



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Proyecto final de Graduación

# Gestión y sistematización del proceso editorial para el Ecomuseo del Lago de Atitlán

por Haydee Maryella Pérez Mazariegos  
Carné 8711910

Previo a obtener la  
Licenciatura en Diseño Gráfico  
con énfasis Editorial Interactivo



Cuando diseño, no considero solamente  
los aspectos técnicos y comerciales,  
cobran mayor importancia los sueños  
y deseos de las personas  
para quienes está enfocado  
el proyecto en el que trabajo.

...Si mi diseño no se siente bien en el corazón,  
Lo que le diga el cerebro no importará...

-Philippe Starck



Carpintero  
Foto: Maryella Pérez

Tricentennial University of San Carlos of Guatemala  
Faculty of Architecture  
School of Graphic Design

# Proyecto

Gestión y sistematización  
del proceso Editorial para el  
Ecomuseo del Lago de Atitlán



desarrollado por **Haydee Maryella Pérez Mazariegos**  
Carné 87 11910

Previo a obtener la **Licenciatura en Diseño Gráfico** con énfasis Editorial  
Guatemala, Octubre, 2015

El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos\*



Ardilla saltarina  
Foto: Maryella Pérez



## Reconocimiento a:

### **La Tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala**

Más de trescientos años de brindar educación a los guatemaltecos, quienes contribuyeron a que gozara de una beca al concederme la oportunidad de ampliar mis conocimientos en ésta Academia reconocida por su trayectoria y aportes a la sociedad guatemalteca.

### **La Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura,**

Formando profesionales que mejoren las maneras de comunicarse desde hace veintinueve años.

### **La Agencia de Cooperación Española para el Desarrollo, AECID,**

Especialmente al Programa Patrimonio para el Desarrollo, P>D, más de veinticinco años de trabajar por el bien de la República de Guatemala, corazón del Mundo Maya.



## **Junta Directiva Facultad de Arquitectura**

**MSc. Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón**

Decano

**MSc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos**

Secretario Académico

**Arqta. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea**

Vocal I

**Arq. Edgar Armando López Pazos**

Vocal II

**Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras**

Vocal III

**Br. Héctor Adrián Ponce Ayala**

Vocal IV

**Br. Luis Fernando Herrera Lara**

Vocal V

## ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**Lic. Gustavo Jurado Duarte**

Director

### Asesores del proyecto

**Lic. Marco Antonio Morales**

Asesor Metodológico

**Licda. Isabel Meléndez**

Asesora Gráfica Editorial

**Licda. María Ordóñez Garza**

Asesora Gráfica Digital

**MSc. Nancy Maldonado E.**

Asesora redacción y estilo

### Docentes

Licda. Emperatriz Pérez, Lic. Ilma Prado, Lic. Alberto Paguaga, Lic. Axel Barrios, Licda. Marcia Rendón y Arq. Salvador Gálvez.

# *Dedicado a*

**A Dios, mi Fuente de Inspiración,  
Sabiduría y Gracia Infinita,**  
hacia quien dirijo el viaje de mi vida,  
buscando la paz y bien común.

**A mi esposo José Luis,**  
Sea este obsequio a la admiración, respeto y orgullo  
siempre animándome a ser dedicada, perseverante  
y trabajar por alcanzar los sueños con alegría, entusiasmo e ilusión.

**A mis hijos Pablo José y Luis Andrés,**  
que llenan de energía, alegría y vitalidad mis anhelos y sueños diarios.

**A mis padres Marco Tulio y Ruth,**  
sea este triunfo, la promesa cumplida a sus esperanzas  
y la corona de laureles que adorne sus corazones.

**A mis hermanos: Sophie, Ruth y Marco Tulio**  
mi respeto y ánimo a ver siempre al futuro con fé y esperanza...

**A mis cuñados: Danilo, Maribel y Arturo, Nancy,**  
Mi admiración a sus corazones nobles  
y solidarios cada momento que lo he necesitado.

# *Dedicado a*

**A mis sobrinos:**

**Amelia Valentina, Javier Alejandro,  
Héctor Arturo, Ana Luisa,  
Cristha Gabriela, Stephanie Ruth,  
Ricardo Antonio y Marco Tulio.**  
para que luchen siempre por sus sueños  
y los hagan realidad.

**A mis suegros don Gabino y doña Esperancita:**

gracias por los ánimos, los detalles,  
por estar pendientes de mis luchas...

**A mis familiares y amigos, especialmente a  
Nancy y Fernando Masaya, Zulma y Julio Granja, Yasmín y Julio Muñoz  
Lorena y Byron Rabe, Odilia y Mario Tapia, Sigríd y Edwin Martínez,  
Miriam Rivera, Walleska Siekavizza, Antonio Cifuentes,  
mis amigos de promoción en la Escuela de Diseño Gráfico,  
quienes me animaron siempre,  
aunque el camino fuera cuesta arriba...**

**A todos aquellos que amamos a Guatemala**

y trabajamos por construir un futuro mejor  
para nosotros y nuestros hijos.



Artesanías de San Andrés Semetabaj  
Foto: Maryella Pérez

# Agradecimientos

Durante mis estudios, hubieron personas que nutrieron mi formación profesional, de quienes recibí importantes lecciones de vida y valores humanos, menciono a sus instituciones y recursos humanos, el tesoro que ha inspirado este proyecto y su colaboración eficaz tan importante al proyecto.

## **Al pueblo de Guatemala**

Porque gracias a la beca estudiantil que nos brindan podemos perseverar y culminar una carrera universitaria, nuestro deber es contribuir a su desarrollo y mejorar la calidad de vida de las personas, desde nuestra profesión.

## **A la Tricentenario USAC**

Donde forjamos nuestra vida profesional, a partir de hoy más que comprometida a “Ir y enseñar a todos” compartiendo el cambiar paradigmas para mejorar cada día.

## **Al personal de la AECID**

Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Especialmente, Arq. Luis Mozas y su equipo de trabajo del Ecomuseo del Lago de Atitlán, quienes confiaron en la realización de éste proyecto que apoyará sus labores de divulgación y porque me brindaron su apoyo, colaboración y acompañamiento en el proceso.

## **A mis docentes**

quienes me brindaron sus conocimientos, su dedicación, asesorías y formación profesional.

Presentación

## CAPÍTULO 1

### **Acerca del proyecto 19**

- Introducción 21
- Antecedentes y datos duros 29
  - Justificación 30
  - El problema 32
  - El desarrollo turístico 36
- Cómo surgen los Ecomuseos 37
- Elementos de un ecomuseo 41
  - Un territorio 41
  - Un patrimonio 43
  - Bienes culturales 44
  - El patrimonio intangible 45
- Una comunidad participativa 47
  - Áreas de acción 48
- Cómo nació el Ecomuseo del Lago 49
  - La cultura motor del desarrollo 50
- Componentes y líneas de acción 55
  - Carencias del Ecomuseo 56
- Ecomuseo del Lago de Atitlán 57
- Cuál es el problema comunicacional 59
  - Importancia y necesidades 61
  - Problema y justificación 69
  - Magnitud del proyecto 70
- Productos esperados del proyecto 72
  - Trascendencia y beneficiarios 72
    - Objetivos 75
  - Delimitación y cobertura 76
  - Cultura comunicacional 77

## CAPÍTULO 2

### **Acerca de el Ecomuseo del Lago/AECID 79**

- Perfil de la institución 80
  - A qué se dedican 82
  - Misión y visión 83
- Perfil del grupo objetivo 85**
  - Perfil del turista extranjero 87
    - Motivaciones, estaciones 88
    - Patrones de consumo 89
    - Perfil psicográfico 90
  - Actitudes, cultura visual 91
    - Redes que utilizan 93
  - Perfil del turista nacional 94
    - Perfil económico 95

## CAPÍTULO 3

### **Definición creativa 97**

- Descripción de la estrategia 97
  - Estrategia y contenidos 98
    - Difusión 101
  - Soportes gráficos y digitales 102
    - Beneficiarios 106
- Buscando Concepto Creativo 107**
  - Los 6 sombreros de Bono 107
  - Técnica Scamper de Eberlee 112

# Índice

## **Concepto Creativo 115**

- Importancia 117
- Códigos visuales 118
- Código cromático 120
- Paleta de colores 121
- Imágenes 122
- Formatos elegidos 123
- Mapas 124
- Íconos decorativos 125

## **CAPÍTULO 4**

### **Planeación operativa 127**

- Flujograma del proceso 128
- Cronograma de trabajo 129

## **CAPÍTULO 5**

### **Relevancia Social 131**

- Cambiando vidas 132
- Funcionalidad 135
- Opciones 136
- Incidencia del diseño gráfico 139
- Folletos sugeridos 140

## **CAPÍTULO 6**

### **Folletos 141**

#### **Desarrollo y proceso de las publicaciones**

- Bocetos, nivel uno 142
- Dummies*, nivel dos 143
- Validaciones realizadas 154
- Propuesta final, nivel tres 157
- Propuesta gráfica final 157

