

# INNOVACIÓN AL MONTAJE DE PLATOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN AMBATO SEGÚN LA COCINA SENSORIAL

## INNOVATION TO THE DISH AND DRINKS ASSEMBLAGE ACCORDING TO THE SENSORY KITCHEN IN AMBATO

Pamela Caicedo <sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Instituto Superior Tecnológico Tungurahua, Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía. Ecuador.  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2112-3934>. Correo: [pcaicedo.istt@gmail.com](mailto:pcaicedo.istt@gmail.com)

Erika Gavilanes <sup>2</sup>

<sup>2</sup> Instituto Superior Tecnológico Tungurahua, Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía. Ecuador.  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2472-3233>. Correo: [egavilanes.istt@gmail.com](mailto:egavilanes.istt@gmail.com)

Fernanda Domínguez <sup>3</sup>

<sup>3</sup> Instituto Superior Tecnológico Tungurahua, Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía. Ecuador.  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5156-2888>. Correo: [fdominguez.istt@gmail.com](mailto:fdominguez.istt@gmail.com)

\* Autor para correspondencia: [pcaicedo.istt@gmail.com](mailto:pcaicedo.istt@gmail.com)

### Resumen

El presente proyecto tiene como objetivo innovar el montaje de platos tradicionales del cantón Ambato utilizando los conceptos actuales de la cocina sensorial, *food styling* y neurogastronomía. La metodología es documental con el fin de recabar puntos de vista importantes, uno de ellos es que la cocina sensorial es una ciencia interdisciplinaria que une disciplinas científicas y tecnológicas interesadas en la recepción sensorial y en los procesos implicados en la percepción e integración de los estímulos sensoriales. La neurogastronomía es una nueva forma de tratar la alimentación desde el ámbito de la fisiología de los sentidos para comprender los factores inconscientes que afecta y determina lo que se elige comer. Finalmente, la fotografía de alimentos "*food styling*" busca enmarcar conceptos alrededor de la cantidad de producto y que tan bien se ve en color y armonía con la marca. Todos en conjunto tienen un denominador común, el componente sensorial. El uso de estas concepciones sobre el montaje de platos tradicionales permitió una perspectiva de mayor élite e incluso encaminada a una oferta gastronómica de mejor estrato socioeconómico que la que se percibe de manera común al servicio de estos platos.

**Palabras clave:** cocina sensorial; neuro gastronomía; food styling; flores comestibles; montaje de platos

## Abstract

*The objective of this project is to innovate the assemblage of traditional dishes from Ambato using the current concepts of sensory cooking, food styling and neuro gastronomy. The methodology of this project is documentary, managing to gather important points of view, one of which is that sensory cooking is an interdisciplinary science that unites scientific and technological disciplines interested in sensory reception and in the processes involved in the perception and integration of stimuli sensory. Neuro gastronomy is a new way of treating food from the field of the physiology of the senses to understand the unconscious factors that affect and determine what we choose to eat. Finally, food photography "food styling" seeks to frame concepts around quantity that the product offers you and how well it looks in color and harmony with the brand. All together have a common denominator, the sensory component. The use of these conceptions on the assemblage of traditional dishes will allow a more elite perspective and even aimed at a gastronomic offer of a better socioeconomic stratum than the one that is commonly perceived when serving these dishes.*

**Keywords:** *sensory cooking; neuro gastronomy; food styling; edible flowers; dish assemblage*

**Fecha de recibido:** 02/02/2023

**Fecha de aceptado:** 25/05/2023

**Fecha de publicado:** 09/06/2023

## Introducción

Las normas para la presentación de alimentos no se limitan a las comidas frías o calientes, sino a la buena comida. Los chefs presentan los alimentos con la intención de estimular todos los sentidos de los invitados. Una apariencia atrayente y significativa fomenta los deseos de probar la comida. La comida debe verse natural, sin combinaciones drásticas o artificiales. Los colores dominantes deben ser suaves, naturales y combinables. La comida entra por los ojos frase tradicional que se emplea para un plato que se ve o no apetecible para el comensal, los chefs en la actualidad emplean recursos innovadores para estilizar el plato en todas sus dimensiones.

Los objetivos esenciales en el desarrollo del proyecto son de gran importancia para los autores, como innovar el montaje de platos y bebidas tradicionales del cantón Ambato con flores comestibles bajo un enfoque de la cocina sensorial.

El proyecto estuvo enfocado a todo lo concerniente al montaje de platos con estilo y belleza. Los conceptos manejados en el proyecto son los básicos e importantes que componen un plato entre ellos; Proteínas: carnes de todo tipo, comúnmente es el elemento principal que es mencionado al principio en el nombre de la preparación, también pueden entrar las proteínas vegetales cuando éstas sean principales. Guarnición de almidón: el acompañamiento primario en el plato en base a farináceos o carbohidratos, como papas, cereales, pastas, etc. Guarnición de verduras (hortalizas, verduras): el acompañamiento secundario (aunque la tendencia es que este sea el primario) todas aquellas verduras que dan color y frescura al plato. Salsa: el elemento líquido

que amalgama otorgando cohesión de sabores. Decoraciones: todos aquellos elementos que aportan el punto final, hierbas, pequeñas ensaladas, masas, frituras, etc.

