



**Universidad
Europea MADRID**

Escuela de Ingeniería, Arquitectura y Diseño

JILORIO

**DISEÑO DE UNA GUÍA CULINARIA INTERACTIVA PARA LA
PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO**

Alumno: Carlos Almeida Caro

Tutor: Jesús Enrique Royuela Casamayor

Trabajo Fin de Grado

Gracias a mi familia y amigos por su apoyo incondicional y por creer en mí en todo momento. Y gracias a mí mismo, por la perseverancia y el esfuerzo que me han traído hasta aquí.

JILORIO

RESUMEN / ABSTRACT

Resumen (ES)

La gastronomía canaria, reflejo de una identidad híbrida forjada por siglos de intercambios culturales, constituye un patrimonio inmaterial que corre el riesgo de ser invisibilizado en el contexto actual de globalización y digitalización. Este Trabajo de Fin de Grado propone el diseño de una guía culinaria interactiva que documente, difunda y ponga en valor la tradición gastronómica del archipiélago, mediante herramientas de diseño gráfico y comunicación visual.

Se emplea una metodología proyectual basada en cuatro fases: investigación documental y de campo, conceptualización visual, desarrollo gráfico y validación mediante prototipo interactivo (ver Anexo I). El enfoque está centrado en el usuario y en el diseño editorial con vocación educativa y cultural.

Entre los resultados preliminares destacan la definición de una identidad visual coherente, una estructura narrativa basada en productos y rutas gastronómicas, y el desarrollo de un prototipo digital con elementos interactivos como mapas y códigos QR. La guía combina lo visual, lo informativo y lo sensorial para ofrecer una experiencia inmersiva y accesible.

Se concluye que el diseño puede actuar como mediador cultural, permitiendo la transmisión del patrimonio culinario a públicos diversos. Este proyecto representa un modelo replicable para la revalorización de culturas locales en entornos digitales contemporáneos.

Abstract (EN)

Canarian gastronomy, a reflection of a hybrid identity shaped by centuries of cultural exchange, is an intangible heritage currently at risk of being overshadowed by globalization and digital homogenization. This Project presents the design of an interactive culinary guide aimed at documenting, promoting, and revaluing the gastronomic traditions of the Canary Islands through graphic design and visual communication tools.

The project follows a design-based methodology structured in four phases: documentary and field research, visual conceptualization, graphic development, and validation through an interactive prototype (see Appendix I). The approach is user-centered, with a strong editorial and educational focus.

Preliminary results include the creation of a consistent visual identity, a narrative structure built around local products and food routes, and the development of a digital prototype featuring interactive elements such as maps and QR codes. The guide merges visual, informative, and sensory aspects to provide an immersive and accessible experience.

It is concluded that design can act as a cultural mediator, enabling the transmission of culinary heritage to diverse audiences. This project serves as a replicable model for enhancing local cultures in contemporary digital contexts.

0/.

ÍNDICE

1. Introducción.	08
2. Justificación del proyecto.	14
3. Objetivos.	20
3.1. Objetivo general.	22
3.2. Objetivos específicos.	23
4. Público objetivo.	24
4.1. Identificación público objetivo.	26
4.2. Influencia del público en el diseño.	29
5. Marco teórico.	30
5.1. La gastronomía como patrimonio cultural.	32
5.2. Turismo gastronómico y sostenible.	34
5.3. Diseño editorial e interacción digital.	36
5.4. Diseño centrado en el usuario.	37
6. Estado del arte y referentes.	38
6.1. Proyectos similares.	40
6.2. Referentes visuales y estilísticos.	41
6.3. Influencias culturales y enfoque territorial.	43
7. Metodología.	44
7.1. Enfoque metodológico.	46
7.2. Fases del proceso.	47
7.3. Entrevista a productores.	48
8. Prototipo.	50
9. Discusión.	68
9.1. Diseño como herramienta de mediación cultural.	70
9.2. Retos y desafíos encontrados.	71
9.3. Valor estratégico del diseño en contextos periféricos.	72
10. Conclusiones.	74
11. Bibliografía.	78
12. Anexos.	80

01.