## **CAPÍTULO 7**

### **Resultados 165**

- Respuestas y gráficas 166
- Sugerencias 171
- Propuesta final 173

### **iBook**

#### **Proceso de producción 181**

- Bocetos, nivel uno 182
- Dummies*, nivel dos 183
- Propuesta final 184

# Índice

## CAPÍTULO 8

### Lecciones aprendidas 187

Lecciones 189

## CAPÍTULO 9

### Conclusiones 191

A partir del proyecto 193

## CAPÍTULO 10

### Recomendaciones 195

A partir del proyecto 197

Fuentes consultadas 198

## CAPÍTULO 11

### Anexos

Anexo 1

### Gráficas

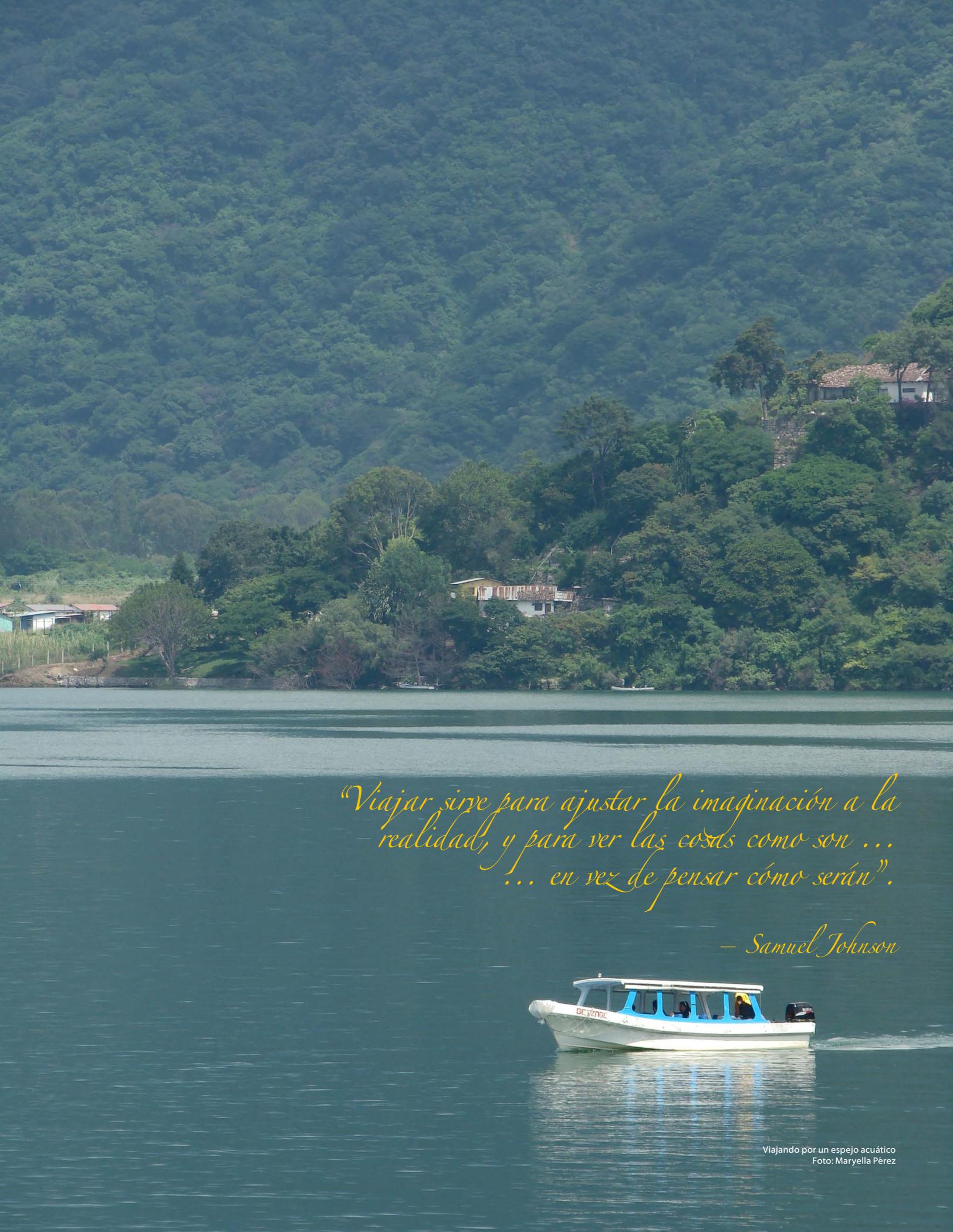
Anexo 2

### Encuesta

Anexo 3

### Documentos

Cartas



*“Viajar sirve para ajustar la imaginación a la realidad, y para ver las cosas como son ...  
... en vez de pensar cómo serán”.*

*— Samuel Johnson*





Iniciando el viaje  
Foto: Arq. José Luis Menéndez

# Presentación

La vida es una ruta emocionante llena de aventuras y retos cuya dirección y sentido cada quien valora, aprecia y evalúa al pasar los años.

Concluye ésta etapa de la vida estudiantil, para iniciar un nuevo capítulo en la vida profesional, un camino recorrido con el respaldo, de más de trescientos años de experiencia pedagógica acumulada en la Universidad de San Carlos de Guatemala, más de cincuenta años de la Facultad de Arquitectura y la mocedad de 27 años de la Escuela de Diseño Gráfico, con cuya energía, innovación y excelencia transcurren los años de formación desarrollados con responsabilidad, dedicación y perseverancia.

Probablemente, no todas las personas se den cuenta acerca del impacto del diseño gráfico en sus vidas y sucede que nos acompaña desde el logotipo y la caja de las prenatales que tomó nuestra madre mientras nos gestaba, continuó acompañándonos con los cereales, las marcas de la leche, atoles o incaparina, las etiquetas de pañales, ropa, zapatos que usamos, nos acompañó al estudio con los libros de texto que utilizamos durante toda nuestra formación, nos guió por las plataformas que actualmente utilizamos en el Internet para desarrollar nuestros trabajos, exámenes, consultas y así será hasta que nuestra existencia en ésta dimensión expire.

El diseño gráfico nos sugerirá opciones, nos comunicará de manera eficiente, colaborará en la gestión del conocimiento, nos mostrará lugares, nos llenará la vida de contenidos nuevos, apoyarán las artes, la difusión y la identidad de nuestra cultura.

Es una realidad, el diseño gráfico nos impacta todos los días, hace cambiar las tendencias en las publicaciones, sean éstas impresas o digitales y permite motivarnos de manera propositiva a aprender, informar, enseñar, educar, formar nuestra apreciación del mundo, de la vida propia, del arte y la cultura plasmadas en la humanidad.

Nos sugiere aromas, climas, épocas y todo ello, lo hará a través de un intenso viaje a través de los colores; nos ubicará en etapas históricas o nos lanzará al futuro a través de las tipografías, ordenará nuestros pensamientos o los hará explotar según sea la retícula utilizada.

La elaboración de libros digitales interactivos no serán la excepción, de eso se trata este proyecto, de cómo llevar a cabo el proceso de concepción, nacimiento y desarrollo de una pieza gráfica, una publicación impresa y digital que motive a las personas a utilizar su tiempo de ocio en conocer un país hermoso en donde las maravillas naturales y culturales inquieten su mente y sacudan su espíritu.

Bienvenidos a esta pequeña aventura...



Guiando la ruta  
San Antonio Palopó  
Foto: Haydee Maryella Pérez M.



## CAPÍTULO 1

# *El proyecto*

### **Acerca del proyecto**

Introducción

Antecedentes

El problema

Justificación

Objetivos del proyecto

Guiando la ruta  
San Antonio Palopó  
Foto: Haydee Maryella Pérez M.



Viajeros  
San Antonio Palopó  
Foto: Arq. José Luis Menéndez

# Introducción

Actualmente, en Atitlán subsisten diferentes grupos étnicos con la herencia maya, sellados con la cosmogonía y el devenir del tiempo en su manera de pensar y vivir, quienes luego del cambio de era, con el Oxlaj'uj B'aktum abrieron sus mentes y comunidades a las personas para darles la oportunidad de conocerles de cerca.

Este informe tiene como propósito principal, mostrar la colaboración del diseñador gráfico sancarlista, en el proceso de producción editorial de una serie de publicaciones impresas y digitales basadas en los documentos técnicos producidos por distintos especialistas en su materia, para el Ecomuseo del Lago de Atitlán, sostenidos en la variedad de investigaciones acerca de la historia de los pueblos que habitan la cuenca del Lago de Atitlán, cuya riqueza desean dar a conocer, una historia milenaria que forja la identidad de nuestro país pleno de belleza natural, riqueza cultural y patrimonio nacional.

Dada la riqueza de la región y la belleza escénica de los lugares, mientras las iniciativas de Gobierno demoran en llegar, la cooperación internacional ha estado presta a inyectar los insumos necesarios financieros y humanos para apoyar a distintos colectivos, cuyos emprendimientos culturales contribuyen a salvaguardar la riqueza patrimonial de la zona de Sololá.

El presente informe permite acompañar el proceso de producción gráfica elaborado para el Ecomuseo del Lago de Atitlán para realizar la difusión de la riqueza cultural y natural de la zona, la historia de sus pueblos, la importancia del uso y cuidado de los recursos naturales y su biodiversidad, así como el ilustrarnos los orígenes de la formación de la cuenca y las experiencias vividas por un grupo de turistas ibéricos en su estancia en las comunidades.

Esta aventura se desarrolla en cuatro comunidades del altiplano guatemalteco: San Andrés Semetabaj, Panajachel, San Antonio y Santa Catarina Palopó, constituidos en la Mankatitlán (mancomunidad de municipios de Chichoy -Atitlán), bajo el auspicio del Ecomuseo del Lago de Atitlán, proyecto específico para la cuenca, financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, a través de su Programa Patrimonio para el Desarrollo.



### CAFÉ

US\$. 705 millones



### AZÚCAR

US\$. 726 millones



### VESTUARIO

US\$.1,030 millones



### TURISMO

US\$.1,563.80 millones

Destacan en cantidad, los turistas que provienen directamente de: El Salvador, Estados Unidos, Honduras, México, Nicaragua, Canadá, Costa Rica, Reino Unido, Belice y España como los diez principales mercados emisores de turistas internacionales hacia Guatemala, ocupando en torno al 86% de la cifra enero-diciembre 2014.

Otros países emisores importantes son:

Colombia, Francia, Alemania, Australia e Italia.



Cuadro con fines ilustrativos del comportamiento de las exportaciones en 2014 en Guatemala. Datos de Banco de Guatemala 2014, Boletín INGUAT 2014 y AGEXPORT en el mismo período. Elaboración propia.

Mientras encamina los pasos hacia los orígenes del problema y se percatan de los objetivos de las piezas elaboradas, encontrarán información concreta acerca de la institución a quien se le han desarrollado los materiales.