La estética dentro de la cocina local de Ambato es de gran importancia para la evolución del Turismo Gastronómico en Ambato, lo que se busca y se pretende es brindar una mejor experiencia al turista mediante la “seducción” visual, en distintas partes del mundo ya se ha implementado y ha demostrado que da resultados mayores a los esperados, impactar al turista antes de la degustación del plato hace que este se muestre mucho más interesado, dar un plus estético considerando los parámetros de emplatado y conectándose con la creatividad permite que se llegue al clímax de la experiencia y prolongarla. Esto se pretende que los emprendedores de negocios de cocina de tipo local en Ambato dejen de lado la manera de antigua de servir al comensal y empiecen a expandirse, de esta forma la gastronomía del lugar en este caso Ambato podrá sobresalir, implementar esta nueva herramienta y estar en tendencia de presentación debe ser una prioridad en el nicho gastronómico (Ribadeneira V, 2022). El impulso que se logra en la comida típica Ambateña con este tipo de investigaciones es de gran importancia ya que permite lograr que el Turismo sea cautivado por los sabores propios de la región.

La ciencia del gusto se ocupa de la percepción sensorial de los alimentos. Sin embargo, el sabor no está en la comida. Es producido por el cerebro a través de varios sistemas centrales conductuales, sensoriales y motores. Llamamos a este nuevo campo interdisciplinario neurogastronomía. Ha resultado útil integrar conocimientos de estudios cerebrales con la biomecánica de la producción de alimentos volátiles y su transporte por olfato retronasal. La experimentación en los humanos, brindan nuevos conocimientos sobre las adaptaciones evolutivas que les permiten tener un mejor sentido del gusto (Sheperd, G.2015).

La comida cotidiana que se consume en la región sierra se prepara con los productos cosechados en el sitio, por lo que se garantiza conservar las propiedades alimenticias, además refleja el espíritu de la cultura que se ha transmitido de generación en generación; ejemplificada al compartir una concentración familiar (Guevara, 2019).

La finalidad es estructurar platos que contengan diferentes géneros o componentes que resalten la belleza de la gastronomía ambateña haciendo pruebas de emplatados en los que resalta la cocina sensorial de platos ambateños con características sensoriales únicas.

## Materiales y métodos

La investigación tiene un carácter documental. Se realizaron búsquedas de artículos científicos afines a la cocina sensorial, neuro gastronomía, food styling. Bajo un enfoque longitudinal esta investigación estudia el fenómeno a través del tiempo evaluando cómo ha evolucionado el montaje de platos desde la parte sensorial.

Se realizó también un análisis descriptivo explicando las características más importantes del tema de estudio en lo que respecta a su aparición, frecuencia y desarrollo; por lo que se recalca la incidencia de manera directa de los métodos o técnicas de cocción empleados desde la comida ancestral hasta la actualidad, que complementa con la presentación adecuada de los alimentos en la vajilla o cristalería acorde al evento que se lleva a cabo; detalles mínimos que brindan la imagen característica de la gastronomía a los comensales; destacando que la gastronomía es una disciplina comprendida como arte, de tal manera que evoluciona acorde al ritmo de la humanidad.

## Resultados y discusión

Gonzales y Padilla (2021) en un estudio sobre los productos de una panadería buscó mejorar la predisposición de compra a través de un cambio en el manejo de la publicidad digital en Instagram que maneja la empresa. Se usa la propuesta de food styling como recurso para optimizar visualmente 5 productos que ofrece la panadería. Según Moran y Madero (2016), la fotografía de alimentos logra llamar y captar el interés y atención del consumidor para luego aumentar su deseo de compra y finalmente realizar la acción de consumir. La fotografía logra beneficiar a una empresa debido a que se logra crear una imagen del producto dentro de la mente del consumidor, creando así recordación de marca.



**Figura 1.** Herramientas usadas en food styling.

Dependiendo del alimento al que se quiera fotografiar existen varias pautas que resultan de gran ayuda al momento de preparar el alimento para la fotografía. Por ejemplo, las ensaladas es una creación de arte en la cual se busca mostrar las texturas y las diferentes formas que hay, así como los colores que la conforman, al mezclar una ensalada con elementos sin diferencias de color y texturas se vería monótona y aburrida. Por lo que la elección de los ingredientes es muy importante. En el caso de carnes, el género en sí mismo es sinónimo de calidad, es por ello que es todo un arte realizar la toma. Algunos puntos importantes a considerar son: los tipos de carnes, los métodos de cocción ya sea en la plancha o en la parrilla, el corte de la carne, el acompañamiento de elementos como el hueso propio del género. Los condimentos como mayonesa y mostaza se aplican con una jeringa para no manchar todo el producto. Si hay recursos que se ven como los palillos de dientes u otros, se pueden editar en post producción, ya que sería más complicado hacer que no se vea en una toma (Berčík, Paluchová, Neomániová. 2021).