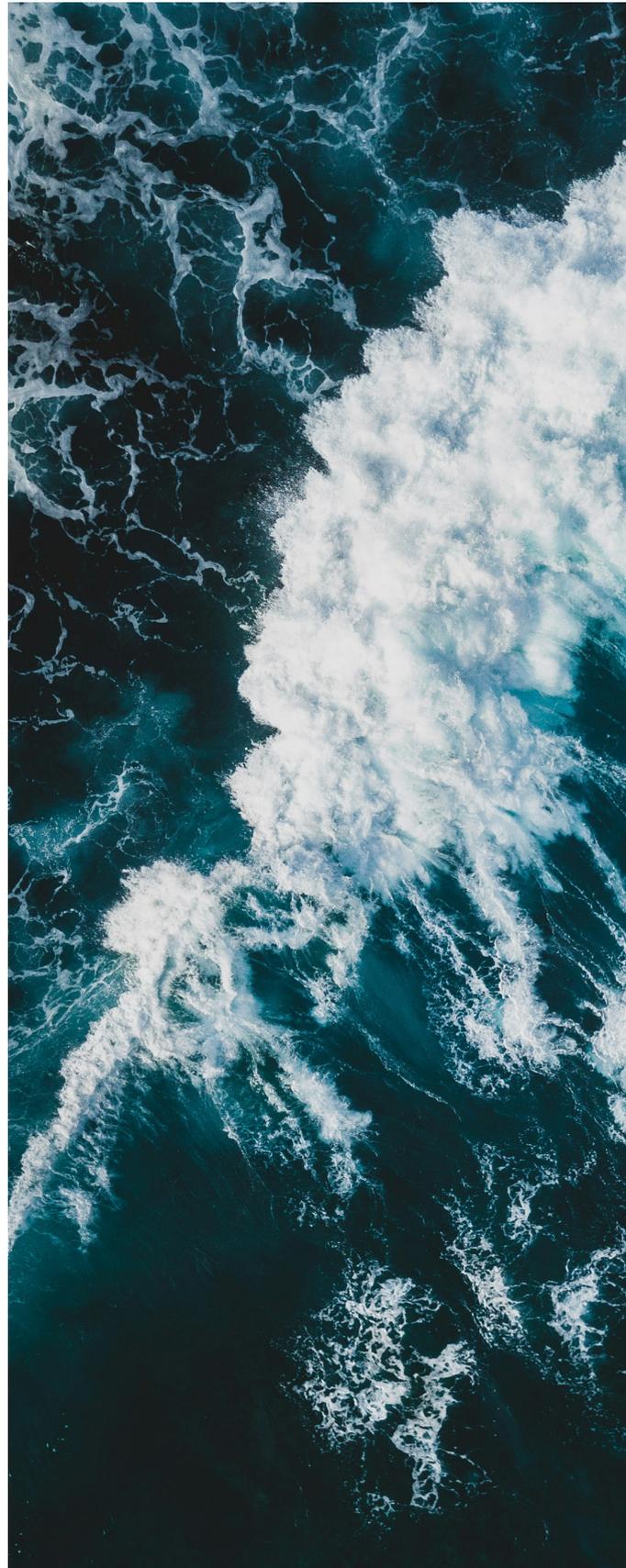
INTRODUCCIÓN

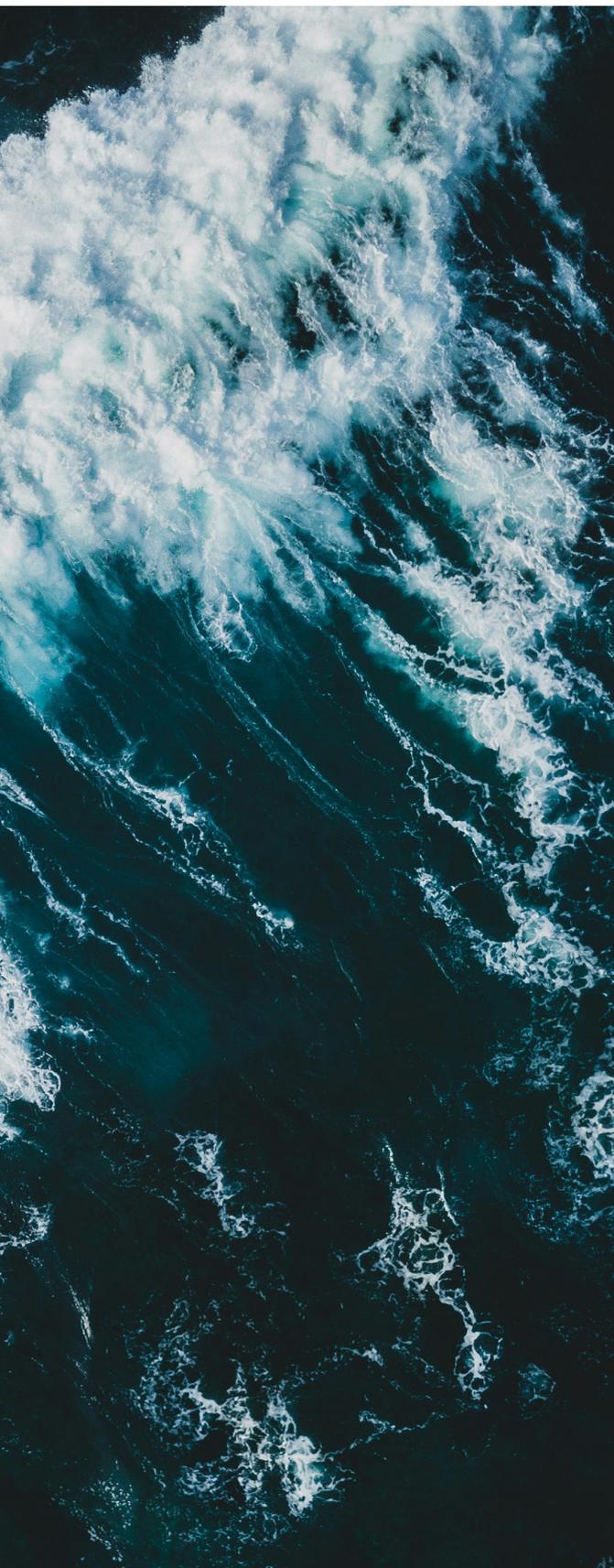


La gastronomía es una manifestación viva del patrimonio cultural de un pueblo. Es el reflejo de su historia, su geografía, su economía y su forma de vida. En el caso de las Islas Canarias, la cocina tradicional no solo es resultado de la fusión entre culturas europeas, africanas y americanas, sino también de la adaptación a un territorio insular con recursos limitados y una biodiversidad singular.

A pesar de su diversidad y profundidad cultural, el patrimonio gastronómico de las Islas Canarias ha sido históricamente menos visibilizado que el de otras regiones españolas como el País Vasco, Cataluña o Galicia, tanto en los medios de comunicación, como en guías turísticas internacionales o circuitos gastronómicos reconocidos.

Por ejemplo, en el Ranking de destinos gastronómicos españoles elaborado por TripAdvisor y GastroActitud (2023), Canarias no figura entre las cinco primeras comunidades, dominadas por el norte peninsular. Asimismo, en las ediciones de la Guía Michelin España & Portugal (2024), las Islas Canarias cuentan con tan solo 8 restaurantes con estrella, frente a los más de 40 del País Vasco o 70 de Cataluña, lo que refleja cierta desproporción en la visibilidad a nivel nacional e internacional.





Ivan B, 2019.
Unsplash.

En entrevistas recogidas por Canarias7 y La Provincia a chefs locales como Juan Carlos Padrón (estrella Michelin en Tenerife) o Pedro Rodríguez Dios, ambos destacan que «Canarias tiene mucho que contar desde la cocina», pero que «aún queda camino por recorrer para que los sabores del archipiélago se reconozcan en el mapa gastronómico global».

Además, informes del Observatorio del Turismo de Canarias (2022) muestran que solo un 16% de los turistas que visitan las islas declaran haber realizado alguna actividad gastronómica local, lo cual contrasta con comunidades como Galicia o La Rioja, donde el turismo enogastronómico supera el 30% según Turespaña (2021).



Alessia C, 2020.
Unsplash.

En paralelo, el turismo en Canarias continúa siendo uno de los pilares económicos fundamentales del archipiélago, pero sigue concentrado en una oferta de sol y playa. Existen oportunidades claras de diversificación, en especial a través del turismo gastronómico y cultural. La comida no solo es un atractivo turístico, sino también una forma de educar, conectar y crear experiencias significativas.

En este contexto, el presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) propone el diseño de una guía culinaria interactiva centrada en los sabores y saberes de Canarias. El proyecto busca conjugar el diseño editorial, las posibilidades tecnológicas actuales y una visión participativa del diseño gráfico, orientada a preservar el patrimonio, fomentar el consumo local y enriquecer la experiencia turística. El resultado será una guía que no solo informe, sino que invite a la exploración, la curiosidad y la conexión emocional con las islas a través de su cocina.

«Uno no puede
pensar bien,
amar bien,
dormir bien,
si no ha comido
bien».

Virginia Woolf.

02.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO



En la actualidad, vivimos un momento de fuerte digitalización y globalización cultural, donde muchas prácticas tradicionales —como la cocina, la música o la artesanía— corren el riesgo de verse homogeneizadas, desplazadas o descontextualizadas frente a modelos de consumo y representación más globales (UNESCO, 2022).

La gastronomía, como manifestación cultural inmaterial, no es ajena a esta amenaza: recetas tradicionales tienden a desaparecer, los productos autóctonos pierden presencia frente a la industria alimentaria globalizada, y muchas prácticas locales no cuentan con canales de difusión contemporáneos (Feixa, 2014; Canclini, 2001).

Dentro de este panorama, la gastronomía local emerge como un pilar identitario que debe ser protegido, difundido y reinterpretado para las nuevas generaciones. Las Islas Canarias, con su diversidad geográfica, sus productos autóctonos y su historia mestiza, poseen una riqueza culinaria única, que, sin embargo, sigue siendo poco visibilizada fuera del contexto turístico convencional.

Este proyecto surge de una motivación personal y profesional por recuperar el valor del patrimonio gastronómico desde el diseño gráfico, no solo como elemento visual, sino como herramienta narrativa, educativa y participativa. La elección del formato guía responde a su potencial de síntesis entre información, estética y funcionalidad, mientras que la dimensión interactiva permite un diálogo activo con el usuario, superando las limitaciones del medio impreso tradicional.

El título del proyecto, “**Jilorio**”, refuerza este planteamiento. Se trata de un canarismo popular que expresa el apetito o el deseo espontáneo de comer, cargado de cercanía emocional y oralidad tradicional. Elegir este término como nombre de la guía responde al deseo de anclar el proyecto en el territorio desde su lenguaje más propio y afectivo. Jilorio es breve, sonoro, evocador y culturalmente situado: una palabra que no solo nombra el hambre física, sino también el deseo de reconectar con los sabores, las historias y la identidad de las islas.

De este modo, el proyecto no solo comunica, sino que invita a experimentar el gusto como patrimonio y el diseño como herramienta para contar, compartirlo y preservarlo.