Durante el recorrido, se apreciará la labor de la entidad, los objetivos llevados a cabo, la importancia de gestionar su difusión a través del desarrollo de materiales editoriales impresos y digitales elaborados en este trabajo de tesis, cuyo cometido, es hacer visibles la importancia y el cuidado que la entidad promueve y las maneras, tonos, mensajes y concepto creativo encontrados para dar especial énfasis al resguardo y promoción de las investigaciones logradas en los temas de historia y orígenes de los pobladores de la cuenca, la importancia del cuidado del medio ambiente y la biodiversidad del lugar.

Teniendo la oportunidad de contribuir al conocimiento de las festividades que forman parte de su cultura proyectada al mundo y por último la manera de interesar a los turistas para visitar éstas poblaciones que desarrollan turismo comunitario, proveyendo de una bitácora de viaje expresada en el diario de un grupo de visitantes: Un viaje al paraíso.

Mientras el camino avanza, tendrá a la vista el proceso seguido para la producción gráfica de las piezas y tendrá la oportunidad de apreciar los materiales finales que se obtuvieron producto de la síntesis de las investigaciones, cuya elaboración tuvo tres momentos importantes que permitieron llegar cada una a propuestas finales acompañadas con un equipo de asesores, un equipo de diseñadores y finalmente con una muestra del grupo objetivo a través de una encuesta digital enviada vía electrónica.

Encontrará durante el desarrollo del proyecto los detalles, ilustraciones e imágenes que permiten seguir el proceso gráfico de la elaboración de cuatro folletos y un *iBook* que permiten ilustrar de manera amigable cada tema, incluyendo el proceso de producción de cada uno.

Finalmente tendrá acceso a examinar las lecciones aprendidas durante el proceso de gestión y sistematización, las conclusiones y recomendaciones vertidas en el informe final a continuación.

---

Datos provenientes de los boletines emitidos por el BANGUAT, Diciembre de 2014 .  
Datos sobre la actividad turística registrada en el Boletín 1 de INGUAT de 2015.



Tordillo  
San Andrés Semetabaj  
Foto: Lilian Caná

Espero que la información y procesos ilustrados en el presente informe sean útiles a otras generaciones de diseñadores gráficos, que contribuya a inspirar el desarrollo de trabajos que persigan la excelencia en su producción, edición y difusión con la idea de apoyar el desarrollo del país.

Los diseñadores gráficos que trabajamos en ésta tesis (hablo de los asesores y la estudiante: su servidora), basamos nuestras propuestas en ideas creativas que permitan activar las redes de empleo en otras latitudes de Guatemala, que persigan reactivar la economía en áreas necesitadas del país que tienen gran potencial y que por décadas han permanecido en el olvido.

Al finalizar, podrá ampliar los temas dirigiéndose a las fuentes consultadas, podrá considerar la información sensible elaborada en gráficas, tendrá la muestra de las encuestas de validación de los materiales gráficos e interactivos y algunos documentos de apoyo e interés que documentan las razones e importancia de ser concretos y eficaces al identificar al grupo objetivo sujeto de éste estudio, a quienes interesa conocer otros aspectos interesantes acerca de la cuenca y los grupos humanos que habitan el lago de Atitlán en Sololá, Guatemala, los que **constituyen una CULTURA VIVA , esperando que vengan a conocer la cultura milenaria que inventó el cero: LOS MAYAS.**

El presente documento ilustra la importancia de aportar insumos desde nuestra profesión, los cuales contribuyan a conocer y destacar la historia, la riqueza y la maravillosa gente de un país privilegiado, lleno de tanta belleza escénica y con tantos derroteros pendientes de llevar a cabo con un fin común: ayudar a mejorar la calidad de vida de sus habitantes por todos los medios posibles.



Guiando la ruta de *trekking* en montaña  
San Andrés Semetabaj  
Foto: Colaboración Google con fines educativos.

# Antecedentes

**G**uatemala es un país con una posición geográfica privilegiada para el desarrollo de biomas llenos de riqueza y variedad de especies, aun cuando es vulnerable al cambio climático posee paisajes incomparables, un clima agradable y maravilloso que transcurre alrededor del año, sin mayores cambios de temperatura que permiten disfrutar de una eterna primavera. Tal virtud, le permite a Guatemala ser un destino turístico con mucho potencial para todas las edades y gustos de las personas que deseen disfrutar de su tiempo de ocio conociendo lugares paradisíacos, climas diferentes, paseos memorables en distancias cortas, a los cuales pueden llegar en menos de dos horas y tener el placer de ser atendidos por gente maravillosa que además de mostrar las bondades de la gastronomía de sus lugares, comparten con los turistas su historia, su cultura, sus tradiciones, sus costumbres, su cosmogonía y su arte.

## Datos duros

**El turismo es una actividad en el rubro de servicios, que en 2014 inyectó a la economía nacional alrededor de Q. 1,384.1 millones**, evolucionando de tal manera alrededor del tiempo, hasta convertirse en el primer renglón generador de divisas (51% del total), si se le compara con los principales productos de exportación del país: azúcar (16%), banano (13%), cardamomo (11%), café (6%) y frutas y preparados (3%) (BANCO DE GUATEMALA, 2014).

Para examinar los contenidos *web*, debes dar click sobre el enlace:

<http://www.visitcentroamerica.com>

<http://www.paseoguatemala.com/home/paseo/magica#>

[US\\$ 656 Millones son los ingresos de divisas reportados por turismo de Enero a Mayo](#)

## Justificación

De acuerdo con los datos del INGUAT, en el año 2012 la actividad turística en el país generó un total de 1,418.9 millones de dólares estadounidenses, un crecimiento que continúa en 1,480.7 millones de dólares para el año 2013 y cerró con 1,563.80 millones en 2014, (INGUAT, 2015)

Sobrepasando nuevamente las exportaciones de café y azúcar, las cuales registraron ingresos por US\$ 705.6 y 726 millones respectivamente. En el año 2010, el ingreso de divisas por concepto de turismo representó el 16.3% del ingreso de divisas por exportaciones totales y el 33.4% del total de remesas familiares cantidades que han ido en aumento al pasar los años.

Con un incremento de más de 85 mil visitantes respecto al año anterior, los ingresos de divisas generados por la actividad turística de los primeros cinco meses de 2014, sobrepasaron los US \$656 millones, según el reporte del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT 2014) presentado a los integrantes del Gabinete Específico de Turismo que coordina la Vicepresidencia.

Las divisas totales generadas ese mismo año, responden a la visita de más de 2,142,398 turistas extranjeros al país (entre los meses de enero a diciembre), las cuales representan un incremento de 7.1% en la cantidad de ingresos, comparado con los 2,000,126 registrados en el mismo periodo en 2013, (INGUAT 2014)<sup>1</sup>

Aún cuando la ruta del Altiplano ha recibido la mínima atención durante los últimos 3 gobiernos, el ingreso de turistas a Atitlán continuó acrecentándose año con año, de tal suerte que INGUAT, obtuvo un total de ingresos de más de Q.10,321,806.16 millones de quetzales provenientes solo del departamento de Sololá en el periodo comprendido de Enero 2012 a Julio del 2014.

<sup>1</sup>US\$656 millones son los ingresos de divisas reportados por turismo de enero a mayo 2014.

### Novedades:

Las nuevas tendencias recomiendan la visita guiada como herramienta pedagógica, la cual debe adaptarse a la sociedad, y debe darse mayor importancia al concepto que al objeto.

Los datos reflejados en su informe anual son producto del 10% de hospedaje de las estadías pagadas de los turistas que pernoctan de uno a dos días conociendo las poblaciones de la cuenca del lago, notamos el crecimiento del arribo de turistas en el último lustro.<sup>2</sup> (Puede consultar detalles en el capítulo 11, anexo 1).

Sin embargo, hasta el mes de julio de 2014 no existían materiales impresos o digitales que sirvieran de guía a los visitantes, ni mapas disponibles de Atitlán de los diez y nueve municipios que permitan una difusión de la cultura viva.

Dado lo anterior, se sostuvo una reunión de trabajo con los personeros de la Unidad de Desarrollo del Producto, UDP, para solicitarles el apoyo en difusión y recientemente en septiembre, finales del mismo año (2014), INGUAT empieza a publicar un mapa digital de Panajachel y un folleto del mismo municipio, que si bien dá inicio a la promoción y difusión de éste municipio reporta solamente siete lugares turísticos disponibles: la Reserva de Atitlán (con su mariposario), el Museo Lacustre de la Posada Don Rodrigo y la calle Santander.

En la guía para el turista se mencionan cuatro más: la Iglesia San Francisco, el Museo y Galería Raúl Vásquez, la Casa de la Cultura y una Galería, olvidando muchos otros lugares y sitios de interés que visitar, los cuales se encuentran disponibles, abiertos y dispuestos a atender a los turistas en cada lugar.

En las guías de promoción de lugares turísticos del ente rector, INGUAT, el Lago de Atitlán aparece en descripciones muy breves, no hay enlaces a paseos ni a sus rutas turísticas específicas de las docenas de ellas disponibles, la página de paseos carga información sobre Izabal en lugar de Atitlán, al parecer un descuido de publicación hasta Agosto de 2015.

No hay publicaciones impresas ni digitales recientes significativas de los 18 municipios restantes, tampoco hay mapas que detallen todos los lugares turísticos; solamente existe el mapa general de Panajachel y una mención de una página en el folleto de Turismo para Bodas de INGUAT que se refiere al lago de Atitlán. (INGUAT 2012).

<sup>2</sup>Reporte de la sección de cobros de INGUAT, enero a julio 2014.

<sup>3</sup>Resultados de gastos de visitantes no residentes del INGUAT, Instituto de investigación de mercados 2014, en donde se muestran los destinos turísticos de Guatemala preferidos por ellos.

Siendo Panajachel un municipio receptor de turismo y distribuidor a los demás en la cuenca, y el lago de Atitlán el tercer destino turístico del país<sup>3</sup> hasta 2012, cuentan con escasa promoción aunque aparezca en las páginas de internet oficiales, o bien en las redes sociales manejadas por la entidad rectora INGUAT.