En el caso de bebidas por otra parte una técnica es rociar el vaso o botella con glicerina con un atomizador, de esta manera se consigue que las gotas queden fijas para poder fotografiarlas. Otro recurso que se usa son cubos de hielo de acrílico, así se podrá realizar la sesión fotográfica sin que el hielo se derrita y perder el armado del producto (González y Padilla, 2021).

La relación entre neurogastronomía y gastronomía es compleja y multidimensional. La neurogastronomía es un campo relativamente nuevo que combina elementos de la neurociencia, la psicología y la gastronomía para

comprender mejor cómo experimentamos y disfrutamos la comida. La gastronomía, por otro lado, es el estudio de los alimentos, incluida su historia, cultura, producción y consumo (Babaca, H. Gursoy, M. 2023).

La apariencia de los alimentos genera ciertas expectativas en cuanto a la armonización del sabor, la delicadeza y la calidad general, lo que posteriormente afecta no solo la ingesta en sí, sino también muchas otras características del comportamiento de los clientes de los establecimientos de restauración (Berčík, Paluchová, Neomániová. 2021).

Los clientes ya crean una expectativa al momento de pedir comida en un establecimiento gastronómico. La segunda fase se realiza en el momento en que se sirve la comida, y la persona decide con todos sus sentidos cuál es su evaluación interna de la comida o del restaurante en general. El aspecto y la disposición de los alimentos en el plato son, por tanto, factores decisivos. La vista seguida del olfato suelen ser los primeros sentidos que toman esta decisión por nosotros.

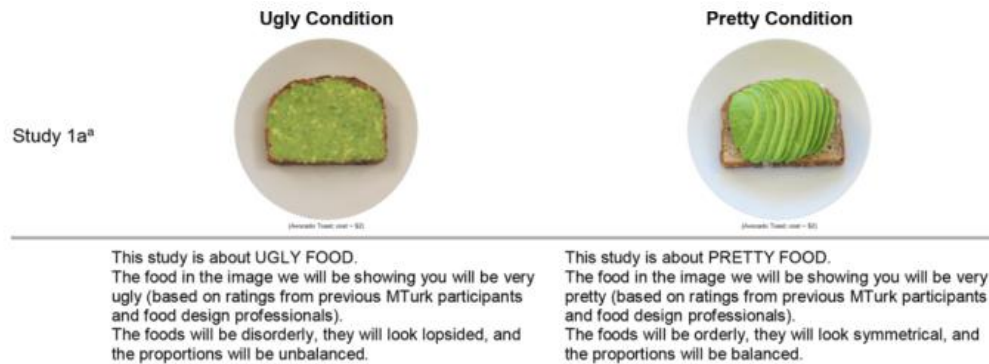
Una de las primeras teorías presentadas fue la afirmación de que el método de servir y cierta disposición de un alimento en particular puede, a través de nuestra vista, afectar nuestro cerebro y, posteriormente, nuestras papilas gustativas y, por lo tanto, puede afectar la experiencia general de consumo (Velasco, Michel, Woods, Spence. 2016).

Las personas se sienten atraídas por la belleza, y lo mismo ocurre con la disposición de los alimentos. Por lo tanto, los invitados que reciben comida en un plato con estilo tienden a afirmar que su comida era más sabrosa en comparación con los invitados que recibieron la misma comida que no era muy atractiva en el plato (Zellner, Loss, Zearfoss, Remolina. 2014).

Nuestros ojos están conectados a través del cerebro con nuestra boca, y este hecho se apoya en la suposición de que, si nos gusta lo que vemos, también nos gusta más y lo evaluamos mejor. Muchos estudios científicos sobre el tema se llevaron a cabo en condiciones de laboratorio artificiales, donde los encuestados a menudo evaluaron solo imágenes de alimentos, lo que es incomparable con la evaluación de alimentos reales. Una investigación realizada en la Universidad de Oxford confirmó que la comida (aperitivo) se percibía con más estilo cuando se servía de una manera nueva en comparación con el estilo tradicional de servir, y los invitados también estaban dispuestos a pagar más por este estilo de servicio, ya que complacía más sus ojos.

La estética clásica de algunos platos evoca naturalidad porque se asemejan a patrones que se encuentran en la naturaleza y, por lo tanto, mejoran la salubridad percibida. Por otro lado, la estética expresiva está marcada por la originalidad y creatividad de un diseñador y por lo tanto no se espera que ejerza el mismo efecto. Los practicantes sin duda usan la estética para hacer que la comida parezca más apetecible.

Se ha generado múltiples predicciones con respecto a las consecuencias deseadas y no deseadas que puede generar la intuición sobre una bonita estética sobre la salubridad percibida de un alimento.



