey de los cocineros. Fue el primer chef de cocina del Hotel Ritz de París. Se le ha considerado hasta nuestros días padre de los modelos de menús de hoy en día.

La estructura de Escoffier fue sencilla. Él consideraba que los platos fuertes, con salsas muy condimentadas y en grandes cantidades no eran ya apropiadas para el estilo de vida cambiante.

Sus propuestas crearon un estándar de excelencia en los comedores de los hoteles Ritz de Londres y París, incluyendo en la alta cocina y posteriormente en toda la cocina francesa.

SOUPS
Expresso (cure de viande froide au edouard)
Farouge

INTERMEDIATE COURSE
Sole à la Reine
Filet de veau à la maitre d'hôtel
Côtelette d'agneau au gratin
Sole à la crème avec truffes perses

ENTREES
Omelette à la Périgourdine
Riz au gratin
Légumes à la Française
Champagne d'œufs

DESSERTS
Dessert à la maitre d'hôtel
Compote de fruits

FINAL COURSE
Mélange de légumes de saison
Agoutis
Fruit de saison
Fruit de saison
Fruit

Menú de 1867 fue servido en París y muestra drásticas reducciones

Las dos guerras mundiales alteraron los hábitos de comer y el estilo de vida; en 1960 la cocina francesa es responsable de un desarrollo propiciado por un grupo de chefs, que rescatan las recetas de Escoffier desarrollando un nuevo y rico estilo de cocinar llamándose "Nouvelle Cuisine".

El menú del restaurante estándar de hoy en día está basado en un formato establecido de grupos de comida que va de los siete u ocho grupos.

Puede existir una mayor variedad dependiendo del tipo de restaurante o país.

Hoy en día la planeación profesional de un menú tiene una extraordinaria selección de opciones, así como la presentación y preparación de platillos que responden al incremento de las necesidades de la industria alimentaria y restaurantera.

Antes de introducirnos en lo que son los antecedentes de Restaurantes en México, daremos un vistazo en lo que a gastronomía en el país se refiere.

La comida tuvo gran importancia en el México Prehispanico, ya que para los pueblos indigenas era una actividad grata y placentera. Consideraban que los alimentos eran un don de la madre tierra; así llevaban a cabo rituales que estaban dedicados a propiciar las lluvias y el crecimiento de plantas comestibles.

El tema de la comida esta presente en murales, esculturas, códices y ofrendas. Fernán Gonzáles de la Vara nos relata de cómo cualquier festejo era motivo de celebrarlo con un banquete.

Ya los primeros cronistas hacen sus relatos y no dejan lugar a duda de que la comida mesoamericana era de lo mas variada así conocemos que cada día se preparaban 30 viandas diferentes para el disfrute de Moctezuma, donde comían gallinas, gallos de papada, faisanes perdices, patos, venados, pajaritos de caña, liebres y conejos.

Incluyendo a su alimentación: maíz, frijol, chile, diversidad de verduras y frutas, así como su gran aportación al mundo: el cacao.⁴³

⁴³ González de la Vara Fernán enciclopedia
La cocina Mexicana. Tomo II
Ed. Clío México, 1997. Pag 27

2.6 ANTECEDENTES DE LOS RESTAURANTES Y MENÚS EN MÉXICO

México fue el primer país del continente Americano que inició y reguló la venta de alimentos y bebidas, Don Amando Farga en su libro " Historia de la comida en México " hace referencia a éste hecho.

Anterior a la conquista en el llamado tianguis de Tlatelolco había lugares en donde se daba de comer y beber por precio según relata el propio Hernán Cortés.

Una vez realizada la conquista y estableciéndose el gobierno español surgen los comercios dedicados a la venta pública de comidas y bebidas.

Al inicio aparecen lugares donde se daba alojamiento y comida a los viajeros como los albergues, posadas y mesones; posteriormente tenemos a los bodegones, figones y fondas donde únicamente se vendían alimentos y bebidas, esto es a partir de la segunda mitad del siglo XVIII.

Según la clasificación que nos da Farga es:

- Pulquerías y Cantinas
- Mesones y Posadas
- Fondas y Bodegones
- Pastelerías y Dulcerías ⁴⁴

Las fondas, mesones y bodegones, así como las pulquerías y cantinas, son consideradas de lo que hoy conocemos como bares y restaurantes.

La sociedad tuvo una evolución política y social a lo largo de más de tres siglos lo que propició cambios en las costumbres y aquellas primeras instalaciones no quedaron ajenas al cambio y así fueron reformando su presentación y servicio de acuerdo a las nuevas necesidades.

⁴⁴ Farga, Amando
"Historia de la comida en México"
Ed. Litográfica, México
2a. Edición, 1980
pág. 71

El primer mesón, fue abierto en el año 1525 por Pedro Hernández Paniagua en las calles de Mesones, donde por módico precio los viajeros podían disfrutar de un techo y comida: fideos, arroz, guisados y pulque.⁴⁵

La población local de las primeras ciudades fue testigo de la aparición de las primeras fondas y bodegones, lugares donde se vendía comida y bebida, contando además con un servicio a la carta y en días festivos especialidades como bacalao o una "olla podrida".

Por mencionar algunas fondas, tenemos las del "Arzobispado", "La fonda de Fortunet", "La Buena Fe" y la "De los Conspiradores".

En lo que a cafés y restaurantes se refiere, podemos decir que hay una transformación en los servicios gastronómicos, las fondas se reforman y adoptan el nombre francés de "restaurante" y que se aplicaba a comercios dedicados a restaurar las energías por medio de los alimentos.

⁴⁵ Ibid., pág. 47

CAPITULO 2

Aparte surgen lugares donde se comienza a vender la bebida llamada café, que se podía tomar sola o mezclada con leche y acompañada de molletes y bizcochos.

El primer café se abre a un costado del Zócalo en 1785; cafés y restaurantes competían en lujo y comodidades. Estos cafés rápidamente se multiplicaron y pronto se convirtieron en punto obligado de reunión, al mismo tiempo que alcanzaban notoriedad.

En algunos de estos lugares se fueron introduciendo desayunos y meriendas desplazando lentamente a las fondas. Como ejemplos tenemos: el Café de Veroly, El Bazar, La Concordia, La Maison Dorée, Los Tívolis, El Salón Rojo, el Café Colón inaugurado en 1889 con una clientela muy selecta.

A comienzos del siglo XX muchos establecimientos desaparecieron, pero otros se adecuaron a la época como El Café Tacuba, La Fonda Santa Anita, La Casa Prendes abierta desde 1892 y desaparecida en 1995.

De los años 40 a la fecha ha habido una explosión de nuevos lugares como: El Tampico Club, El Mesón del Caballo Bayo, Ambassadeurs, Rendez-Vous.

El progreso económico y social y la tecnología en la preparación de las comidas trajo un cambio en las formas de comer generando nuevos tipos de clientes: empleados, burócratas, estudiantes, gentes con pocos recursos pero con la necesidad de comer fuera de casa.

Así van apareciendo los restaurantes de cadena: Vips, Sanborns, Dennys, Lynis y lugares de venta de comida rápida como: hamburguesa, pollo frito o pizza, revolucionando la administración y operaciones de los restaurantes tradicionales.

ACERCA DE LOS MENÚS

Ahora bien, si quisiéramos conocer sobre el uso de las minutas y cartas en los primeros restaurantes de México así como su forma, tamaño, color, textura, etc., el material que tenemos es muy escaso o desafortunadamente no existe.

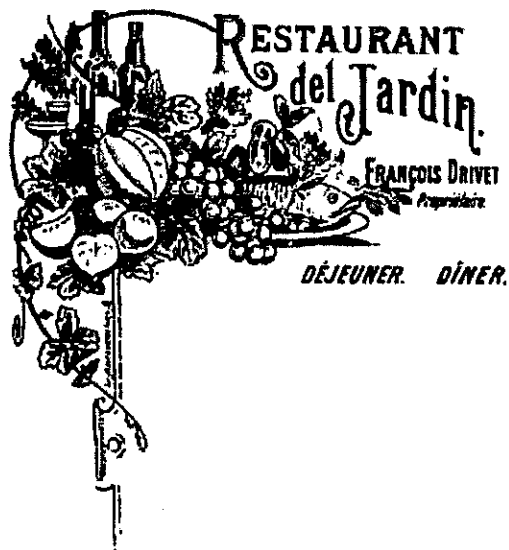
Es cierto que hubieron gran cantidad de lugares dedicados a la venta y consumo de alimentos y bebidas y para todas las categorías sociales, desde las fondas, restaurantes y cafés hasta llegar a los establecimientos de lujo; sin embargo, no contamos con referencias gráficas y lo poco que pudiera existir se encuentra disperso.

Suponemos que en los lugares más sencillos como las fondas una forma práctica de anunciar lo que se vendía, pudo haber sido utilizando una pizarra y así los clientes podían escoger lo que iban a comer. Ahora bien, en los primeros restaurantes ya propiamente establecidos y que contaban con variedad de platillos se debieron utilizar los menús impresos en litografía o hechos a mano.

Los pocos ejemplares que han llegado hasta nuestros días se encuentran en colecciones privadas, tal es el caso de la colección de menús de Salvador Novo quien fuera cronista de la Ciudad de México, conocedor de las costumbres y la cocina mexicana.

Algunos ejemplos de su colección fueron publicados en su libro Historia de la Comida Mexicana, editado por Porrúa del cual presentamos unas muestras.

No tenemos una descripción de los mismos, por lo que es difícil saber las medidas y técnicas empleadas y si estaban a color o no.



Pero por lo que podemos apreciar se trata de una viñeta del menú para el restaurante Jardín muy renombrado en la época porfiriana.

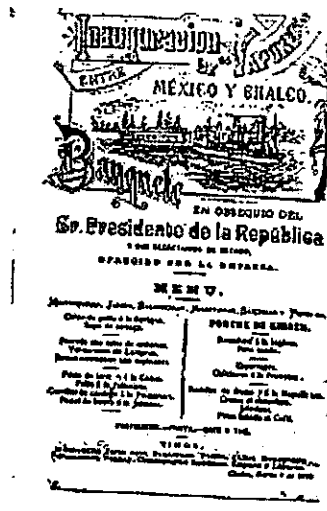
Es una composición donde aparecen vinos, copas y una variedad de fruto, así como el nombre del restaurante, el dibujo aparece en la parte superior izquierda de la hoja, enmarcando el espacio donde se escribiría el menú.



Siguiendo el mismo estilo del anterior tenemos la muestra del menú del Café de la Paix aquí sí podemos apreciar el contenido del menú y la forma de organización



Viñetas que corresponden al café
restaurante Chapultepec de reconocido
prestigio en su época.



En este otro ejemplo la viñeta hace alusión al motivo del banquete que se ofrecía para festejar que ya había vapores entre México y Chalco.

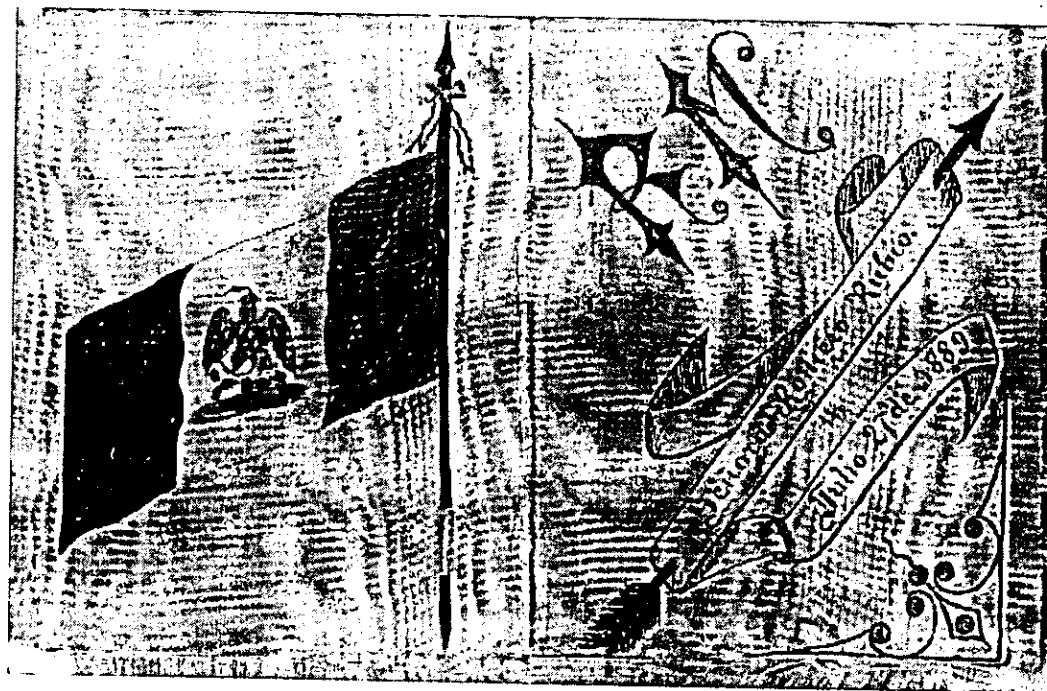
También se conoce de otros ejemplares que se encuentran en el archivo de Don Porfirio Díaz en la Universidad Iberoamericana, para la que damos nuestro agradecimiento y en forma particular al personal responsable del manejo de ese archivo por la facilidad y atenciones que nos brindaron durante nuestra investigación.

Estos menús se diseñaron para ser utilizados en banquetes y comidas de carácter privado que se le ofrecían al Sr. Presidente y su gabinete.

Los textos están en francés, la impresión es sobre seda o cartón, y en cuanto al tipo de letra, viñetas y adornos son variados, mismos en los que se aprecia la gran importancia que se le dio en aquella época al estilo francés.

Las muestras presentadas fueron fotocopiadas de los originales, por lo mismo no hay mayor nitidez en las imágenes, pero aun así podemos apreciar el tipo de ilustración.

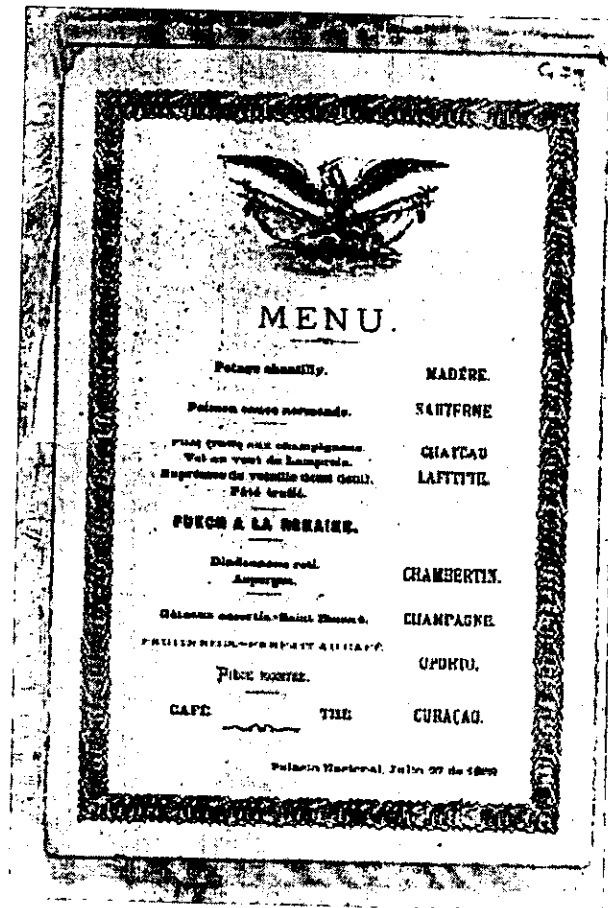
A continuación presentamos algunos ejemplos:



Menú ofrecido en honor de la Sra. Carmelita Romero Rubio, donde aparece en el frente la bandera con el escudo nacional y en un listón con el nombre de la Sra. Romero Rubio.

La portada esta decorada en azul y dorado.

Fue impreso en seda pegada a un cartón tiene además filo dorado, las medidas son 22 x 14.5 cm., Texto en francés.



El recuadro del texto está en dorado, el escudo del águila se imprimió en la parte superior del menú.

Banquete

ofrecido al señor General don

Porfirio Díaz,

Presidente de la República Mexicana,


por el señor Gobernador don

Teodoro A. Dehesa,

en nombre y representación del Estado de

Veracruz-Atlixco

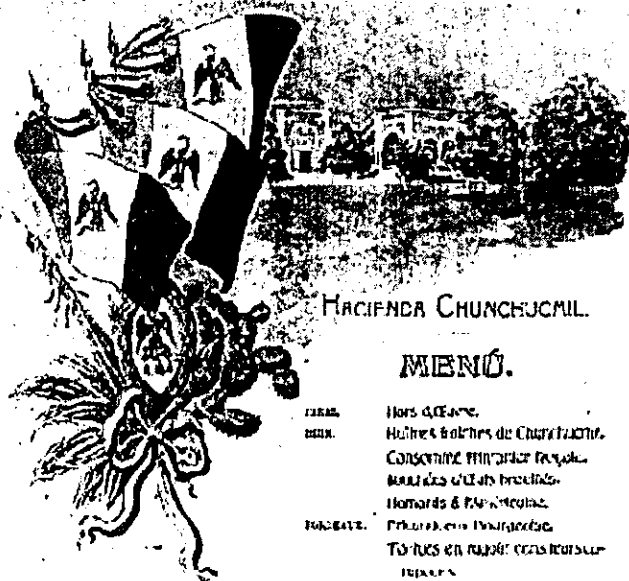
Este menú tiene medidas de $17\frac{1}{2}$ x 21 cm. Está formado por 2 hojas que se unen con listón de seda color rojo. Las letras están impresas en negro, rojo y dorado.



	Cassoulet Régnée	
JERSEY	Petits Pâtés à la Russe	
VIN BLANC.	Pâtisson Sauc Cruesille	
	Paux-Alex Piqués Renaissance.	
BORDIGALL	Poulardes Pâtées Marché	
	Noixes de Jambon es Belle Van.	
	Est.	
BOUROGNE	Gigote de Chevreuil Venison.	
	Salade	
CHAMPAGNE.	Potées d'Asperges à la Crème.	
LIQUEURS.	Gâteaux Sorbets.	Gâteaux à la Vanille.
	Desserts	
	Fruits.	Crêpe. Fée.

En la página del texto aparecen en columna hacia el lado izquierdo las bebidas que van a acompañar a los platillos. Los textos están en francés.

Observaciones. La portada no se nos pudo mostrar debido a su deterioro pero tenemos la descripción. Escenas del estado de Veracruz y en la contraportada escudo y plano de la ciudad de Jalapa.



HACIENDA CHUNCHUCMIL

MIENÚ.

- PREMIER. Hors d'œuvre.
- DEUXIEME. Huitres & bolitos de Chupacabra.
- CONSEILLE. Filet de bœuf.
- BOULENGES & filets de bœuf.
- TROISIEME. Homards & Filet de bœuf.
- QUATRIEME. Filet de bœuf.
- QUINZIEME. Tortues en sautoir avec leurs carapaces.
- SIXIEME. Paves à la Maitre.
- SEPTIEME. Dinde au Grand.
- CHATELAIN. HENRI QUATRE & sa sauce.
- SALADE FRAICHE.
- DESSERT. Abolition à la Maitre.
- GLACE DE FRAISE.
- DESSERT.