La ausencia de información puede comprobarse también en los portales oficiales de INGUAT.

En cada uno de los sitios web, se hacen menciones generales de Atitlán, pero en ninguno aparece información más concreta que ilustre sus sitios turísticos, que mencione la importancia de la cuenca y del lago para sus habitantes, que narre acerca de la historia de sus pobladores, que mencionen la flora y la fauna de la cuenca, que indiquen las festividades que se desarrollan durante todo el año o las tradiciones que admirar y en qué lugares.

En cuanto a festividades, existe un Directorio de Fiestas Patronales donde se menciona la fecha ferial de cada uno de los 338 municipios del país, se mencionan las ferias de San Antonio Palopó<sup>4</sup>, Panajachel<sup>5</sup>, Santa Catarina Palopó<sup>6</sup> y San Andrés Semetabaj<sup>7</sup>, fechas y actividades.

Curiosamente, en la escasa información impresa o digital de todos los municipios de Guatemala (338), se mencionan exactamente las mismas actividades sin ningún detalle todo las del año.

El propósito esencial es contribuir y sumar los esfuerzos para realizar

“Un proyecto de desarrollo económico que satisfaga una de las principales exigencias del país: la generación de empleo digno y ocupaciones productivas de la región golpeada por la pobreza extrema a pesar de su potencialidad turística.”

3 Resultados de gastos de visitantes no residentes del INGUAT, Instituto de investigación de mercados 2014, en donde se muestran los destinos turísticos de Guatemala preferidos por ellos.

4-7 En directorio de Fiestas, INGUAT. P. 18, 32, 36, 37.

En lo que respecta al tema biodiversidad, se menciona el área como parte de la ruta de avistamiento de aves, mejor conocida como *birdwatching* o *birding*<sup>8</sup>; pero sucede que en la cuenca se encuentran varios biomas y la información es muy breve y general, existiendo muy pocos materiales editoriales impresos o digitales nuevos al respecto.

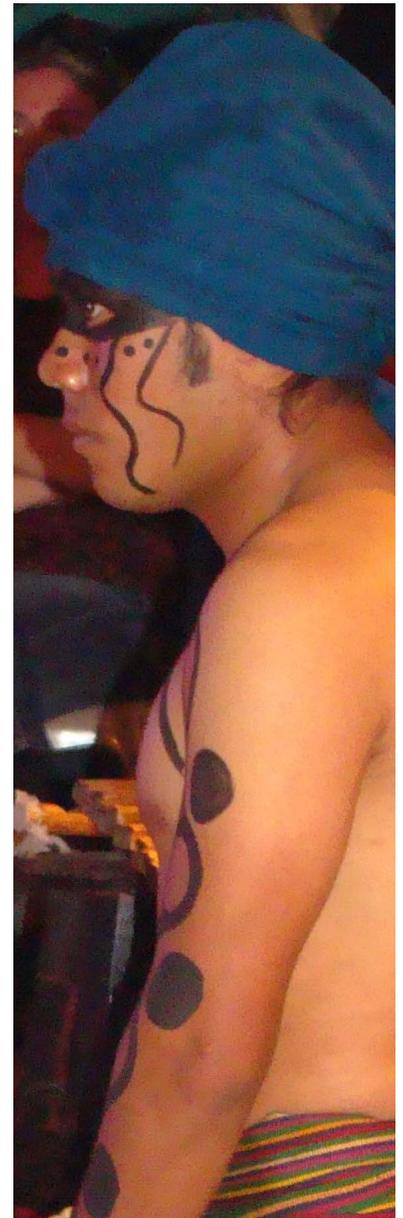
A pesar de existir un “Plan de dinamización turística del Lago de Atitlán” elaborado en 2007 y actualizado en 2013-14, aún no se han percibido beneficios significativos en la cuenca del lago en cuanto al mejoramiento de infraestructura turística.

Hace tres años, CAMTUR conjuntamente con ASÍES, lanzaron una propuesta de la Política de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala (2012-2020) (CAMTUR & ASÍES, 2011) proponiendo consolidar al turismo como: **“Un proyecto de desarrollo económico que satisfaga una de las principales exigencias del país: la generación de empleo digno y ocupaciones productivas.”**

Generando, supuestamente a través del proyecto, una actividad que implique un reparto equitativo de los beneficios, de manera socialmente sostenible y propicia a la estabilidad que la Nación requiere para progresar; que proteja el medio ambiente y el patrimonio cultural; que contribuya al fortalecimiento de la identidad nacional, y a resolver muchas necesidades más que afronta el país”.

<sup>8</sup> Birding, folleto de avistamiento de aves. INGUAT. P. 8

<sup>9</sup> ASÍES-CAMTUR. Política de Turismo sostenible para Guatemala 2012-2022. 19-20



SOTZ'IL J'AY  
Grupo de Teatro de Sololá  
Foto: Haydee Maryella Pérez M.



Bienvenidos al paraíso del Ecomuseo del Lago de Atitlán  
Vista aérea desde los miradores de San Andrés Semetabaj  
Foto: Arq. José Luis Menéndez

Una cuenca llena de vida  
Foto : Arq. José Luis Menéndez



# *Ecomuseo del Lago de Atitlán*

## **Acerca del proyecto**

Cómo surgen los ecomuseos

Cuáles son sus elementos

Cómo nace el Ecomuseo del Lago de Atitlán

Componentes

Líneas de acción

Carencias identificadas

Una perspectiva beneficiosa para articular esfuerzos, se encuentra aprobada por el Congreso de Guatemala. Sin embargo, constituye un proyecto estratégico de desarrollo nacional, a partir de un eje articulador claro y contundente: EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE que puede ser posible gracias a la riqueza cultural y natural de Guatemala.

Guatemala tiene la materia prima para el desarrollo del turismo, en condiciones que permiten ventajas absolutas y competitivas únicas: la belleza y diversidad del entorno natural, su patrimonio arqueológico, su riqueza cultural y la amabilidad de su gente, para citar tres aspectos fundamentales, que coinciden con las tendencias de la demanda del turismo internacional y que se inclina, más al turismo cultural, ecológico y de aventura.

Sin embargo, enfrenta grandes desventajas en problemáticas a resolver: desde la imagen negativa que aún persiste internacionalmente (Travel Advisory), el mejoramiento de la infraestructura, el sensible tema de la inseguridad al que se agrega la insuficiencia de vuelos directos de transporte aéreo, procedentes de algunos de los mercados prioritarios y en general, sus elevadas tarifas por falta de competencia, para sólo citar algunos ejemplos.

La Política de Turismo Sostenible para Guatemala se basa en el ordenamiento territorial del espacio turístico, en la zonificación para el desarrollo de unidades de planificación, así como en la consolidación y diversificación de productos y mercados ya existentes y el desarrollo de futuros, conforme las tendencias de la demanda turística.

A pesar de existir algunas publicaciones interesantes y bellamente ilustradas de la cuenca, muchas de ellas son onerosas, extensas o pesadas, considerando el material en que se imprimieron, y muchos turistas no las adquieren porque representa aumentar el peso ostensiblemente en sus maletas de viajero. Por ello, se consideró la producción de materiales accesibles en tamaño, precio y peso (ligeros) que permitiera al turista llevarlos, compartirlos, adquirirlos ya sea en medio impreso o digital.

El museo trasciende una exposición estática de las élites a un museo accesible, abierto, interactivo y dinámico; multitemático, multifinalitario y multiusuario.

De exposición de temas y de piezas aisladas se trasciende a un concepto de ideas contextualizadas.

Dando como resultado los **ECOMUSEOS, museos vivos donde se comparten experiencias** con la cultura y la naturaleza de manera interactiva.

[www.aecid.org.gt](http://www.aecid.org.gt)

# ¿Cómo?

## ¿Cómo surgió la idea de los Ecomuseos?

“Entre los años 1947 y 1976, Rivière (2005) creó y codificó los principios del **modelo de acción** Ecomuseo, como museos cuya principal característica suponía **presentar una síntesis integradora de las relaciones entre el hombre y su medio natural en el tiempo y en el espacio desde una aproximación interdisciplinaria.**”<sup>10</sup>

En este sentido “el concepto de Ecomuseo debía convertirse en elemento de refuerzo de la memoria colectiva de las comunidades, y a partir de esta base, concebirse como un instrumento para el crecimiento económico, social y político de la sociedad de la que surge.

De forma que la población local tendría teóricamente una participación activa como destinataria principal del mensaje del Ecomuseo, sería en principio el objeto del museo -ellos con sus tradiciones, actividades-, pero también los sujetos encargados de conservar y mostrar ese patrimonio, los usuarios que se implicarían en la gestión del Ecomuseo, junto con los profesionales de los museos”<sup>11</sup>.

El nacimiento de los Ecomuseos estaba estrechamente ligado a las políticas de descentralización administrativa y territorial concretadas en una nueva ordenación del territorio cuya meta era paliar los efectos del éxodo rural y el descenso del nivel de calidad de vida en algunas zonas, mediante el impulso del turismo regional.

En segundo lugar, las preocupaciones sociológicas, ecologistas y ambientales entroncan con algunas de las cuestiones enunciadas en Mayo del 68: “**el mito de vuelta a la tierra, la valoración del medio rural, de las culturas minoritarias y tradicionales.**”<sup>12</sup>

<sup>10</sup> <http://www.oppidum.es/numeros> Recuperado 23/4/2014

<sup>11</sup> <http://www.palermo.edu/dyc/maestria/pdf/91-Torres-Marcelo-Adrian.pdf> recueprado 24/4/2014.

<sup>12</sup> <http://www.oppidum.es/numeros> Recuperado 23/4/2014 \_Jayuno.pdf

El concepto de Ecomuseo fue introducido por el museólogo francés Hugues de Varine en 1971 y lo define como “centro museístico orientado sobre la identidad de un territorio y sustentado en la participación de sus habitantes, que ayuda al crecimiento del bienestar y del desarrollo de la comunidad”<sup>13</sup>.

