



PROPUESTA DE ANTEPROYECTO TRABAJO DE GRADO

Código	
Versión	01
Fecha	2021-11-16

FICHA TÉCNICA

Título

LOS SABORES DE LA CUADRA Documental Sobre Gastronomía Callejera De Medellín

Programa Académico:	Diseño Gráfico
----------------------------	-----------------------

Marque con una X la Modalidad de Trabajo de Investigación

Proyecto de Investigación		
Monografía	x	
Participación en investigación		
Grupo de investigación: 07	Código proyecto	

Línea de Investigación: Comunidad

Investigadores

Nombre	Cédula	Correo electrónico
1. Jhon Stiven Florez Ossa	1037669027	jhon.florezos@amigo.edu.co
2. Sebastián Castaño Vélez	1036686145	sebastian.castanove@amigo.edu.co
3. David Esteban Urrego Rios	1039474558	david.urregori@amigo.edu.co
4. Alejandro Salgado Meneses	1152705137	alejandro.salgadome@amigo.edu.co

Asesor

Nombre	Institución	Correo electrónico
Verónica Morales García	Universidad católica Luis Amigó	veronica.moralesga@amigo.edu.co



ÍNDICE

Resumen.....	4
Introducción.....	5
Descripción Del Proyecto.....	5
Planteamiento Del Problema.....	7
Justificación.....	7
Alcance.....	8
Antecedentes.....	9
Marco Teórico.....	12
Objetivos General Y Específicos.....	14
Metodología.....	15
Cronograma.....	17
Resultados.....	18
Investigacion Documental.....	18
Los Sabores.....	19
Los Perros De Diego.....	19
Perritos Gourmet.....	19
Comidas Rápidas De Ciudad.....	20
Identidad Gráfica.....	21
Concepto.....	21
Distintivo Visual.....	21
Colores.....	22
Tipografía.....	22
Elementos.....	23
Formato Documental.....	24
Conclusión.....	25
Anexo.....	27
Referencias Bibliográficas.....	36



RESUMEN

El presente trabajo de investigación busca por medio de un minidocumental llamado “Los sabores de la Cuadra: Documental Sobre Gastronomía Callejera De Medellín” este se hace de manera experiencial teniendo un acercamiento a estos lugares y haciendo un trabajo investigativo sobre los conceptos que se abordan en este trabajo. El capítulo piloto da muestra de esta labor investigativa.

Palabras claves: Gastronomía callejera, Perritos calientes, calles, Documental, Medellín, influencia cultural.



INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación “Los sabores de la Cuadra: Documental Sobre Gastronomía Callejera De Medellín” se desarrolla por medio de información que fue recolectada en medio de la realidad de los investigadores, ya que cuando se hace referencia al concepto “los sabores de la cuadra” se considera que es muy exclusivo y se circunscribe a un espacio específico, además de que no existe mucha información sobre lo que se conoce popularmente como comida callejera. Se vio la necesidad de ahondar en esta temática para generar un atractivo gastronómico frente a la comida que se elabora en las calles de la ciudad y cómo esto genera una experiencia no sólo de carácter gastronómico sino de carácter social que se presenta alrededor de los locales que ofrecen este servicio.

Para desarrollar esta investigación la metodología empleada es de carácter documental, ya que es por medio de esto que se busca dar a conocer los resultados que se dan como fruto de la investigación, es por esto por lo que se crea un capítulo piloto de una miniserie documental la cual está inspirada en estos temas y que evidencien todo el trabajo investigativo que se ha llevado a cabo.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

En el presente proyecto se realizó una investigación sobre la gastronomía callejera y su influencia cultural en el municipio de Medellín. En este se abordaron establecimientos, locales o puestos de comida que se encontraron en la zona urbana del municipio, se explicó la importancia que este tiene en la zona en que se encuentra ubicado y cómo se convirtieron en un referente social. También se quiso exponer el plato más representativo seleccionado de acuerdo con la carta que maneja cada uno de los negocios.

Este se desarrolló en un formato de capítulo piloto para mini-documental que refiere a lo que se conoce como gastronomía callejera, este tiene una duración de 10 minutos.

Es por eso que, con la información obtenida en la investigación, se realiza todo el proceso creativo aplicando diferentes conocimientos del diseño gráfico como: la teoría del color, percepción, diagramación, animación, edición de videos, montaje, narración visual, storytelling, etc.



Para la ejecución del capítulo piloto, se tuvo en cuenta 3 etapas:

Pre-Producción:

Análisis creativo, propuesta de tono y táctica: Usaremos estos parámetros para enfocar la idea, como se comunicará y se ejecutará el proyecto audiovisual con sus complementos.

Permisos legales: Creamos un documento legal para tomar registros audiovisuales a las personas y locales.

Ficha técnica: Donde se tomará todos los datos relevantes de las personas y locales que harán parte del proyecto.

Equipo de producción: Buscaremos los equipos necesarios para la elaboración y grabación del proyecto, como serían: cámaras, luces, micrófonos, transporte y financiamiento.

Creación de cronograma: Se generará un cronograma para el desarrollo de la producción y post-producción.

Storyboard y guión: Este es el proceso creativo para dar orden en la forma de cómo se va narrar el proyecto audiovisual.

Producción:

Grabación: Generamos el registro audiovisual de las personas y locales seleccionados para el proyecto y todo el material de apoyo.

Entrevista: Entrevistamos a los dueños y trabajadores de los locales.

Post-producción:

Elementos de apoyo: Realizaremos complementos para ayudar el entendimiento y enriquecer la narrativa del producto audiovisual.

Montaje: Tomaremos todo el material audiovisual, lo ordenaremos acorde al guión y al storyboard realizado.



Planteamiento del problema

Debe decirse que existe poca información y documentación del sector gastronómico callejero del municipio de Medellín, Colombia. Aun cuando estos locales gastronómicos son parte de la cotidianidad de la ciudad, generando una gran influencia en la cultura de los ciudadanos.

Pregunta problematizadora

¿Cómo documentar y exponer la gastronomía callejera y su importancia cultural en el municipio de Medellín, Colombia?

Justificación

El municipio de Medellín, Colombia es considerado una de las ciudades más importantes a nivel latinoamérica por su diversidad cultural como sería sus lugares, calles, personas y su gastronomía. Esta última siendo especialmente diversa en la ciudad de Medellín, debido a la gran cantidad de personas que trabajan en esta área especialmente en lo que sería la gastronomía callejera.