Este menú corresponde a una visita que hizo Don Profirió a la Hacienda de Chunchucmil.

La técnica es en acuarela en donde se nos muestran los exteriores de la fachada de la hacienda. Además de la bandera Nacional el texto esta invariablemente en francés y las medidas son 27.5 x 21 cm.

Félicitation des États-Unis Mexicains



DINER DU 17 SEPTEMBRE 1892 ^{C. DIAZ} _{LE COZ}

ANNIVERSAIRE DE LA PROCLAMATION
DE L'INDÉPENDANCE DU MEXIQUE ET DE
LA NAISSANCE DE M. LE GÉNÉRAL PORFIRIO
DIAZ, PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE.

015545



- Turtle Soup
-
- Consommé à la Royale
-
- Porto 1880
-
- Saumon à la Mexicaine
-
- Cassolettes à la Colbert
-
- Haut Sauternes 1865
-
- Chaud froid de Cailles en Bellevue
-
- Filet de Chevreuil à la Richelieu
-
- Mouton Rothschild 1871
-
- Oranges Glacées
-
- Dindonneaux à la Périgieux
-
- Asperges en branches
-
- Corton 1880
-
- Bombe Mexicaine
-
- Dessert
-
- Veuve Clicquot

Pocos restaurantes de finales o principios de siglo han podido sobrevivir hasta nuestros días, y por consiguiente ignoramos cómo podría haber sido su formato de menú, además de como ya se dijo, los restaurantes no guardan ejemplares de modelos atrasados.

En nuestra opinión consideramos que es un descuido por parte de los propietarios el no haber dado importancia a éstos impresos. Si bien es cierto que un menú es un material efímero que cuando cae en desuso se desecha, el conservar por lo menos un ejemplar nos brindaría un testimonio impreso acerca de la historia del restaurante. Así, de este modo podríamos ir viendo los cambios en cuanto a forma, tamaño, color, etc., según el gusto de cada propietario, y esto también podría ayudar a que existiera una mayor preocupación por hacerlo más atractivo y funcional para el cliente y no pensar en no hacer cambios durante mucho tiempo en aras de conservar una imagen.

Las siguientes muestras son de las portadas de los menús de "La Hostería de Santo Domingo", fundada desde 1860, cuyo diseño permanece desde hace más de 30 años, y de Sanborns que tampoco ha hecho grandes modificaciones.



Esta parte corresponde a la contraportada. Los colores son en contraste violeta, azul, rojo, amarillo, sobre fondo blanco.

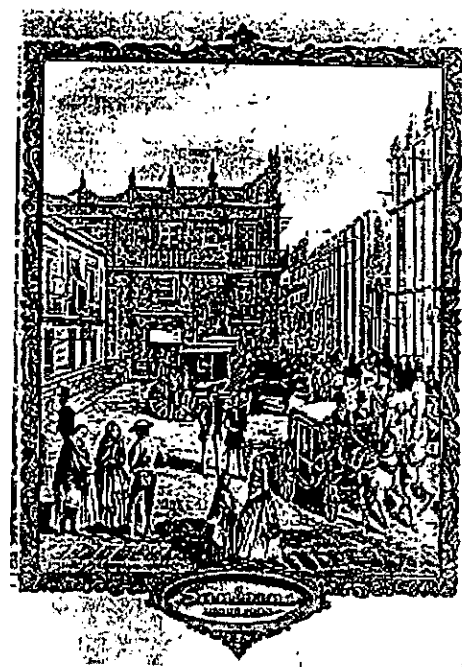
Los personajes están vestidos como a finales de siglo y están enmarcados por elementos alusivos a la comida



El menú de Sanborns muestra el grabado en color sepia, es una escena de la antigua calle de plateros hoy Avenida Madero.

El recuadro del grabado evoca un cuadro antiguo.

A su vez esto se encuentra impreso sobre un fondo naranja pastel



De más reciente creación son las muestras del restaurante Villa-María y agradecemos a la señora Esther Nakash y al señor Sebastián Verti el poder incluir en nuestro trabajo una muestra de sus menús.

VILLA MARIA

PARA REPARTIR Y COMPARTIR
 "EL QUE PARTE Y COMPARTE LE TOCA LA MAYOR PARTE"

(LIMITED MENUS AVAILABLE AT LUNAR RESERVE)

<i>Supeltes Clásicos</i> <small>CON MEJORES MEZCAL Y LAS ONDAS</small>	19.00
<i>Los Cuernitos se dan su Taza</i> <small>TAVES DE SUICIDIO ENCHERON DE POLLO ACOMPAÑADOS DE SU GUANAJILO</small>	19.00
<i>Jefandino que Truena</i> <small>CHICHAROL, DE JAMÓN CON QUESO, DE HONDES CON QUESO Y DE POLLO CON BEMBONES ACOMPAÑADOS DE GUANAJILO</small>	17.00
<i>Gasfines Teñihuacha</i> <small>REJILLAS DE BARRA CON QUESO, SALSAS CON SU CREMA Y QUESO PASADO</small>	19.00
<i>Queadillitas de los Hermanos de Tehuantepec</i> <small>TODOS LOS REJILLAS DE POLLO CON MOYÁ MEXE</small>	19.00
<i>Doblados hechos con Maíz de Sabores</i> <small>DE CULACONTE, DE QUESO DE QUESO Y DE PAPA DE ONDAS</small>	11.00
<i>Queadillitas de Nueva Margarita</i> <small>DE CALDO, PEPERANOS COMO A LA OJERA DE LA PAPA</small>	11.00

"Este Conto"..... Tequila para Compartir 89.00
2 DE GUANAJILO / 2 DE POLLO PIEL / 2 DE ARRACHENO / 2 DE ENCHERON DE POLLO

EN VILLA MARIA NO SE COBRA CUBIERTO POR PERSONA

VILLA MARIA

**SE ENORGULLECE EN PRESENTAR
 SU EXCLUSIVA CARTA DE
 TEQUILAS Y MEZCALES**

TEQUILA
 CURA MILAGROSA

BIENVENIDO A ESTE CENTRO DE SALUD...
 ¡SALUD!

MEZCAL
 MANJAR DE LOS DIOSES

PARA TODO MAL MEZCAL, PARA TODO BIEN
 TAMBIEN



3. EL MENU EN LA ACTUALIDAD

3.1 Clasificación de los menús

3.2 Contenido Básico de un menú

3.2.1 Planeación

3.2.2 Tipos de menú cíclico

3.2.3 Contenido y agrupación del menú

3.2.4 El texto y la redacción en el menú

3.2.5 Variantes en el menú

**3.1 CLASIFICACIÓN DE LOS MENÚS POR SU USO EN LUGARES
COMO INSTITUCIONES, INDUSTRIAS Y RESTAURANTES.**

Existen diferentes establecimientos de comida a donde el menú cumple un objetivo que es informar sobre lo que el establecimiento ofrece en materia de comida y bebida.

A continuación damos la siguiente clasificación:

EL MENÚ EN INSTITUCIONES

Se refiere al menú que se utiliza en instituciones privadas o públicas como hospitales, internados, universidades, reclusorios, campamentos militares, etc.

Cada uno de estos lugares tiene sus propios requerimientos al planear el menú como: considerar las edades de los consumidores, formas de abastecimiento, equipo, número y horario de las comidas, necesidades alimenticias aspecto muy importante sobre todo en los hospitales, aquí el menú se organiza en forma cíclica, es decir, que

se repite cada determinado tiempo, y el dietista organiza las comidas las cuales se manejan por medio de tarjetas de colores o por números. Según es la tarjeta será la dieta o menú indicado.

EL MENÚ EN LAS INDUSTRIAS

Aquí el menú se utiliza durante el servicio de comedor que se les ofrece a los empleados y obreros en los mismos centros de trabajo como las empresas y fábricas como una prestación más

proporcionando así una mayor comodidad sobre todo cuando se tienen que cubrir jornadas largas de trabajo y las distancias para poder comer en casa son muy grandes.

También aquí se deberán tomar en cuenta aspectos como el tipo de trabajo que realizan los empleados, oficinistas obreros, el tiempo que se necesita para comer, precios módicos y de acuerdo al salario, número de comidas, y competencia con otros centros cercanos de consumo.

Físicamente la minuta puede estar escrita en un pizarrón o bien mecanografiada o manuscrita en hojas.

EL MENÚ EN RESTAURANTES COMERCIALES

La industria comercial restaurantera cubre la mayor parte en el servicio de comidas, dentro de ésta categoría de restaurantes comerciales tenemos las cafeterías, los autoservicio, los restaurantes de lujo, los de los hoteles y aquellos que se encuentran dentro de los museos, cines etc., y las concesiones en los transportes como barcos, trenes y aerolíneas.

En los restaurantes comerciales físicamente los menús tienen una presentación según el tipo de restaurante, está impreso y acompañado de fotografía o viñetas. El servicio en estos lugares es a la carta o con menús especiales. En los años más recientes han surgido establecimientos de comida rápida o restaurantes de franquicia que tienen marcadas diferencias con los otros restaurantes por ejemplo los menús son limitados con poca variedad. En ciertos lugares se trabajan las 24 hrs., el servicio es rápido, el cliente se puede atender por sí mismo, el tipo de comida son: hamburguesas, hot dogs, hot cakes, refrescos y pasteles, etc., el menú físicamente es presentado al cliente por medio de pizarrones luminosos y con

grandes y atractivas fotografías a todo color. Como ejemplo de esto tenemos: McDonalds, Arbys, Burguer King.

LAS COMPUTADORAS EN EL SERVICIO DE ALIMENTOS

Hoy en día resulta imprescindible comprender la importancia que tiene el uso de las computadoras dentro de cualquier operación en el servicio de alimentos.

Movimientos de carácter administrativo, de planeación y de diseño se verán favorecidos con ahorro de tiempo y también en el aspecto económico.

Actualmente en nuestro país se ha ido introduciendo ésta tecnología en los restaurantes, pero todavía falta mucho para que esto sea una práctica común.

Afortunadamente ya no se requieren de aparatos voluminosos y complicados que necesitan un lugar específico pues ahora los equipos son más compactos, más personales y no roban espacio.

Por otra parte ya existen compañías que ofrecen el servicio de equipos en renta, es decir el dueño del restaurante decidirá de acuerdo a sus necesidades qué le conviene más: si invertir en un equipo o contratar los servicios de alguna compañía.

De esta manera llevará un control sobre: ingresos, egresos, ventas en horas pico, tipos de pago (efectivo, crédito, cheque, etc.) así como costos en la adquisición de insumos y pagos de nómina.

El restaurante tomará una nueva imagen agilizando todo tipo de operaciones y la gran cantidad de información capturada quedará archivada sin mayor problema.

Las ventajas que ofrece la tecnología en el restaurante no dejan de lado a la minuta ya que ésta mejora su presentación ya sea en forma impresa es decir aplicando el diseño gráfico por computadora ó bien cuando el menú es presentado en una pantalla.

En este caso la pantalla es sensible al tacto; el cliente podrá elegir lo que prefiera con sólo tocar la pantalla señalando lo que más le guste, mientras que en la cocina hay otra pantalla que recibe

inmediatamente la orden, a la vez en la caja registradora se va sumando el consumo.

Este sistema permite agilizar el servicio; como ejemplo podemos citar a la cadena de restaurantes de servicio rápido Arbys que utiliza el sistema Touch 2000.

3.2 CONTENIDO BÁSICO DE UN MENÚ.

3.2.1 PLANEACIÓN DEL MENÚ

El contenido de un menú comienza desde la planeación del mismo, el objetivo es dirigir la atención del cliente consumidor hacia aquellos platillos que se quieran vender.

La importancia de la planeación es un hecho que ningún establecimiento de servicio de comida debe pasar por alto, esto se debe realizar personalmente reflejando así el interés por la comida, la imaginación y la habilidad creativa.

Los personajes principales que toman parte en la elaboración del menú son: el jefe de cocina, el maitre y el gerente, ellos toman en cuenta las siguientes consideraciones:

- 1) La preferencia en cuestión de gustos de los clientes.
- 2) La disponibilidad de la materia prima
- 3) La capacidad profesional en el personal de la cocina para preparara menús especiales.
- 4) Las limitaciones en el equipo y el espacio del establecimiento.

La planeación también incluye técnicas de venta y mercadotecnia y por supuesto la promoción del menú.

El encargado de planear el menú necesita tener conocimientos tanto del equipo de producción y del servicio de la comida, como también de los lugares donde abastecerse; al mismo tiempo, deberá estar enterado sobre sabores, especies, sazones, aderezos, apariencias así como aspectos sobre nutrición y dietas.

Cada restaurante elabora su planeación de menús de forma distinta por ejemplo se pueden basar en ir repitiendo los platillos día tras día, hasta que salen los costos o el cliente demanda un nuevo menú. Algunos restaurantes ven con orgullo la capacidad de ofrecer el mismo menú año tras año, esto sólo es conveniente si la clientela cambia con bastante frecuencia o si dentro del mismo menú básico se introducen algunos platillos como sopas o postres, de ésta manera los clientes no se aburrirán.

La planeación del menú permite que los restaurantes puedan organizar con anticipación sus platillos y grupos de comidas a ésta planeación se le llama menús cíclicos.

3.2.2 TIPOS DE MENÚ CÍCLICOS

Del menú cíclico diremos que se trata de una lista organizada de comidas que se presentan por adelantado.

Al principio, estos menús fueron diseñados para instituciones y

cafeterías; posteriormente, fueron adoptados con éxito en restaurantes ayudando así a llevar un control en las compras, preparación y distribución de las comidas, evitando de esta forma el desperdicio además de ofrecer una dieta variada, balanceada y nutritiva.

Estos menús se van repitiendo cada determinado tiempo en períodos que van de los 7 a 30 días.

TIPOS DE MENÚS

Cada restaurante adapta el menú de acuerdo a sus necesidades, como ejemplos tenemos:

Menús a la Carta

Son los más comunes en restaurantes de tipo medio y alto. El menú es igual a diario existiendo una variedad de selecciones posibles. En esta selección los platillos son más caros porque se cocinan individualmente, además de que los ingredientes son adquiridos con el riesgo de que el platillo no sea solicitado.

Menús de Comida Corrida (comida del día)

Contiene la comida corrida a precio fijo. En algunos lugares se presentan opciones pero esto modifica el precio.

Menús con Platillos Numerados o Titulados

En este tipo de menús se le asigna un número a cada platillo, lo que hace más fácil y rápido el trabajo.

Menús con Secciones de Especialidades del día

En el menú principal se incluye una hoja con las especialidades del día, donde las recomendaciones pueden ser de algunos platillos o de una comida completa.

3.2.3 CONTENIDO Y AGRUPACIÓN DEL MENÚ

Planeado el menú pasamos a los contenidos y agrupaciones. El menú tal y como lo conocemos es una lista de platillos que están distribuidos de acuerdo a la división de las comidas: desayuno, comida y cena.

En un menú debe existir una secuencia, es decir: un principio, una parte central y un final; el contenido dependerá de la clase de restaurante y de los platillos que se vayan a promover.

En cuanto a la clasificación de los grupos de alimentos, éstos aparecerán como sigue:

Hors d'oeuvres: También llamados entradas o bocadillos, se ofrecen para iniciar la comida.

Jugos y sopas: Incluyen jugos de diversas verduras o sopas frías de verduras.

Ensaladas: Son verduras o frutas crudas o cocidas que se sazonan con diferentes aderezos y se consumen fríos, se incluyen también las ensaladas moldeadas con gelatina salada o dulce.

Pastas: Las más conocidas son spaghetitis, tallarines, ravioles, etc. Éstas se

consumen con salsas y acompañamientos de diversos tipos.

Carnes: Son cortes de vacuno, cordero y cerdo. La preparación puede ser asada, frita o guisada.

Aves: En este grupo se incluye la carne de aves de corral, como: el pollo, el pato, la codorniz, la perdiz, etc.

Huevos: Se considera un grupo importante para el desayuno combinándose con otros ingredientes.

Pescados y mariscos: Los mariscos se consumen como entrada de una comida en forma de coctel o ensalada. En cuanto a los pescados se pueden consumir como platillo principal.

Postres: Es una variedad de platillos generalmente

de sabor dulce; se incluyen los helados, las gelatinas, frutas en almíbar, tartas y pasteles, natillas, etc.

Quesos: Algunos restaurantes incluyen una lista de quesos. En ciertos lugares de Europa se consume el queso en lugar o después del postre.

Bebidas: Éstas se dividen en dos grupos: bebidas calientes como el café, en todas sus variedades, chocolates y té; y bebidas frías como los jugos, refrescos, licuados, preparaciones especiales de la casa, etc.

Lista de vinos: En este grupo se incluyen los vinos y licores así como otras bebidas alcohólicas que ofrece el restaurante. Los vinos pueden estar dentro de la carta o por separado como se verá más adelante.

Las sugerencias como platillos alternos, ensaladas, sandwiches, bebidas y menú para niños se ponen aparte, es decir en el mismo menú pero separado por un doblez, en el tema correspondiente al aspecto físico del menú se vieron algunas muestras de formatos con dobleces, no podemos decir que exista una regla general para éstos formatos porque la variedad dependerá de la diagramación que proponga el diseñador gráfico, para distribuir el contenido apropiadamente.

Un formato de una minuta puede cubrir toda la variedad de platillos, de la distribución adecuada de los grupos de platillos dependerá de que no pasen desapercibidos por el cliente por ejemplo a un lado de las entradas (carnes y especialidades) podrían estar los vinos y cervezas.

Algunas recomendaciones que sugieren los encargados de la planeación de menús en el caso de incluir las bebidas y aperitivos en el menú principal son:

Enlistar las bebidas para antes de las comidas, ejemplo: cócteles, bourbon, scotch, ginebra, vermouths.

Estas bebidas las solicita el cliente antes de ordenar lo que va a comer.

Bebidas para la comida o entradas como pueden ser cervezas, vinos: blanco, tinto, rosado.

Bebidas para los postres y cafés: licores, oporto, cremas, brandy o coñacs.

Cuando exista una enorme variedad de platillos y bebidas así como especialidades como postres y cafés, las listas de esos artículos se pueden hacer por separado.

Es conveniente que consideremos que tanto la presentación de la lista de vinos y licores, postres o algún otro tipo de especialidad en forma independiente del menú principal, tendrá el problema de que sólo la pedirán aquellos clientes que la soliciten, por lo tanto el mesero o maître encargados de la atención al cliente deberán presentarla en el momento indicado.

3.2.4 EL TEXTO Y LA REDACCIÓN EN EL MENÚ

Una minuta es una forma de comunicación escrita, es un medio por el cual el cliente se va a enterar de lo que se sirve en determinado restaurante.

El texto del menú está formado por: el nombre del artículo o platillo, la descripción del mismo y el precio.

Nombre del platillo. Sirve para que el cliente distinga por su nombre cada uno de los artículos comestibles que se expenden, ejemplo: "rosbiff en su jugo", "omelette de champiñones".

Descripción. En términos de mercadotecnia la descripción debe vender el platillo al cliente, a éste, se le debe antojar y "hacer agua la boca" con la simple lectura.

Distinguimos diferentes tipos de textos o descripciones en un menú, según A. Seaberg y N. Scanlon.⁴⁶

⁴⁶ Seaberg, G. Albin op. cit. pág. 27
Scanlon, Nancy op. cit. pág.