De esta definición se generan tres referentes: el propio museo, **el territorio**: no sólo la superficie física, sino también **los elementos ambientales, culturales y sociales que definen un patrimonio local** determinado **y por último la comunidad** y las instituciones locales que son las que tienen el compromiso de ocuparse y desarrollar el futuro del territorio. El Natural History Committee del ICOM ha elaborado una propia definición de Ecomuseo<sup>14</sup>.

**“El Ecomuseo es una institución que gestiona, estudia y valora -con finalidades científicas, educativas y, en general, culturales- el patrimonio general de una comunidad específica, incluido el ambiente natural y cultural del medio.** De este modo, el Ecomuseo es un vehículo para la participación cívica en la proyección y en el desarrollo colectivo. Con este fin, el Ecomuseo se sirve de todos los instrumentos y los métodos a su disposición con el fin de permitir al público comprender, juzgar y gestionar –de forma responsable y libre- los problemas con los que debe enfrentarse. En esencia, el Ecomuseo utiliza el lenguaje del resto, la realidad de la vida cotidiana y de las situaciones concretas con el fin de alcanzar los cambios deseados”<sup>15</sup>.

Al igual que los atributos y aportes que existen las categorías de Paisajes Culturales y que contribuyen para la interpretación, designación y gestión de las obras excepcionales, en 1972 en Santiago de Chile (en el

<sup>13</sup> <http://www.es.wikipedia.org/wiki/Ecomuseo>. Recuperado 23/4/2014

<sup>14</sup> Los Ecomuseos. <http://www.fatimaentrenas.com>. Recuperado 23/4/2014

<sup>15</sup> [http://www.vernissaviu.files.wordpress.com/2008/05/programa\\_uimp.pdf](http://www.vernissaviu.files.wordpress.com/2008/05/programa_uimp.pdf) Recuperado 23/4/2014

<sup>16</sup> Enseñar a mirar: la función social de los museos de Historia, <http://historia.bio.ucm.es> Recuperado 23/4/2014



Ofrenda  
San Antonio Palopó  
Foto: Haydee Maryella Pérez M.

marco de Consejo Internacional de Museos organizado por ICOM) surge un nuevo tipo de cuerpo planteamiento que **contribuiría sustantivamente a los enfoques de desarrollo sustentados en lo cultural**".

Doce o trece años después esta aspiración, se concreta en la **Declaración de Quebec, cuyos principios básicos, reafirman "la proyección social del museo sobre las funciones tradicionales"** del mismo<sup>16</sup>.

Otro aporte fundamental ocurre en La Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, celebrada en Lanzarote en 1995, en la que se aportan y declara que el turismo "puede traer grandes beneficios a las zonas que lo soporta".

Por lo tanto, el turismo sostenible se define por el conjunto de actividades y servicios que puede ser soportable económicamente y patrimonialmente, asegurando la conservación de los bienes culturales naturales y antropológicos.

Esta conferencia se plasmó en una carta en la que se afirma que unas formas alternativas de turismo y el fomento de la diversificación de productos turísticos son una garantía de éxito si van unidos a la cooperación del desarrollo territorial".

Por su parte ICOMOS (2006), el Instituto dependiente de la UNESCO, editó varias "Cartas Internacionales sobre Turismo Cultural, planteando algunos principios y definiendo los distintos tipos de patrimonio que atraen turismo, enunciando recomendaciones acerca de cómo gestionar un espacio, destacando los posibles choques entre la correcta gestión patrimonial y el turismo.



La ruta del paraíso  
Desde San Andrés Semetabaj  
Foto: Haydee Maryella Pérez M.

La belleza de una cuenca ubicada en una caldera volcánica  
Foto: Haydee Maryella Pérez Mazariegos

Y destaca la importancia de varios principios fundamentales: **la autenticidad, la relación y el beneficio simbiótico del visitante y de la comunidad** acuñando el término de Museología de la Comunidad”.

Otras definiciones nos la dan Muñiz y Berghdal (2004): “Un Ecomuseo es un instrumento para el desarrollo regional, en que el trabajo es ejercicio en colaboración entre la población local y las instituciones públicas, es decir, **servir de instrumento formativo y dinamizador social y económico.**”

Durante los años siguientes se ha vuelto más concreta la difusión de este concepto en las que su principal aporte es:

- La identificación de la población con su patrimonio.
- El rescate de la identidad.
- La adopción de actitudes de valoración/rentabilidad.
- La creación de empleo y de pequeñas empresas familiares en torno al proyecto en actividades locales y regionales.
- Y la estabilización de los procesos de migración en comunidades principalmente expulsoras de población.



Procesiones  
Panajachel, Sololá  
Foto: Arq. José Luis Menéndez

# ¿Cuáles?

## ¿Cuáles son los elementos de un Ecomuseo?

Para efectos prácticos del proyecto el Ecomuseo conjuga indisolublemente tres elementos fundamentales:

### Un territorio o región

El espacio geográfico en el que se ubica con su devenir histórico y todos sus atributos. Es el territorio<sup>17</sup> es el espacio en el que una comunidad está enraizada y en el que se sucedieron todos los pueblos que le precedieron en la continuidad o discontinuidad de las generaciones<sup>18</sup>.

Engloba la homogeneidad topográfica, productiva y cultural. El espacio en bienes muebles o inmuebles, públicos y privadas, relativos a la paleontología, arqueología, historia, antropología, arte, ciencia y tecnología, y la cultura en general, incluido el patrimonio intangible, que coadyuven al fortalecimiento de la identidad nacional. donde convergen diversas comunidades locales o inmigrantes. En este marco cuidar y conservar implica utilizar disfrutar y gozar de manera sostenible y sustentable, ahora y en el futuro el patrimonio cultural y natural, visualizar y desarrollar formas para generar nuevos valores históricos económicos y sociales.

17 Pasos hacia un Ecomuseo, destino Mankatitlán. Guía de bienes culturales y medioambientales de Atitlán. Programa de Patrimonio para el desarrollo. P.97. Guatemala 2008-2009. AECID.

18 Rivière, Georges Henri. Museología en Costa Rica: por una mejor apreciación de la cultura... y en vigencia de la nueva museología en América Latina: conceptos y modelos, de Georgina DeCarli, publicado en Revista ABRA, Facultad de Ciencias Sociales de la EUNA, Costa Rica, julio-diciembre, 2004.



El origen de la nación del árbol del fuego  
Grupo de Teatro So'tzil J'ay de Sololá, 13 B'aktun  
Foto: Haydee Maryella Pérez M.

## Un patrimonio

Forman el patrimonio cultural de la nación<sup>19</sup>, los bienes e instituciones que por ministerio de ley o por declaratoria de autoridad lo integren y constituyan un patrimonio tangible, sean bienes culturales o bien patrimonio intangible.

### Patrimonio Tangible

Se refiere a todos los bienes culturales inmuebles. Considerándose entre ellos:

- La arquitectura y sus elementos, incluida la decoración aplicada.
- Los grupos de elementos y conjuntos arquitectónicos y de arquitectura vernácula.
- Los centros y conjuntos históricos, incluyendo las áreas que le sirven de entorno y su paisaje natural.
- La traza urbana de las ciudades y poblados.
- Los sitios paleontológicos y arqueológicos.
- Los sitios históricos.
- Las áreas o conjuntos singulares, obra del ser humano o combinaciones de éstas con paisaje natural, reconocidos o identificados por su carácter o paisaje de valor excepcional.
- Las inscripciones y las representaciones prehistóricas y prehispánicas.

<sup>19</sup> Congreso de la República de Guatemala, Decreto 26-97. Artículos 2 y 3. Ley para la protección del patrimonio cultural y natural de Guatemala.

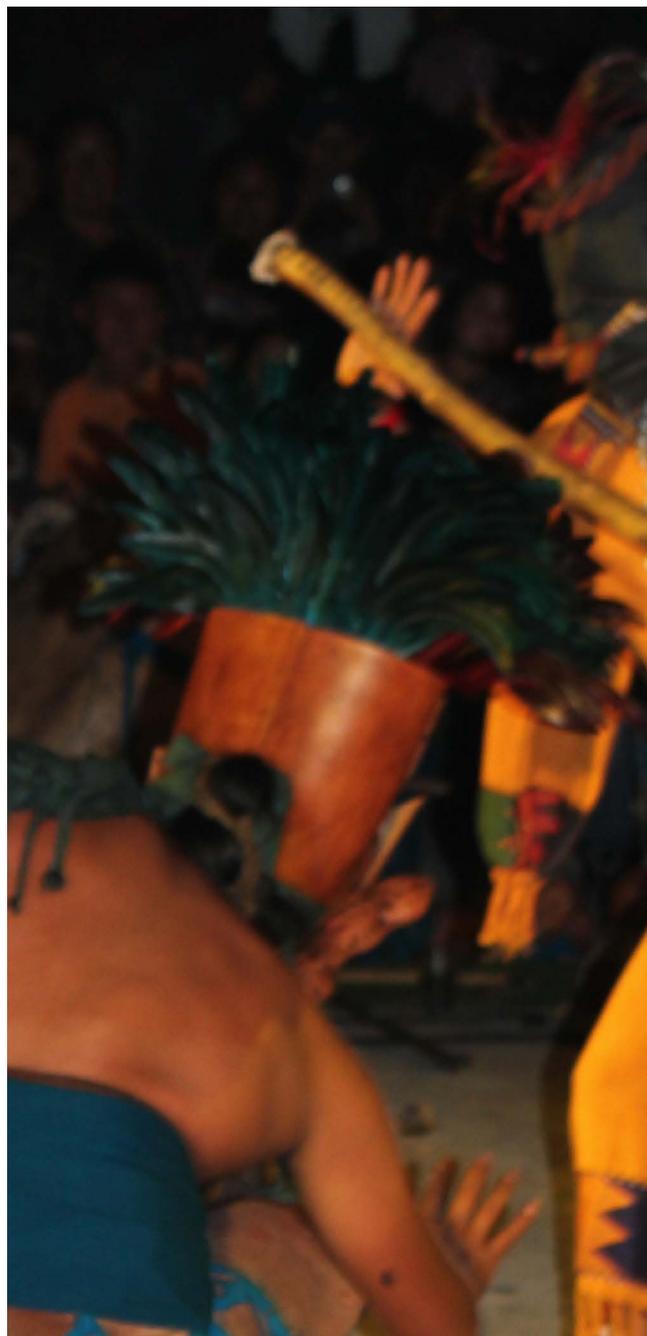


Festividades en "El Calvario"  
San Andrés Semetabaj, Sololá  
Foto : Haydee Maryella Pérez M.