Por ende queremos resaltar en nuestro proyecto de investigación, la gastronomía callejera enfocado en uno de sus platillos más importantes y emblemáticos el cual serían los perros calientes.

En el momento de comenzar el proyecto de investigación con la pregunta problematizadora, comenzamos la búsqueda de antecedentes para orientarnos, a medida que buscábamos, nos dimos cuenta de la escasez de contenido audiovisual referente al tema que nos interesa, que es la gastronómica callejera del municipio de Medellín, Colombia. Con esto ya en mente se decide desarrollar el proyecto de investigación para evidenciar los diferentes tipos de presentaciones que pueden tener los perritos calientes, documentar de una forma audiovisual para el consumo de diferentes personas e incitar que futuras personas



puedan desarrollar proyectos iguales o mejores sobre la gastronomía callejera del municipio de Medellín, Colombia.

Es por eso que se propuso crear un capítulo piloto del minidocumental “Los Sabores de la Cuadra”, para que exista un aporte en la memoria visual de la ciudad de Medellín sobre gastronomía callejera.

Alcance

Este proyecto va a ser publicado en la red social YouTube, aunque las demás redes sociales serán un elemento que potenciará sus vistas y distribución si se deciden utilizar. Nuestro eje principal es que se genere un impacto en la información y la cultura de los habitantes del Valle de Aburrá y externos interesados por el tema.



ANTECEDENTES

A continuación se expondrán diferentes propuestas de documentales gastronómicos de temáticas varias más que todo con el enfoque de la gastronomía Colombiana que se encontraron en la investigación y que sirven como referentes para fortalecer nuestra propuesta de proyecto investigativo.

Enciclopedia de la comida latinoamericana: Munchies Food by vice (2019)

Inicialmente se decidió usar el formato de una serie minidocumental que realizó el proyecto de Vice: *Munchies Food* y en la sección “*Enciclopedia de la comida latinoamericana*” que estaba enfocado al tema de comida con impacto cultural de diferentes partes de Latinoamérica.

Es por eso que se toma este minidocumental buscando resaltar la definición de la comida, sus orígenes y lo que se tienen registrados en los archivos, también a su vez el registro que se tiene por parte de quienes lo comercializan y la consumen, mostrando así cómo esta comida puede generar un impacto en la vida de estas personas y su entorno, transformando su contexto o adaptándose a este. Dando a conocer la manera en que son preparadas y compartiendo desde su experiencia porque ellos venden el producto de esta forma, además compartiendo de manera espontánea el tiempo que llevan en este gremio. Todo esto con el fin de poder consolidar una teoría que le dé sentido a este tipo de gastronomía y como esta es de gran influencia para el desarrollo económico y social.

Street food: latinoamerica - Capítulo 5: Bogotá, Colombia . Netflix original Documentary serie Dirigido por Daniel milder

En ese mismo sentido también se toma como referencia *Street Food*, una serie creada por David Gelb y Brian McGinn, está es dedicada a las delicias callejeras de diferentes ciudades del mundo. En la primera temporada se exploraron comidas y cocineros de Asia; en la reciente entrega fue el turno de Latinoamérica. En este caso se tomará el registro documental del capítulo 5: Bogotá, Colombia, donde se hablará de la Plaza de la Perseverancia y cómo interactúan las dueñas de sus restaurantes con su mundo y su gente. (Gelb, McGinn y Milder, 2020)



En el capítulo se nos posiciona en la plaza de la perseverancia en Bogotá, Colombia en el cual se muestra la realidad de nuestras protagonistas Luz Dary, María, Bertha, pilar y sus hermanas cada una con sus respectivos restaurantes en la plaza, nos cuenta su historia de cómo llegaron ahí y cómo convergen sus sabores divergentes a este lugar de Bogotá. (Gelb, McGinn y Milder, 2020)

Igualmente, se exploró sobre la Plaza de la Perseverancia en la cual se tomaron unos de sus 4 restaurantes más emblemáticos como Tolú de Luz Dary con su premiado ajiaco, La esquina de Doña María con su sopa de pescado llamada “rompe colchón”, la caseta del tinto de Bertha con sus arepas y comida Pili y Cositas Ricas doña María de Pilar y sus hermanas con su bandeja paisa y tamales. Allí se muestra cómo estas mujeres “salieron adelante”, como diría la terminología colombiana, con sus negocios haciéndolos crecer y tener su clientela. Como toda historia tiene un trasfondo en el cual se profundiza más en unas protagonistas que en otras, para efectos de la estructura del documental. Se cuenta también cómo estos restaurantes/locales fueron creados y a su vez como ellas trajeron todo el sabor de diferentes partes de Colombia y convergen aquí en la plaza, siendo esto su principal punto: la diversidad de sabores del lugar, además de la calidad y sentimiento de comunidad. (Gelb, McGinn y Milder, 2020)

En conclusión, la serie estuvo dirigida a un público mundial, para poner en contexto y mostrar parte de los sabores, historias y personas que se pueden encontrar en las calles de la ciudad de Bogotá. con mayor exactitud en la Plaza de la Perseverancia. Siendo este un punto importante dónde los sabores son para compartir, y dónde se cuenta con gran variedad. Es por eso que se busca entregar por este medio nuevas experiencias a partir de este trabajo mostrando un poco de esta diversidad gastronómica, permitiendo dar a conocer que somos parte de un todo y que cada uno tiene algo que contar y compartir.

Empanadas | Enciclopedia de la comida latinoamericana

Una producción de Food By Vice

Plataforma YouTube

Bogotá- Colombia

La empanada es un plato cuyo relleno cambia de país en país y de ciudad en ciudad. El origen se remonta a la cocina árabe, que seguía una tradición de comer pequeños pedazos de muchas comidas en vez de una grande de un solo ingrediente. Cada ciudad colombiana tiene su empanada, y Bogotá su capital



tiene un lugar especial. Lo cierto es que este tipo de pastelillo, relleno de arroz, mezclado con trozos de carne o pollo, y en ocasiones mixto, se convirtió en un símbolo definitivo de la capital.