- 1.- *Listado de platillos con sus precios respectivos*
- 2.- *Texto institucional.* Se habla acerca del restaurante, servicios, especialidades, es como una imagen del local donde se destaca su filosofía, tradición culinaria, historia, etc.
- 3.- *Texto distintivo.* Como su nombre lo indica se utiliza para los encabezados de los diversos grupos de viandas y así el cliente vea la diferencia en minutas donde se incluyan carnes, aves, pescados y mariscos.
- 4.- *Texto descriptivo.* Se refiere a los ingredientes y preparación del platillo pero no se trata de una receta ejemplo:
"OSTRAS CON TOCINO EN BROCHETA...deliciosas ostras del Golfo, combinadas con tocino, untadas con mantequilla y asadas a la parrilla . Servidas con papas a la bravante cocinadas con jitomate y hongos".

Así pues los lineamientos generales a seguir en la redacción de la minuta serían los siguientes:

- a) Un texto simple claro y limpio, con frases cortas para una lectura más rápida.
- b) Emplear términos que estén relacionados con la comida.
- c) Evitar superlativos exagerados.
- d) Evitar un texto exageradamente descriptivo porque esto hace que el cliente se sienta "lleno" antes de haber ordenado.
- e) Especificar claramente las variedades que tengan los platillos
- f) El empleo de palabras en otro idioma sólo se usarán si son necesarias, pero en todo caso debe haber una traducción para no confundir al cliente.

Precios. Deben estar escritos correctamente, señalando claramente cuando exista una promoción o el servicio sea para dos o más personas como es el caso de las pizzas, comida china y el fondue.

3.2.5 VARIANTES EN EL MENÚ

Las variaciones o diferentes tipos que podemos encontrar dependerán de las necesidades de cada restaurante, y si éste se encuentra en forma independiente o como parte de una cadena o bien dentro de un hotel o motel.

Los ejemplos son muchos pero solo nombraremos algunos y describiremos los más comunes como son:

Carta de vinos y licores, carta de postres y menú para niños.

Menú para el desayuno

Menú para el almuerzo

Menú para la comida

Menú para niños

Postres o para después de la comida

Especialidades de la fuente

Bocadillos para la media tarde

A la hora del café

Servicio de Menú en la habitación

Menú para la alberca

Menú para banquetes

Menú para llevar

Lista de vinos y licores

Especialidades del mar

Menú flexible

CARTA DE VINOS Y APERITIVOS - POSTRES - MENÚ PARA NIÑOS

VINOS Y APERITIVOS

La lista de vinos puede estar impresa de la siguiente forma

- 1.- Lista separada de vinos -- únicamente vinos
- 2.- Lista separada de vinos con otras bebidas (cócteles, cervezas, etc.)
- 3.- Sección separada del menú -- sólo vinos
- 4.- Sección separada del menú -- vinos y otras bebidas. (cócteles, cervezas, etc.).

CAPITULO 3

En la lista de vinos separada, el listado se divide en las siguientes categorías.

- 1.- Lugar de origen
 - a) Importado - Francia
Alemania, etc.
 - b) Americano - California
- 2.- Tipo de vino
 - a) Burbujeante
 - b) No espumoso
- 3.- Estilo de vino
 - a) Seco
 - b) Mediano
 - c) Dulce
- 4.- Color del vino
 - a) Rojo
 - b) Rosa
 - c) Blanco
- 5.- Cosecha

Si el restaurante cuenta con vinos importados la lista debe de comenzar por los vinos de Francia: Bordeaux, Champagne, después los vinos alemanes como Rhin, Moselle, etc.

Esta lista puede aumentar mencionando vinos especiales de Alsacia, Loire, Italia, Portugal, España, etc.

Como los nombres de los vinos de importación están escritos en el idioma del país de origen, para facilitarle al cliente una pronunciación correcta se sugiere poner debajo del nombre del vino la fonética de la palabra, según Albin Seaberg⁴⁷

CHABLIS

CHATEAU D'YQEM

CHAH - BLEE

SHAT - O - DEEKEM

La presentación de los precios de los vinos usualmente son por botella completa, media botella, vaso o copa.

Es un aspecto importante señalar la cosecha y año del vino.

⁴⁷ Seaberg, G. Albin
op. cit. pág. 150

Para los conocedores no será necesario indicar cual es el vino que se debe servir con los platillos, pero para la gran mayoría de clientes sí.

BEBIDAS

Vino tinto

Vino blanco seco

Vino blanco dulce

Vino rosado

Clarete

ALIMENTOSCarnes, Asados, animales de caza,
guisos condimentados.

Pescados y mariscos

Pescados, mariscos y quesos blandos

Aves y si se trata de platillos
diferentes se puede tomar el mismo.

Entremeses, Asados y Quesos

BEBIDAS

Champagne

Manzanilla

Oporto, Madeira y
MarsalaCoñacs, Cremas y
MoscatelVermouths, Camparis y
Carpano.⁴⁸**ALIMENTOS**

Desde el aperitivo hasta el postre

Consomé y sopas

Postres y Quesos

Con el café

Bocadillos y Canapés.

⁴⁸ Gamboa, Benjamín
Cultura Gastronómica, Guía para Ejecutivos y Personal
del Ramo
Ed. Diana, 1992 pág. 80

POSTRES

Es lo último que se sirve en un menú, los postres se componen de frutas, helados, dulces, pasteles, flanes, gelatinas, según el ingenio del encargado de la repostería, podrán servirse solos o combinados.

La lista de postres en el menú varía según el tipo de restaurante, algunos cuentan con una larga selección de postres y los venden a lo grande, mientras que otros restaurantes no enlistan ni uno solo.

Algunos servicios de comida rápida los incluyen dentro del menú del día.

Los postres al igual que las bebidas pueden ser enlistadas de forma independiente, o formando parte de una sección del menú por ejemplo indicada por un doblez



En los restaurantes donde la lista de postres sea muy reducida, esta se puede ampliar añadiendo helados y especialidades de la fuente; así se utilizará una estrategia para aumentar la variedad en este tipo de comidas y seguramente se incrementaran las ventas.

Además al contar con mayor espacio la redacción de los textos se puede hacer más descriptiva por ejemplo:

CEREZAS JUBILEES: "Cerezas sazonadas en jarabe caliente al que se agrega kirsch y coñac para flamearlas; servidas sobre helado de vainilla".

Esta descripción ayudará al cliente en la elección del postre.

Un aspecto importante en estos menús, es la ilustración pues así el cliente además de leer la descripción del postre, tendrá una referencia gráfica de cómo se ve y entonces se le antojará más y lo pedirá.

Unas reglas básicas en estos menús serían: Una tipografía llamativa, un texto más descriptivo y fotografías o ilustraciones a todo color, además si se quieren destacar algunos artículos se sugiere enumerar los sabores de los helados, malteadas etc., emplear encabezados o subtítulos para destacar los diferentes artículos de la fuente y describir detalladamente los ingredientes sobre todo cuando se combinan frutas con helados o con licores.

MENÚ PARA NIÑOS

El menú para niños es considerado en los restaurantes de tipo familiar, así como hoteles y moteles y esto, porque es un grupo potencial de clientes que son acompañados por adultos.

Se pueden promover de tres maneras:

- Al principio del texto de la minuta se especificará que las raciones que se sirven a los niños son en porciones más reducidas y con distinto precio.
- La segunda forma es que en el menú principal se intercalen una lista de platillos creados especialmente para los niños y a precios reducidos. Esta sección infantil en el menú principal puede ser identificada por medio del color, placas, asteriscos y dobleces.
- Por último tenemos la presentación del menú independiente o separado, que puede incluir además de la lista de comida y precios, materiales como cuentos, juegos, rompecabezas, gorras, mascararas. Esto es pensando que se trata de una minuta dirigida a niños y que la deben de disfrutar.



El texto es ilegible debido a la baja resolución de la imagen.



4. DISEÑO E ILUSTRACIÓN EN EL MENÚ

- 4.1 Portada
- 4.2 Aspecto físico del menú bi y tridimensional
- 4.3 Color
- 4.4 Tipografía
- 4.5 Papeles, tipos y medidas
- 4.6 Diagramación
- 4.7 Sistemas de impresión
- 4.8 La ilustración en el menú
- 4.9 Técnicas de la ilustración

4.1 LA PORTADA

Numerosos factores intervendrán en un restaurante para crear una ambientación agradable y acogedora, las primeras impresiones que reciba el cliente serán importantes para poder invitarlo a que regrese.

Ya una vez instalado frente a su mesa se le proporcionará la minuta y lo que primero percibirá de ella será el formato y la portada o cubierta, ésta le deberá reflejar la imagen del restaurante.

En el diseño de la portada podemos identificar dos aspectos, la diagramación y el tipo de imagen.

Es decir que físicamente puede tener las siguientes características.

La portada será simple cuando únicamente ocupe la parte frontal, dejando la contracubierta o contraportada en blanco con un fondo de color o con un texto.

Cuando se utilice todo el espacio exterior se llamará cubierta doble.

Ahora bien la ilustración puede aparecer con las siguientes posibilidades:

- **En mancha**, la ilustración acapara el total de la hoja extendida de la que se compone la cubierta.
- **En caja**, quiere decir que la portada está comprendida sólo en la parte frontal del menú y que no se continúa en la contracubierta.
- **Con márgenes**, significando esto que al dejar un margen de dos o tres centímetros al final de la hoja hacia adentro se protegerá el contenido en sus extremos.

Cuando se ocupa la dimensión total de la hoja extendida se deben prever aproximadamente unos 3 milímetros más por lado para que la guillotina o suaje del menú no rebase el límite de corte en la imprenta.

La cubierta no está sujeta a un formato especial ni determinado, se puede manejar en forma vertical y horizontal, lo único que se deberá seguir es la dirección total que el menú indique.

En cuanto al tipo de imagen que se utilice en la portada, ésta deberá ser acorde al tipo de restaurante, y considerar aspectos como:

- a□ Una relación con la decoración y arquitectura del lugar.
- b□ Ilustrar adecuadamente el nombre del establecimiento
- c□ Seguir el esquema de color del restaurante.
- d□ Seleccionar los temas mas apropiados
- e□ Elegir el tipo de ilustración que mejor se adapte a los requerimientos del lugar, ya sea que se utilicen fotografías o ilustraciones en diferentes técnicas.

En cuanto a la calidad de materiales para la portada será más recomendable elegir un papel más grueso y resistente al uso o bien utilizar sobre el papel elegido un recubrimiento especial para proteger el dibujo o fotografía.

Suajes y cortes.

En lo que respecta a los suajes y cortes, éstos dan a la portada un efecto moderno e interesante, aunque resulta caro tiene la ventaja de que una vez obtenido el molde de corte o suaje éste se puede volver a utilizar.

4.2 ASPECTO FÍSICO DEL MENÚ BIDIMENSIONAL Y TRIDIMENSIONAL.

A través de las investigaciones sobre la historia gráfica de los menús nos hemos podido dar cuenta de la enorme variedad de modelos que han tenido las minutas, las cuales van desde una sencilla hoja impresa o realizada a mano hasta aquellos modelos más complicados, que fueron diseñados para ocasiones especiales y que seguramente requirieron en su momento de una esmerada atención para su realización.

La manera como se le van a presentar al cliente las diversas opciones gastronómicas durante su estancia en el restaurante, se pondrán de manifiesto en el soporte gráfico llamado menú, por lo tanto su aspecto físico, diseño y estilo serán determinantes para atraer la atención del cliente y de éste modo promover una venta.

Así como el capitán o jefe de cocina y dependientes de comedor están atentos a la elaboración de platillos, bebidas y una esmerada atención al cliente, la participación del Diseñador Gráfico será la

de cubrir la imagen visual del restaurante en todos sus aspectos: decoración, logotipo, publicidad y por supuesto la minuta.

La minuta es una extensión de la imagen del restaurante y al diseñarse habrá que considerar tanto la ambientación, como las características propias del lugar (ubicación del local, tipos de comidas que se sirven, nivel socioeconómico de la clientela, etc.).

La tipografía, clases de papel, ilustraciones, fotografías, color y diseño deberán ser analizados para distinguir que tan bien cumple cada parte con su función.

Para el diseño físico del menú habrá que tomar en cuenta el aspecto de la funcionalidad, es decir si el soporte donde va a estar impreso será el más adecuado ya sea que se vaya a utilizar papel, cartulina, plástico, madera, tela, corcho, etc.

Si es el más conveniente, durable, manejable y resistente. Si va de acuerdo con la imagen que quiere proyectar el restaurante, si el tamaño y formato son prácticos, aspectos que veremos en forma más detallada y que deberá incluir el diseñador al realizar la minuta.

La apariencia física del menú la podemos ubicar en dos grupos: ***bidimensionales y tridimensionales.***

En el grupo de los bidimensionales tenemos las siguientes características generales en cuanto a la forma, tamaño, número de hojas, dobleces y soportes.

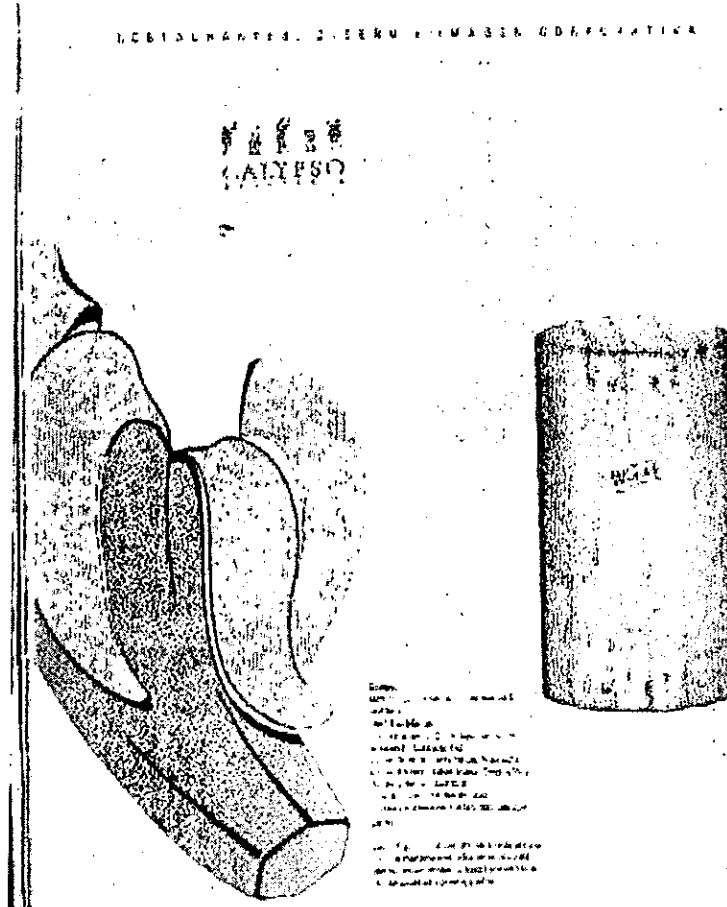
FORMA.- Generalmente son rectangulares con una disposición horizontal o vertical, también pueden adoptar otras formas geométricas como círculos, óvalos, triángulos, o bien seguir algún contorno que este relacionado con la decoración del lugar, o con algunas de las especialidades que se sirvan por ejemplo: en forma de un postre, helado o fruta.



Dentro de la forma podemos incluir aquellos menús que presenten algún tipo de orificio o calado, conocido como suaje.

Cliff Stafford nos muestra unos ejemplos del menú del restaurante Calypso en Australia, donde cada figura contiene diferentes especialidades del menú y así podemos apreciar los contornos irregulares de la fresa, el plátano, la manzana y la carta de vinos.⁴⁹

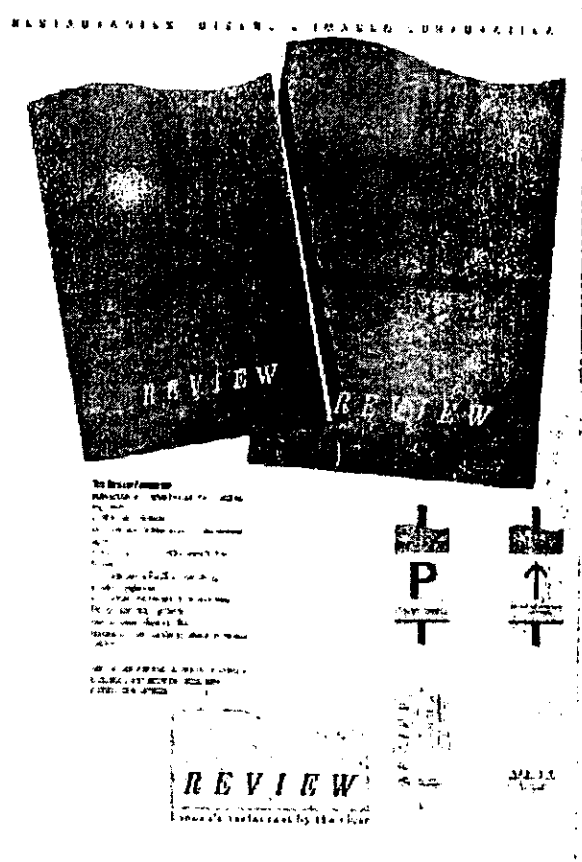
⁴⁹ Stafford, Cliff
Restaurantes, Diseño e Imagen Corporativa
Ed. G. Gili, 1992



Otro ejemplo con un contorno irregular es el del restaurante Review localizado en Royal Festival Hall en Londres Inglaterra.

CAPITULO 4

El contorno ondulado de la parte superior del menú está basado en la ondulación que tiene el plafón del techo.





TAMAÑO.- Los tamaños varían encontrándose medidas desde 4 x 6 pulg. (10 x 15 cm.), hasta 13 x 13 pulg. (46 x 32 cm.).

El tamaño determinará la funcionalidad, si es muy grande el cliente no podrá manejarlo con facilidad pues le estorbará con los vasos y las copas que se encuentren sobre la mesa pues llenará el espacio total de la misma.

SOPORTES.- Los menús impresos en papel o cartulina deberán de ser fáciles de doblar, esto evitará que se haga una marca en el doblar y que con el uso se vaya craquelando dejando un aspecto descuidado y con poca durabilidad.

El papel que se utilice o cartón deberá ser resistente, para los cortes y suajes así los contornos no se deteriorarán tan rápido por muy elaborados que sean los diseños.

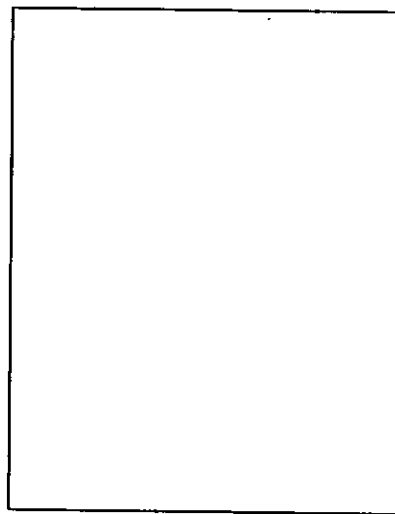
En algunos restaurantes utilizan otra clase de materiales para imprimir sus menús como: plástico, corcho o madera éste gusto dependerá de la imagen que quiera proyectar el lugar, en cualquier caso el material que se vaya a usar deberá ser elegido cuidadosamente y realizar las pruebas necesarias para ver si es el más conveniente o no.