«Creo que los
ordenadores
son la
herramienta más
grande jamás
inventada para el
aprendizaje».

Isaac Asimov.





Zinah I, 2020. Unsplash.

03.

OBJETIVOS



3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar una guía culinaria interactiva y visualmente atractiva que permita revalorizar el patrimonio gastronómico de las Islas Canarias desde una perspectiva cultural, sostenible y educativa, incorporando herramientas editoriales, recursos digitales y principios de diseño centrado en el usuario.



Nicole A, 2023.
Unsplash.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Documentar y estructurar información clave sobre productos, recetas y prácticas culinarias tradicionales canarias, mediante fuentes bibliográficas, entrevistas y trabajo de campo.
- Crear una identidad visual coherente con los valores culturales del proyecto, inspirada en elementos visuales del paisaje, la arquitectura y la iconografía popular de las islas.
- Diseñar contenidos editoriales que combinen texto, imagen, ilustración y mapas, con una narrativa accesible, atractiva y adaptada a distintos perfiles de usuario (local, visitante, profesional).
- Fomentar el turismo gastronómico responsable, promoviendo el consumo de productos locales, el conocimiento de la procedencia de los alimentos y el respeto por las tradiciones culinarias.

04.

PÚBLICO



4.1.

IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

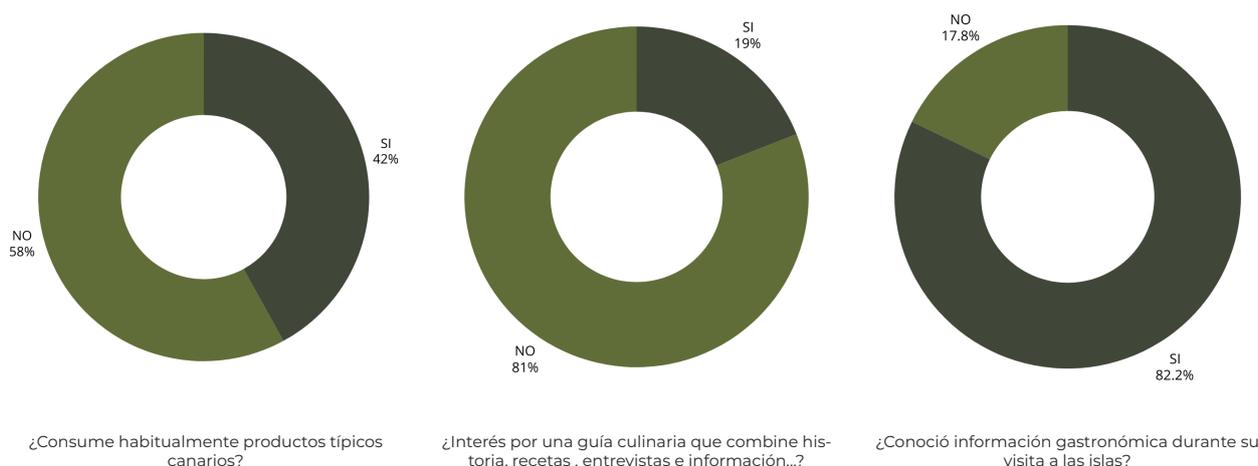
El proyecto está dirigido a dos segmentos principales de público: por un lado, los residentes del archipiélago canario, y por otro, los turistas nacionales e internacionales que visitan las islas con interés cultural o experiencial.

En el caso de los residentes, la guía culinaria interactiva tiene como objetivo principal reconectar a la población local con su patrimonio gastronómico. En muchas ocasiones, productos tradicionales como el gofio, los quesos artesanales o los mojos han quedado relegados a un segundo plano frente a la estandarización alimentaria o el desconocimiento de su valor histórico y cultural. La guía propone un enfoque educativo y emocional, que permita a las nuevas generaciones revalorizar prácticas culinarias locales y fomentar el consumo de productos autóctonos.

Por su parte, el turismo representa una actividad económica clave en Canarias, y ha evolucionado hacia modelos más responsables, personalizados y culturales.

Según el Estudio de Turismo Gastronómico en España (Turespaña, 2021), más del 30 % de los viajeros elige su destino en función de su oferta gastronómica, lo cual evidencia una oportunidad clara para ofrecer contenidos atractivos y visualmente cuidados que enriquezcan la experiencia del turista, promoviendo el conocimiento de la cocina local.

Para validar esta doble segmentación, se elaboró un cuestionario digital que recogió 62 respuestas válidas: un 55 % correspondió a residentes y un 45 % a turistas que hayan visitado las islas. Entre los residentes, el 91 % reconocía productos tradicionales, pero solo un 42 % los consumía habitualmente. Un 68 % afirmaba que la gastronomía local está poco representada en medios, mientras que el 74 % mostraba interés en una guía visual y cultural.



En el grupo de turistas, el 81 % no había recibido información gastronómica durante su visita, pero el 76 % declaró estar interesado en una guía que incluyera recetas, productos locales y entrevistas. El 92 % consideró que la gastronomía enriquecía significativamente su experiencia en el destino.

Estos resultados avalan la elección de ambos perfiles como destinatarios del proyecto y orientan sus decisiones de diseño hacia una experiencia visual, interactiva y culturalmente significativa. El diseño gráfico y editorial actúa como mediador entre tradición y contemporaneidad, ofreciendo contenidos adaptados a las necesidades, intereses y hábitos digitales de estos dos grupos clave.

«El mayor negocio
que puede tener
un país es la
educación de su
pueblo».

César Manrique.

4.2. INFLUENCIA DEL PÚBLICO EN EL DISEÑO



Darwin V, 2019.
Unsplash.

La propuesta de diseño de la guía se ha elaborado teniendo en cuenta las preferencias y necesidades de ambos grupos.

Para los turistas, se ha trabajado en la accesibilidad del contenido, incorporando recursos visuales, mapas y rutas para facilitar su comprensión. En cuanto a los residentes, se ha hecho énfasis en la información histórica y cultural, con el objetivo de fortalecer su identidad y fomentar el consumo de productos locales.

05.

MARCO
TEÓRICO



Nathan D, 2021. Unsplash.

5.1.

LA GASTRONOMÍA COMO PATRIMONIO CULTURAL

La gastronomía no es solo un conjunto de recetas o técnicas culinarias: es un lenguaje cultural, una forma de transmitir conocimiento, memoria y pertenencia. La UNESCO (2003) reconoce la alimentación tradicional como parte del patrimonio cultural inmaterial, destacando su capacidad para fortalecer la identidad colectiva y fomentar la cohesión social.

En el contexto canario, la cocina representa una herencia compleja y valiosa que combina elementos de la tradición guanche, la colonización europea, los intercambios atlánticos y los recursos locales. Según Fernando Estévez González (2004), la cultura alimentaria de las islas ha sido históricamente subestimada frente a otras expresiones identitarias, a pesar de ser una de las más visibles y vividas cotidianamente.

Algunos productos clave, como el gofio, el queso majorero o el mojo picón, contienen no solo sabor, sino relatos sociales, saberes ancestrales y formas de vida ligadas al territorio, al clima y a la economía rural.



Fotografía de papas arrugadas y vino canario.
Reproducida de holaislascanarias.com

5.2.