**Figura 2.** Condición visual de los alimentos.



**Figura 3.** Condición visual de los alimentos.

La Figura 3 del estudio de Berčík, Paluchová, Neomániová (2021) indica que los sentimientos más positivos en términos de probar las presentaciones visuales fueron waffles en un plato blanco clásico (Waffles 2) con un valor de puntuación de  $-0.02$ , que puede considerarse una respuesta neutral. Esto puede deberse al hecho de que los encuestados no consideraron que la comida fuera demasiado cara y, al mismo tiempo, demasiado barata por la forma en la que estaba emplatado. Además, en términos de atención visual, este emplatado los atrajo más. Por el contrario, con base en un promedio de  $-0.08$ , los encuestados calificaron la presentación de comida callejera (Waffles 3) como la más negativa. En la evaluación general de las representaciones visuales individuales disponiéndolas en orden, los encuestados mencionaron con mayor frecuencia mayor aceptabilidad de los waffles preparados en un lujoso plato negro en primer lugar (64 %). Por el contrario, la mayoría de los encuestados mencionaron los waffles estilo comida callejera en tercer lugar (54%). En el caso

de la comida servida en plato blanco clásico, los encuestados, en gran medida, se ubicaron en segundo lugar (39%).

Los diseños de vajillas para cocinas creativas responden a las nuevas culturas alimentarias. Los chefs están cambiando la forma tradicional de pensar en la cocina, utilizando la tecnología y el diseño para crear técnicas culinarias innovadoras. Una expresión artística reflejada en la composición de la presentación culinaria. No solo debe deslumbrar a sus invitados con su comida, sino también crear nuevas experiencias sensoriales que se reflejan en la forma en que se sirve la comida y el tipo de "servicio de mesa".

Para que el usuario pueda vivir el momento de "sentarse a la mesa" de una manera diferente, la vajilla debe adaptarse a esta nueva cocina. Las sugerencias de diseño tienen dos propósitos. Por un lado, permite a los chefs aumentar la intencionalidad de sus creaciones culinarias a través del diseño de los platos a través de la presentación y la forma de comer los platos. Los invitados apreciaron las comidas diseñadas para disfrutarlas solas en este tipo de vajilla. La relación entre comida y vajilla es clara. La vajilla se transforma de un contenedor puramente funcional a un soporte que resalta todos los aspectos sensoriales de los alimentos. En otras palabras, se convierte en un elemento que facilita la experiencia gastronómica. En este proyecto se desarrollan propuestas detalladas de apoyo contemporáneo a nuevas cocinas creativas para potenciar la experiencia gastronómica (Rubio, A. 2017).

Desde el enfoque de la neurogastronomía se puede decir que en el cerebro se combina la información de las propiedades de la comida y el entorno, que provienen de todos los sentidos (gusto, vista, oído, olfato y tacto) y que crean el sabor desde las diferentes experiencias sensoriales que determinan las preferencias de consumo. Las nuevas políticas de nutrición públicas empiezan a aplicar los descubrimientos en neurogastronomía, mejorando así el atractivo de los alimentos y la percepción de placer en los alimentos saludables menos deseados; gracias a los conocimientos de la nueva disciplina sobre el control de los factores inconscientes que rodean la experiencia al comer. Así pues, se están abriendo líneas de investigación en este camino para lograr frenar las enfermedades por la mala alimentación o disminuir el tiempo de recuperación de estas enfermedades y convertirlo en un hito obligado en el mundo de la nutrición y la salud (Pellicer S.2020).

El campo de la neurogastronomía examina cómo trabajan juntos los cinco órganos de los sentidos, la alimentación, el apetito, etc. La sensación en cuanto a la calidad y cantidad de los alimentos que consume la población, incide en mantener, incrementar o reducir la masa corporal y por ende el peso. Existe relación directamente proporcional entre la conducta alimentaria y el periodo emocional, acorde al ambiente en el que se desarrolla el individuo. Es una rama de la ciencia que estudia cómo se forman los conceptos. La forma en que se preparan los alimentos es tan importante como la forma en que las personas los perciben y evalúan. Por esta razón, el campo de la neurogastronomía ha comenzado a tomar un lugar muy importante en todo el mundo. Hoy, en la ciencia de la gastronomía, han surgido diferentes y nuevos campos de estudio como resultado de un recorrido realizado con un enfoque introvertido entre todas las capas de la cultura alimentaria. (Palomino, A. 2020)

La gastronomía es el arte de comer y beber delicioso. ¿Cómo disfrutar de las comidas desde este punto de vista? Necesita aumentar su apreciación preparando platos tentadores y recomendados que atraigan los sentidos. La gastronomía también se trata de comer sano. El campo de la neurogastronomía ha entrado en la vida de las personas. Surge del vínculo entre la neurociencia y la gastronomía. El derecho innato de la

neurogastronomía es el hábito innato o habitual de comer y beber. ¿Es posible cambiarlo? ¿Se puede consumir alimentos no deseados con amor o voluntariamente? Cómo amar alimentos saludables en pacientes o personas con alteración de la percepción del gusto, es la primera causa de la neurogastronomía, es trabajar en lo que van a consumir. Algunos estudios aplicados en el campo de la neurogastronomía muestran que los sentidos del gusto, el olfato, la vista, el tacto, el oído y la percepción del gusto y el sabor de un alimento puede cambiar. En los últimos años, con el fin de cambiar la percepción del sabor de un alimento servido, especialmente sobre la comida servida.