NUMERO DE HOJAS Y DOBLECES.- El número de hojas y dobleces varía según la presentación, las cuales no deben de ser muchas pues esto le crea confusión al cliente.

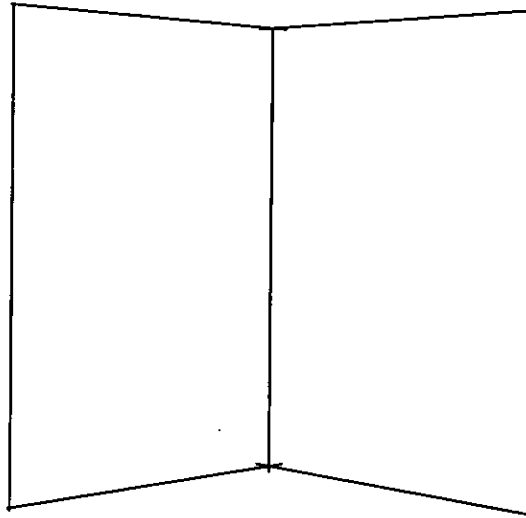
Ahora bien según la clase de restaurante y el presupuesto de que disponga será el número de menús, es decir que además del menú ordinario puede haber otros para las especialidades como postres, lista de vinos, café y pasteles, etc.

Nancy Scalon en su libro "Marketing by Menú" nos muestra algunas posibilidades que tienen los menús en cuanto a su forma así como el número de hojas que lo integran.⁵⁰

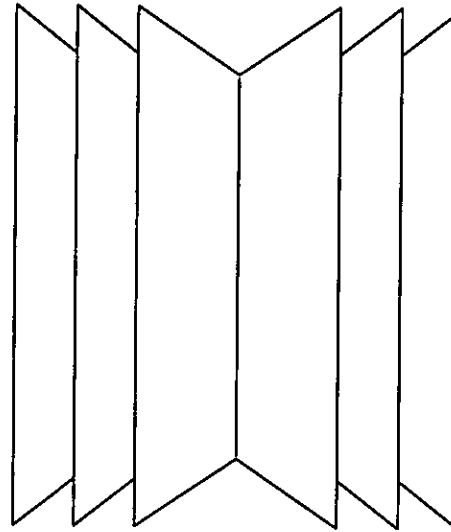
⁵⁰ Loman, Scanlon Nancy
Marketing by Menu
Van Nostrand Reinhold, New York.



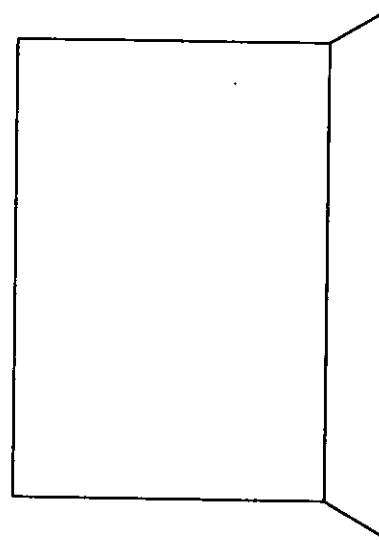
- a) Menú de una cara o cubierta. Es apropiado para una selección limitada de los platillos del menú.



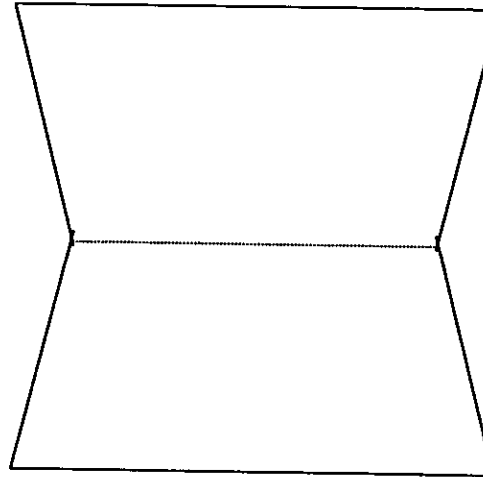
b) Formato clásico de dos caras que se dobla una sobre otra.



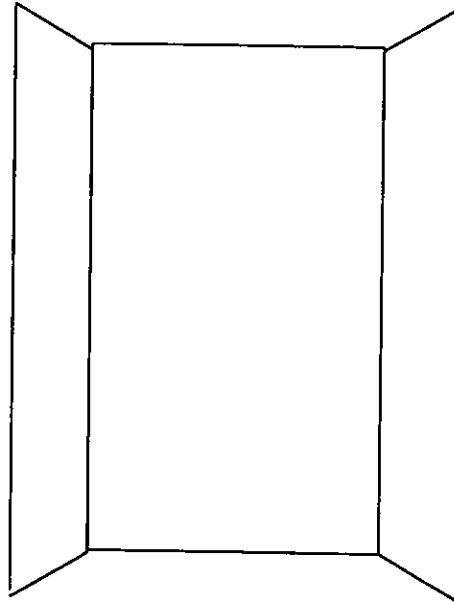
c) Formato de dos caras y paginas interiores. Este menú es apropiado para una gran selección de platillos.



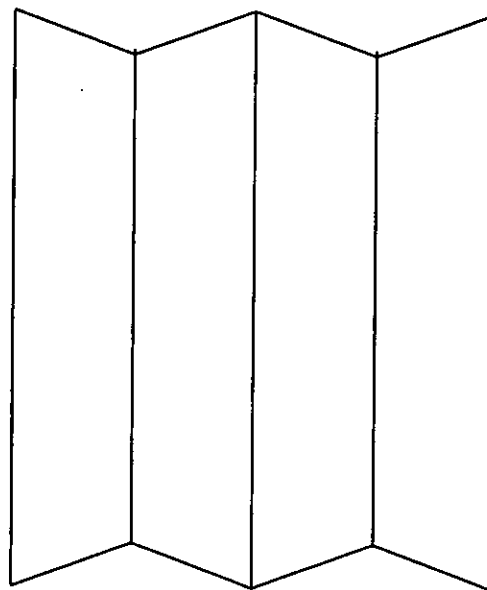
d) Formato de una cara o frente con un dobléz lateral. Este formato es excelente para añadir una selección de platillos (sugerencias del chef).



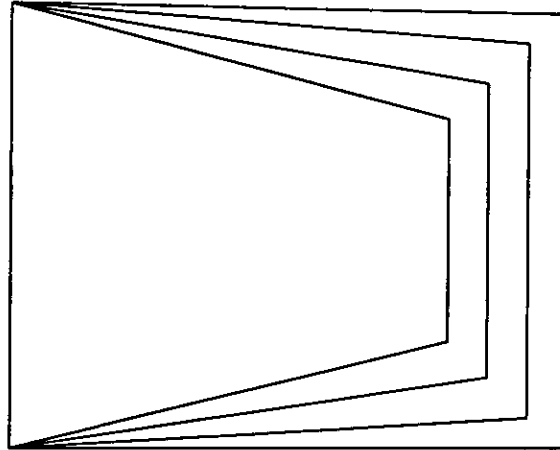
e) Formato de dos caras en forma horizontal. Ofrece la ventaja de que se le pueden añadir varias hojas según se necesite, pero deben estar firmemente aseguradas. De lo contrario al desprenderse causarán descuido y confusión.



f) Formato de tres caras.



g) Formato de dobléz múltiple. La dirección de los dobleces van en forma alternada.



h) Formato de dos caras y páginas superiores con diferentes tamaños. Sirve para visualizar por medio de un índice los contenidos del menú sobre todo cuando es extenso.

MENÚS TRIDIMENSIONALES

Generalmente los menús tridimensionales se colocan en el centro de la mesa, su forma será geométrica como cubos pirámides o cualquier otra forma que presente estabilidad.

Estos menús resultan muy convenientes para anunciar alguna promoción o sugerir el consumo de una especialidad.

Por ejemplo la lista de vinos y aperitivos en algunos restaurantes es colocada en un soporte que le sirve al mismo tiempo de empaque a la botella.

4.3 COLOR EN EL MENÚ

El color es un factor clave dentro del conjunto de elementos que van a conformar el diseño de un menú.

El color es el elemento que quizá más rápidamente identificamos, y con esto distingamos entre un servicio o producto y otro, en nuestro tema de trabajo sería entre una minuta de un restaurante y otra diferente.

El dominio que tenga el diseñador sobre el lenguaje y aplicación del color le permitirá hacer una elección más correcta ya que hay que seguir determinadas reglas como: la elección del contraste, manejo de los valores y matices, psicología de los colores y su asociación con determinadas imágenes, la legibilidad de ciertos colores en la tipografía o su uso como fondo de color incluso si el color puede ser reproducido con los sistemas de impresión de que se dispongan.

"El color no es un añadido final sino una positiva fuerza diseño que se integra en la imagen y hace de vuestro diseño un autentico logro creativo."⁵¹

La aplicación del color en el menú puede obedecer a diferentes intenciones.

1.- Para identificar y diferenciar la imagen del restaurante

⁵¹ Swann, Alan
El Color en el Diseño Gráfico.
Ed. Gustavo Gili, 1991, pág. 8

- 2.- Para influir en el estado de ánimo de los clientes.
- 3.- Para estimular el apetito
- 4.- Como promotor de ventas.

Es decir un restaurante que tanto en la decoración del lugar, como en los paneles del menú, tipografía e ilustraciones utilice colores brillantes y contrastantes no indicará que se trata de un lugar más informal como una hamburguesería, tortería o un local de comida rápida y con una clientela más joven.

En cambio los colores pasteles que son más suaves y sutiles combinados con colores oscuros o más apagados sugerirán un ambiente de elegancia y exclusividad para un restaurante de lujo, el color negro combinado con oro y plata distinguen a los lugares con ambientes muy sofisticados y clubes.

En cuanto a los efectos psicológicos del color en el ánimo de las personas, se conoce que éstos pueden hacer que alguien sienta frío, calor, alegría, optimismo, etc.

Los colores también se relacionan con el apetito es decir que lo pueden estimular o inhibir.

Los colores amarillos y naranjas se relacionan con el desayuno; los cítricos son colores frutales y jugosos con sabor a piña y naranja.⁵²

Los azules indican el color del hielo del agua, bebidas muy frías y refrescantes.

El verde es el color de sabor a limón, a menta, se asocia con ensaladas frescas.

El rojo tiene que ver con el color de la sazón, tal vez porque el jitomate le da un buen sabor a las comidas

Un tono más oscuro como el borgoña se relaciona con el color del vino tinto.

El color dorado pardo se asemeja al color de los cereales o la corteza de un pan recién horneado

El marrón evoca a una taza de café o un postre de chocolate.⁵³

⁵² Whelan M. Bride
Color Harmony
Ed. Somohano, 1995, pág. 27

⁵³ Swann, Alan
op. cit. pág. 79

Los colores pastel se utilizan para los postres, dulces o pasteles porque su aspecto es azucarado.

El blanco y el color crema nos recuerdan los productos lácteos como mantequilla, queso y cremas.⁵⁴

También hay algunas cocinas internacionales que ya están asociadas en la mente del cliente con determinados colores: la comida italiana se relaciona con el rojo, el blanco y el verde; la cocina china con el rojo y el negro; los platillos mexicanos utilizan colores muy festivos; y en cambio, la comida francesa recurre al amarillo y al dorado.

COLORES BUENOS PARA ABRIR APETITO

ROJO

ROJO NARANJA

DURAZNO

⁵⁴ Olcina, Emili
Los Colores Pastel
Ed. Gustavo Gili, 1989 pág. 94

VERDE CLARO

ROSA

CAFE

AMARILLO MANTEQUILLA.

COLORES QUE INHIBEN EL APETITO

VIOLETA - AMARILLO VERDOSO - GRIS - OLIVO -
AMARILLO CANARIO.

En cuanto al uso del color para promover y aumentar las ventas es indudable que un menú resulta más atractivo a la vista del cliente si es a color, le llamará más la atención y se dejará a un lado ese aspecto "gris" y descuidado que tienen todavía muchos restaurantes.

El color ayudará a identificar las promociones, y aquellos grupos de comida que se quieran destacar con un determinado propósito, ya que tiene una comprobada efectividad en las ventas y en la mercadotecnia.

APLICACION DEL COLOR EN EL MENU

1. A través de la fotografía a color
2. Por medio de ilustraciones o viñetas a color
3. Seleccionando papeles de colores
4. Utilizando el color en títulos y subtítulos, en grupos de viandas o bien por medio de recuadros, plecas y contornos destacando áreas específicas.
5. Plasta de color en papel blanco

Como recomendaciones para el uso del color serían:

- Las combinaciones deberán ser seleccionadas cuidadosamente así como el uso de los colores independientes.
- Considerar los costos, pues mientras más colores mayor será el costo de la impresión.
- Una combinación menos costosa es aplicar un color en el texto o viñeta sobre un fondo de papel a color.

- Solo una cantidad limitada de tipografía deberá estar en un segundo color para evitar la dificultad de la lectura, esto será en los encabezados como carnes, mariscos, postres, etc.
- La legibilidad es muy importante tanto para los fondos como para la tipografía; estos colores deberán ser sobrios y que siempre presenten un buen contraste.
- Los colores convendrá que se elijan pensando en la iluminación en la que se van a encontrar, que por lo regular será con luz artificial.
- Texturas y color también deben ser consideradas.
- Cuando se usen colores pastel estos convendrá que se combinen con colores un poco más oscuros o neutros para evitar una apariencia "empalagosa".

4.4 TIPOGRAFÍA

Es el término que se utiliza para designar a la impresión de textos, en la tipografía vemos el estilo de la letra, su forma, su tamaño, su peso, en fin todo lo que sirva para llamar y dirigir la atención del cliente sobre el escrito.

Para que el menú pueda cumplir con su función comunicativa a través del texto es importante elegir un adecuado tipo de letra y así facilitarle al cliente la lectura del menú.

Estudios en distintas minutas han demostrado que la gran mayoría están formados por columnas y bloques de texto difíciles de leer por su pequeña letra resultando una falta de cortesía para con el cliente.

Ya que el menú descansa sobre la letra impresa, la tipografía debe considerarse profesionalmente. Un menú puede fallar si el cliente no lee los artículos de una manera cómoda.

Un aspecto básico al momento de elegir el tipo e letra es la legibilidad, ya que la elección va más allá que una simple preferencia.

El tipo de letra se usa en 3 diferentes secciones del menú que son: Título o encabezados, nombre de los platillos y texto o descripción de los mismos.

La disposición de las secciones determinará cuales platillos va a localizar el cliente y el tipo de letra ayudara a dirigir su vista a áreas específicas del menú.

4.4.1 ESTILOS DE LETRAS

El estilo de letra seleccionado para el menú tendrá un efecto definitivo en el cliente porque tan importante es la claridad y legibilidad, como lo es el estilo ya que este puede influir en el estado de ánimo del cliente.

El estilo de la letra debe expresar el carácter y la personalidad

del restaurante y ser uniforme con el diseño total del menú, muchos restaurantes descuidan este aspecto sobre todo cuando hacen adiciones con impresos o manuscritos sobre el menú que ya esta impreso, creando confusión en el cliente y un aspecto descuidado.

Existen varios tipos de letras, de modo general tomemos la clasificación que nos da Albin Seaberg.

El estilo romano .- que es clásico, sólido y a la vez con gracia y belleza, es utilizada en revistas y periódicos algunas versiones son Bodoni, Garamond y Caslon.

A a B b C c D d E e

Entradas y *Sopas*

A a B b C c D d E e

Entradas y *Sopas*

A a B b C c D d E e

Entradas y *S o p a s*

A a B b C c D d E e

Entradas y *Sopas*

A a B b C c D d E e

Entradas y *Sopas*

La letra Helvética .- es más ligera y estilizada

A a B b C c D d E e

Ensaladas y *Verduras*

A a B b C c D d E e

Ensaladas y *Verduras*

A a B b C c D d E e

Ensaladas y *Verduras*

A a B b C c D d E e

Ensaladas y *Verduras*

A a B b C c D d E e

Ensaladas y *Verduras*

El estilo moderno .- Tiene un aspecto dinámico y limpio, ejemplo Futura, 20th Century, Spartan, y Venus.

A a B b C c D d E e

Postres y *Helados*

A a B b C c D d E e

Postres y *Helados*

A a B b C c D d E e

Postres y *Helados*

A A B B C C D D E E

POSTRES Y *HELADOS*

A a B b C c D d E e

Postres y *Helados*

A a B b C c D d E e

Postres y *Helados*

A A B B C C D D E E

POSTRES Y *HELADOS*

A a B b C c D d E e

Postres y *Helados*

A A B B C C D D E E

POSTRES Y *HELADOS*

A a B b C c D d E e

Postres y *Helados*

A a B b C c D d E e

Postres y Helados

Estilo Script o letra cursiva .- Se aprecia libre y fluida ya que sigue el movimiento de la mano, añadiendo variedad y belleza al menú.

A a B b C c D d E e

Pasteles y Galletas

A a B b C c D d E e

Pasteles y Galletas

A a B b C c D d E e

Pasteles y Galletas

A a B b C c D d E e

Pasteles y *Galletas*

A a B b C c D d E e

Pasteles y Galletas

A a B b C c D d E e

Pasteles y *Galletas*

Tres factores que afectan la legibilidad del menú son:

- Los espacios
- El contraste
- La uniformidad en el diseño tipográfico

Los espacios .- Cada letra tiene su propio tamaño y esto repercute en la separación entre cada letra y entre cada palabra, por ejemplo en textos grandes la tipografía deberá ser más simple.

El contraste .- Es una técnica para llamar la atención del cliente y dirigir su vista por medio de colores, placas, recuadros, tamaños y estilos de letras destacando áreas específicas del menú. Por medio de esta técnica se distinguen de un solo vistazo las diferentes secciones facilitando y amenizando la lectura.

La Uniformidad .- Aún dentro del contraste que exista entre las formas, colores y estilos de letras el diseño general debe expresar una compatibilidad es decir que el contraste no sea tan exagerado que resulte confuso y molesto para el cliente.

4.5 PAPELES, CLASES DE PAPEL Y MEDIDAS

El papel es considerado el soporte gráfico preferente y más común en la impresión de un menú, aunque como ya se mencionó existen otras superficies como el corcho, la madera, plásticos y telas.

El papel deberá ser seleccionado adecuadamente desde el análisis del problema, para que se adapte al diseño específico que se está planeando ya que esto redundará en gran medida al éxito del diseño.

Algunos indicadores para la selección del papel como la durabilidad, resistencia al trato, uso del color e ilustraciones, tipo de impresión a la que será sometido el papel serán fundamentales que los conozca el diseñador gráfico.

Actualmente tenemos gran cantidad de materiales tanto naturales como artificiales, la madera, arroz, así como productos químicos o fibras de las cuales se obtienen diversas clases de papel.

El distinguir esta variedad se reflejará tanto en el diseño como en el costo del menú.

Los papeles presentan cualidades físicas y estéticas es decir su apariencia y textura al tacto: si es liso, áspero, poroso con color o si es fuerte, resistente con estabilidad, si es delgado o grueso, pesado o liviano, aprovechar adecuadamente esas cualidades dependerán del propósito y temporalidad del menú.