## Bienes culturales muebles

Se refiere a todos aquellos que por razones religiosas o laicas, sean de genuina importancia para el país, y tengan relación con la paleontología, la arqueología, la antropología, la historia, la literatura, el arte, la ciencia o la tecnología guatemalteca que provengan de las siguientes fuentes llamadas patrimonio tangible:

- Las colecciones y los objetos o ejemplares que por su interés e importancia científica para el país, sean de valor para la zoología, la botánica, la mineralogía, la anatomía y la paleontología guatemaltecas.
- El producto de las excavaciones o exploraciones terrestres o sub-acuáticas, autorizadas o no, o el producto de cualquier tipo de descubrimiento paleontológico o arqueológico, planificado o fortuito.
- Los elementos procedentes de la desmembración de monumentos artísticos, históricos y de sitios arqueológicos.
- Los bienes artísticos y culturales relacionados con la historia del país, acontecimientos destacados, personajes ilustres de la vida social, política e intelectual, que sean de valor para el acervo cultural guatemalteco.
- Las pinturas, dibujos y esculturas originales.
- Las fotografías, grabados, serigrafías y litografías.



Grupo de Teatro "Sotz 'il J'ay"  
Foto: Haydee Maryella Pérez M.



- El arte sacro de carácter único, significativo, realizado en materiales nobles, permanentes y cuya creación sea relevante desde un orden histórico y artístico.
- Los manuscritos incunables y libros antiguos, mapas, documentos y publicaciones.
- Los periódicos, revistas, boletines y demás materiales hemerográficos del país
- Los archivos, incluidos los fotográficos, cinematográficos y electrónicos de cualquier tipo.
- Los instrumentos musicales representativos de las tendencias musicales guatemalteca de todo género o movimiento musical.
- El mobiliario antiguo.

### El patrimonio Intangible

Es el constituido por instituciones, tradiciones y costumbres tales como: la tradición oral, musical, medicinal, culinaria, artesanal, religiosa, de danza y teatro”.

- “El conjunto de bienes materiales y espirituales que posee la población representados en sus poblados, lugares, edificaciones y objetos históricos;
- Sus manifestaciones artísticas, festividades tradicionales, conocimientos y técnicas del saber popular;
- Sus formas de producción tradicional, entorno natural, entorno ecológico y su cultura o tradición oral.”



Marimba Juventud Trixana  
San Andrés Semetabaj, Sololá  
Foto : Haydee Maryella Pérez M.



Festividades de las Plumerías  
San Andrés Semetabaj  
Foto: Haydee Maryella Pérez M.

## Una Comunidad participativa<sup>20</sup>

Se refiere a un grupo social con características que lo hacen interesante y diferente, incluye:

a.- Los grupos o sectores que comparten intereses vocabulario especializado y desarrollan actividades conjuntas y también el conjunto de personas e individuos que participan de las mismas aficiones preferencias que concurren a un determinado lugar.

b.- Un grupo social completo de escala menor que comparten actitudes, creencias valores y territorio, así como propósitos e intereses concretos que les une.

Existen más o menos 300 ecomuseos alrededor del mundo y cerca de 200 se encuentran ubicados en Europa, importante es compartirles que hace algunos años se desarrollan algunas experiencias en Latinoamérica: en países como Brasil, Argentina, Chile, Bolivia, México y Venezuela.

En Centroamérica como se advirtió, **El Ecomuseo del Lago de Atitlán se constituye como un esfuerzo pionero.**

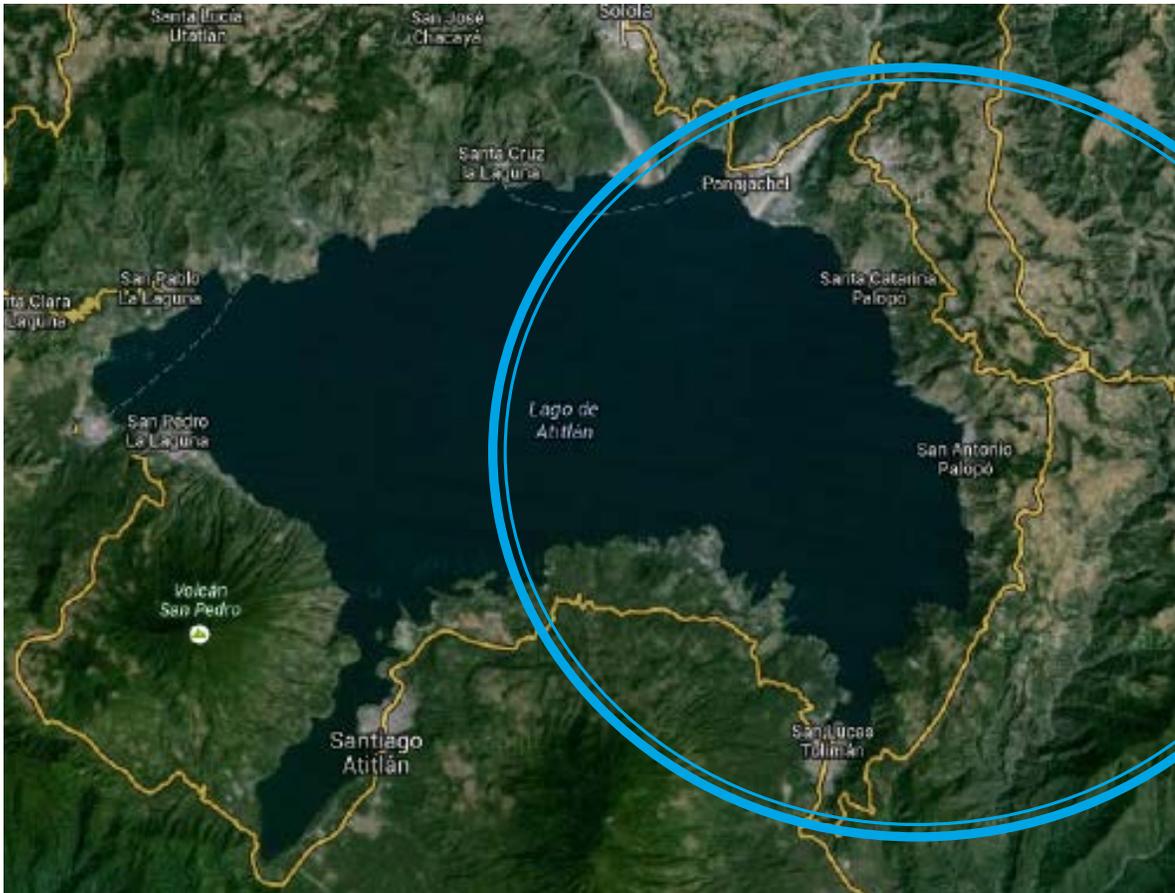
Así, los Ecomuseos surgen como una alternativa para gestionar con un enfoque más integral y sostenible el patrimonio cultural, natural y antropológico de los pueblos desde finales del siglo pasado.



<sup>20</sup> en Pasos hacia un Ecomuseo, Destino Mankatitlán. Guía de bienes culturales y medioambientales de Atitlán. Patrimonio para el desarrollo.,P. 98. Guatemala, 2008-2009, AECID. Documento interno.

Domingo "Tata" Quino  
Ceremonia de las Festividades del 13 Bák'tum  
San Andrés Semetabaj, Sololá  
Foto : Haydee Maryella Pérez M.

## Mapa de Atitlán



Fuente: Google maps consultado, Agosto 2014.  
<http://www.universaltraveler.org>

Encerrado en una elipse se ilustra el área de acción del proyecto del Ecomuseo del Lago de Atitlán, el cual incluye los siguientes municipios:

- San Andrés Semetabaj.
- Santa Catarina Palopó.
- San Antonio Palopó y
- Panajachel.

# ¿Cómo?

## ¿Como nació el Ecomuseo del Lago de Atitlán?

En el marco de un acuerdo bilateral entre Guatemala y España y con el fin de contribuir a erradicar la pobreza en Guatemala, el Programa de Patrimonio para el Desarrollo lanzó desde el año 2007 una iniciativa que tiene como objetivo estratégico la utilización del patrimonio cultural, como generador de desarrollo sostenible en Atitlán, denominada Ecomuseo del Lago de Atitlán.

Bajo el marco del acuerdo binacional Guatemala-España, alineado con las Políticas Culturales, Económicas y Socio Ambientales que están orientadas a la consecución de los Objetivos del Milenio(UNECO, 2014), la Lucha Contra la Pobreza y las agendas de Hambre Cero y Competitividad del Gobierno de la República de Guatemala; el Programa de Patrimonio Cultural para Desarrollo de la Agencia Española de Cooperación Internacional, **AECID, desde el año 2007** viene impulsando el proyecto de desarrollo sostenible denominado **Ecomuseo del Lago de Atitlán como un proyecto piloto e innovador, de mediano alcance y de visión regional**, en uno de los departamentos prioritarios del país, que posee una impresionante riqueza natural y amplia riqueza cultural pero con enormes desafíos en materia de pobreza y desarrollo.

La cobertura inicial de este proyecto se limitó a cuatro municipios de la mancomunidad de Municipios de la Mankatitlán de Sololá, Guatemala. (San Andrés Semetabaj, San Antonio Palopó, Santa Catarina Palopó y Panajachel).