Música y sonidos, dando olores apropiados al ambiente, y prestando atención a la armonía visual en el plato. Los establecimientos están tratando de mudarse a mejores lugares ya que hay experiencias gastronómicas. Se están incrementando lugares con niebla en el ambiente, un bosque lluvioso. Al servir un plato de champiñones acompañado de su olor visual y terroso, aumenta el sabor de los alimentos consumidos. Para un plato de pescado servido en el estudio, las percepciones gustativas con el sonido de las olas y los olores del mar le dan al ambiente. Un ejemplo es una limonada, que debe ser amarilla, se presentó en rojo y se incrementó la percepción gustativa de los participantes (ÇILGINOĞLU, H. 2022).

Para cumplir una de las funciones básicas de la pirámide de Maslow el hombre necesita de manera ineludible alimentarse, actividad que se complementa con el regocijo que emiten las neuronas por la particularidad de sabores que sienten, enfoque que se describe en la neurogastronomía y el arte culinario para definir a un platillo como imperecedero o ignorable. (Shepherd, G. M. 2019).

La gastronomía, que es una ciencia multidisciplinar, ha alcanzado una dimensión diferente no solo comiendo sino yendo más allá. El concepto de gastronomía crea las culturas alimentarias de las sociedades como resultado de la conexión de los alimentos con la historia y la cultura, e interactúa con la ciencia de la química, a pesar de los cambios en los efectos de los alimentos como el aroma, el sabor y el olor desde la producción hasta la preparación y el almacenamiento. Al investigar los efectos de las experiencias humanas en los comportamientos alimentarios, se centra en qué factores influyen en las reacciones dadas.

Uno de los factores que inciden en el surgimiento de la neurogastronomía ha sido la presentación de estudios que buscan estimular más el cerebro agregando sabores intensos a los alimentos con diferentes métodos para aumentar el nivel de sabor. La Sociedad Internacional de Neurogastronomía (ISN) se estableció en 2014 a partir del viaje académico de Almerico a Nápoles, Italia, en su artículo de 2014. El 7 de noviembre de 2015, se llevó a cabo la reunión de apertura de la junta directiva de ISN y se llevó a cabo un simposio en la Facultad de Medicina de la Universidad de Kentucky y UK HealthCare. Este simposio se realizó en la etapa de nacimiento de la neurogastronomía que ha abierto los horizontes del intercambio de conocimientos entre neurocientíficos, científicos agrícolas, expertos en alimentos, cocineros y científicos de alimentos (Günay, Nağme, y Küçükkömürler. 2022).

Los sentidos en la teoría de conocimiento que estableció Aristóteles se refiere a la importancia que tienen los sentidos, porque es el punto de partida del aprendizaje hasta llegar al pensamiento. Además cada día apreciamos cerca de dos mil impactos de imágenes, noticias, etc; de lo cual se acepta sólo lo importante. Investigaciones de tipo experimental han demostrado que las personas neurológicamente asocian varias propiedades gustativas con características de diseño como la curvatura, la simetría, la orientación, la textura y la ubicación espacial. De hecho, desde la comida misma hasta la curvatura de los recipientes que la

sostienen, la cristalería, las fuentes, la forma del empaque del producto se ha reflejado en la comida, influyendo en la forma de pensar de la gente, expectativas de sabor al comer. Sin embargo, al mismo tiempo, la curvatura de las formas arquitectónicas pequeñas y grandes (como la disposición interior de los muebles y los paisajes de ocio) también está relacionada con las elecciones y motivaciones focales y, por lo tanto, puede utilizarse para dirigir o fomentar los hábitos alimentarios de los consumidores. Aunque los orígenes de forma-sabor y otras correspondencias intermodales forma-sabor no se han dilucidado por completo, esto no ha impedido que un número creciente de diseñadores, fabricantes de servicios, especialistas en marketing, anunciantes y chefs comiencen a incorporar nuevos conocimientos. En estas similitudes diversas y aparentemente ubicuas de forma y sabor como fuente de inspiración para su práctica creativa (Spence, C. 2022).

Los resultados de una investigación llevada a cabo en Kyung Sung University revelan que la cantidad de comida acompañada de verduras y carne se percibía más que las verduras solas. Según el estilo de comida (tamaño de los platos), los clientes percibieron mayor cantidad de comida al usar platos pequeños. Consideran entonces que para aumentar el nivel de satisfacción con la cantidad de comida los alimentos de mayor aporte energético sean visibles. La intención de compra y de cantidad de los alimentos podría aumentar ajustando el tamaño de los platos (Hui-Rang, Yim. 2017).