TURISMO

GASTRONÓMICO

Y SOSTENIBLE

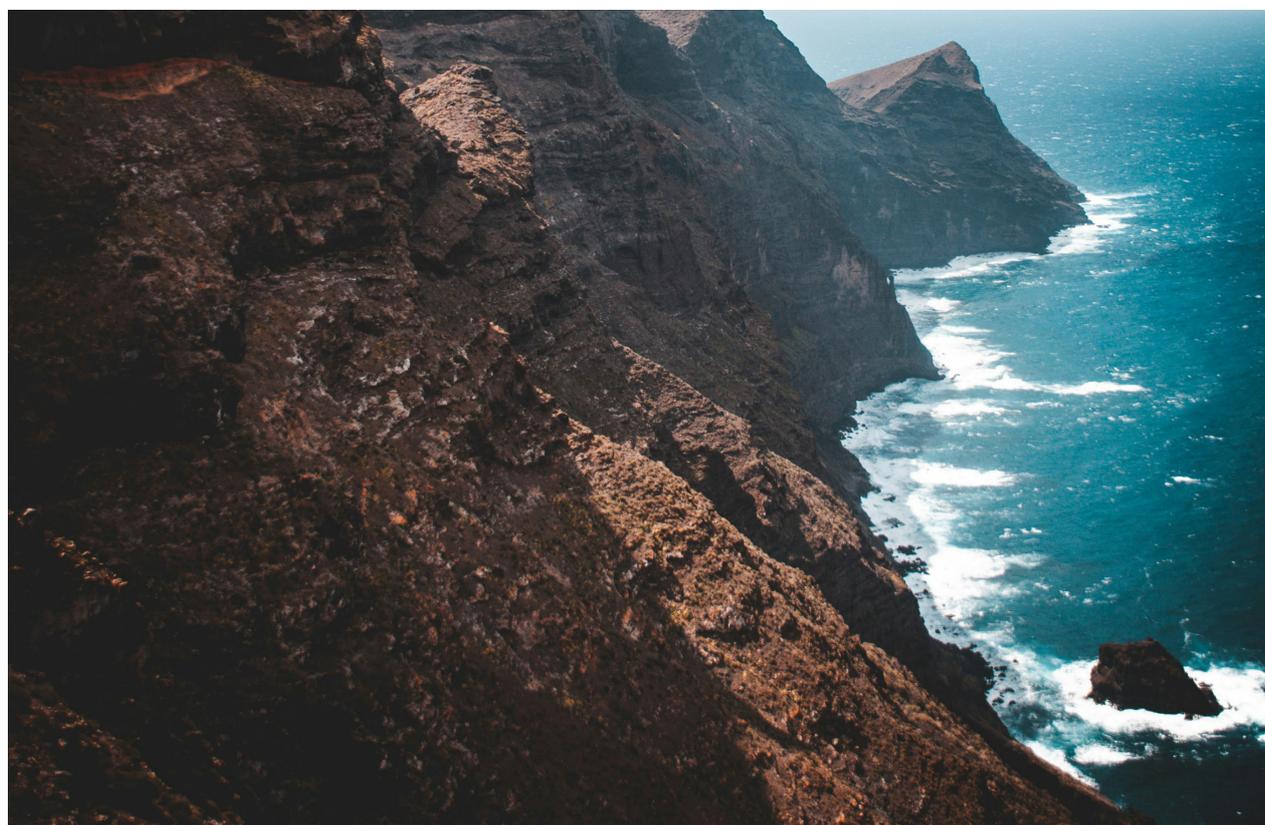
El turismo gastronómico ha ganado protagonismo como modalidad emergente que combina el interés por la cocina local con el deseo de vivir experiencias auténticas y culturales. Según Turespaña (2021), más del 30 % de los turistas nacionales consideran la gastronomía como un factor determinante en la elección de destino. Esta tendencia se enmarca dentro del concepto de turismo experiencial y sostenible, que busca minimizar el impacto ambiental y maximizar los beneficios socioculturales para las comunidades locales.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo gastronómico como una herramienta estratégica para el desarrollo regional, ya que fomenta la economía local, fortalece la identidad cultural y mejora la distribución territorial del turismo, alejándolo de los circuitos masificados. Este tipo de turismo genera un perfil de visitante más consciente, con interés en aprender, consumir responsablemente y conectar con el entorno.

En el caso de Canarias, la gastronomía posee un potencial enorme como vía para diversificar el modelo turístico dominante, actualmente muy centrado en el “sol y playa”. Una guía culinaria que combine diseño, narración y digitalización no solo informa, sino que puede actuar como catalizador de un turismo más equilibrado, inclusivo y sostenible, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

Por tanto, este proyecto no solo tiene una dimensión cultural y comunicativa, sino también una proyección económica y medioambiental, al fomentar el consumo de productos locales, la visibilización de saberes tradicionales y el respeto por la identidad del territorio.

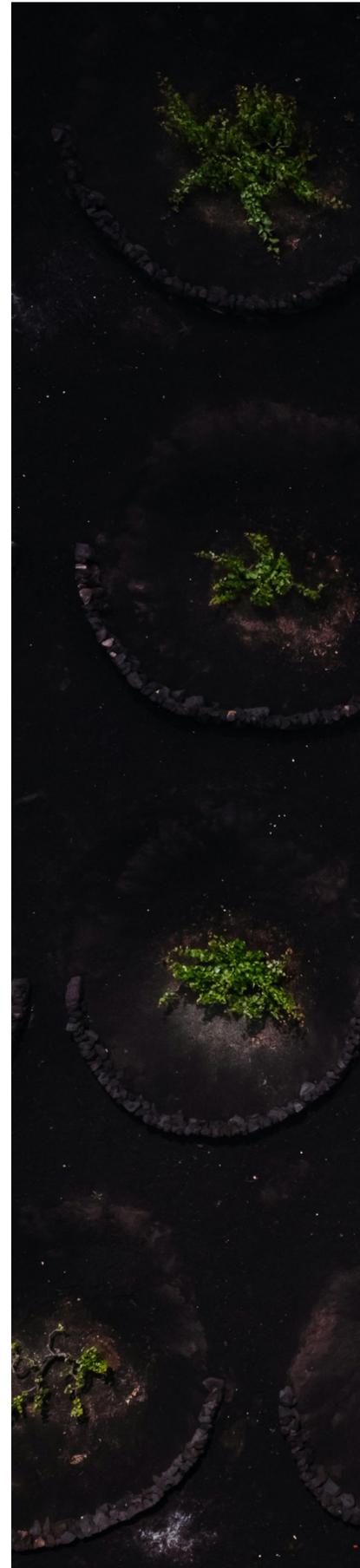
Hert N, 2022.
Unsplash.



5.3. DISEÑO EDITORIAL E INTERACCIÓN DIGITAL

El diseño editorial contemporáneo ha dejado de ser únicamente una disciplina impresa. Gracias a la convergencia de medios, las guías, catálogos y revistas han incorporado elementos interactivos, tanto en sus versiones digitales como en sus formatos físicos (con QR, animaciones, audio, etc.). Según Lupton (2014), el diseño gráfico editorial hoy debe entenderse como una narrativa visual expandida, donde el lector es también explorador.

Este proyecto se enmarca en esa visión, integrando diseño gráfico, contenido gastronómico y componentes interactivos que enriquezcan la experiencia. La combinación de imágenes, ilustraciones, tipografía y datos en un formato navegable permite transmitir conocimiento de forma eficaz y estética.





5.4. DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

El enfoque centrado en el usuario, fundamental en el diseño digital, busca que los productos sean comprensibles, usables y deseables. Nielsen (1995) define la usabilidad como «un atributo de calidad que mide la facilidad de uso de una interfaz por parte del usuario». En este sentido, una guía gastronómica interactiva debe facilitar la navegación, adaptarse a distintos dispositivos, ser accesible para personas con distintos niveles de alfabetización digital y permitir una exploración fluida.