Por ejemplo, en un menú se puede usar un papel más fuerte, grueso y rígido para las cubiertas y otro más liviano para las hojas internas. También los artículos que tengan mayor permanencia como bebidas, entradas, sandwiches y ensaladas podrán estar impresas en

papel más grueso y las especialidades del día o promociones en otro más liviano.

Resistencia

Equivale a durabilidad un papel resistente se sostendrá en pie mientras se use, la resistencia estará determinada por el material básico con que este hecho el papel y el grano del papel.

Grano del papel

Este se da por que las fibras del papel corren en una determinada dirección, así pues los dobleces y recortes deben seguir el granulado del papel de lo contrario el papel se podrá quebrar, rasgar y hasta ocasionar severas arrugas.

Texturas

Considerando que el menú va a ser sostenido por las manos del cliente, de gran importancia es su textura al tacto, el acabado puede ser muy liso como el papel recubierto o tener una ligera apariencia áspera.

Los papeles texturizados son recomendables para las portadas, la textura y el terminado del papel influyen en la calidad de la reproducción fotográfica y en la impresión de textos, aun que las prensas litográficas han mejorado muchísimo para poder imprimir en este tipo de superficies, es mejor cuando se utiliza un papel emulsionado o liso.

En el caso de los textos un textura rugosa o áspera afecta la legibilidad de la lectura del tipo de imprenta.

Los papeles para imprimir menús los podemos distinguir entre emulsionados y no emulsionados.

Papeles emulsionados

Este tipo de papel se fabrica aplicando una fina capa de mineral a la superficie del papel, llamado Tiza, película o emulsión por lavado. Este lavado da al papel reflejo al llenar sus minúsculos valles de forma que la tinta se queda sobre él en vez de ser absorbida.

Los papeles emulsionados son satinados para aumentar su brillo la cantidad de brillo esta determinada por el número de rodillos pulidores por los que pasa el papel.

Los acabados pueden ser: mate con un brillo mediano, opaco con un acabado satinado y supersatinado con mucho brillo, en general estos papeles tienen buen reflejo y son excelentes para la calidad de reproducción de trabajos de medios tonos y a color.

Una recomendación que debemos tomar en cuenta cuando se utilizan superficies muy brillantes, es que el brillo al dar reflejos disminuyen la legibilidad. Además el menú se leerá la mayor parte del tiempo con luz artificial afectando al color y caracteres tipográficos.

Si es más importante el texto lo más recomendable sería elegir un papel mate.

También en el menú se puede recurrir a un papel con un acabado o un recubrimiento a prueba de agua y manchas de comida y grasa que sea

fácil de limpiar.

Papel no emulsionado

Estos papeles tienden a absorber las tintas en vez de mantenerla en la superficie.

Reciben bien las texturas, diseños y estampados pudiendo encontrar una variedad como por ejemplo acabados de forma: ondeada, graneada, con imitación de cuero y/o arrugada, etc.

No son muy recomendables para la impresión de textos o fotografías sobre todo cuando se requiere alta calidad y esto es por que la misma superficie granulosa o texturizada afecta la legibilidad pero si se quiere usar este tipo de papeles la textura deberá ser muy leve.

Los papeles no emulsionados tienen resistencia y se pueden doblar en varias formas, plegarse y recortarse en formas menos convencionales que las figuras rectangulares o cuadradas.

Color en el papel

El color en el papel que se utiliza en el menú puede ser desde el más puro blanco y los colores pastel hasta llegar a los colores más intensos, comúnmente se piensa que color en el menú solo se logra añadiendo ilustraciones, fotografías o plastas de color a una superficie en blanco, siendo que el color puede estar en el mismo papel.

Ahora bien como se dijo anteriormente en el tema de color, éste influye en la legibilidad por lo tanto habrá que hacer pruebas para escoger el más conveniente, sobre todo cuando se utilizan medios tonos y fotografías.

La forma de utilizar con éxito los medios tonos y otras ilustraciones sobre papel oscuro, es imprimir primero la ventana blanca en la que aparecerán después los medios tonos.

El método de impresión sobre papeles oscuros o de colores intensos

puede resultar más costoso por la otra pasada de tinta.

Otra forma es imprimir sobre papel blanco y colorearlo en ciertas zonas con filtros.

Tamaño del papel

El papel se consigue en rollo o en hojas de tamaño standard por ejemplo: 50 x 88, 60 x 90, 70 x 95, etc.

Dada la variedad de formatos que existen en los menús, será conveniente que el diseñador conozca el tamaño de los pliegos, que considere sean los más adecuados, y que le permitan el mayor aprovechamiento y evitar el desperdicio.

Opacidad del papel

Esto se aprecia en los papeles más pesados y gruesos aunque también dependerá de la cantidad de emulsión que tiene la superficie del papel. La opacidad impide el traspaso de la tinta de imprenta de un lado a otro del papel, esto es muy importante cuando se va a

imprimir por ambos lados.

Algunas de las técnicas de impresión y diseño que menciona A. Seaberg.

- Tintas transparentes y opacas sobre papeles blancos o a color.
- Relieves
- Tintas brillantes en papeles oscuros
- Tintas metálicas en papeles de color o entintados
- Uso tridimensional del papel.
- Impresiones en papel transparente (cellophane) o semitransparente.
- Texturas táctiles y otros efectos sensoriales.
- Variaciones del mismo menú, impreso en diferentes papeles.

4.6 DIAGRAMACIÓN

La red de diagramación es una retícula auxiliar, que tiene como finalidad señalar la ubicación más conveniente de los componentes

En general las opciones de alimentos se presentan en el orden en el cual el comensal los va a elegir.

Ya en función de ventas de menú, la estructura de la red irá destacando en aquellos platillos que lo requieran.

La red también es un auxiliar para el recorrido visual que va haciendo el cliente a medida que va explorando la página.

Por ejemplo, en estudios realizados se dice que el ojo tiende después de abandonar la fijación inicial a moverse hacia la izquierda y hacia arriba, también se observó que el ojo realiza un recorrido siguiendo las manecillas del reloj, que se prefiere el movimiento horizontal y que en un espacio dado se prefiere la posición izquierda sobre la derecha y la posición superior sobre la inferior.⁵⁵

⁵⁵ Turnbull, Arthur
Comunicación Gráfica
Ed. Trillas 1990, pág. 228

Las anteriores tendencias al ser conocidas por el diseñador le ayudarán en la construcción de su retícula para que donde se fije más la atención del ojo se incluyan contenidos de interés para el lector.

4.7 SISTEMAS DE IMPRESIÓN

Con la variedad en los procesos de impresión, el diseñador podrá elegir desde un principio aquel sistema que se adapte a sus necesidades, considerando la calidad, durabilidad y costo.

En el capítulo correspondiente a la historia de las minutas, se hizo mención de como los primeros ejemplares estaban realizados por completo a mano.

En las muestras que han llegado hasta nuestros días se puede ver el color a base de acuarela y tintas, la letra era manuscrita y en la portada o cubierta se utilizaron acabados con figuras realzadas como un repujado.

La imprenta y las técnicas de grabado contribuyeron a dar un impulso a estos impresos. Así pues estos primeros menús ya impresos requirieron de tipos de madera y de metal tanto para los textos como para las ilustraciones.

La aparición de la litografía aportó mayor riqueza permitiendo mejor calidad en la imagen con más nitidez.

En la actualidad estos impresos utilizan la litografía offset por su calidad y rapidez.

A continuación mencionaremos otros sistemas para producir impresos, que aunque ya no se utilicen normalmente, aún siguen vigentes y conviene tener un conocimiento de ellos tales como la tipografía, el huecograbado y la serigrafía así como algunos acabados.

Litografía

Antecesora del sistema offset fue inventada en Baviera por Alois Senefelder en 1798, es una impresión con una superficie plana, humedecida, usando tinta y grasa. Se basa en el rechazo natural

entre el agua y la grasa el área de la imagen se trata químicamente para que acepte la tinta y rechace el agua mientras que el área que no tiene imagen es tratada para aceptar el agua y rechazar la tinta.

Inicialmente se usaba como superficie de impresión una piedra porosa, pero más adelante se la sustituyó por una plancha granulosa de zinc, para fines artísticos aun siguen utilizando la piedra.⁵⁶

Litografía Offset

Fue a partir del siglo XX cuando se comenzó a utilizar con fines comerciales, aplicando el sistema offset. Este es un método en el que la imagen no se imprime directamente de la plancha, aquí primero pasa a un cilindro recubierto de goma llamado mantilla que es el que realiza la impresión sobre el papel.

El dispositivo consta de tres cilindros: el cilindro de goma, que

⁵⁶ Lynn-John
Cómo Preparar Diseños para la Imprenta
Ed. Gustavo Gili, 1989 pág. 22

lleva una plancha de goma enrollada, el cilindro que lleva el clisé de impresión, y el cilindro de impresión que aprieta el papel contra el cilindro de goma para hacer la impresión.⁵⁷

Entre las ventajas del sistema tenemos que ofrece una buena reproducción de detalles, impresión sobre cualquier superficie, velocidades de impresión más elevadas, válida para textos a un sólo color así como obras ilustradas a todo color.

Tipografía

Este es un sistema en relieve donde la imagen a imprimir sobresale con respecto al fondo, la superficie en relieve es la que se entinta por medio de un rodillo. El papel se coloca sobre la superficie entintada y se presiona mediante un cilindro de impresión.

En la tipografía tradicional todo el texto se imprime con tipos metálicos y las imágenes con bloques. Aunque esta técnica ha sido aventajada por otras, algunos talleres la siguen utilizando por ejemplo en papelería como tarjetas, invitaciones y etiquetas.

⁵⁷ Ibid., pág. 23

Serigrafía

Es un método de impresión en donde la imagen se forma en una pantalla cuyo tejido podrá ser de seda o de fibras sintéticas. La imagen quedara adherida a la pantalla por medio de una plantilla o fotográficamente, así la tinta pasará a través de la pantalla únicamente por donde esta el hueco que forma la imagen.

La serigrafía es útil cuando el presupuesto para impresión es reducido, por ejemplo para un pequeño restaurante que requiriera de pocos ejemplares.

Una de las ventajas del procedimiento es de que se puede imprimir sobre cualquier material y se obtienen diferentes acabados.

Gofrado y Fileteado

No es precisamente un proceso de impresión, forma parte del encuadernado, se utiliza en las pastas o cubiertas del impreso.

En algunos restaurantes podemos ver en la portada un realizado sobre

metal o en piel con la figura de un escudo o el nombre del establecimiento. Aquí se recomienda que el diseño no tenga detalles muy finos porque podrían aplastarse los caracteres, así pues las líneas gruesas funcionan mejor.⁵⁸

Sistemas Computarizados de Imágenes, Impresión a Chorro e Impresión Láser

Actualmente las mejoras en los sistemas de impresión van encaminados al desarrollo de sistemas totalmente computarizados, comenzando con la información digital en una computadora hasta llegar a la imagen impresa.

Varios restaurantes realizan ellos mismos sus menús, esto les resulta práctico y vuelve ágil el impreso sobre todo cuando hay que realizar cambios en precios y contenidos constantemente.

Este procedimiento salta los pasos de la tipografía y la composición de páginas que de otro modo se harían manualmente, ya que texto y

⁵⁸ Lynn-John, op. cit., pág. 29

elementos gráficos como fotografías y dibujos se pueden colocar en una página a través de la computadora.

Los sistemas de impresión son: ***La impresora a chorro y la impresora láser.***

En la impresión a chorro la información digitalizada en una computadora se usa para dirigir tinta a través de diminutas boquillas para formar patrones alfanuméricos o de puntos cuando rocían un líquido pulverizado para formar las imágenes sobre el papel.⁵⁹

Las ventajas que ofrece es que se puede imprimir en superficies delicadas y quebradizas; se elimina el desgaste de las placas que golpean contra el papel, así como el uso de una maquinaria que ocupa mucho espacio.

Este sistema tiene gran aplicación en papeles membretados para uso oficial y para uso interno de las empresas.

⁵⁹ Turnbull, Arthur. op. cit., pág. 69

Impresora Láser

"Es otro sistema donde el rayo láser dirigido por computadora produce un patrón de carga en una placa o tambor y después recoge el toner y lo transfiere al papel. Las imágenes de la placa o tambor pueden ser borradas rápidamente y reemplazadas por otras".⁶⁰

Las impresiones serán en blanco y negro o a color utilizando una impresora en color.

Ambos sistemas de impresión se utilizarán según sea la cantidad de ejemplares que se necesiten, por ejemplo para un tiraje corto se puede imprimir en láser y fotocopiar.

En otros casos será más conveniente preparar un original para impresión con su correspondiente separación de color por medio del scanner, un original por cada color y mandarlos a la imprenta.

Tanto las impresiones láser monocromas como las impresiones a color

⁶⁰ Ibid., pág. 70

son útiles para comprobar el diseño global, color y tipografía antes de elaborar los clisés e impresiones para imprenta.

4.8 LA ILUSTRACIÓN EN EL MENÚ

La ilustración en el menú es un factor que llamará la atención del cliente, pues las imágenes dentro de un espacio con abundante tipografía serán más agradables invitando al comensal a la lectura.

Las imágenes podrán ser a base de fotografías a color o blanco y negro, ilustraciones en diferentes técnicas o sencillas viñetas. Los platillos que mas comúnmente se ilustran son: entremeses, ensaladas, sándwichs, hamburguesas, carnes, aves y postres.

Esto no quiere decir que siempre los temas van a estar relacionados con las comidas que vende el restaurante, aunque por lo general es así pero podemos encontrar temas tan variados como:

- **Paisajes;** estarán vinculados con el lugar donde se ubica el local

- **Temas ornamentales;** tallos entrelazados con hojas y flores
- **Fauna;** marina o terrestre
- **Elementos arquitectónicos** alusivos a la decoración
- **Juegos tipográficos**
- **Formas geométricas o arbitrarias**
- **Juegos modulares**
- **Bodegones;** figuras que algunas veces evocan al cubismo, Art Deco, Art Nouveau, etc.
- **Figura humana,** objetos accesorios.

En el caso específico de recurrir a las imágenes relacionadas con la comida, debemos considerar que éstas agilizarán y facilitarán la elección por parte del cliente y por lo tanto la presentación deberá tener mucha calidad.

El cliente al ver las imágenes le significarán que los platillos y bebidas le serán presentados de igual manera en su mesa. La calidad en la reproducción del impreso es importante, un filete por ejemplo no deberá tener un aspecto verdoso o que un pollo frito se vea como una masa café.

No todo lo que se anuncie en el menú podrá ser ilustrado, primero por la cantidad de artículos y segundo por los costos, pero sí se puede hacer una selección de aquellos que se quieran promover más.

La colocación de las imágenes en el menú obedecerá a la diagramación que se haya escogido, quedando distribuido a lo largo del mismo.

Existen infinidad de soluciones pues las imágenes bien pueden quedar como fondo de los textos, como elementos decorativos o anunciando específicamente un platillo. En algunos casos para un mayor énfasis se utilizaran recuadros delineados o manchas de color con diversas siluetas y sobre ellas la imagen.

Las fotografías de comidas pueden aparecer rodeadas por un fondo el cual no debe ser un elemento distractor.

4.9 TÉCNICAS DE ILUSTRACIÓN

Como se dijo anteriormente las imágenes que encontramos en los menús están comprendidas entre fotografías e ilustraciones con diferentes técnicas.

Las técnicas dependerán de las superficies que se hayan elegido para imprimir el menú, las cuales casi siempre serán papeles en diferentes grosores aunque hay que recordar que también se pueden utilizar el corcho, madera, tela, acetato, etc.

La fotografía dará al cliente una imagen real "tal y como es el objeto o producto", esta será a color o en blanco y negro. Sobre esto podemos decir que actualmente con los adelantos técnicos que ha tenido la fotografía vemos que es muy común utilizarla en los menús.

Además para algunos restaurantes resulta mas práctico; un ejemplo lo tenemos en los menús de lugares como Vips, Toks o El portón.

Aquí utilizan otros impresos en formato más grande colocándolos en las paredes y ventanas del restaurante para anunciar las promociones del mes

Ahora bien en el caso de los dibujos o ilustraciones se utilizan diferentes técnicas de representación mismas que pueden ser a color o en blanco y negro, a continuación describimos algunas de ellas.

Lápiz grafito

Es una de las herramientas más comunes para realizar dibujos son una mezcla de grafito y arcilla, cuanto más arcilla haya en la mezcla mayor será la dureza de la mina.

Un lápiz blando o duro estará indicado por el número de serie y las letras H ó B, el acabado dependerá de la textura del papel ya se áspero o liso.

Lápices de color

Son apropiados para dibujar sombrear y rayar existen diferentes marcas que ofrecen una amplia gama de colores resistentes a la luz y al agua aunque también existen lápices de color con minas solubles al agua para producir lavados de color.

Se emplean en sobre papeles y cartulinas que tengan diferentes texturas.

Pasteles secos y al óleo

Son pigmentos secos en polvo mezclados con un medio aglutinante se presentan en forma de barritas o lápices, son cubrientes, se pueden difuminar para mezclar los colores se aplican sobre papeles que tengan textura para que se adhiera mejor el polvo de color.

Los pasteles al óleo son aglutinados con sustancias grasas, también son cubrientes, no necesitan fijador y se pueden difuminar con trementina o esfumino.

Crayones (ceras)

Son parecidos los pasteles al óleo están constituidos por pigmentos amasados y aglutinados con cera, se emplean para dibujar sobre papel, cartón, madera y tela.

Acuarelas y Tintas de color

Son pigmentos solubles al agua y la característica es la transparencia, tienen bastante aplicación en la ilustración.

Indiscutiblemente el papel es el mejor soporte para las acuarelas y las tintas. Los colores de acuarela concentrados se utilizan en ilustraciones hechas con el aerógrafo.

Gouaches y Acrílicos

A diferencia de las acuarelas son colores cubrientes, solubles en agua, de secado rápido se aplican sobre papel, cartón, tela y madera. El Gouache blanco se puede mezclar con las acuarelas utilizando toda la gama.

Los acrílicos tienen una acabado mate o brillante muy diluidos se aplican por medio del aerógrafo.

Otros medios que se usan en las ilustraciones son el óleo y el temple y por último podríamos mencionar las técnicas mixtas donde se permite la combinación de diferentes técnicas.

Computadoras

El trabajo del ilustrador se ha simplificado mucho con el uso de las computadoras.

La novedad en el grafismo actual es todo el campo del diseño gráfico a través de la computadora, dentro del cual la autoedición es una parte sustancial.

La tecnología que usamos hoy en día para la confección de imágenes y el diseño tipográfico es responsable de una vasta gama de nuevos efectos visuales, efectos que hace unos pocos años hubiera sido imposible producir.

La computadora se revela entonces para el diseñador como una herramienta de apoyo muy importante en la autoedición facilitándole su trabajo en todas y cada una de las etapas de desarrollo del diseño; por un lado a través del uso de paquetes o programas para computadoras (software) de propósito específico para el diseño y que son aplicables en las diferentes ramas del mismo como lo pueden ser por ejemplo Photoshop o Corel Photopaint que se especializan en manejar fotografías, o para otras áreas del diseño como por ejemplo: Corel Draw, Pagemaker, Ventura, 3Dstudio, Paint shop pro, Java, etc.; y por otro lado a través del uso de dispositivos que se tienen a disposición para facilitar esta tarea de desarrollo (hardware),

como lo son los scanners para la captura o digitalización de imágenes, las impresoras láser y las de chorro de tinta para las impresiones tanto de las pruebas como de los trabajos finales.