En el documental *“Empanadas Enciclopedia de la comida latinoamericana”* se visitan lugares importantes en la venta de empanadas alrededor de la capital colombiana junto al presentador Andrés Parama. Empezamos desde la plaza de mercados de Paloquemao en el local de doña Doris Buesaco, propietaria de empanadas el Porvenir, un local donde preparan las clásicas empanadas de arroz con pollo, se venden aproximadamente unas 500 empanadas desde las primeras horas de la mañana. De ahí se pasa a la calle 47 con carrera 15, frente a la Universidad Católica para visitar el local de El Oasis mejor conocido como las empanadas de “Millus”, el propietario del local es don Carlos Ospina quien vende alrededor de 1200 empanadas por día, las empanadas que vende don Carlos son horneadas con un hojaldre crujiente y con un agregado que es la salsa que preparan en el local. Para terminar, se visita el local de El Empanadazo que se encuentra en la carrera 15 con calle 73, al igual que en el local de don Carlos se pueden encontrar las empanadas de masa horneada con guiso arroz y pollo, conocidas también por el gran tamaño de las porciones de las empanadas, al final se cierra con una pregunta muy interesante ¿Qué sería de nosotros sin las empanadas?

Finalmente se puede decir que las empanadas son parte fundamental de la gastronomía colombiana. Esto es un producto que pasa por todas las clases sociales, desde el obrero, el estudiante universitario, pasando por el ama de casa, y el oficinista. La empanada hace parte del día a día de los colombianos, como aquel pastelillo que puede resolver una hambrecita, te sirve para pasar un rato con los amigos. Una receta mágica que te puedes encontrar en alguna esquina de tu barrio y que siempre tendremos a nuestro lado como cómplices venideros.

De acuerdo con lo anterior estos referentes nos dan la claridad de las siguientes ideas; con *“Enciclopedia de la comida latinoamericana: Munchies Food by Vice”* nos muestra la forma en la cual podemos expresar lo que queremos transmitir con el proyecto, por ejemplo el cómo mostrar los productos y los lugares. Del documental *“Street food: Latinoamérica - capítulo 5: Bogotá, Colombia.”* identificamos de qué manera podíamos organizar las ideas principales que debemos tener presente a la hora de comenzar una entrevista con una persona, también la forma en la cual podíamos realizar el recorrido de la ciudad, los diferentes sectores y zonas de la misma en torno a la comida callejera. *“Empanadas | Enciclopedia de la comida latinoamericana”* con este capítulo del documental, tenemos la guía de como mostrar un producto y sus diversas formas que se quieren trabajar en el minidocumental.



MARCO TEÓRICO

La comida callejera y su diseño, 2015 por Laurcher C. y Camerer S.

Según el artículo realizado por Laurcher C. y Camerer S, 2015, *La comida callejera y su diseño*. Se examina el fenómeno de la comida callejera, que en los últimos años se ha hecho mucho más presente en la cultura alimentaria occidental. Estos autores enfocan su artículo por medio de un análisis de los nuevos proyectos y tendencias existentes en este campo, buscando subrayar el potencial de este fenómeno, repasando en concreto las características del diseño de los productos alimentarios que se venden y consumen en la calle; las estructuras, herramientas y utensilios utilizados en los puestos de comida; los proyectos espontáneos y las ideas de negocio contemporáneas; los vínculos entre la comida callejera y las redes sociales; la comida callejera como catalizadora de la diversidad y calidad de la comida; y las perspectivas y los imperativos que se prevén para el futuro del diseño.

Con las bases que plantean Laucher y Cameres la comida callejera está en un constante cambio por su diversidad, viéndolo desde el punto de vista de un diseñador tenemos una guía de como queremos darle la identidad al minidocumental, que debe ser acorde a estos parámetros que nos dispone la gastronomía callejera.

Mini Documental Como Medio De Difusión De Las Actividades Escénicas En El Espacio Cultural “La Insensata”

Este proyecto es un minidocumental de los artistas escénicos en “*La Insensata*” en Tumbaco en la ciudad de Quito. La investigación se centra en varios testimonios de grupos de artistas establecidos que se dedican a las artes escénicas en “*La Insensata*”. Por lo tanto, se realizó una entrevista a los diferentes artistas circenses de este lugar para que nos detallen su arte. La metodología a utilizar es la observación, el registro audiovisual y entrevistas para dar a conocer la realidad sobre cómo los artistas expresan su trabajo diario. En el producto audiovisual se podrá observar diferentes técnicas artísticas que usan los grupos para alegrar al público, la narrativa audiovisual guiará como hilo con el trabajo que los artistas realizan en cada paso.

El minidocumental como forma de expresión, nos da las herramientas de cómo se puede narrar de una manera que sea asertiva para que la mayor cantidad de personas lo puedan consumir y nutrirse de esta fuente de conocimiento.



Las crónicas del taco - a Netflix original Documentary serie y dirigido por Carlos Pérez Osorio

Las crónicas del taco creada por Pablo Cruz y dirigido su primera temporada por Perez Osorio C. y escritas por Palerm A, esta serie documental de Netflix nos mostrará las maravillas de la influencia del taco como una comida callejera y como este se presenta de diferentes formas y sabores, siendo como es tomado de otras partes del mundo técnicas y sabores para formas estos emblemáticos sabores. (Perez Osorio C. - Palerm A, 2019)

En la construcción de este documental ellos deben tener en cuenta tanto su contexto, que consistiría en la posición territorial, la gente que consume y prepara el producto, las experiencias o sentimientos que estos enfocan, también la influencia que estos pueden tener en un ámbito cultural o tradicional.

Ya con todo lo planteado con anterioridad, se estructuró y se pensó, el desarrollo del minidocumental como una forma de difusión y educación sobre estos diferentes puntos o locales en los cuales se desarrolla la gastronomía callejera, en este caso en los perritos calientes que se toman como temática en el capítulo, intentar que fuera un diálogo de uno a uno, que se explicara de forma simple para todo el público y que no se divagara en la misma.



OBJETIVOS

General

Realizar la producción de un capítulo piloto de una serie minidocumental sobre la cultura gastronómica callejera, en este caso el producto específico sería el perrito caliente, y el impacto que produce en su entorno en el municipio de Medellín.

Específicos

1. Rastrear y categorizar utilizando las herramientas de cartografía para la ubicaciones y delimitación de sus zonas de impacto de los locales de perritos.
2. Generar ficha técnica para los locales y el desarrollo inicial de la pre-producción para el guión, storyboard, identidad gráfica, permisos y equipos.
3. Desarrollar la producción con grabaciones de entrevistas, material audiovisual y documentación bibliográfica.
4. Realizar una post producción, creación de materiales visuales y sonoros de apoyo para el capítulo piloto.
5. Presentar el producto finalizado a un público seleccionado para obtener una retroalimentación.