El diseño de esta guía se apoya en principios básicos de UX/UI como jerarquía visual clara, navegación intuitiva, adaptabilidad responsive y coherencia estética. El resultado debe ser una experiencia agradable tanto para lectores locales como para turistas internacionales.

06.

**ESTADO
DEL ARTE Y
REFERENTES**



6.1.

PROYECTOS SIMILARES

A nivel nacional e internacional, existen múltiples iniciativas que vinculan gastronomía, diseño editorial y turismo cultural. Sin embargo, son escasas aquellas que integran estos elementos desde un enfoque interactivo, visual y centrado en el usuario. Algunos casos relevantes incluyen:

Guía Repsol (España)

Aunque cuenta con una sólida reputación en el ámbito turístico y gastronómico, su enfoque es más comercial y menos centrado en lo identitario o cultural profundo.

The Nordic Food Manifesto (Escandinavia)

Combina diseño gráfico contemporáneo, identidad cultural y sostenibilidad alimentaria. Es un ejemplo destacado de cómo el diseño puede narrar una cocina basada en el territorio.

Atlas comestible de México

Proyecto editorial y digital que documenta productos y recetas locales a través de ilustraciones, mapas y relatos. Su formato híbrido (visual y narrativo) es una gran referencia metodológica.

Cookpad (global)

Plataforma de recetas que, aunque no es una guía editorial en sí misma, destaca por su interfaz simple, su enfoque comunitario y su fuerte presencia de recetas tradicionales adaptadas a lo digital.

Estas iniciativas han servido como base de inspiración para este TFG, pero también ponen en evidencia una carencia: no existe, en el contexto canario, una guía gastronómica interactiva que combine diseño visual, identidad territorial y recursos digitales accesibles.

6.2.

REFERENTES VISUALES Y ESTILÍSTICOS

El desarrollo visual de la guía Jilorio se inspira en corrientes actuales del diseño editorial y digital que apuestan por la claridad, la narración visual y la conexión emocional con el usuario. Se ha optado por una estética que combina lo contemporáneo con elementos visuales ligados al entorno insular: texturas naturales, tipografía limpia pero con carácter, ilustración editorial y jerarquía visual bien estructurada.

Entre los referentes más influyentes destacan:

Comestible (España)

Publicación impresa que combina activismo alimentario, diseño gráfico sobrio y fotografía honesta de los productos del territorio. Su enfoque editorial demuestra que lo local puede comunicarse con un lenguaje visual moderno, sin perder profundidad.

Panorama Editorial (Latinoamérica)

Proyectos que priorizan la identidad local, el uso de ilustración artesanal y la estructura narrativa como vehículo para experiencias lectoras personalizadas.

Cartografías visuales

Se han tomado como inspiración proyectos que usan mapas ilustrados y recorridos interactivos (como Eatinerary o Taste Atlas), los cuales ofrecen al usuario no solo información, sino una experiencia lúdica y de descubrimiento visual del territorio.

A nivel estético, se propone una identidad visual que combine colores cálidos (inspirado en la tierra, el fuego y el gofio), contrastes naturales (azules y verdes), y tipografías humanistas, creando un equilibrio entre lo evocador y lo funcional.

Lucy J, 2022.
Unsplash.



6.3.

INFLUENCIAS CULTURALES Y ENFOQUE TERRITORIAL

Más allá de lo gráfico, el proyecto se fundamenta en una serie de influencias culturales y contextuales que guían tanto su contenido como su tono narrativo.

— La oralidad popular canaria: el uso del término **Jilorio** y la voluntad de incluir citas, expresiones y testimonios locales responde a una visión antropológica del diseño, donde el relato oral forma parte esencial del patrimonio. La voz de productores, cocineros, agricultores o personas mayores es tan relevante como el diseño visual.

— La cocina como archivo emocional: siguiendo a autores como Massimo Montanari o Sílvia Federici, se entiende que la cocina no solo alimenta el cuerpo, sino también la memoria, la transmisión y la resistencia cultural. Este enfoque se traduce en el deseo de que la guía funcione como un archivo gráfico de la identidad alimentaria de las islas.

— Etnografía visual y narración situada: el diseño editorial de la guía parte del reconocimiento del territorio no como fondo visual, sino como agente narrativo. El paisaje, los cultivos, las texturas y los productos no se muestran como postal, sino como elementos conectados con historias, oficios, sabores y modos de vida.

07.

METODOLOGÍA



7.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

Este proyecto adopta una metodología proyectual con enfoque cualitativo, basada en la resolución de un problema de comunicación visual y cultural. Se parte de una necesidad detectada (baja visibilidad del patrimonio gastronómico canario) y se responde mediante un proceso creativo estructurado en fases. El diseño se entiende como una herramienta de mediación cultural, no solo estética.

El enfoque se apoya en los principios del diseño centrado en el usuario, priorizando la accesibilidad, la claridad informativa y la experiencia interactiva. Además, se recurre a técnicas de investigación documental y de campo para asegurar la pertinencia cultural del contenido.

Joel F, 2022.
Unsplash.





JP F, 2019. Unsplash.

7.2. FASES DEL PROCESO

— Investigación documental y de campo: revisión bibliográfica sobre gastronomía canaria, diseño editorial y turismo cultural; análisis de guías similares y plataformas digitales.

— Trabajo etnográfico: realización de entrevistas semiestructuradas a agentes del entorno gastronómico local.

— Conceptualización visual y narrativa del prototipo: desarrollo de la identidad visual, estructura editorial y tono comunicativo.

— Diseño del prototipo: creación y maquetación en plataformas como Adobe Indesign, Photoshop e Illustrator, integrando ilustraciones, fichas de producto, rutas gastronómicas y elementos interactivos (QR, mapas, recetas).

7.3.

ENTREVISTA

A PRODUCTORES

Como parte del proceso de documentación, se realizó una entrevista semiestructurada a Carmen Morales, cocinera tradicional; y a Rafael Méndez, presidente ejecutivo de Destilería Arehucas. Ambos residentes en Gran Canaria.

Carmen Morales

¿Cómo definirías tú la cocina canaria?

Es una cocina sencilla, pero con mucho fondo. Antes se cocinaba con lo que había, y se hacía con cariño. Para mí es una cocina que habla del paisaje, del campo, del mar, de las casas humildes... pero también de fiesta, de encuentro.

¿Qué productos o recetas consideras que se están perdiendo?

Uf... muchas. El potaje de berros bien hecho ya casi no lo hace nadie. O los dulces de batata. Hay cosas que las nuevas generaciones no conocen porque no las han probado en casa. Ahora todo es rápido y de fuera.

¿Crees que los jóvenes están perdiendo ese vínculo con la comida tradicional?

No diría perdiendo... más bien no lo han tenido nunca. Si no hay quien se lo enseñe, ¿cómo van a saber? Pero también veo interés. Cuando contamos la historia de los platos, se les iluminan los ojos. Falta que alguien lo cuente bien.

¿Qué papel crees que puede tener el diseño o una guía como esta en ese proceso?

Pues mira, muy importante. Si está bien hecha, puede ayudar mucho. Si es bonita, fácil de entender, con fotos, dibujos... y si cuenta cosas reales.

A veces se piensa que lo tradicional es feo o aburrido. Pero si lo presentas con cariño y bien hecho, se valora. Yo lo he visto en mi propio restaurante.

¿Hay alguna receta que represente para ti ese “jilorio” canario?

¡El escaldón de gofio con caldo de pescado! Cuando lo hueles, ya te entra el jilorio. Y si está hecho con fundamento, te emociona. Es un plato humilde, pero con alma.

Rafael Méndez

¿Cuál es el valor del ron y la caña de azúcar dentro de la cultura gastronómica canaria?