5. PROPUESTA DE DISEÑO PARA EL MENÚ DE UN RESTAURANTE

- 5.1 Generalidades
- 5.2 Nombre del restaurante y localización
- 5.3 Descripción del lugar
- 5.4 El servicio
- 5.5 El cliente
- 5.6 Identidad corporativa
- 5.7 El menú
- 5.8 Propuesta de diseño

5.1 GENERALIDADES

El restaurante Côté Sud se inauguró en abril de 1995, al frente del local se encuentran los señores: Hervé Aubry, Vicente Giralt y Julio Cesar Carrasquedo.

El lugar está situado en la tradicional Colonia Roma de la Ciudad de México, es un restaurante que ofrece un servicio esmerado a su clientela.

Además se ha aprovechado la creación del corredor artístico y cultural de la colonia Roma convirtiéndolo así en excelente punto de reunión.

Su imagen juega un papel muy importante pues compite con otros restaurantes cercanos a él, de todas las categorías y gustos.



5.2 NOMBRE DEL RESTAURANTE Y LOCALIZACION.

Nombre del restaurante : Côté Sud. restaurante francés

Ubicación : calle de Orizaba No. 87, esquina Colima ; colonia Roma,
C.P. 06700, México, D.F.

Internet: <http://ourworld.compuserve.com/homepages/cotesud/>



5.3 DESCRIPCION DEL LUGAR

El restaurante Côté Sud presenta un ambiente informal y con acento mediterráneo, mismo que se resalta a través del estilo decorativo.

El mobiliario es de madera de pino en color claro, las sillas son rústicas con asientos de mimbre sobre las cuales hay cojines.

El piso es de loseta de barro en color ladrillo. Los colores que decoran las paredes son en azul ultramar y amarillo ocre claro, mismos que evocan el mar y las playas de la zona mediterránea.

Los plafones son en color blanco, la iluminación es indirecta y tenue.



El estampado de los cojines tiene motivos frutales, y en algunas áreas de la tela se repite el color de las paredes: azul ultramar y ocre.

La vajilla es de procedencia brasileña y en color blanco, la mantelería es de algodón también en color blanco. El lugar nos

invita a disfrutar de un ambiente sencillo, discreto, acogedor y familiar.



Las paredes lucen adornadas con cuadros, realizados en diferentes técnicas y de variados temas; esta sirve para atraer la atención de los clientes e interesarlos en la adquisición de alguna de estas obras apoyando así la expresión plástica.

5.4 EL SERVICIO

Tipos de servicio

- Restaurante
- Cafetería

Horario : 14:00 a 23:00 horas. de lunes a domingo.

Servicios alternos

En Côté Sud también se pueden organizar eventos como: banquetes, recepciones, aniversarios, graduaciones, etc. El restaurante apoya la expresión plástica poniendo a la venta las obras de grabado y pintura que exhibe.

Capacidad de asientos

El local cuenta con:

núm. de mesas	-	13
núm. de asientos	-	48

Personal

La organización del personal está conformada así:

	Gerente	
Restaurante:		
	4 meseros	(dos en el turno de día y dos por la tarde)
	1 chef	
Cocina:	3 cocineros	
	1 lavaplatos	

Tipo de cocina

El chef Hervè Aubry respalda las creaciones de la cocina francesa con un acento mediterráneo, su experiencia es de más de diez años siendo chef ante la embajada de Francia en México.

En cada platillo se combinan perfectamente la textura y el sabor, pensando también en el paladar nacional acostumbrado a los condimentos fuertes.

Tipo de bebidas

Los vinos y licores son importados en su mayoría.

5.5 EL CLIENTE

La ubicación del restaurante ha propiciado un tipo de clientela heterogénea, reuniendo así: gente de negocios, políticos, artistas, intelectuales, turistas.

Es decir en su gran mayoría son gente a la que le gusta atender sus asuntos de trabajo pero rodeados de un ambiente tranquilo y acogedor, aunque también hay quienes asisten por motivos de esparcimiento o celebración.

La asistencia puede ser con o sin reservación, el nivel socioeconómico de los clientes es medio alto y alto.

El servicio en una comida o cena para dos personas puede ser como mínimo de \$250.00. Sin incluir los vinos.

En el caso de una comida aumenta el costo considerando las ensaladas, postres y café, esto según el gusto del cliente y si se trata de una cena puede ser un menor precio pues sería un platillo del grupo de carnes o pescados y el vino, el costo es haciendo un cálculo aproximado.

5.6 IDENTIDAD CORPORATIVA

El logotipo se presenta en una sola versión y sólo cambia el tamaño según se requiera.

Côté Sud
restaurant français

Las aplicaciones las encontramos en objetos de uso en el restaurante y en la papelería y formas administrativas como: hojas membretadas, sobres tamaño carta, tarjetas de presentación, notas de remisión.

MUESTRAS DE PAPELERIA

Côté Sud

Notra Bistrot S.A. de C.V.

Orizaba 87, B-C, Col Roma, 207-36-76

CONTRA - RECIBO

Recibidos de

Los siguientes documentos a revisión

Nº	por \$
Nº	por \$
Nº	por \$
Nº	por \$

México, D.F. a de de 19 ..

Pagos los Miércoles de 10h a 13 30h

Fecha de pago: FIRMA

CONTABILIDAD: COPIA DEL CONTRARECIBO Y FACTURA ORIGINAL PROVEEDOR: ORIGINAL DEL CONTRARECIBO

Contrarecibos y notas de pago

restaurant

Côte Sud

café

comida francesa

no. mesa		personas	fecha	0887
				sin valor fiscal
cant.	concepto			precio
<i>forma de pago</i>				
efectivo	cheque	diners	am. exp.	otras

calle orizaba 87, colonia roma 6700 Mexico, d.f. tel.: 207 16-76

Nota de consumo

Côté Sud
restaurant français

Julio Cesar Carrasquedo

calle orizaba 87, esq. colima
colonia roma tel.: 207-36-76
<http://ourworld.compuserve.com/homepages/coteaui>

Tarjetas de presentación

Côté Sud
restaurant français

calle orizaba 87, esq. colima
colonia roma
tel.: 207-36-76
<http://ourworld.compuserve.com/homepages/cotesud>

5.7 EL MENU

Se usa un sólo menú tanto para las comidas como para las cenas, las sugerencias del chef cambian una vez al mes.

Descripción

Formato: dos paneles con hojas interiores cuyas medidas son:

De la portada - 32.4 cm. X 22.6 cm.

De las hojas - 27.8 cm. X 21.4 cm.

Material : los exteriores son en cartón reciclable en color café rojizo pardo, las hojas interiores son en papel tipo pergamino amarillo ocre claro.

Tipografía: color negro.

Portada : nombre del restaurante en posición diagonal.

Sugerencias del chef : impresas en hoja media carta en color marfil.

Estilo de letra: **coronet**.

El nombre de los platillos está escrito en francés y en español, el orden de los platillos consta de siete grupos. La carta de vinos y bebidas: está integrada al menú principal y también incluye siete

grupos. las hojas interiores son en papel y también incluye siete grupos.

E J E M P L O S:

Menú principal

<i>Las Baguettes</i>	
Baguette con pa de trigo de pillo y salami	\$25
Baguette con queso	\$23
Baguette con filete de cerdo y salsa	\$28
<i>Entradas Frias</i>	
Salado de tortitas de pollo manchado	\$18
Salado de papa fritas con queso	\$15
Salado de papa fritas con queso y jamon	\$17
Salado de papa fritas con queso y jamon	\$30
Salado de papa fritas con queso	\$29
<i>Entradas Calientes</i>	
Salado de papa fritas con queso	\$18
Salado de papa fritas con queso y jamon	\$25
Salado de papa fritas con queso y jamon	\$37
Salado de papa fritas con queso	\$28
Salado de papa fritas con queso	\$27
Salado de papa fritas con queso	\$24
Salado de papa fritas con queso	\$40

Los Pescados

Listado de peces en el mar Mediterráneo \$77
 Conservado de peces en el mar Mediterráneo \$87
 Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$87
 Conservado de los pescados en el mar Mediterráneo \$95
 Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$97
 Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$97
 Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$97

Las Carnes

Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$51
 Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$67
 Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$67
 Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$67
 Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$67
 Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$67
 Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$67
 Filete de salmón en el mar Mediterráneo \$67

Ejemplo 2

Los Quesos	
Queso de frías...	\$25
Los Postres	
Pastry...	\$20
Chocolate...	\$23
Ice cream...	\$23
Pastry...	\$23
Pastry...	\$23
Pastry...	\$20
Pastry...	\$18
Pastry...	\$18
Pastry...	\$30

El libro...

El libro...

Ejemplo 3

Carta de vinos y bebidas

A la Copa

Vino Rosado / Vino Blanco / Vino Tinto	\$28
Vin. Charrino	\$25
Vin. Rosal	\$40

Los Rosados

Vin. Ros. (Bordeaux) con Sabor de	\$120
-----------------------------------	-------

Los Blancos

Vino de Bodega X.A. de Val de Guaymas	\$90
Vino de Bodega 1990 Blanco Chile	\$115
Blanco de Bodega 1990 Chile	\$115
Blanco de Bodega 1990 Chile	\$95
Vino de Bodega 1990 Chile	\$170
Vino de Bodega 1990 Chile	\$200
Vino de Bodega 1990 Chile	\$321
Vino de Bodega 1990 Chile	\$375
Vino de Bodega 1990 Chile	\$193
Vino de Bodega 1990 Chile	\$385

Carta de Vinos

<i>Los Tintos</i>	
Chateau de Champagne A.A. Pedro Domech	\$80
Partidos de Santer Tintos	\$60
Sauvignon 1993 Tinto Chalon	\$174
Le Petit Chateau 1994 Saint Pierre	\$173
Beauvillain	\$175
St. Emilion Marquis d'Audon 1994	\$180
St. Emilion Marquis d'Audon 1994	\$210
Merlot de Medoc-Cotes St. Emilion 1993	\$205
Chateau de Puyfichère 1991 Bordeaux superior	\$290
Chateau de Puyfichère 1991	\$315
Chateau de Puyfichère 1993	\$425
Chateau de Puyfichère 1994	\$515
<i>El Champagne</i>	
Champagne de La Voile Uquet	\$705
Champagne Bollinger	\$373
<i>Bebidas</i>	
Whisky	\$10
Michelada o Clamato	\$12
Sangria tradicional	\$18
Refrescos o Aguardiente	\$4
Limonada, Naranjaada	\$10
Aguardiente de caña de uva o de tomate	\$12
<i>Cafés Tés</i>	
Café, Exp. Infusiones	\$7
Cappuccino	\$9

Carta de vinos

Sugerencias del chef:

Salade de magret fumé de canard

ENSALADA DE MAGRET DE PATO FUMADO CON ENSALADA DE VASO
\$49.00

Bœuf Bourguignon et coupe de vin

ESTOFADO DE BUEY AL VINO TINTO CON PASTA FRESCA Y COPA DE VINO
\$65.00

Demi poulet roti - sauce Foie Gras

MEDIO POLLO DE LEBLON CON SALSA DE HIGADO DE GANSO
\$68.00

Steack de thon frais à la basquaise

BISTEC DE ATUN A LA VASCA
\$58.00

Tarte Tatin

TARTA DE MANZANAS
\$25.00

Mousse aux marrons

MASA DE CHOCOLATE CON FRAMBUESA Y FONDUE DE VINO
\$30.00

Vino tinto chileno Santa Helena seleccion de 1993

\$175.00

Sábados y Domingos:

Cassoulet de Castelnaudary

CASSOLET CON CONFIT DE PATO
\$75.00

Hoja de sugerencias

5.8 PROPUESTA DE DISEÑO

Después de la investigación de campo y de las consideraciones pertinentes para la realización de un menú impreso para un restaurante, se procedió a la aplicación práctica.

El restaurante que elegimos fue el Côté Sud ya mencionado al inicio del capítulo; aquí tuvimos la posibilidad de desarrollar el trabajo práctico y por lo mismo agradecemos a los Sres. Harvé Hubry, Vicente Giralt Julio Cesar Carrasquedo así como al personal del restaurante su amabilidad, disposición y asesoría para ayudarnos en la realización de este proyecto.

Es importante mencionar que no fácilmente los dueños de restaurantes permiten llevar a cabo esta clase de trabajos pues al haber tanta competencia ellos tienen que cuidar su imagen.

Por ello nuevamente reiteramos nuestro agradecimiento en las entrevistas, en la toma de fotografías del interior y exterior del restaurante así como en el acceso al menú actual.

Ahora bien el menú impreso que ellos estaban usando les era funcional para su clientela en cuanto a tamaño y organización del contenido; pero no tenía una presentación que lo hiciera más agradable visualmente.

Tampoco expresaba la personalidad del restaurante, además con el deterioro provocado por el uso continuo se encontraba muy maltratado.

Las hojas se pegaban con papel engomado y cuando se requería modificar un precio o platillo, se desprendía la hoja anterior y se ponía la nueva esto también se fue deteriorando.

Así pues se tomaron las siguientes consideraciones para la propuesta:

- Que fuera legible
- Que llamara la atención
- Que fuera fácil de entender
- Que se identificara con el lugar
- Que fuera diferente en relación a la competencia.

- Que integrara imágenes y textos
- Que fuera elegante
- Que fuera funcional
- Que fuera agradable

En la propuesta intervinieron: logotipo, formato, medidas, tipografía, textos, ilustraciones, color, tipo de papel y presupuesto.

Logotipo

La forma del logotipo se conservó tal y como lo conocemos en los impresos como notas, facturas, tarjetas, hojas y sobres membretados.

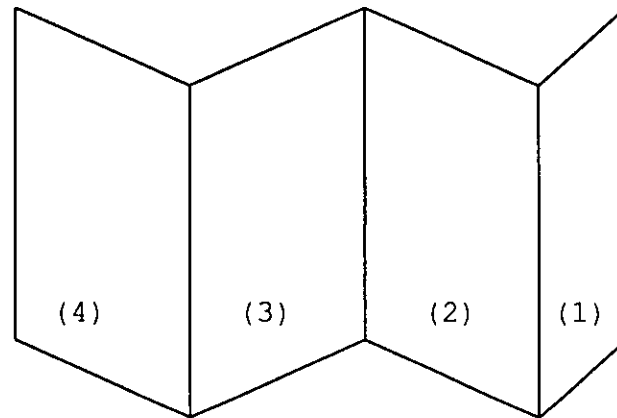
Côté Sud
restaurant français

Formato

Se decidió proponer 2 formatos, de los llamados de doblez múltiple, que quiere decir que se van formando paneles por medio de dobleces. Los dueños argumentaban que se incluyera la carta de vinos dentro del mismo menú principal pues así el comensal puede dar un vistazo a los vinos y evitarse la molestia de solicitar la carta por separado.

Por lo que propusimos 3½ paneles y 4½ paneles, pero ya en la práctica sí vimos demasiado saturadas las áreas de texto y por eso decidimos manejar la carta de vinos en forma independiente.

Los formatos quedaron así

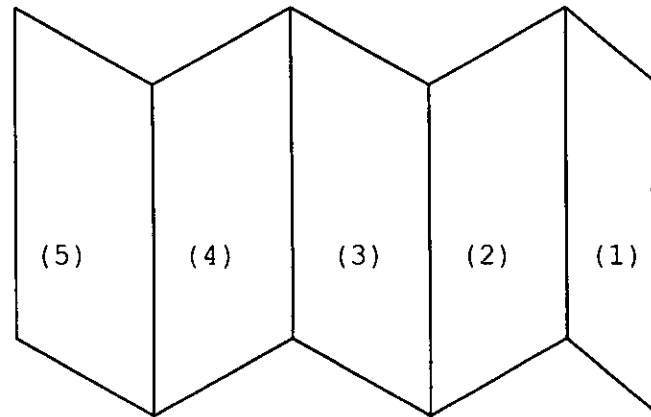
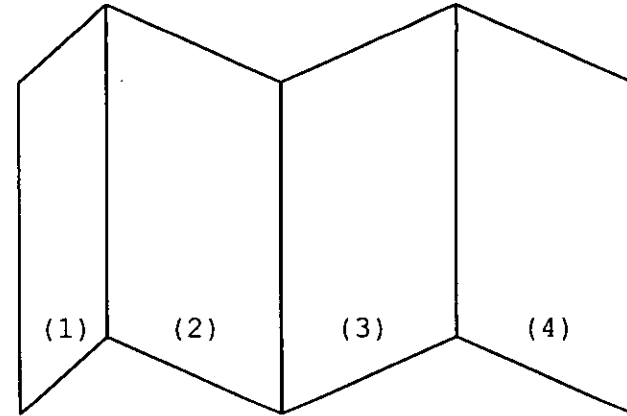


- (1) Panel de sugerencias
- (2) Portada
- (3) Contraportada
- (4) Texto

Vista Exterior

- (1) Sugerencias
- (2) Texto de entradas
- (3) Carnes y pescados
- (4) Postres

Vista exterior de 3½ paneles

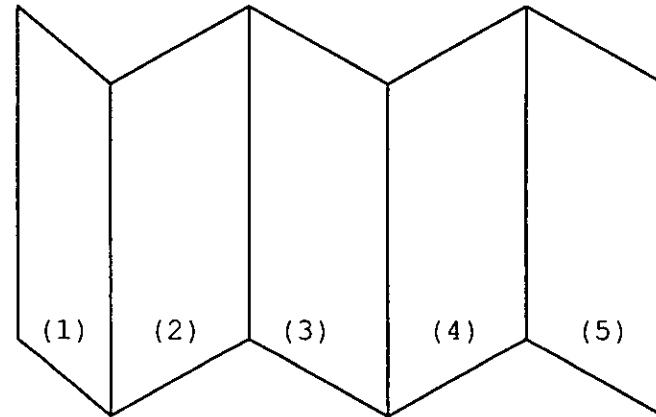


- (1) Panel de texto
- (2) Portada
- (3) y (4) Carta de vinos
- (5) Contraportada

Vista exterior

El formato de 4½ paneles resultó demasiado extenso para manualidad del comensal, pero la carta de vinos sí quedaba incluida en forma original.

- (1) Panel de sugerencias
- (2) Entradas / sopas
- (3) Carnes / pescados
- (4) Postres
- (5) Bebidas frías / café



Tamaño

Nuestra propuesta consideró la funcionalidad en el tamaño del menú, es que el comensal pudiera extenderlo para su lectura sin que tuviera problemas por ser muy grande.