METODOLOGÍA

Enfoque

El enfoque al que dirigimos nuestra investigación es el cualitativo, y para ello utilizaremos tres de sus metodologías: Estudio de caso, investigación documental y Método biográfico enfocados principalmente en utilizar la observación, el registro audiovisual y entrevistas para dar a conocer la realidad de la cultura gastronómica callejera en el municipio de Medellín y así direccionar nuestra investigación en la obtención de resultados fructíferos.

Estudio de caso

El estudio de caso de tipo descriptivo (describen programas y prácticas innovadoras) es una estrategia investigativa de descripción, interpretación o evaluación de una realidad social particular. El caso (como unidad de investigación) se estudia en sí mismo y en correlación con otro, como acontecimiento significativo, en su marco sociocultural particular. Permite comprender desarrollando afirmaciones teóricas sobre las regularidades de una estructura; se busca el detalle de la interacción con sus contextos. (Vélez y Galeano, 2000, 19-20) Se analiza la particularidad y la complejidad de un caso singular para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes.

Investigación documental

En la investigación documental se busca construir una estrategia de investigación personalizada para el diseño de proyecto, obtener la información, el análisis e interpretación. Uniendo fuentes varias, las más destacadas se ubican en trabajos enfocados en documentos de archivos oficiales o privados que son la materia prima fundamental: documentos, textos, cartas, autobiografías, periódicos, fotografías, etc. A estas fuentes se puede entrevistar mediante preguntas guías hacia la investigación y desde la misma intensidad poder observar a la misma.

Método biográfico

A través del método biográfico se pretende mostrar el testimonio subjetivo de una persona o elemento en la que se recojan tanto los acontecimientos como las valoraciones que dicha persona hace de su propia existencia, lo cual se materializa en una historia de vida, es decir, en un relato autobiográfico, obtenido por el investigador mediante entrevistas sucesivas (Pujadas, 1992). En el caso concreto de la Investigación Educativa, a través del método biográfico



podemos explorar la dinámica de situaciones concretas a través de la percepción y relato que de ella hacen sus protagonistas.

A partir de estas metodologías nos centraremos en utilizar las siguientes herramientas que desprenden de ellas:

Entrevista: mediante esta herramienta realizaremos entrevistas de relato a los clientes de los locales que visitaremos para conocer su experiencia con la comida, el local y el entorno social que se puede encontrar. De igual manera realizaremos entrevistas pero con un carácter más profundo y biográfico a los dueños o encargados (gerentes) de los locales para conocer cómo comenzaron, que los llevó a vender este tipo de comida, cuánto tiempo se han dedicado a este labor, como perciben el entorno social alrededor del local y su comida, entre otros.

La observación: para tener una mejor interpretación de las realidades que vamos a explorar buscamos realizar una observación participativa donde nos adentraremos en el entorno a estudiar y a probar la comida que venden para lograr una comprensión más acertada del impacto que tiene esta comida en las personas y en el entorno social de los locales de comida seleccionados.

Registro audiovisual: realizaremos un registro audiovisual del entorno social de cada local, algunas entrevistas a clientes y las entrevistas a los dueños o encargados (gerentes) de los locales. También buscaremos registro visual y generar esto mismo sobre la comida de la que vamos a hablar y de cómo esta ha impactado a un nivel social. Todo esto será llevado al producto final de registro que es la serie piloto de mini documental.

Biografía: utilizaremos esta herramienta para generar registro y conocimiento de cómo surgieron las comidas que buscamos estudiar y cómo se fue creando el impacto social que tiene actualmente en la población que estudiaremos. a la par se busca tener información de los locales que se estudiarán y el porqué de sus locaciones y qué tipo de entorno social ha evolucionado en cada uno de estos.

Cartografía social: Se genera un mapa de ubicación geográfica para los diferentes puestos y con esto se va a enfatizar su zona y el impacto cultural/social que este local o establecimiento tiene a su alrededor.

Narrativa: En el momento de desarrollar el producto audiovisual se tendría un narrador o presentador que brinde toda la información obtenida en el transcurso del capítulo piloto del mini-documental.



Con todo lo planteado anteriormente buscamos utilizar y adaptar las herramientas seleccionadas a nuestra investigación propuesta y darle también nuestra esencia y carácter al proyecto, para generar un conocimiento ameno y de fácil comprensión al público que consumirá el producto final, resultando en la expansión del conocimiento sobre este tema y también genera un reconocimiento.

CRONOGRAMA

Actividades	Meses							
	Abril	mayo	Junio	Julio	agosto	sept	oct	Nov
Visitar y llenar las fichas técnicas de los locales	■	■	■					
Finalizar documento investigativo 2021-1		■						
Preproducción (documentos legales, guión, storyboard, adquirir equipo, permisos y identidad visual)	■	■	■	■				
Producción (días grabacion, equipo y transporte)		■	■	■	■	■		
Post-producción (Edición, grabación, realizar animaciones, elementos gráficos)					■	■		
Elementos faltantes y revisión el documento					■	■		
Finalizar piloto (septiembre 29)						■		
Organizar presentación al público y presentación del proyecto							■	
Organizar el documento (proyecto de investigación)							■	
Noviembre 12 proyecto de investigación								■
Sustentación								■



RESULTADOS

Investigación documental

Antes de iniciar la búsqueda por las calles del municipio de Medellín, se realizó un rastreo documental en el cual abarcamos artículos ya publicados en páginas web, foros y libros, que proporcionaban definiciones del concepto sobre “la comida callejera”; este fue el punto de partida para abordar una búsqueda de material audiovisual que pudiera aclarar mejor las ideas y nos ayudará a encontrar un enfoque. Nos dimos cuenta que el registro documental del municipio era muy deficiente en este aspecto, aunque lo poco que había fue de utilidad para encontrar esa guía que nos ayudará a iniciar el marco teórico. Los documentos de Vice, mencionar lo del perrito caliente, solo ellos hablan directamente acá en el municipio de Medellín.

Recorriendo las calles y sus locales

Luego de realizar un rastreo y el análisis documental, se continuó con el aspecto práctico del proyecto, en el cual se tuvo dificultad para encontrar un nombre apropiado. Al final se logró definir el nombre que lleva actualmente: “Los sabores de la cuadra”, y seguido de esto se crearon las fichas técnicas (anexo pág. 28) que serían usadas en los locales, con la finalidad de solicitar permiso a las personas involucradas para usar su imagen en el documental. Lo siguiente era pensar en la identidad visual y como queríamos narrar o dar a conocer la historia de los establecimientos comerciales.