El ron en Canarias es mucho más que una bebida: forma parte de nuestra historia agrícola, industrial y social. El cultivo de la caña de azúcar fue una de las primeras actividades económicas importantes en las islas, y el ron ha estado presente en celebraciones populares, sobremesas familiares y exportaciones desde hace más de un siglo.

¿Qué papel juega Arehucas hoy en la preservación de esa tradición?

En Arehucas nos sentimos responsables no solo de producir ron, sino de cuidar la memoria colectiva que hay detrás. Mantenemos recetas tradicionales, barricas centenarias y procesos que respetan la esencia de lo

que se ha hecho siempre aquí. Pero también apostamos por la innovación, adaptándonos a nuevas generaciones sin perder la raíz.

¿Considera que el diseño y la comunicación ayudan a valorar este tipo de productos patrimoniales?

Absolutamente. El diseño puede contar una historia sin decir una palabra. Las etiquetas, los envases, la forma de presentar el producto, los vídeos o incluso las visitas guiadas a la destilería: todo comunica.

¿Cree que falta difusión de la gastronomía canaria en general?

Sí, especialmente fuera del circuito turístico más superficial. Se ha hecho mucho por el vino y por algunos productos como el plátano o el mojo, pero todavía queda trabajo por hacer con productos como los licores, los quesos artesanales o los dulces tradicionales.

¿Qué opinión tiene de una guía como Jilorio, centrada en redescubrir el patrimonio culinario desde el diseño?

Me parece una iniciativa fantástica. Hoy en día el diseño ya no es solo estética, es estrategia, es relato. Si una guía como esta consigue conectar con la gente, despertar el interés y rescatar esas pequeñas historias que hay detrás de cada receta o producto, será una herramienta muy valiosa para la cultura canaria.

08.

PROTOTIPO









REVALORIZANDO EL SABOR DE LAS ISLAS

La cocina canaria es mucho más que recetas: es memoria viva, es identidad que se transmite a fuego lento, entre cucharones de gofio, calderos de puchero y el aroma de un mojo recién majado. A través de sus platos, las Islas Canarias cuentan su historia: la de un pueblo marcado por la tierra volcánica, el mar que abraza sus costas y una mezcla de culturas que han dejado huella en cada bocado.

Esta guía nace con el propósito de revalorizar y difundir el patrimonio gastronómico del archipiélago, rescatando saberes tradicionales y

sabores auténticos que aún laten en las cocinas familiares, en los mercados locales y en los rincones más humildes de cada isla.

Queremos ofrecerte un recorrido por los ingredientes, recetas y costumbres que hacen de la gastronomía canaria un tesoro cultural. Desde las técnicas heredadas de los antiguos guanches hasta la sabiduría de nuestras abuelas, cada página pretende ser un homenaje al alma culinaria de las islas.





Las islas Canarias son un archipiélago diverso no solo en paisaje, sino en carácter, acento, historia... y sabor. Cada isla guarda una relación íntima con su entorno, con sus productos, y con una forma de cocinar que ha sabido adaptarse a la escasez, al aislamiento y a la abundancia estacional.

16° 37' 40" N
16° 44' W



GOFIO

Harina tostada de cereales como trigo o millo (maíz). Herencia directa del mundo guanche, es alimento de base, versátil, y símbolo de identidad. Se come escaldado, amasado con caldo o miel, mezclado con leche, y hasta en postres.



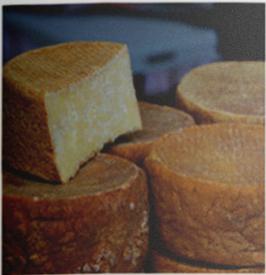
PAPAS ANTIGUAS

Variedades autóctonas traídas desde América hace siglos, cultivadas sobre suelos volcánicos. Las famosas papas arrugadas se cuecen con sal marina y se acompañan con mojo.



MOJO

Salsa imprescindible. El mojo rojo (con pimentón o picante) acompaña carnes, y el mojo verde (con cilantro o perejil) se sirve con pescado. El almogrote, propio de La Gomera, es una pasta de queso, ajo y aceite.



QUESOS

Elaborado artesanalmente. Tres DOP protegen su origen: Queso Majorero (Fuerteventura), Queso Palmero (La Palma) y Queso de Flor de Guía (Gran Canaria). Se consume fresco, curado o ahumado, y a veces rebozado y frito.



PLÁTANO

Con IGP reconocida, es más dulce y pequeño que otros plátanos. Se consume fresco o en recetas como tortillas, mermeladas y postres tradicionales.



VINOS

Cultivados en ceniza volcánica, los vinos de Canarias son únicos por su mineralidad y carácter. Destacan los malvasías, listanes y tintos jóvenes de La Geria o Tacoronte-Acentejo.



S RUGADAS ON MOJO ROJO

Ingredientes (para 4 personas)

Para las papas:
1 kg de papas pequeñas canarias
(idealmente "papas negras" o
papas antiguas)
4 cucharadas de sal marina
Agua (la justa para cubrir
parcialmente las papas)

Para el mojo rojo:
4 dientes de ajo
1 cucharadita de comino en grano
1 cucharadita de pimentón dulce
1 cucharadita de pimentón
1/2 cucharadita de pimienta
1/2 taza de aceite de oliva
2 cucharadas de vinagre de vino
Sal al gusto

Preparación

Papas arrugadas

1. Lave bien las papas (no pelarlas).
2. Colócalas en un caldero y cúbrealas con agua, añadiendo la sal gruesa.
3. Cuece a fuego medio-alto hasta que estén tiernas (20-30 minutos).
4. Escurre el agua y vuelve a ponerlas al fuego suave, agitándolas dentro del caldero para que se "arruguen" y se sequen, formando la característica capa salina blanca.

Mojo rojo

1. Majar en un mortero los ajos pelados con el comino y la sal.
2. Añadir el pimentón y mezclar bien.
3. Incorporar el aceite poco a poco, luego el vinagre, hasta emulsionar.
4. Corregir textura con una pizca de agua si se desea más suave.

9



**SABORES CON
HISTORIA**

LA MEMORIA QUE SE COME

En Canarias, la cocina es testimonio de lucha, adaptación y mestizaje. Los sabores no nacen del lujo, sino de la necesidad y la creatividad.

Los antiguos guanches ya preparaban gofio, secando y moliendo cereales tostados como el trigo o la cebada. Este alimento no solo era básico, sino también sagrado, presente en ofrendas rituales y celebraciones.

Durante siglos, platos como el puchero, el sancocho o las papas arrugadas fueron cocina de subsistencia, moldeada por el

aislamiento insular, la escasez de recursos y las duras condiciones climáticas.

La matanza del cochino, las romerías, o las comidas de vigilia en Semana Santa son ejemplos donde la comida se integra a los ciclos festivos y espirituales, reforzando vínculos comunitarios.



Escanea el código QR y descubre más información



GRAN CANARIA

Gran Canaria es un continente en miniatura, y su gastronomía lo refleja: desde la cocina rural del interior hasta los sabores marineros del sur, cada municipio guarda una identidad culinaria propia.

La isla es tierra de potajes contundentes, quesos artesanales, y platos compartidos en casas de comida donde la tradición manda. Las recetas se heredan, se repiten y se reinventan en cada familia.

- Platos clave**
- Sancocho canario
 - Potaje de berros
 - Queso asado con carne
 - Ropa vieja de carne

Costumbre local

En el norte y oeste es común comer en restaurantes reconvertidos de antiguas tabernas, cambiando el menú y el ambiente.

Producto estrella

Queso de Flor, con Denominación de Origen Protegida.