La población posee la facultad de apreciar la diversidad de sabores como dulce, ácido, salado y amargo; dónde el cerebro realiza una función vital involucrando varios sentidos para sobrevivir. El percibir y reconocer un sabor inicia por medio de la activación de las células gustativas (Calderón & Arceo.).

El gusto es uno de los más multisensoriales, por no hablar de la más agradable de nuestras experiencias cotidianas. Las experiencias gustativas incluyen la integración gustativa (gustatoria), olfativa (olfatoria) y, a veces, neuronal de la entrada del trigémino. Las entradas orales somatosensoriales, visuales y auditivas también pueden modular la experiencia de comer y beber, pero los investigadores que trabajan en este campo cuestionan si tales señales deben considerarse componentes del gusto.

Durante las últimas décadas, los investigadores han aprendido mucho sobre la red de cerebro. Regiones involucradas en la construcción de la discriminación sensorial y los aspectos hedónicos de las experiencias gustativas multisensoriales. La representación del gusto en el cerebro humano incluye cortezas sensoriales primarias asociadas (ubicadas en las cortezas límbica y paralímbica y la neocorteza mono sensorial), así como numerosos sitios asociados o integrados, como la corteza insular y la corteza orbitofrontal. El estudio científico del gusto por parte del cerebro a veces se llama "neurogastronomía". Una distinción importante es entre la expectativa de sabor que generalmente precede al consumo y la experiencia de sabor que le sigue. Este capítulo también considera brevemente el impacto significativo que tienen las marcas, los precios y las etiquetas en las respuestas gustativas del cerebro (Spence, C. 2016).

El evocar la fusión de los sentidos de gusto y olfato en interferencia directa sobre la memoria y las emociones, hace posible una panadería de California que prepara pan mexicano con olor característico al del país en mención; atrayendo a clientes de ese nicho específico de mercado Vázquez, J. (2017).

Respecto a la cocina sensorial el cocinero capta la imagen del ambiente y la refleja al servir un plato, lo que influye en los sentidos y se expresa de manera más visible en la piel, la experiencia espectacular de un alimento exquisito y la sensación de placer al ingerirlo Arenos, P. (2019).

La población se alimenta y en la mayoría de los casos el comensal pasa por alto el análisis de gustos y esencias, que complementa esta actividad; por lo que es menester recalcar la importancia de realizar este análisis para llegar a una combinación perfecta de sabores y sentidos que deleita el satisfacer una de las necesidades básicas del hombre Guillén, S. (2018).

El estudio de las cocinas tradicionales permite conocer las características de la vida social, económica y productiva de los grupos sociales o de las comunidades en las cuales se desarrolla; así como aquellos cambios que han ocurrido en su estilo de vida y cómo éstos se reflejan en la alimentación y, en especial, en la desaparición o adaptación de saberes y prácticas culinarias. Meléndez Torres, Juana María, & Cañez De la Fuente, Gloria María. (2009).

Al conocer ya una cocina tradicional típica del entorno permite que se establezca una nueva forma de estilismo culinario para las diferentes culturas alimentarias que serían de importancia para la nueva gastronomía en diferentes regiones.

Al tratar de definir «arte» nos encontramos con posturas muy diversas. Aunque, aparentemente, existe un consenso respecto de la siguiente definición: «El arte es la manifestación de la actividad humana mediante la cual se expresa una visión personal y desinteresada que interpreta lo real imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros, se considera también como el conjunto de preceptos y reglas necesarios para hacer algo con habilidad y virtud», en el momento de emitir un juicio estético sobre algunas manifestaciones artísticas, como podría ser la fiesta taurina, o sobre algunos objetos concretos, esta noción general entra en crisis.

De aquí surge la idea de revisar la postura de algunos pensadores con respecto al carácter de arte de la Gastronomía y, aunque en el caso específico de la Crítica del juicio de Kant, se concluiría que la Gastronomía no es un arte, la postura de otros autores lleva a considerar al arte culinario no solamente un arte más, sino el arte por excelencia. Su apreciación involucra sentidos de un modo que las demás no lo hacen, volviendo el más integral. Si lo que en última instancia determina si un objeto (plátano) es una obra de arte o un mero satisfactor de necesidades, son las técnicas requeridas, los objetivos planteados y los efectos producidos, la gastronomía es un arte, porque satisface ampliamente todos y cada uno de estos criterios. Marina, T., & Covadonga, M. (2007).