Sin embargo, con base a los resultados intermedios alcanzados en ellos, se ha previsto y despertado el interés que otros más puedan incorporarse al proyecto con la perspectivas de potencializar el patrimonio cultural, antropológico y natural, así como la asociación local (municipal) de emprendedores, gestores, productores y prestadores de servicios culturales-turísticos de la región, implementando como política **“La cultura, motor del desarrollo sostenible en Atitlán”**, como una alternativa para mejorar las condiciones de vida de la población.

El proyecto también contempla y analiza la posibilidad de trascender a un programa de carácter nacional, que le permita ampliar su cobertura al resto de los 19 municipios en torno al Lago.

El Ecomuseo del Lago de Atitlán, es un proyecto sustentado en la valorización, la preservación del patrimonio cultural y natural tangible e intangible, de promoción y difusión cultural, con enfoque de equidad y el impulso de actividades económicas y ambientalmente sostenibles que pueden generar beneficios directos a sectores determinados de la población en el corto y mediano plazo, teniendo a su vez un impacto positivo en los elementos de la cultura, la identidad, las prácticas ancestrales de los pueblos Mayas de la región con un impacto en el ordenamiento del territorio, en el mejoramiento de las condiciones físicas, la infraestructura, la imagen urbana y un efecto revitalizador en los municipios y su área circundante.

En el marco de las Políticas vigentes, el Ecomuseo se implementa congruentemente en su primera fase con las Políticas Culturales del País; el fortalecimiento e implementación del Plan Nacional de Desarrollo Cultural de largo plazo, muy especialmente con el proceso de descentralización de la Gestión de la Cultura; la implementación de las políticas culturales a nivel municipal y la revaloración de los aportes de la cultura Maya en torno al Lago de Atitlán.

En particular pretende contribuir para que los tres pueblos mayas de la región (36.5% Kaqchiquel, 16.5% Tzutujil y 43% Quiché) puedan enfrentar los desafíos que en materia de desarrollo y cultura les plantea el nuevo ciclo del calendario 13 B'aktum "Oxlajuj B'aktum".



Detalle sede Ecomuseo  
San Antonio Palopó  
Foto : Haydee Maryella Pérez M.

Detalle de piezas expuestas en el Museo Lacustre  
interior Hotel Posada don Rodrigo,  
Foto : Haydee Maryella Pérez M.



Responde a la estrategia de cultura y ambiente para desarrollo sostenible de la región, contenida en los instrumentos de Planificación Estratégica Territorial impulsada por el Gobierno de la República de Guatemala-SEGEPLAN, al Plan de La Reserva de usos múltiples de la cuenca del lago de Atitlán,- RUMCLA-.

También, retoma los planteamientos y oportunidades que en materia de turismo cultural y comunitario hace el Plan de dinamización turística, que impulsa la Comisión departamental de turismo en el marco del Consejo de desarrollo departamental de Sololá, y a los sistemas y subsistemas que propone y promociona el Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, **definiendo la Ruta del paisaje cultural de Atitlán**, dentro del Programa definido como Mundo Maya, Altiplano Indígena Vivo y Paraíso Natural.

Así, en materia de modelos de gestión cultural, el Ecomuseo del Lago de Atitlán, se constituye en un esfuerzo pionero en Guatemala y en la región centroamericana.



Detalle de piezas expuestas en el Museo Lacustre interior Hotel Posada don Rodrigo, Foto : Haydee Maryella Pérez M.



El origen de la nación: niños felices  
Detalle de textil de las artesana Cuentacuentos de San Andrés Semetabaj  
Foto: Haydee Maryella Pérez M.



Surgiendo bajo la premisa de un mundo más globalizado en donde la cultura puede modificar y contribuir positivamente en las políticas de desarrollo de cada país<sup>21</sup>, cobran mayor vigencia las tres nuevas dimensiones fundamentales para el desarrollo humano:

- La interrelación social,
- La interrelación cultural y
- El medio ambiente.

Contemplados dentro de los planteamientos de la ONU<sup>22</sup>, en relación a **“la cultura como motor del desarrollo”**<sup>23</sup> y **“la cultura considerada parte esencial para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio”**<sup>23</sup> con enfoque especial en:

- Los planteamientos de la equidad de género en el desarrollo;
- La etnicidad y el desarrollo humano;
- La sostenibilidad y sustentabilidad del desarrollo, a partir del cuidado y manejo del medio ambiente.
- Éstos tres énfasis<sup>24</sup>, constituyen las premisas básicas que dan cuerpo al enfoque que hace suyo e implementa el proyecto del Ecomuseo del Lago de Atitlán.

21 Erik M. Rish, Lerner. Gabinete técnico “El valor de la cultura en los procesos de desarrollo urbano sustentable”. Prácticas profesionales realizada en la Generalitat de Catalunya, Diciembre 2005.

22Ecomuseo sigue con atención especial en esta materia las alianzas entre UNESCO, Asambles Gral. ONU Sept. 2010 y Unión Europea, las experiencias que se llevan a cabo en Guatemala, en la aspción de este enfoque en sus políticas nacionales y en el Plan Nacional de Desarrollo Cultural a largo plazo, 2005. Doc. interno del MICUDE de Guatemala, que aún no trascienden o implementan como política del Estado en la materia.

23UNESCO/Bob Krahnner. Mesas cultura y desarrollo. Sept. 2010. La cultura como motor del desarrollo.

24 Comisario europeo Andris Piebalgs. Cumbre del milenio, cultura y desarrollo. NewYork. 21/9/2010.

En síntesis.

el

Ecomuseo

es “Una experiencia y una práctica turística diferente,

más digna y sustentable”.



"Juanita, cerámica vidriada de San Antonio Palopó"  
Ceramistas, San Antonio  
Foto : Arq. José Luis Menéndez R

## Componentes

El Ecomuseo, por ser una experiencia cognoscitiva, dinámica y transformadora que permitirá a la comunidad y a los visitantes reconocer y practicar sus valores culturales y fortalecer su identidad a través de la convivencia intercultural, de las experiencias vivenciales, culturales y ambientales compromete y activa actitudes proactivas y más dinámicas para la conservación del patrimonio cultural y natural, y la identidad en la comunidad.

En el caso del Ecomuseo del Lago de Atitlán, los tres momentos antes mencionados se desarrollan a diario y se mantienen vigentes, porque las comunidades kakchiqueles y tzutuhiles se constituyen en garantes de la cultura de sus pueblos, responsables de sus decisiones previo a la implementación de proyectos y son además administradores de la riqueza natural de sus comunidades, guardianes de la riqueza patrimonial y motores de la participación local en tanto ésta promueva el bien común.

Tal como lo indica Yudhishtir **Raj Isar**, en documento de UNESCO (Raj Isar, Y., y Thiel, M., 1985): **se convierte a las personas como generadores de desarrollo en sus comunidades al mismo tiempo que se constituyen en guardianes de la riqueza natural y patrimonial para brindarla al mundo .**

## Líneas de acción

El proyecto del Ecomuseo en sus primeras etapas, se desarrolló sobre la base de dos grandes líneas de acción:

- 1. Estudios investigaciones y reconocimientos del patrimonio cultural y natural**, que revelaría la riqueza del área y los instrumentos básicos de regulación.
- 2. Las inversiones e intervenciones orientadas a generar infraestructura y servicios básicos** que alcanzaron para el 2013 un monto aproximado de UE 1.0 millones de euros.

Así mismo, contribuyeron a **crear capacidades para la promoción y difusión del Ecomuseo.**

Como resultado de estas etapas y para efectos del trabajo, destacan como antecedentes la producción de investigaciones relacionadas con el patrimonio cultural, natural y antropológico, la creación de catálogos patrimoniales la definición de los atractivos culturales y turísticos, un acervo fotográfico muy



importante con cinco mil imágenes en archivo, la creación de las rutas culturales del Ecomuseo, la identificación y factibilidad de circuitos, senderos y recorridos turísticos, así como el desarrollar como instrumento de difusión, un portal web de la región con toda la información importante para el turista.

En los últimos dos años se han fortalecido las acciones para la conservación, promoción y divulgación del patrimonio cultural y natural, el control y ordenamiento territorial y con particular interés la promoción y desarrollo del turismo cultural y natural directamente relacionada con los elementos siguientes:

- Una agenda de actividades artísticas y culturales,
- El funcionamiento de los productos y servicios identificados y relacionados con el Ecomuseo a través de un clúster de turismo y cultura de forma sostenible y sustentable, y
- Las iniciativas compartidas con otras instituciones, organizaciones, empresa privada y cooperantes, entre ellas la Facultad de Arquitectura y la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

## Carencias que sustentan el proyecto editorial

Bajo este esquema, **este proyecto se constituye como un instrumento de sistematización y presentación de parte de los estudios y reconocimientos del Ecomuseo; como un instrumento de difusión para la gestión del patrimonio tangible e intangible, del ambiente y los recursos naturales de la región** y fundamentalmente como un instrumento de presentación del clúster de cultura y turismo, de los productos y servicios de la región, y un mecanismo de promoción y difusión del Ecomuseo.

En el marco de planificación del Ecomuseo, este proyecto orientado hacia **la gestión y sistematización del proceso editorial para el Ecomuseo del lago de Atitlán, contribuye al desarrollo de la agenda cultural y de las producciones, promoción y difusión del mismo.**



# *Ecomuseo del Lago de Atitlán*

## **Acerca del proyecto**

**Cuál es el problema de comunicación**

**Por qué es importante apoyar el turismo sostenible**

**Las necesidades identificadas del Ecomuseo del Lago de Atitlán**

**La necesidad**

**Existencia de materiales gráficos**

Flores y campanelas de los jardines de Panajachel.  
Foto : Haydee Pérez.