Con lo anterior en marcha se le dio continuidad a la selección de un producto que fuera tan emblemático como la ciudad en el cual se hizo el recorrido (Medellín), y fue así como el producto elegido fueron los “perros calientes”, por eso el objetivo era encontrar lugares en los cuales se lograra demostrar la diversidad de esta comida callejera. Inicialmente se realizó un sondeo con amigos, familiares y allegados, “preguntamos sobre restaurantes o locales que les gustaran, recomendaran o vieran interesantes”; y finalmente se hizo una búsqueda por Internet de locales de “perritos calientes” en google maps en el municipio de Medellín, mirabamos las reseñas y rectificamos en sus redes sociales, con toda esta información realizamos una lista de locales/ restaurantes para empezar hacer una cartografía y visitar los lugares.

Cabe resaltar que todo este proceso se realiza en medio de la pandemia del Covid-19 y precisamente a mediados de



junio del 2021, Colombia pasa por un paro nacional en el cual nos trajo problemas y retraso en el cronograma de esta parte del proyecto, lo cual nos impidió hablar personalmente con los administradores o dueños de los locales para explicar el proyecto, también sabíamos que todos estos problemas tuvieron fuertes repercusiones en el normal funcionamiento de los negocios como una reducción de sus horas laborales, cerraron algunos puntos de venta y desabastecimiento de la materia prima.

Ya seleccionados los lugares, se trazó la cartografía para localizarlos geográficamente y visitarlos, compartir con ellos el panorama de nuestro proyecto y de esta manera hacerlos parte él. Algunos nos recibieron muy amablemente, otros se negaron a participar. En base a los participantes del proyecto se diligenció las fichas técnicas y se generó un guión de las preguntas específicas para cada local, con esto creamos ideas para el storyboard. Con todo esto organizado se continuó con la siguiente fase que sería grabar.

LOS SABORES

LOS PERROS DE DIEGO Calle 35 #70

Los Perros de Diego fue el primer lugar para grabar, en el cual nos atendió Diego con la mejor actitud y muy dispuesto a realizar el proyecto, diligenciar los documentos legales (documento que se muestra con anterioridad) Dispuso a su personal para que todo se viera de manera natural. En este espacio se dio una grabación de casi tres horas con planos al local. Se logró también hacer una entrevista a Diego, por medio de la cuál contó de dónde surgió su negocio, cómo fue creciendo con su pequeño puesto de perritos hace 20 años hasta la media-franquicia que tiene con casi 6 locales distribuidos en el Valle de Aburrá y por último el registro de la preparación de la “fiera perra” insignia del local, el cual se tuvo la oportunidad de degustar al final. Fue una experiencia dónde se sintió muy a gusto, además que se logró un buen material audiovisual, Diego invitando a todos los que lean y vean el documental a su puesto.

LOS PERRITOS GOURMET V

El siguiente lugar que se visitó fue *Los Perritos Gourmet*, ubicado en el barrio El Tesoro, justo abajo del parque comercial El Tesoro. Se llegó al lugar a las 4:00 PM, se había organizado una cita con las personas encargadas del lugar a las 5:00 PM,



pero llegaron un poco más tarde así que se tuvo que esperar aproximadamente 2 horas. En el momento que todos estuvieron listos, se habló con cada una de las personas que iban a participar de manera directa o indirecta y se explicó la manera en que se iba a proceder y una vez todo esto estaba claro se empezó a grabar varias tomas del lugar y de personas llegando a consumir los productos. Se grabó a uno de los propietarios del lugar al cual se le realizaron algunas preguntas, como había empezado toda la idea del local, cuál era su menú, sus productos estrellas y como su influencia del local en su entorno, a las cuales respondió de forma natural, fue muy amable y todo salió de la mejor manera. Finalmente se realizaron otras tomas de planos general, como paneos o estáticos de local por fuera, de los productos que salían con planos medios o generales haciendo paneos que siguieran a los meseros, de cómo eran entregados y de la multitud que atraía el local, concluimos el día con esto y con el único perjuicio la bulla creada por la multitud del día y la poca luz que se tenía.

COMIDAS RÁPIDAS DE CIUDAD

Cl. 20 #43g-67

Continuando con la recolección de información, nos dirigimos a Ciudad del Río, un sector de condominios donde se encuentra el MAMM (Museo de Arte Moderno de Medellín) el cual por su zonas verdes y estructura se volvió un lugar de recurrencia para muchas personas. Este lugar hablamos con Mari en su puesto ambulante llamado *Comidas Rápidas de Ciudad*, en el cual nos recibió y se dispuso ayudarnos a responder nuestras preguntas, comentando que ellos están ubicados desde antes de que el sector fuera tan recurrente y cuando solo eran fábricas y lotes, ella nos comenta que lleva casi 20 años en el negocio, que comenzó con su esposo y en el que actualmente tiene un colaborador. Nos ha comentado que ella vende todo tipo de perritos, desde el tradicional con salchicha hasta los que tienen morcilla, chorizo o butifarra, a tal punto que ha logrado que sus clientes la contacten para hacer pedido de sus productos.

Mari ha luchado todo este tiempo con espacio público para que dejen trabajar y conseguir su sustento diario, pero debido a la cantidad de edificios y urbanizaciones nuevas de Ciudad del Río, empezaron a retirar gran parte de los carritos de comida, uno de los mayores atractivos que tenía este parque/sector. Al terminar la entrevista con Mari, continuamos grabando la zona por un rato y con esto dimos finalizada la grabación.



IDENTIDAD GRÁFICA

Concepto

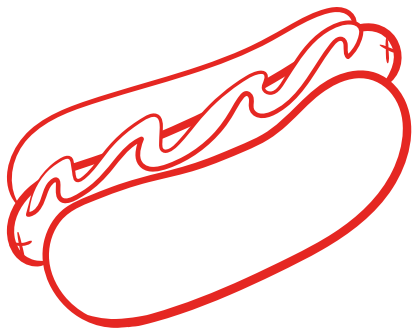
Tanto el concepto como el nombre del documental es “Los sabores de la cuadra”, este con el fin de lograr que se adecuara al estilo de las calles, de los puestos, de los locales y que fuera representativo de los productos que se busca dar a conocer, así mismo de las personas que los venden . Quisimos representar ese sentimiento de querer salir a compartir una comida rápida con familiares o amigos.