DE CUENTO....

es un continente en
u gastronomía lo refleja:
cina rural del interior
ores marinos del sur,
hicipio guarda una
linaria propia.

09.

DISCUSIÓN



9.1. DISEÑO COMO HERRAMIENTA DE MEDIACIÓN CULTURAL

A partir de los resultados del cuestionario, el análisis del contexto y el desarrollo inicial del prototipo, se confirma que el diseño gráfico y editorial puede actuar como una herramienta eficaz para la mediación cultural. La guía propuesta no solo pretende informar, sino también emocionar, educar y conectar al usuario con el patrimonio gastronómico de las Islas Canarias desde una experiencia inmersiva, estética y sensorial.

Este proyecto se enmarca dentro de las prácticas del diseño con propósito social, donde la estética no es un fin en sí mismo, sino un medio para visibilizar, preservar y reactivar tradiciones culturales que se encuentran en riesgo de pérdida o invisibilización.



9.2. RETOS Y DESAFÍOS ENCONTRADOS

Durante el desarrollo del proyecto, se han evidenciado varias tensiones que han orientado decisiones de diseño y enfoque:

— Equilibrio entre tradición y contemporaneidad: uno de los principales desafíos ha sido encontrar un lenguaje visual que respete lo tradicional sin caer en el cliché folclórico, y que al mismo tiempo sea atractivo para todos los públicos.

— Accesibilidad cultural y tecnológica: el diseño interactivo requiere tecnologías y habilidades que no todos los usuarios dominan. Por ello, el prototipo ha priorizado la navegación intuitiva, la legibilidad y la disponibilidad multiplataforma.

— Representación diversa del territorio: dada la riqueza y diversidad interna de las islas, resulta complejo representar a todo el archipiélago de forma equitativa. La guía, por tanto, se plantea como una herramienta en expansión, adaptable a futuras actualizaciones o colaboraciones locales.



9.3.

VALOR

ESTRATÉGICO

DEL DISEÑO

EN CONTEXTOS

PERIFÉRICOS

Este proyecto demuestra que el diseño gráfico no debe limitarse a contextos urbanos o comerciales. En territorios insulares y periféricos como Canarias, el diseño puede tener un papel clave en el desarrollo cultural, turístico y educativo, fortaleciendo las identidades locales desde una mirada respetuosa, contemporánea y participativa.

La gastronomía se presenta como una entrada privilegiada al territorio, y el diseño como una herramienta que permite transformar la comida en relato, experiencia y conciencia patrimonial.

«Más sabe el que
vive sin querer
saber que el que
quiere saber sin
vivir».

Benito Pérez
Galdós

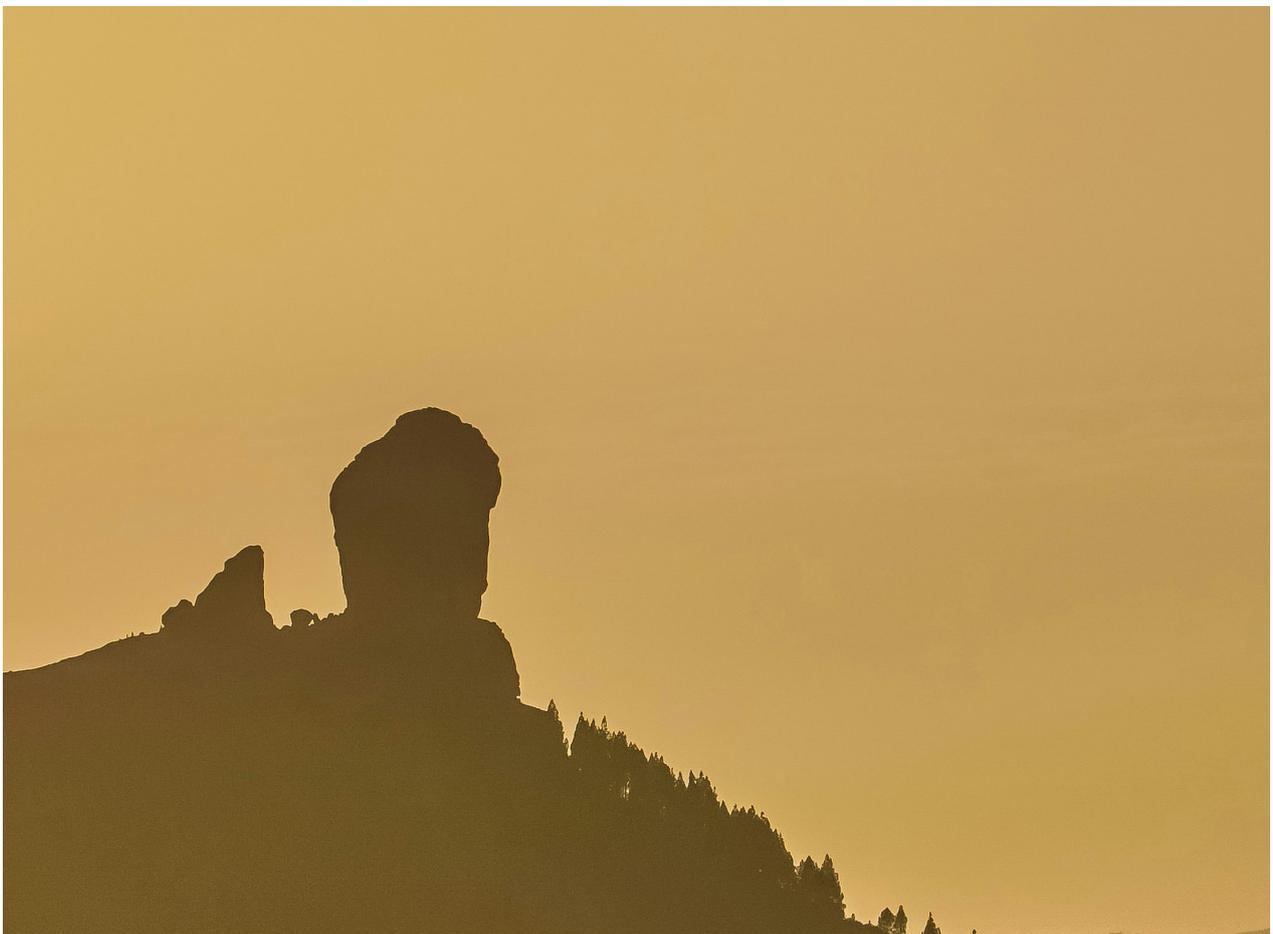
10.