Al emplear arte en cada elaboración culinaria implica la cohesión de los sentidos al estructurar sabores, olores y colores que embellecen las creaciones gastronómicas y que a su vez agraden al paladar. También jugamos, en este caso con los colores y texturas, aprendiendo de diferentes lugares, y depende de la forma de aprendizaje, conoceremos unas técnicas u otras, al igual pasa en la cocina. Para poder comenzar a hablar del trabajo, debemos hablar de nuestras pasiones en la vida: la cocina y el arte, sin contar con la familia que es una parte fundamental. Decidimos emprender obras que uniesen todo lo que nos rodea y nos hacen latir. La comida tradicional de la casa, los familiares más mayores de donde nace la familia, junto con las obras en todos los ámbitos que pudiésemos abordar: pintura, arte digital, ilustración y fotografía. Gómez Benítez, P. (2021)

Los colores y las texturas engalanan a los diferentes platos, cabe destacar que los hace más apetecibles al comensal lo que provoca adquirirlos y degustarlos. La utilización de nuevas técnicas culinarias, para Fotografía Comercial en Cocina Ecuatoriana. Aplicando la técnica de *focus group* con el aporte de diez

profesionales relacionados al medio Gastronómico, se midieron las variables, cocina de vanguardia, fotografía comercial y maquillaje de platos. De los resultados del estilismo gastronómico tenemos que la preparación del ceviche de chochos obtuvo el 100% de aceptabilidad por su presentación en técnicas de montaje y representación fotográfica. Zea Andrade, Javier Mauricio. (2012). Investigaciones recientes hacen que se vea que el estilismo culinario está en boga y que se utilice ya para guardar resultados mediante registros fotográficos que engrandezcan la cocina de la zona.

## Conclusiones

Las nuevas tendencias que pueden ser aplicadas para innovar el montaje de platos gastronómicos. La neurogastronomía es el concepto que actualmente utilizan los chefs en las preparaciones para mostrar un enfoque más sensorial. Este concepto se busca aplicar a platos tradicionales del cantón Ambato utilizando diferentes estructuras; vajilla, complementos (flores comestibles), porciones

Cabe recabar puntos de vista importantes, uno de ellos es que la cocina sensorial es una ciencia interdisciplinaria que está una disciplinas científicas y tecnológicas interesadas en la recepción sensorial y en los procesos implicados en la percepción e integración de los estímulos sensoriales y el campo de la neurogastronomía examinan cómo trabajan juntos los cinco órganos de los sentidos.

El *food styling* busca un concepto más estético que vincule la naturalidad del alimento con la salud y las tendencias de consumo del cliente. La originalidad y creatividad debe plasmarse en una preparación de tal forma que tenga el mismo efecto de satisfacción de lo visual a lo apetecible. La gastronomía del cantón Ambato puede tomar un giro interesante ajustándose a las nuevas tendencias de forma que los sabores se transformen mas no se pierdan.

## Referencias

- Arenos, P. (2019) La cocina valiente (edición actualizada). ISBN 13: 9788466665735
- Babacan, H. Gürsoy, M. 2023. Recent Advances in Humanities and Social Sciences. ISBN: 978-2-38236-530-4. Livre de Lyon. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/369489576\\_Neurogastronomy\\_as\\_a\\_New\\_Trend\\_in\\_the\\_Field\\_of\\_Gastronomy#fullTextFileContent](https://www.researchgate.net/publication/369489576_Neurogastronomy_as_a_New_Trend_in_the_Field_of_Gastronomy#fullTextFileContent)
- Berčík J, Paluchová J, Neomániová K. Foods. 2021 “ Neurogastronomy as a Tool for Evaluating Emotions and Visual Preferences of Selected Food Served in Different Ways. Feb 7;10(2):354. doi: 10.3390/foods10020354. PMID: 33562287; PMCID: PMC7914587.
- Calderón, M. L., & Arceo, S. D. (2019). La Bioquímica y la Fisiología del sabor. Revista de Educación Bioquímica, 38(4), 100-104. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=91166>
- Gastronomy: neuro-gastronomy. Uluslararası Turizm, Ekonomi Ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS) E-ISSN: 2602-4411, 6(1), 30–41. Retrieved from <https://www.ijtebs.org/index.php/ijtebs/article/view/531>