Distintivo visual

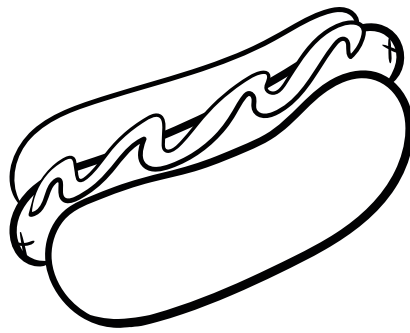
Se utilizó la forma de lo que se conoce como “perro caliente” ya que es una forma más simple y de fácil reconocimiento. Además de que es el protagonista de este proyecto y complementa la combinación de las dos tipografías para el título “SABORES” siendo el estilo callejero que se intenta representar con esa tipografía caligráfica y “DE LA CUADRA” usar una Paloseco para dar firmeza y una legibilidad para representar el documental y dar equilibrio al distintivo.



Colores



#e52722



#000000

Rojo Sabor: Se escogió esta tonalidad de rojo en representación a los locales de comida rápida y su connotación debido a que es uno de los colores más intensos del espectro, que visualmente atrae o llama la atención de las personas. En la gastronomía, el rojo es el que abre más el apetito, con esta idea es la que varios locales de comida lo utilizan para influenciar a sus clientes, los cuales se pueden evidenciar en gran parte de los locales del municipio de Medellín.

Negro: siendo uno de los colores por excelencia para generar contraste lo decidimos tomar como el color complementario para apoyar la idea “Lo sabores de la cuadra” siento este el que representa una abstracción de la calle y sea la idea de la cuadra, de las base para que resalte el auto principal que es el rojo.

Tipografía

Se utilizará dos tipografías,

Brushian: Estilizada caligrafía para representar el estilo callejero

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
123456789

Gotham: una palo seco para dar contraste y equilibrio en la composición con esta representando el documental.

Gotham medium

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz
123456789

Gotham Regular Bold

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz
123456789



Elementos

Los elementos que se utilizaron son influenciados por productos que se venden en los puestos de comida callejera, las abstracciones de comida manejados de una manera simples dan la versatilidad de generar patrones, las citas para presentar los locales o personas está inspirado en el tipo de papel que utilizan para entregar la comida, también se utilizó una textura de partículas para dar contraste en el fondo y dar una estética de desgaste.



Footer/entrevistas



Elementos de apoyo



Portada de entrada puestos

Formato Documental

En la estructura del video los planos utilizados fueron planos generales y paneos en los cuales para mostrar los locales de varios puntos de vista para que los espectadores conozcan el entorno y se sientan atraídos, para los productos planos detalles para tomar los ingredientes y la forma que ellos preparan y entregan que sea una forma explícita que vean el producto y su calidad, en espacio de las entrevista, siempre se utilizó un plano medio para todos y los entrevistadores mirando a la cámara, y pidiendo que utilizaran un lenguaje coloquial, para que el espectadora sienta que la hablan directamente a él y el entrevistado puede hablar con fluidez, también se grabaron planos de apoyos de las calles para apoyar las transiciones.

En la parte calidad del minidocumental será de una resolución HD 1080 x 720, cuando sea subido a youtube para su visualización.



Frames del documental

Link del documental, espero que lo disfrutes:

<https://www.youtube.com/watch?v=xPKpfKWLFIU>



Conclusión

La comida callejera hace parte de un mercado que está en constante cambio y va evolucionando de acuerdo al consumidor o público objetivo, y en el que cada vez se hace necesario realizar un buen estudio de mercado para que su producto y sus ventas no se vean afectadas. Colombia después de la pandemia ha entrado en un periodo de incertidumbre en algunos sectores y la situación económica del país no ayuda en este aspecto. Además, se les dificulta encontrar apoyo del gobierno y la misma situación les impulsa a salir adelante a costa de muchos obstáculos como lo es el acceso deficiente a los servicios, una buena infraestructura, entre muchos otros.

Según vimos a medida que nos involucramos con las historias de los dueños de los lugares que visitamos y documentamos, nos dimos cuenta de las ganas que tienen las personas de salir adelante sin importar las dificultades y crear nuevos proyectos; todos tienen ideas innovadoras, algunos sin estudios formales pero con mucho conocimiento empírico y teniendo en cuenta las dificultades que se han presentado para llevar a cabo su proyecto, han aprendido a sobrellevarlo siendo ejemplo de superación para muchos jóvenes emprendedores e incluso adultos que no han visto posible encontrar trabajo formal a lo largo de su vida por falta de oportunidades.

También pudimos observar cómo estos lugares logran una muy buena aceptación por parte de su clientela o consumidores, haciendo que sean visitados desde otros sectores, como a Maria en ciudad del Río que incluso distribuye su producto o la manera en se adaptaron los Perritos gourmet a su entorno de la uva y el barrio El Tesoro, ya que sus dueños son personas agradables que han sabido entregar el corazón tanto en sus productos como a las personas que han apoyado a su emprendimiento.

Sin embargo, debemos tener en cuenta que la mayoría de estos lugares nacen por personas que ven una necesidad debido a su situación financiera o simplemente buscan iniciar un proyecto en el cual no tienen orientación y lo hacen para ganarse la vida.

Los perritos calientes fueron una muy buena elección para documentar nuestro proyecto ya que cada emprendimiento a pesar de que manejaban un producto similar lo adaptan de formas diferentes, brindando a cada uno un distintivo o esencia a su producto. Diego nos mostró perros grandes y cargados como no podemos encontrar en cualquier barrio de la ciudad de Medellín, mientras que Maria de Ciudad, nos dio perros de muy buen sabor



pero económicos como serian en los parques más comunes y por último tenemos a los Perritos Gourmet que intentan cambiar un poco el estilo de este producto dándole un aspecto más elegante pero igualmente asequible.

Cuando iniciamos el proyecto tuvimos obstáculos, como fue la pandemia y paro nacional en los cuales era necesario visitar y hablar presencialmente con las personas de estos lugares. Aunque en algunos aspectos no fuimos bien recibidos, queremos resaltar que la falta de documentación audiovisual en este tema suponemos que se debe a la desconfianza y la poca fe o falta de colaboración que pueden tener estos proyectos sin ánimo de lucro y meramente académicos.

Realizar todo este proyecto fue un experiencia gratificante ya que desde un inicio con los obstáculos que se nos presentaron hicimos todo lo que estuvo a nuestro alcance para sacarlo adelante, queríamos que las personas que participaran se sintieran cómodas con nuestra presencia y documentación, lo más importante era estar disponibles para ellos, el tiempo que se invirtió fue complicado, ya que todos en este momento de la carrera manejamos espacios diferentes, pero se trató de realizar de la mejor forma, teníamos muy poca utilería, nos transportamos todos juntos en un solo carro, con una sola cámara y un micrófono; se tomó decisiones que creíamos que eran las mejores, poniendo todo en balanza para así lograr sacar lo mejor del proyecto, obviamente sentimos por nuestra poca experiencia quedaron unos fallos en el producto final pero toda la dedicación y tiempo invertido, sentimos que valió la pena con los Sabores de la Cuadra.