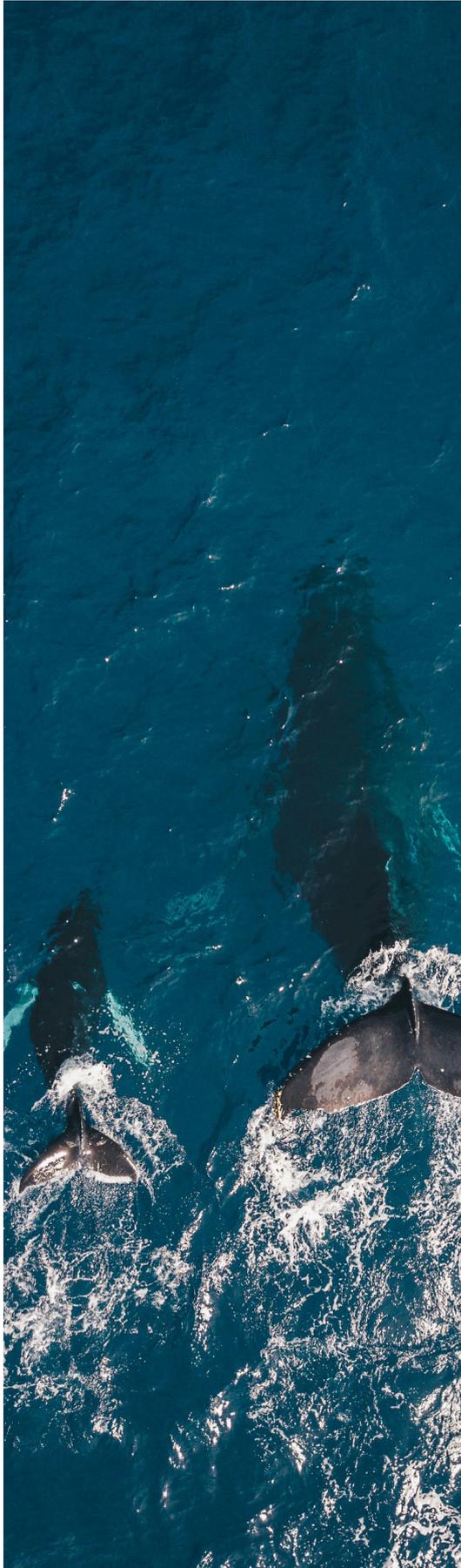
CONCLUSIONES



El desarrollo de esta guía gastronómica interactiva ha permitido confirmar que el diseño gráfico, especialmente cuando se integra con narrativas culturales y herramientas digitales, puede actuar como un puente eficaz entre la tradición y la contemporaneidad. A través de una metodología proyectual centrada en el usuario y en el territorio, el proyecto ha avanzado en la creación de una herramienta editorial que no solo comunica, sino que educa, emociona y transforma.

Viesturs B, 2018.
Unsplash.





Se concluye que:

— Existe una necesidad real y justificada de crear productos editoriales que pongan en valor el patrimonio gastronómico de las Islas Canarias, tanto para el público local como para el visitante cultural.

— El diseño puede operar como mediador cultural y vehículo identitario, capaz de traducir el conocimiento oral y tradicional en formatos accesibles, visuales e interactivos.

— Las herramientas digitales permiten ampliar la experiencia gastronómica, convirtiéndola en una puerta de entrada al conocimiento del territorio y sus comunidades.

— El enfoque adoptado, basado en la investigación y el diseño narrativo, permitenosolounresultadofuncional, sino también un modelo replicable en otros contextos insulares, rurales o patrimoniales.

En definitiva, el proyecto no solo ofrece un producto editorial, sino que propone una forma alternativa de conocer, vivir y valorar la cocina canaria, con sensibilidad gráfica, coherencia cultural y vocación de impacto positivo.

Guille P, 2020.
Unsplash.

11.

BIBLIOGRAFÍA

- Canclini, N. G. (2001). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Paidós.
- Canarias7. (2022, 10 de mayo). Juan Carlos Padrón: “Tenemos una cocina con identidad, pero falta promoción”. Canarias7. <https://www.canarias7.es>
- Cookpad España. (s.f.). Recetas de cocina casera. <https://cookpad.com/es>
- Feixa, C. (2014). La globalización de la cultura y los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 104, 9–21.
- GastroActitud. (2023). Ranking de destinos gastronómicos en España 2023. <https://www.gastroactitud.com>
- Gómez, C. (2018). Diseño editorial e identidad local: Estrategias para la visibilización del patrimonio. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 134–150.
- Guía Michelin. (2024). Guía Michelin España & Portugal 2024. Michelin Guide. <https://guide.michelin.com/es/es>
- La Provincia. (2021, 3 de diciembre). Pedro Rodríguez Dios: “El sabor de Canarias tiene historia, pero no la hemos contado bien”. La Provincia. <https://www.laprovincia.es>
- Lupton, E. (2014). *Pensar con tipos: Una guía crítica para diseñadores, escritores, editores y estudiantes*. GG.
- Méndez Martín, R. (2025, mayo). Entrevista personal. Realizada en Arucas, Gran Canaria.
- Morales García, C. (2025, mayo). Entrevista personal. Realizada en Arucas, Gran Canaria.
- Nielsen, J. (1995). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann.
- Observatorio del Turismo de Canarias. (2022). Informe anual de actividades y perfil del turista en las Islas Canarias. Gobierno de Canarias. <https://turismodecanarias.com>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2017). *Global report on food tourism*. UNWTO.
- Saborea Lanzarote. (s.f.). Saborea Lanzarote. <https://saborealanzarote.org>
- Toledo, M. (2012). *Cocina canaria: Historia, productos y recetas tradicionales*. Ediciones Idea.
- Turespaña. (2021). Estudio sobre la demanda de turismo gastronómico en España. Instituto de Turismo de España. <https://www.tourspain.es>
- UNESCO. (2003). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. <https://unesdoc.unesco.org>
- UNESCO. (2022). *Patrimonio cultural inmaterial y globalización*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <https://ich.unesco.org>

Imágenes:

- Turismo de Canarias. (s.f.). Hola Islas Canarias. <https://www.holaislascanarias.com/>
- Unsplash. (s.f.). Unsplash. <https://unsplash.com/es>

12.

ANEXOS



ANEXO I

Este anexo representa un mockup correspondiente a una de las páginas interiores de la guía Jilorio.

En esta propuesta gráfica se incluye un código QR funcional que enlaza a un mapa interactivo de la isla de Gran Canaria, diseñado para ser utilizado en dispositivos móviles.

Al escanear el código QR, el usuario accede a una herramienta digital donde puede explorar los distintos municipios de la isla. Al hacer clic sobre cada uno, se despliega información personalizada sobre recomendaciones de lugares donde comer.

GRAN CANARIA

Gran Canaria es un continente en miniatura, y su gastronomía lo refleja: desde la cocina rural del interior hasta los sabores marinos del sur, cada municipio guarda una identidad culinaria propia.

La isla es tierra de potajes contundentes, quesos artesanales, y platos compartidos en casas de comida donde la tradición manda. Las recetas se heredan, se repiten y se reinventan en cada familia.

Producto estrella

Queso de Flor, con Denominación de Origen Protegida.

Platos clave

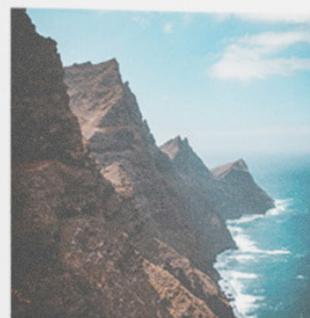
- Sancocho canario
- Potaje de berros
- Queso asado con mojo
- Ropa vieja de carne o pulpo

Costumbre local

En el norte y centro de la isla, es común comer en casas familiares reconvertidas en pequeños restaurantes, donde el menú cambia según el día y la cosecha.

Descubre dónde comer en cada municipio

Escanea este código QR para acceder a un mapa interactivo:



9:00



GRAN CANARIA



UNA ISLA DE CUENTO....

Gran Canaria es un continente en miniatura, y su gastronomía lo refleja: desde la cocina rural del interior hasta los sabores marinos del sur, cada municipio guarda una identidad culinaria propia.

Este elemento refuerza la propuesta de una guía que trasciende el formato impreso y apuesta por una experiencia interactiva, geolocalizada y culturalmente situada.

El código QR actúa como puente entre el diseño editorial y el entorno físico real, permitiendo al usuario navegar el territorio canario desde el gusto y la memoria culinaria.

Este recurso está alineado con los principios de accesibilidad digital y diseño centrado en el usuario, aportando valor tanto al contenido como a la funcionalidad del prototipo.