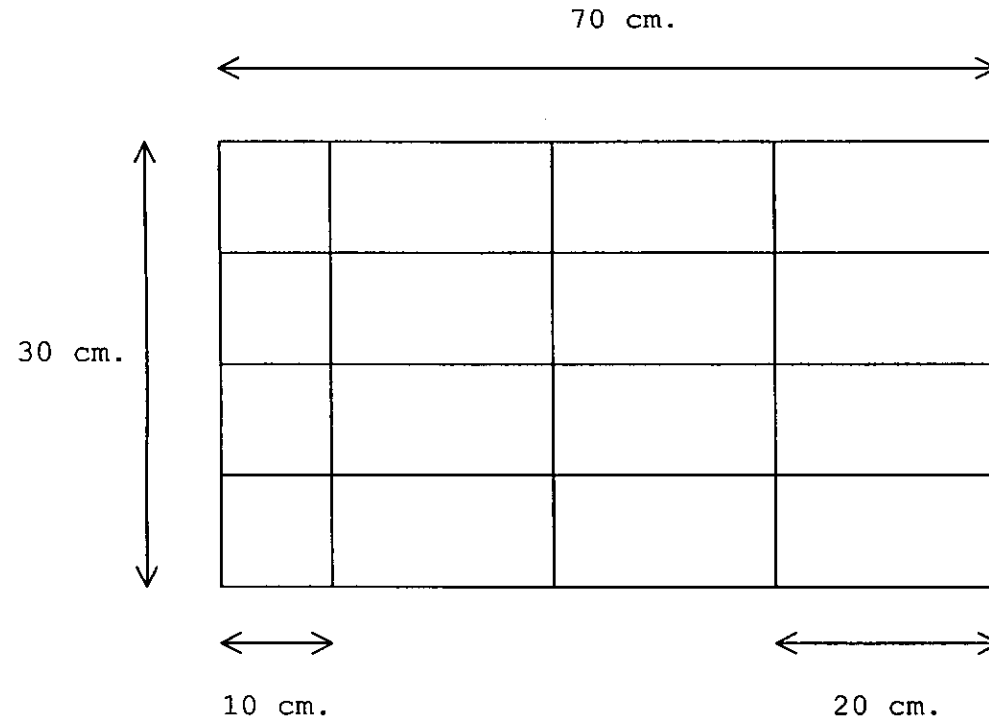
También tomamos en cuenta la cantidad de platillos ya existentes así como posibilidad de incrementarlo con nuevas opciones. Así el tamaño que quedó fue:

20 x 30 cm. plegado y extendido 70 cm. De largo y la carta de vinos de 18 x 28 cm. Plegado y extendido 36 cm.

Diagramación

La red de diagramación nos ayudó a distribuir los elementos del menú como dibujos y textos que era una de nuestras propuestas sobre una red de rectángulos, quedaron así:

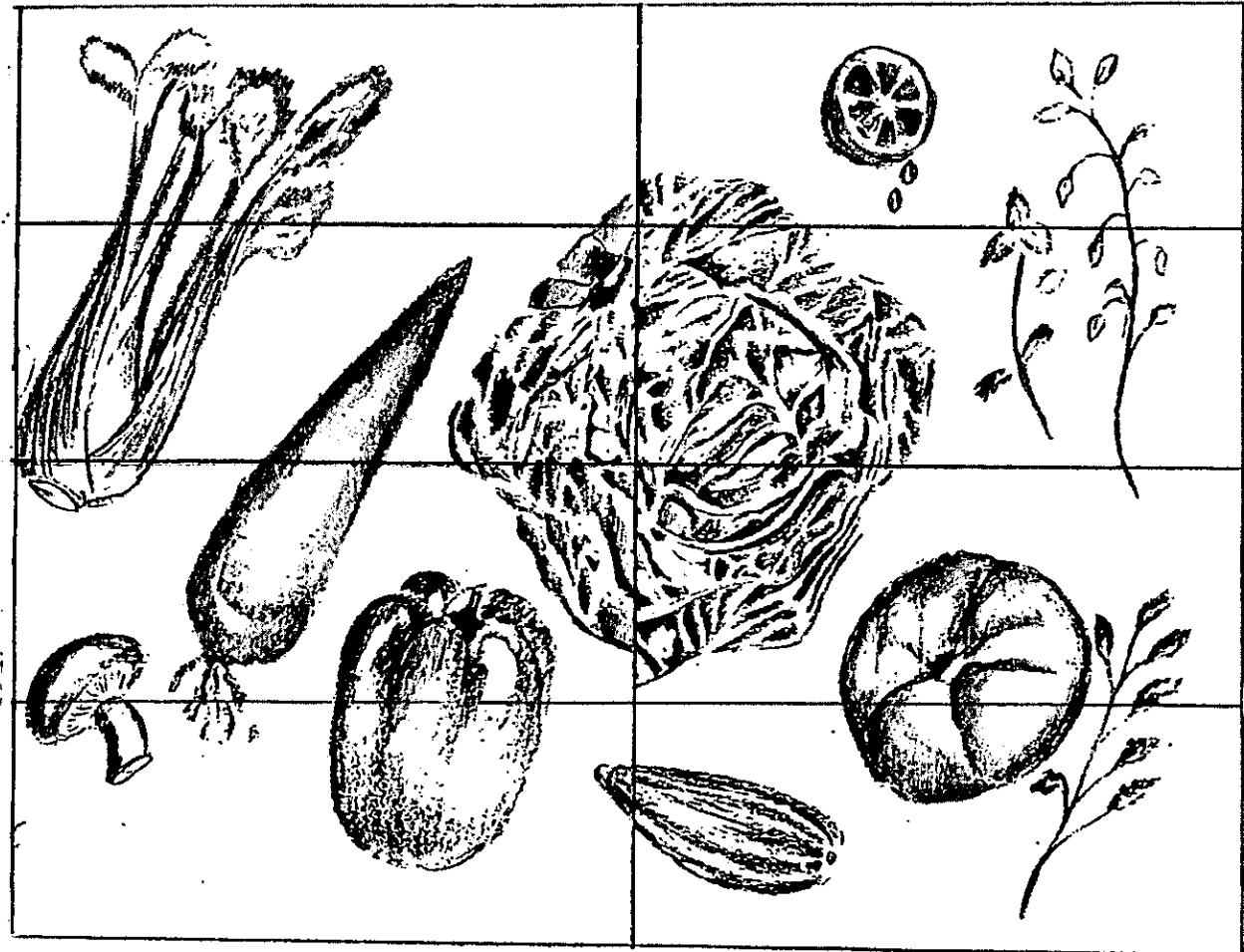
Menú principal



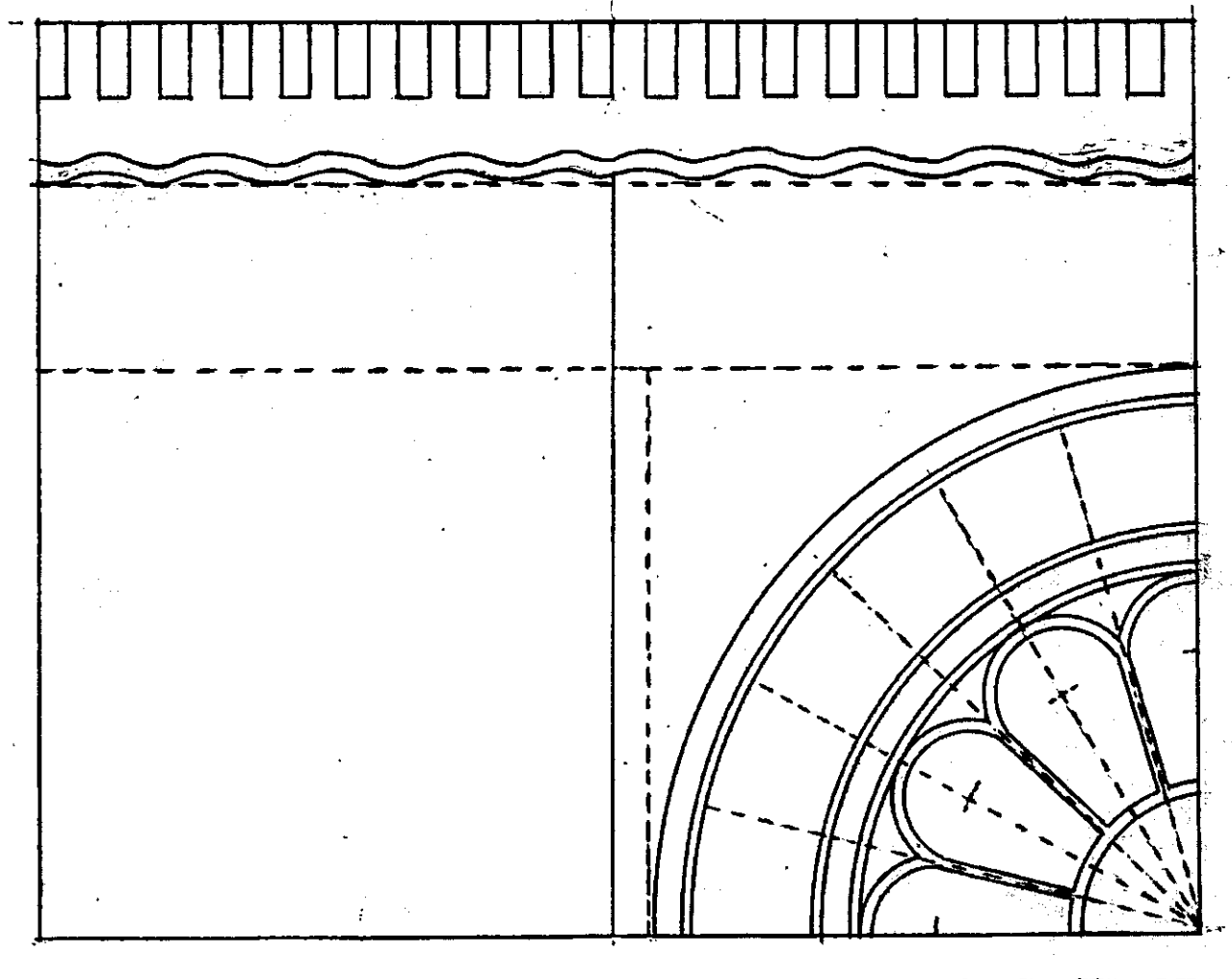
Vista interior

<p><i>Entradas</i></p> <p>Pati maison DÉFI DE LACTOSE \$ 70.00</p> <p>Assommoir de saumon fumé aux légumes de saison DÉFI DE LACTOSE \$ 85.00</p>	<p><i>Los Pescados</i></p> <p>Filet de Louche au Risling DÉFI DE LACTOSE \$ 65.00</p> <p>Escalope de saumon aux légumes de saison DÉFI DE LACTOSE \$ 77.00</p>
<p>Filets aux asperges et légumes de saison DÉFI DE LACTOSE \$ 88.00</p> <p><i>Los Quesos</i></p>	<p>Dauphine à la ratatouille et omelette saumon DÉFI DE LACTOSE \$ 62.00</p> <p>Fricassee de gambas au persil DÉFI DE LACTOSE \$ 115.00</p> <p>Dauphine aux maïs gratinés DÉFI DE LACTOSE \$ 75.00</p>
<p>Plateau de fromages DÉFI DE LACTOSE \$ 88.00</p> <p><i>Las Sopas y Pastas</i></p>	<p>Dauphine aux pleurottes DÉFI DE LACTOSE \$ 65.00</p> <p><i>Las Ensaladas</i></p>
<p>Soupe de poisson à la julienne de légumes DÉFI DE LACTOSE \$ 75.00</p> <p>Soupe à la crème DÉFI DE LACTOSE \$ 85.00</p> <p>Emmental aux trois herbes DÉFI DE LACTOSE \$ 88.00</p>	<p>Salade au chèvre chaud DÉFI DE LACTOSE \$ 85.00</p> <p>Salade de concombre à la menthe DÉFI DE LACTOSE \$ 85.00</p> <p>Salade de foin de soie aux pommes DÉFI DE LACTOSE \$ 85.00</p> <p>Salade de pampelonne aux croûtes DÉFI DE LACTOSE \$ 75.00</p>

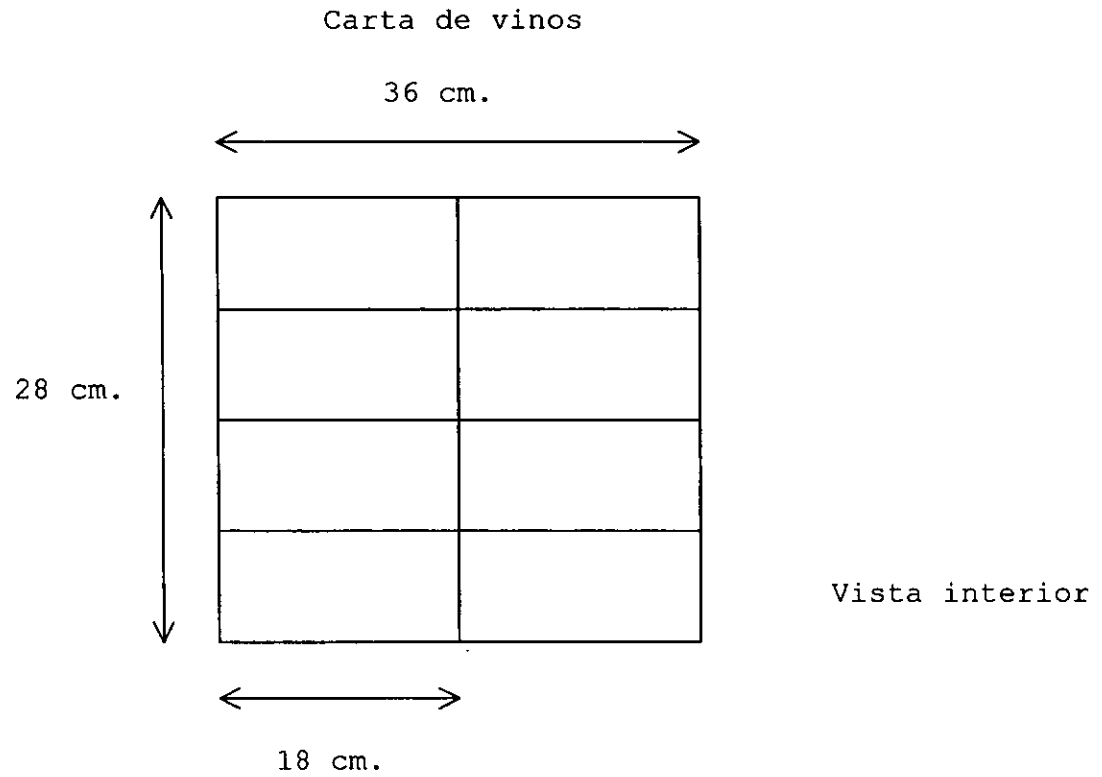
Diagramación y textos correspondientes a 2 pánels del menú



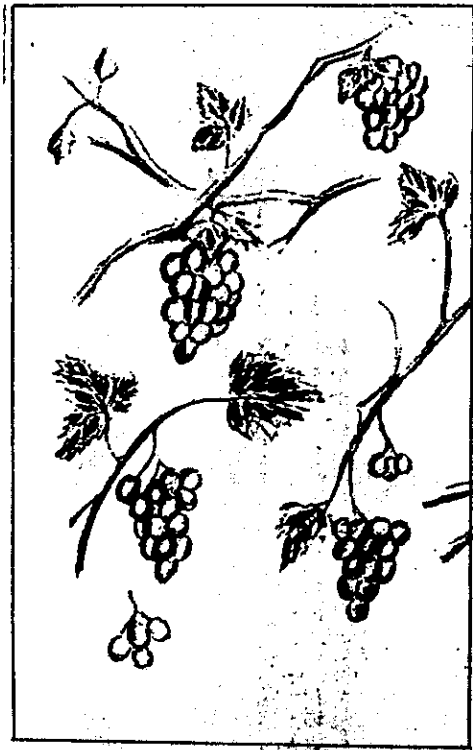
Ilustraciones de verduras que sirven como fondo al texto, estos corresponden a los pánels de carnes y pescados.



Diagramación de la ilustración de la portada



El panel más pequeño cumple el objetivo de servir para la hoja de sugerencias del mes.



Dibujo y diagramación de la carta de vinos

<p><i>A la Copa</i></p> <p><i>Vino Rosado/Vino Blanco/Vino Tinto</i> \$73.00</p> <p><i>7er. Royal</i> \$43.00</p>
<p><i>Los Blancos</i></p> <p><i>Blanco de Blancos 2-4</i> \$93.00</p> <p><i>Santa Elena 1998</i> BLANCO CHILENO \$113.00</p> <p><i>Blanco de Blancos</i> MARDONIS ITALIAN 1994 (MEDIA) 500 \$97.00</p>
<p><i>Bordeaux Chateau Relais du Grand Blanc 1993</i> \$170.00</p> <p><i>Poligny Montrachet 1er cru Clos de la Justice 1997</i> \$173.00</p> <p><i>Adrien Villages Domaines Grange Magenta 1993</i> \$261.00</p> <p><i>Chablis 1998 Lohard Récol. cru de Bourgois</i> \$373.00</p> <p><i>Pouilly Fumé 1998 Lohard Récol. cru de Bourgois</i> \$330.00</p>
<p><i>Pouilly Fumé 1998 Lohard Récol. cru de Bourgois</i> \$373.00</p> <p><i>Los Rosados</i></p> <p><i>Vin Rosé Chateau Jean Salmacis</i> \$100.00</p>

Tipografía

La elección de la tipografía fue muy importante puesto que cómo ya se había mencionado debía de ser congruente el tipo de letra del logotipo; además de proporcionar legibilidad ya que su función era comunicar al cliente las opciones de platillos y sus costos.

Así se eligió el modelo script o la letra cursiva, que se aprecia libre, fluida, de lectura amena, legible, este estilo lo usamos en los encabezados y texto en francés. El nombre comercial de la letra fue: Brush Script y los tamaños en puntos fueron: títulos en español 26.4, nombre en francés 16.2, nombre en español 10, precios 11 con una interlinea de 16 y 17.5.

Para el texto en español y otros datos como dirección y observaciones se utilizó la letra Arial y así lograr un contraste.

Para el texto institucional usamos la misma letra Brush, este texto da la bienvenida al restaurante y nos indica las características del lugar.

Para el nombre del restaurante se utilizó la misma letra cuyo nombre es: Coronet.

La tipografía que se utilizó para los encabezados y texto en francés fue:

Brush Script

así como los precios.

abcdefghijklmnop
 mnopqrstuvwxyz
 wxyz

ABCDEFGHIJKL
 MNOPQRST
 UVWXYZ

123456780

Aquí mostramos el estilo de la letra en altas y bajas así como los números. Brush script.

Para el texto en español e información general se utilizó:

Arial

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

a b c d e f g h i j k l m n ñ o
p q r s t u v w x y z

Texto

Títulos o encabezados, quedaron así.

Los Quesos

Las Sopas y Pastas

Las Ensaladas

Texto descriptivo y precios.

Las Ensaladas

Salade au chèvre chaud
ENSALADA CON QUESO TIBIO DE CABRA
\$35.00

Salade de concombre à la menthe
ENSALADA DE PEPINO CON HIERBABUENA
\$23.00

La forma como ordenamos el texto fue en forma diagonal, escalada empezando por el ángulo superior izquierdo del área de texto, facilitando al cliente una rápida localización de los platillos y permitiendo ver la ilustración que sirve de fondo.