- Gómez Benítez, P. (2021). La plástica en el arte culinario. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- González E., Padilla J. 2021. Uso del food styling en la publicidad de Instagram de una pastelería artesanal y la predisposición de compra en jóvenes del distrito de San Borja. Repositorio Institucional - UTP ; Universidad Tecnológica del Perú
- Guevara, F. (2019). Deconstrucción gastronómica, para la revalorización e innovación de la comida típica de la serranía ecuatoriana. *Revista de Investigación Talentos*, 91.
- Guillén, S. (2018) Alta cocina y derecho de autor. ISBN 978-84-290-1974-2
- Günay, Nağme, y Küçükkömürler. 2022. GASTRONOMİDE YENİ TRENDLER: NÖROGASTRONOMİ. *International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences*, 6(1):30-41. Disponible en: <https://www.ijtebs.org/index.php/ijtebs/article/view/531/436>
- Hakki, ÇILGINOĞLU. Ülkü ÇILGINOĞLU. 2022. Nörogastromi ve Duyuların Lezzet Algısına Etkisinin Yarı Yapılandırılmış Görüşmelerle Analizi (Analysis of Neurogastronomy and the Effect of the Senses on the Perception of Taste with Semi-Structured Interviews). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2022, 10 (2), 837-855. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/361668712\\_Norogastromi\\_ve\\_Duyularin\\_Lezzet\\_Algisina\\_Etkisinin\\_Yari\\_Yapilandirilmis\\_Gorusmelerle\\_Analizi\\_Analysis\\_of\\_Neurogastronomy\\_and\\_the\\_Effect\\_of\\_the\\_Senses\\_on\\_the\\_Perception\\_of\\_Taste\\_with\\_Semi-Structured/related#fullTextFileContent](https://www.researchgate.net/publication/361668712_Norogastromi_ve_Duyularin_Lezzet_Algisina_Etkisinin_Yari_Yapilandirilmis_Gorusmelerle_Analizi_Analysis_of_Neurogastronomy_and_the_Effect_of_the_Senses_on_the_Perception_of_Taste_with_Semi-Structured/related#fullTextFileContent)
- Hasdemir, G., Boran, N. ., & Küçükkömürler, S. (2022). NEW TRENDS IN
- Hui-Rang Yim, & 김학선. (2017, April). A Study on the Customers' Perception and Intention to Purchase Food according to Food Styling. *Culinary Science & Hospitality Research*. Culinary Society of Korea. <https://doi.org/10.20878/cshr.2017.23.3.001>
- Marina, T., & Covadonga, M. (2007). ¿ Es la gastronomía un arte?. OPENAIRE.
- Meléndez Torres, Juana María, & Cañez De la Fuente, Gloria María. (2009). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 17(spe), 181-204. Recuperado en 06 de mayo de 2023, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-45572009000300008&lng=es&tlng=](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572009000300008&lng=es&tlng=)
- Michel C., Velasco C., Fraemohs P., Spence C. Studying the impact of plating on ratings of the food served in a naturalistic dining context. *Appetite*. 2015;90:45–50. doi: 10.1016/j.appet.2015.02.030. [PubMed] [CrossRef] [Google Scholar]
- Michel C., Velasco C., Gatti E., Spence C. A taste of Kandinsky: Assessing the influence of the artistic visual presentation of food on the dining experience. *Flavour*. 2014;3:1–11. doi: 10.1186/2044-7248-3-

- Montero, M. H. (2019). Marketing sensorial: análisis de la percepción del consumidor en las tiendas Nespresso. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla. Repositorio institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11441/96310>
- Palomino, A. M. (de 2020). Rol de la emoción en la conducta alimentaria. Chilena de nutrición, 47(2). Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-75182020000200286](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182020000200286)
- Pellicer Bertrand, Silvia. Enero 2020 “Influència de les percepcions sensorials i altres factors inconscients en el comportament alimentari: Introducció a la neurogastronomia”. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). <http://hdl.handle.net/10609/109709>.
- Requena Rubio, A. (2017). Diseño de utensilios para nuevas experiencias gastronómicas. <http://hdl.handle.net/10251/96822>
- Ribadeneira Villacis, M. C. (2022). El Food Design en la cocina local de Ambato (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato-Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación-Carrera de Turismo).
- Shepherd, G. 2015. Neuroenology: how the brain creates the taste of wine. Shepherd Flavour. 4:19 DOI 10.1186/s13411-014-0030-9
- Shepherd, G. M. 2019. All'origine del gusto. La nuova scienza della neurogastronomia. Italia: Codice.
- Spence, C. (2022). “The Form of Taste” UOU scientific journal #04. Disponible en: <https://revistes.ua.es/uou/article/view/23626/22039>
- Spence, C. 2016. Multisensory Flavor Perception. The Neuroscience of Flavor Chapter DOI: 10.1016/B978-0-08-100350-3.00012-2
- Tokat, P, Yilmaz, I. 2023. Neurogastronomy: Factors Affecting the Taste Perception of Food. International Journal of Gastronomy Research. DOI: 10.56479/ayed.2022.10261
- Vázquez, J. (2017) Cocina, nostalgia y etnicidad en restaurantes mexicanos de Estados Unidos.
- Velasco C., Michel C., Woods A.T., Spence C. On the importance of balance to aesthetic plating. Int. J. Gastron. Food Sci. 2016;5–6:10–16. doi: 10.1016/j.ijgfs.2016.08.001. [CrossRef] [Google Scholar]
- Zea Andrade, Javier Mauricio. (2012). Utilización de Nuevas Técnicas Culinarias para Fotografía Comercial en Cocina Ecuatoriana. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.
- Zellner D.A., Loss C.R., Zearfoss J., Remolina S. It tastes as good as it looks! The effect of food presentation on liking for the flavor of food. Appetite. 2014;77:31–35. doi: 10.1016/j.appet.2014.02.009. [PubMed] [CrossRef] [Google Scholar]