ANEXOS

Fotos registros de la realización del documental -



Storyboard - Locales



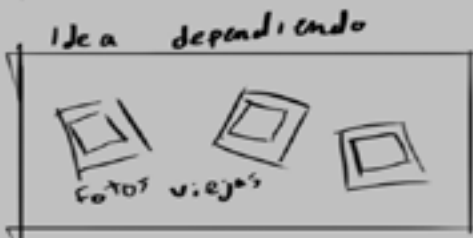
1: Varias tomas de la zona en la cual se encuentra el local para terminar con un plano general del local y
Opcinal: Poner nombre del local o de la zona

Soundtrack de fondo para presentación



2: En un plano medio estara la persona aceptada para ser entrevistada del local, dónde aparece su nombre y su rol en el local, dónde nos respondera varias preguntas, las cuales sonaran también de fondo mientras pasan otras tomas.

Soundtrack de fondo de ambientación



3: Si el entrevistado nos brinda material bibliografico se podran las fotos entregadas acompañados con su historia que nos brinda

Soundtrack de fondo de ambientación



4: Volver a el entrevistado al momento que hable de la historia para pasar.

Soundtrack de fondo de ambientación



5 Hacer unas varias tomas del puesto y sus elementos.

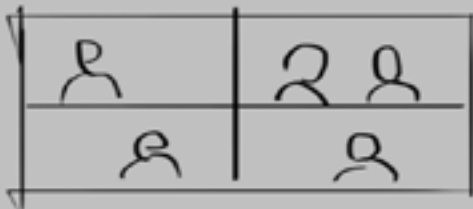
Plano Generales
Planos detalles - podria ser cambio de toma tapando el elemento con algo y pasar otra parte.

Soundtrack de fondo de ambientación



6: Mientras narre como lo preparan, mostrarlo (si se puede ver como se hace) para finalizar con el perrito puesto ahí siendo entregado o un lugar fijo.

Soundtrack de fondo de ambientación



7: Preguntarle a la gente por viene o como termino conociendo el lugar, tomas en plano general (esto se realiza si aceptan)

Soundtrack de fondo de ambientación



8: Finalizar poniendo la camra apuntando donde nosotros comiendo, haciendo un acción breve o algo. esta toma se puede tomar como mucho 10 seg.

Soundtrack de fondo de ambientación



1: Varias tomas de la zona en la cual se encuentra el local para terminar con un plano general del local y
Opcinal: Poner nombre del local o de la zona

Soundtrack de fondo de presentación





Cesión de derechos y autorización expresa para el uso, reproducción, divulgación y distribución de imagen personal de los trabajadores y el local captada a través de fotografías, videos o de cualquiera otro medio

Yo, _____, mayor de edad, identificado con cédula de ciudadanía No. _____ y en caso tal que usted sea el administrador/dueño del establecimiento _____, dirección _____ obrando en nombre propio y representación, por medio del presente documento y a través de mi firma en él, expresé y consiento en lo siguiente:

1. Que me explicaron correctamente de trata el proyecto de investigación CREACIÓN DE PRODUCTO AUDIOVISUAL SOBRE LA GASTRONOMÍA CALLEJERA Y SU IMPACTO CULTURAL EN EL MUNICIPIO DE MEDELLÍN, y entiendo porque hago parte de este proyecto y porque se me fue escogido.
2. Que he sido informado por el grupo del proyecto de investigación CREACIÓN DE PRODUCTO AUDIOVISUAL SOBRE LA GASTRONOMÍA CALLEJERA Y SU IMPACTO CULTURAL EN EL MUNICIPIO DE MEDELLÍN, de la captación de mi imagen (total o parcial) o de mi voz, a través de fotografías, audiovisuales o de cualquier otro medio conocido o por conocerse.
3. Que toda la documentación captada no tendrá un fin lucrativo, sino meramente educativo y para el desarrollo correcto del proyecto de investigación.
4. Considero que el uso de mi imagen no es contrario a la moral y las buenas costumbres, no constituye injerencia arbitraria en la vida privada, ni afecta mi honra, el buen nombre, la integridad moral, física o síquica. Así mismo, las sesiones donde se captó mi imagen fueron realizadas bajo mi total consentimiento y en ningún momento se me transgredió mi dignidad o se me violó derecho alguno en especial el de honor, intimidad, buena imagen y buen nombre.
5. La presente autorización se otorga a título gratuito, por lo que renuncia irrevocable e indefinidamente a cualquier derecho o aspiración tendiente a obtener compensación alguna por el otorgamiento de la misma y consiento que el uso de mis datos no generará derecho económico o patrimonial a favor mío. No poseo ningún tipo de propiedad o dominio sobre las obras y/o bienes donde aparezca mi Imagen o interpretaciones, ni ningún tipo de derecho que me permita usarlas sin autorización expresa y escrita por parte del grupo del proyecto de investigación.

Firma del titular del dato _____

Nombre: _____

C.C. _____

Correo electrónico: _____



Transversal 51A #67B 90 Medellín - Colombia. Tel.: +57 (4)4487666
 NIT.: 890.985.189-9 Vigilada Mineducación Correo: ucatolicaluisamigo@amigo.edu.co
 www.ucatolicaluisamigo.edu.co



Ficha tecnica

Nombre Del local: Comidas rapidas de ciudad
Fecha de visita: 12/08/2021
Dirección del local: Cl. 20 #43g-67
Hora de visita: 2 PM
Administrador o Dueño: Mari Ortega
Contacto del local: número personal

Comida que ofrece (Menú): Perritos calientes de salchicha tradicional, butifarra, chorizo y morcillaza
Comida estrella: Como dijo ella "todos rotan"
Aforo de clientela el día de visita: Fin de semana Poco ___ Medio ___ Mucho __x__ Llegamos muy temprano ___ Semana Poco __X_ Medio ___ Mucho ___
Domicilios: Si ___ No __x__ breves observaciones: Normalmente la gente la llama para que les tenga listo los productos para ellos recogerlos.
Medidas por la pandemia: Bueno __x__ Medio ___ Malo ___ No tienen ___
Hora de más clientela (según el personal del local):
Se pudo agendar fecha de grabación: Si __x__ No ___ Cuando: 30/08/2021

Tener en cuenta la difusión de ellos en las redes sociales y la información gráfica que se encuentra en los menús



Precios: Entre 2 a 7 mil

Descripción del espacio (local): Es un carrito de comida en la calle de los foodtruck de Ciudad del Rio en el cual dispone de unas sillas plasticas para sentarse a comer.