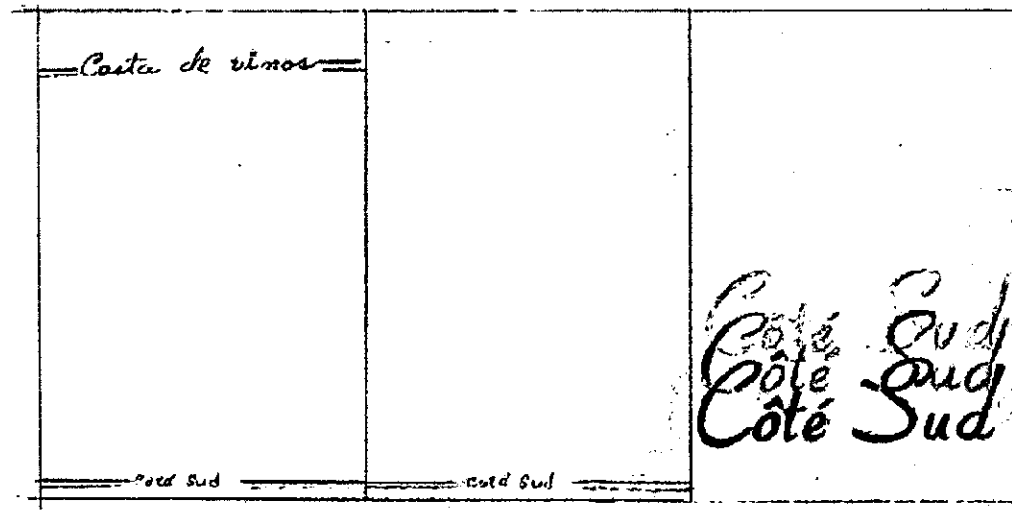
Ilustraciones

El menú estaba planeado desde un principio para llevar ilustraciones dándole una visión más creativa.

Se consideraron diversas posibilidades como:

- a) Usando el nombre del restaurante como motivo gráfico.

EL nombre se repetía quedando en superposición y disminuyendo la intensidad del color dando sensación de alejamiento. Los colores a emplear fueron en azul con 3 diferentes valores, sobre fondo blanco.



Vista exterior

El nombre se repetía en la contra cubierta y una línea doble se desplazaba a lo largo de todo el formato, enmarcando el área de texto.

La propuesta fue considerada simple y además no reflejaba el estilo del restaurante; por otra parte los colores no estaban en armonía con los que tenía el lugar.

b) Representando imágenes de utensilios de cocina y servicio de mesa que se utilizan en el restaurante: cubiertos, platos, vasos, etc.



vista exterior

Para este proyecto ya se tomaron en cuenta, los objetos que son de uso cotidiano y común en un restaurante.

La ilustración en este caso fue en mancha, es decir que abarcaba la hoja extendida de la que se compone la cubierta.

Se pensó en un tipo de imagen en silueta y geometrizada.

La disposición del dibujo en forma de circulo, quisimos que evocara al adorno de un plato.

Decidimos eliminar el cuchillo por considerarlo agresivo, además una disposición correcta de los cubiertos señala que los cuchillos van de lado derecho y por eso no se ve, también no quisimos poner los otros cubiertos en forma completa sino solo una parte como "entrada" en el área de la cubierta.

Los colores que se proponían eran dos tintas azul ultramar y blanco, aunque también se hicieron otras pruebas de color de figura y fondo. Este proyecto marcó la pauta para el diseño final.

c) Recurriendo a imágenes sobre los ingredientes que utiliza el restaurante para elaborar sus platillos.

En este caso quisimos presentar la variedad de artículos comestibles

que se combinan para la realización de los platillos como verduras, carnes, quesos, panes, frutas.

Este proyecto fue diseñado para el formato de 4 ½ paneles. Las figuras aparecen en un rectángulo y su disposición en forma vertical, hacen que se vayan distinguiendo perfectamente las diferentes secciones del menú.

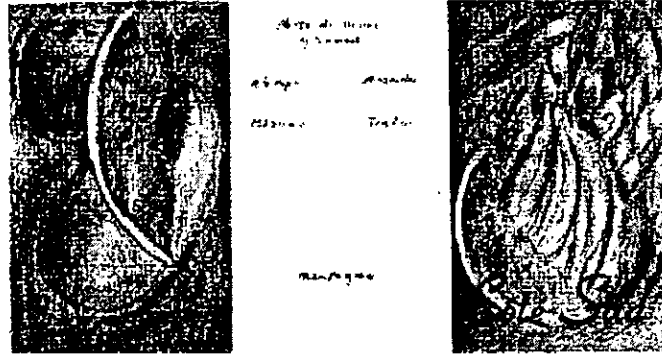
El problema es que queda muy reducida el área de texto, y sólo se puede usar, cuando los grupos de comidas son limitados.

EL estilo de ilustración ya es un poco más realista.



vista interior

d) Tomando elementos de la decoración del local como el tapiz de los cojines o la cortina exterior con sus barras azules y blancas.

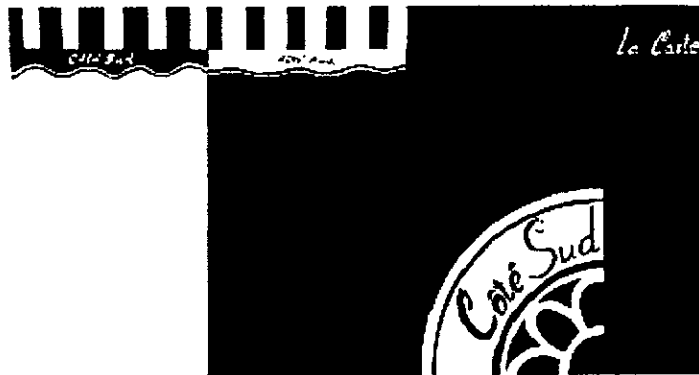


Vista exterior

El estampado del tapiz tenía unos dibujos de frutas como piñas, sandias, manzanas, que parecían estar sobre un follaje. El estilo evocaba una forma expresionista sin entrar en el detalle y para nuestro proyecto lo interpretamos de forma mas realista.

Aunque nos gustó, ya no lo consideramos pues nos daba mas bien idea de un menú para un lugar más informal.

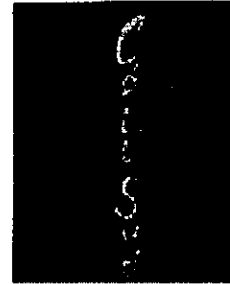
El color original estaba en ocre, verdes y azules.



vista exterior

Por último volvimos a retomar la idea de evocar un plato con un dibujo en forma radial.

También añadimos un elemento de la decoración del restaurante que son las cortinas para el sol, que se colocan afuera del restaurante. El diseño es en mancha porque continua en la contraportada, fue una de las propuestas que más les gusto a los dueños del restaurante, pues reunía los requisitos que a continuación detallamos.



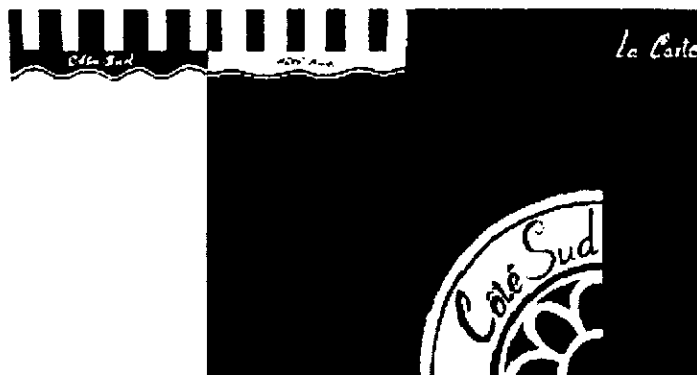
vista exterior que corresponde el formato de 4½ paneles



Vista interior del mismo formato de 4½ paneles

A partir de este diseño empezamos a realizar las modificaciones que optimizaron la propuesta.

- El formato del menú principal quedó de 3½ paneles
- El dibujo de la cortina se extiende a la cubierta.
- Así el tercer panel quedo libre de adornar pudiendo aprovechar mas el área de texto.



- Sobre un 1/4 de círculo se trazó un dibujo geométrico que sugirió el adorno de un plato en color blanco de la vajilla que se usa.
- Siguiendo la dispersión circular aparece escrito sobre el plato el nombre Côte Sud en el estilo de letra Coronet y el medio panel se usó para el texto institucional.
- La portada sugiere el exterior del restaurante.



Vista interior

Mientras que el interior sugiere el ambiente del lugar y además nos habla de los ingredientes utilizados en la preparación de los diferentes platillos de la cocina francesa.

Las ilustraciones interiores de verduras y frutas quisimos que fueran una interpretación realista y lo trabajamos en valores tonales, que tomamos del color que tienen las paredes del restaurante.

A la carta de vinos se le puso a la portada el mismo diseño que el menú principal, y en el interior se ilustraron racimos de uvas y hojas, la hoja de sugerencias va por separado.

Color

El color que usamos para nuestro menú se basa en los colores corporativos del restaurante como es el azul ultramar y blanco. Los otros colores los tomamos de la decoración interior del restaurante.

Los colores nos sirvieron para establecer y realizar la imagen del restaurante. El orden para usar el color fue: en la portada el azul ultramar como fondo, los elementos decorativos como plato y cortina en color blanco, el dibujo que tiene el plato del mismo color del fondo.

Las letras del texto institucional en color blanco y los del nombre del restaurante en azul ultramar.

Interiores : En las ilustraciones de los ingredientes (verduras y frutas) combinamos acres y amarillos, estas ilustraciones fueron realizadas con lápices de color.

Textos : Las letras del texto institucional van en color blanco y el nombre del restaurante en azul ultramar, el texto de los grupos de comida van en azul ultramar del mismo color que se usa en la portada.

Pantone 129C, Pantone 130C, Pantone reflex blue C.

Papel

El tipo de papel que se eligió fue:

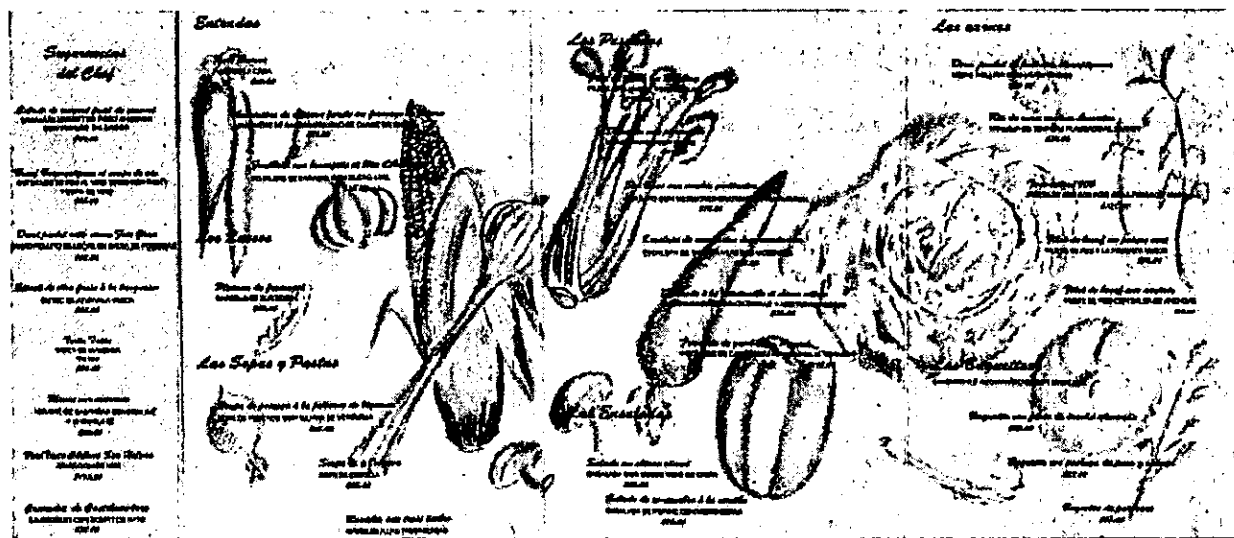
Cartulina couché gruesa satinada
y posteriormente se plastificará para proteger la superficie.

Tomando en cuenta que el menú debe tener una superficie que esté protegida contra el uso diario y la hoja de sugerencias se imprimió por separado en papel sundance blanco, para luego integrarla al menú, también consideramos que el papel se prestaba para lograr una mayor nitidez en ilustraciones como textos.

El resultado final de la carta es el siguiente:



Vista exterior



Vista interior



CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

A través de la investigación para la realización del presente trabajo, nos dimos cuenta de que aquí en México; en una gran cantidad de restaurantes y sobre todo aquellos que tienen un nombre y una tradición se muestran poco interesados en actualizar y reafirmar su imagen.

Nuestro estudio reveló cuan importante resulta un menú para el comensal y que por lo mismo no debe exhibirse con descuido.

Actualmente se presenta en el panorama restaurantero una situación, el aumento de la apertura de nuevos restaurantes; trayendo como consecuencia el que haya más competencia y que se requiera de una revisión continua en la presentación de estos impresos.

Desafortunadamente muchos propietarios prefieren importar patrones extranjeros y adaptarlos, en lugar de crear modelos propios, que se adecuen a las necesidades particulares de cada tipo de restaurante mejorando y actualizando la imagen anteriormente mencionada.

También nos pudimos percatar de que se tiene la idea de que la participación de un diseñador gráfico aumenta el costo en la producción del menú, por esta razón la mayoría de los restauranteros recurren a impresores o a agencias de diseño en computación para encargarse del trabajo.

El resultado podrá ser aparentemente satisfactorio, pero la verdad es que no se cubren los aspectos que solo un diseñador gráfico lograría con la visión que le da su preparación profesional, como la secuencia, el texto, el formato.

Otra situación que se presenta ahora es que con el avance de la tecnología cualquier persona que tenga los conocimientos elementales en computación y maneje algún programa de diseño con imágenes por catálogo como patrones, podrá elaborar el diseño del menú. Pero éste carecerá del apoyo y seguridad que da una investigación sobre el problema y que va a dar la pauta para una solución adecuada.

Como diseñadores consideramos que este tiempo para que el diseño gráfico retome esta área que está vinculada estrechamente con la publicidad en restaurantes.

El campo es muy amplio y esto lo pudimos constatar cuando tuvimos acceso al catalogo anual de publicidad en restaurantes que se edita en Estados Unidos.

Los restaurantes compiten entre si, para presentar sus trabajos a concurso y los mejores son publicados en ese anuario, donde además de los menús participan las mejores portadas, formatos, tipografías, encabezados, fotografías, ilustraciones, bordes, identidades corporativas y toda aquella información gráfica expresamente creada para la publicidad impresa de los restaurantes.

Por otra parte aquí en nuestro país tan importante y rico en tradiciones gastronómicas, donde se publican anualmente libros con el tema relacionado a la alimentación y enfocados a aspectos sociológicos, históricos o culinarios, no existe siquiera una publicación donde se explique como elaborar un menú o carta y donde se mencione que elementos integran un menú impreso.

Tampoco encontramos ni una referencia histórica de los menús impresos, de los restaurantes en México, es pues un campo olvidado.

Así pues regresando a la problemática del diseño y los menús, será conveniente que cuando se le encargue al diseñador gráfico la realización de un impreso de esta naturaleza, el trabajo no deberá de ser aislado sino que requerirá de una labor de equipo entre él y el dueño del restaurante.

Personalmente vivimos esa situación y podemos aportarla como experiencia así se evitaron trabajos inútiles y el proyecto quedo más congruente con el restaurante.

También las etapas de bocetaje fueron ampliamente revisadas y esto nos permitió llegar al resultado que nos habíamos propuesto.

Así pues podemos concluir:

- Que es necesario se promueva más esta área de estudio del diseño gráfico que esta vinculada a la industria restaurantera.
- Destacar la relevante labor que tiene en este campo el diseñador gráfico, que siguiendo una cuidadosa investigación y agotando todas las posibilidades gráficas a través del bocetaje pueda llegar a soluciones optimas actuales, funcionales y competitivas y esto se lo otorga su formación profesional.

- Recordar la importancia de una participación de forma conjunta con el dueño del restaurante, evitando el trabajo aislado.
- Finalmente diremos que un cambio en el aspecto del menú no solo promueve las ventas sino que además sirve como propaganda para el mismo restaurante.

Consideramos también que así como los restaurantes envían a sus mejores chefs a concursar en exposiciones de la industria restaurantera, presentando originales y magníficos platillos, también se podrían hacer concursos sobre quienes muestran el menú más original. Esto mejoraría la calidad de los impresos, pero sobre todo se le estaría dando al diseño la importancia que tiene para la realización de los mismos.

También la biblioteca gastronómica de la fundación Herdez contribuiría a la formación de diseñadores gráficos; iniciando una colección de los mejores menús impresos actualmente en México esto sería con la colaboración de los restaurantes.



BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFÍA

Alejandro, Reynaldo

Classic Menu Design

New York: Ed. Sibbet Dover. 1985

Carreño, King Tania.

El Pan de cada día

Colección: La cocina mexicana a través de los siglos

Tomo VII

México: Ed. Clio, fundación Herdez. 1997

Coffman, C. Dewitt.

Marketing for a full house

New York: Van Nostrand - Reinhold, 1980.

Dalley, Terence.

Guía completa de Ilustración y Diseño

España: Blume, 1º ed. 1982. 222p.

Droste, Magdalena

Bauhaus 1919-1933

Berlin: Benedikt, taschen, 1991. 256p.

Day Sara

Restaurant graphics from matchbooks to menus

Masachusetts: Roleport Publishers. 153p.

Farga Amando

Historia de la comida en México

México, D.F.: Litográfica, 1980. 269p.

Ferron M.

Así se pinta con Aerógrafo

Colección, Aprender Haciendo

España: Parramón 1992

Friedlander, L.

La Sociedad Romana

Traducción W. Roses

México: FCE, 1947

Gamboa, Benjamin

Cultura Gastronómica Guía para Ejecutivos y Personal del Ramo

México: Diana, 1992. 137p.

Gran Larousse de Cocina

Tomo VI

Guzmán Leal Roberto

Historia de la Cultura

México: Porrúa, 1970. 445p.

Ivins, Jr. W.M.

Imagen Impresa y Conocimiento

Colección Comunicación Visual

México: G. Gili, 1975.

Loman Scanlon Nancy

Marketing by Menú

New York: Van Nostrand Reinhold, 1992. 115p.

Lynn-Jhon

Cómo preparar diseños para la imprenta

México: g. Gili, 1989. 148p.

Martinez Llopis Manuel

El arte de la Mesa

México: Alianza, Editorial. 1988.

Massao Saitos

Food Illustrations

New York: Tachinui, iconographic. 1994

Moles, Abraham

La imagen comunicación funcional

México: trillas, 1991. 271p.

Monitor

Enciclopedia de Salvat

Mucha Alphonse Marie

Original Mucha Postcard

New York: Dover publications, 1994

Novo Salvador

La Gastronomía en México

México: Porrúa, 1970

Olcina Emili

Los Colores Pastel

México: G. Gili, 1992. 157p.

Radice, Judi

Menu Design

New York: PBC, 1988

Rodriguez Prampolini Ida

Herbert Bayer un Concepto Total

México: UNAM, 1975. 257p.

Seaberg G. Albin

Menu Design Merchandising and marketing

Boston, masachussetts. CBI, publishing company.

1985

Stafford Cliff

Restaurantes. Diseño e Imagen Corporativa

México: G. Gili, 1996. 144p.

Swan Alan

Como Diseñar Retículas

México: G. Gili 1992. 144p.

Swan Alan

El Color en el Diseño Gráfico

México: G. Gili 1992. 144p.

Menú Design

Turnbull, Arthur

Comunicación Gráfica

México: Somohano, 1995

Williams, R. Ed.

Historia de la Comunicación

Vol. 1, del lenguaje a la escritura

Bosh, 1992. 234p.