Descripción del entorno social: Por ser un parque de tanto flujo constante se puede ver varios clientes comprando o hasta diferentes personas que pasan por ahí saludandola.

Tener en cuenta la difusión de ellos en las redes sociales y la información gráfica que se encuentra en los menús



Nombre Del local: Perritos Gourmet
Fecha de visita: 22/09/2021
Dirección del local: Carrera 29a, Calle 3b Sur #40
Hora de visita: 6 PM
Administrador o Dueño: Nicolas Jaramillo
Contacto del local:

Comida que ofrece (Menú): Son los productos comunes como la hamburguesa o perritos pero con una presentación de comida de MAr y mariscos, también tiene una variedad como sushi, bowls o parrilladas
Comida estrella: Los perritos de palmitos de cangrejo son los mas conocidos y pedidos por el publico
Aforo de clientela el día de visita: Fin de semana Poco ___ Medio <u>x</u> Mucho ___ Llegamos muy temprano ___ Semana Poco ___ Medio <u>x</u> Mucho ___
Domicilios: Si <u>x</u> No ___ breves observaciones:
Medidas por la pandemia: Bueno <u>x</u> Medio ___ Malo ___ No tienen ___
Hora de más clientela (según el personal del local): Siempre hay flujo bastante, dependel del clima
Se pudo agendar fecha de grabación: Si <u>x</u> No ___ Cuando: 27/09/2021

Tener en cuenta la difusión de ellos en las redes sociales y la información gráfica que se encuentra en los menús



Precios: Entre 7 a 38 mil

Descripción del espacio (local): El local se encuentra organizado en una casa de barrio al lado de la Uva, con el cual disponen de una camino donde la gente transita pero también se sientan a esperar y comer su pedido, a lo cual más arriba tienen un parqueadero comunitario que normalmente viene la gente a este lugar.

Descripción del entorno social: Al ser un sector de un barrio, se nota el cariño que se le tiene al espacio y como este le da vida a su alrededor y dando mas de un oportunidad de visitar el parque uva que lo tiene al lado

Tener en cuenta la difusión de ellos en las redes sociales y la información gráfica que se encuentra en los menús



Nombre Del local: Los perros de diego
Fecha de visita: 07/08/2021
Dirección del local: Cl. 35#70
Hora de visita: 5 PM
Administrador o Dueño: Diego Alexander
Contacto del local: 5818002

Comida que ofrece (Menú): Iniciaron con chuzo, perros y hamburguesas, pero ahora tienen sus propios platos y vendé unos platos mas ejecutivos.
Comida estrella: La fierra, un perro que tiene carne de hamburguesa y es la mas pedida por sus clientes
Aforo de clientela el día de visita: Fin de semana Poco ___ Medio ___ Mucho <u>x</u> Semana Poco <u>X</u> Medio ___ Mucho ___ Llegamos muy temprano _____
Domicilios: Si <u>x</u> No ___ breves observaciones:
Medidas por la pandemia: Bueno _____ Medio ___ Malo _____ No tienen _____
Hora de más clientela (según el personal del local):
Se pudo agendar fecha de grabación: Si <u>x</u> No ___ Cuando: 07/08/2021

Tener en cuenta la difusión de ellos en las redes sociales y la información gráfica que se encuentra en los menús



Precios: Entre 10 a 54 mil

Descripción del espacio (local): Como tal Diego tiene varios lugares en el valle de aburrá, en este local de laureles, tiene el espacio para recibir a sus clientes, una amplia cocina para que sus trabajadores se sientan cómodos y se pueda trabajar acorde al flujo de los clientes.

Descripción del entorno social: Diego al ser un lcoal que lleva varios años, se tiene una gran tasa de clientes los cuales piden muchos, la misma gente viene a pedir a llevar o viene y se sientan a comer sus productos, en lo cual Diego nos comenta “que la gente normalmente vienen con su familia a comer en las noches”.

Tener en cuenta la difusión de ellos en las redes sociales y la información gráfica que se encuentra en los menús



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Comida callejera, Larcher C. y Camerer S. (2015)
(<https://www.raco.cat/index.php/Temes/article/download/299369/388830/0>)

- Cifuentes, A (2014).Diseño gráfico con sabor . Foro Alfa.
(<https://foroalfa.org/articulos/disenio-grafico-con-sabor>)

- Laurcher C. y Camerer S (2015) Comida Callejera. Articulo

- Calderón Vázquez, D (2018) Mini documental como medio de difusión de las actividades escénicas en el espacio cultural “la insensata”(tesis de grados),Universidad Tecnológica Israel, Quito-Ecuador
url:<http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1798>

- Gelb, D; (Guionista), McGinn, B. y Milder, D. (Director). (2020) Bogotá, Colombia (Capítulo de Netflix serie documental). D. Palome(Productor) Street food: Latinoamerica. Bogotá. Netflix ORIGINAL
url:https://www.netflix.com/watch/81177679?trackId=14170289&tctx=0%2C4%2C3dd60245-4e24-4d6d-b166-25c65d7c84e4-1656389%2Cc36b2328-c0ba-4507-b323-c62ecd6c88f7_2572653X3XX1598461619449%2Cc36b2328-c0ba-4507-b323-c62ecd6c88f7_ROOT%2C

- Párama A. (Periodista y host). (2019) Antioquía, Colombia (Capitulo de Munchies food by vice). Barbosa J.(Productor) Enciclopedia de la comida latinoamericana. La perra de Medellín. Vice.
Url: https://www.youtube.com/watch?v=I_FPbSMMCMk&t=2s

- Palerm A(Guionista), Perez Osorio C. (Director). (2019)Ciudad de México, México (Capítulo de Netflix serie documental). El estudio Canana y gloria content (Productora) La crónica del taco: Pasto. Netflix original
Url: <https://www.netflix.com/watch/81040717?trackId=251769321&tctx=0%2C0%2C07d897b6-b422-46c9-b924-4bf5d290036e-5163283%2C%2C%2C>

- Rodríguez G., Gregorio y otros: Metodología de la investigación cualitativa. Ediciones Aljibe. Málaga, España. 1996. P.39-59

- Rodriguez M.: Métodos y técnicas de investigación cualitativa. Curso Introducción a la Investigación. 2014.