Espejo de agua, rocas y paraíso  
Foto: Arq. José Luis Menéndez R

# ¿Cuál?

## ¿Cuál es el problema de comunicación visual?

1. El proyecto Ecomuseo del Lago de Atitlán posee una amplia riqueza de información y a lo largo de su desarrollo e implementación ha producido una **gran cantidad de documentos técnicos, investigativos y materiales que se encuentran dispersos y relativamente desestructurados**, los cuales pueden ser empleados con múltiples propósitos.

Los materiales se encuentran archivados sin posibilidad de ser dados a conocer, dado su carácter científico y lenguaje técnico que debe ser transformado a lenguaje más coloquial entendible para turistas nacionales y extranjeros. Por ende, el Ecomuseo del Lago de Atitlán, la Mancomunidad de Municipios y la AECID pueden contribuir a proporcionar contenidos fundamentales para el desarrollo de la región sustentando los temas de: el turismo (principal actividad de la región), la cultura, el ambiente y los recursos naturales, por el momento no se cuenta con algún mecanismo de difusión ma adecuado a dicho propósito.

2. El programa de patrimonio cultural para el desarrollo de la AECID, dado el grado de avance y la fase en que se encuentra el proyecto del Ecomuseo del Lago Atitlán, desean **dar conocer y publicar los contenidos** planificados dentro de sus componentes de divulgación y difusión.

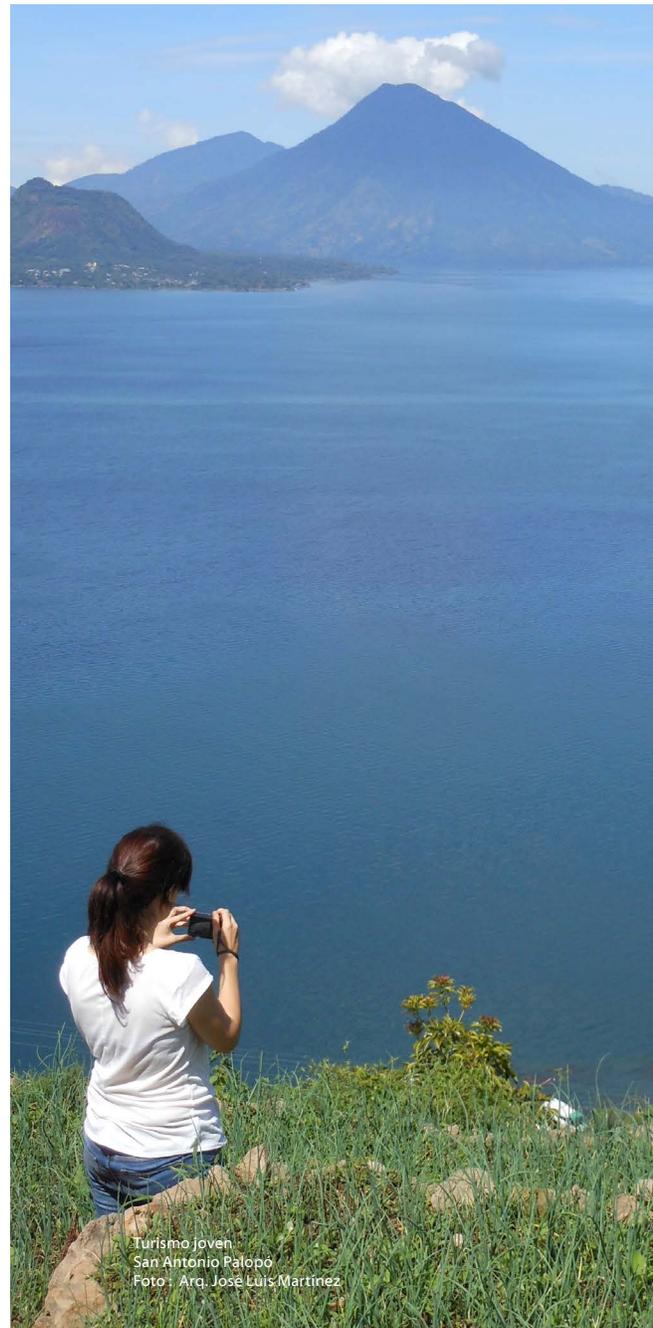
3. El programa de patrimonio cultural para el desarrollo de la AECID, la Mancomunidad de Municipios. MANKATITLAN, y el Proyecto del Ecomuseo del Lago de Atitlán **requieren de personal técnico y profesional especializado en diseño gráfico editorial que elabore, maquete y produzca todos aquellos materiales necesarios para su promoción y difusión.**

4. El manejo de la imagen corporativa del proyecto, ya que no se cuenta con una unidad encargada al respecto.

5. La producción y edición de publicaciones digitales interactivas de los contenidos que necesite publicar el Ecomuseo.

El Ecomuseo del Lago de Atitlán, dentro del componente de desarrollo económico local y de desarrollo sostenible de Sololá, así como el Plan de dinamización turística del departamento de Sololá, han identificado la baja inversión y la **virtual inexistencia de material promocional y difusión de la riqueza de Atitlán**, con fines culturales y turísticos, asimismo una tendencia moderada pero **creciente afluencia de turismo y una acentuada demanda de esta información**.

El Ecomuseo del Lago de Atitlán ha generado un conjunto de variedad de insumos investigativos, de productos parciales relativamente heterogéneos, que potencialmente pueden contribuir a definir los contenidos básicos de los atractivos culturales y turísticos de la Ruta del Paisaje: Atitlán, pero que aún no están preparados los materiales o estructurados para cumplir con este fin. Por lo tanto es necesario buscar los apoyos profesionales necesarios en las especialidades afines, con objeto de poder desarrollar la producción editorial.



Turismo joven  
San Antonio Palopó  
Foto: Arq. José Luis Martínez

Es necesario el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca del lago de Atitlán para generar desarrollo.

# ¿Por qué?

...¿Por qué es tan importante apoyar el turismo sostenible en la cuenca del Lago de Atitlán?

El turismo **propone una alternativa de desarrollo social y económico**, como actividad que despunta como la más intensa y lucrativa de todas las actividades humanas.

Ni Internet podrá sustituir el placer de un viaje a un lugar desconocido, la aventura de una noche al aire libre o el degustar de una comida típica o exótica (Delgado, 2004), se prevé incluso, que **el turismo será en un futuro la actividad económica más importante de planeta**, superando incluso al petróleo (Morillo Moreno, 2007).

Los viajeros constantemente eligen un lugar turístico basado en sus preferencias, las razones por la que ellos escogen uno u otro lugar turístico depende de muchos factores, sin embargo, en la actualidad muchos de estos dependen de variables netamente ambientales (Reig & Coenders, 2002).

En el documento "Segmentación del mercado turístico, según las preferencias ambientales"(Reig & Coenders, 2002) se menciona que la importancia de las preferencias ambientales tienen estrecha relación con la elección del destino (Giné, 1996).

El turismo pasa por la reconsideración de conceptos ecológicos y la convivencia con los sistemas naturales que sustentan los propios recursos turísticos (Reig & Coenders, 2002), es decir, dicha convivencia fomenta la idea del "turismo responsable o sostenible", el cual es definido como el compromiso en querer **explotar la naturaleza sin destruirla**.

**El turismo sostenible está asociado a la responsabilidad como valor máximo en todos los aspectos, en especial, en el cuidado del medio ambiente, tratando de imponer una nueva ética al turismo** (Rainforest Alliance, 2008).

El nuevo estilo de turismo intenta sensibilizar al ser humano sobre los valores intangibles de un paisaje intacto, seres vivos desconocidos, una aventura al aire libre, regresar a los orígenes del hombre a sus primeras civilizaciones.

La actividad turística provoca una serie de transformaciones en la sociedad, convirtiéndola en un elemento importante para el principio de representación de desarrollo local y regional, por ende el turismo es una actividad compleja que debe respetar los sistemas que la sustentan (Turismo Responsable, 2010).

El hecho de que los turistas internalicen variables ambientales en la selección de un lugar turístico, se suma a la preocupación mundial por cuestiones ambientales que también comprometen el equilibrio mundial turista. (Delgado, 2004).

Paralelamente, **mientras más turistas ingresan a la cuenca se crea, se reactiva y se dinamiza una estructura de desarrollo económico social:** transportistas, hoteleros, restauranteros, pintores, ceramistas, tejedoras, colectivos de artesanos, comités de autogestión, guías turísticos comunitarios, lancheros, grupos musicales, grupos de teatro, cofradías, museos, cafés, operadores de turismo, agencias, servicios bancarios y otros negocios e industrias mejorando los niveles de vida de muchas personas que son empleadas para prestar servicios turísticos en la zona -mientras la cantidad de turistas no rebase la capacidad de soporte-.



Turismo joven  
San Antonio Palopó  
Foto : Arq. José Luis Martínez

Es necesario el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca del lago de Atitlán para generar desarrollo.

## La necesidad

Los últimos cuatro años ha crecido el ingreso y la cantidad de turistas a nuestro país, además de haber aumentado el turismo interno a través del interés de los connacionales de **conocer más cerca nuestra historia**, a través de las visitas a cada población **donde encuentre culturas ancestrales donde aún se mantienen vivas sus tradiciones, costumbres, cosmogonía**, a través de la práctica del turismo cultural, el ecoturismo, el turismo de aventuras, la arqueología, el avistamiento de aves, entre otros.

**A pesar de que el departamento de Sololá, ha generado al INGUAT Q.10,321,806.16 en ingreso** del 10% por concepto de impuesto de hospedaje de Enero del 2012 a Julio del 2014, y a pesar, de haber gestionado apoyos y fondos, ninguno de los colectivos del Ecomuseo del Lago de Atitlán recibieron recursos para producir su material de difusión y promoción, tampoco para la construcción de su página web y los mapas que necesita para entregar al turista que visita los municipios y busca los sitios turísticos que visitar en San Andrés Semetabaj, Panajachel, San Antonio y Santa Catarina Palopó. Siendo su función el apoyo total a la consolidación de destinos turísticos tradicionales y el desarrollo de nuevos destinos según consta en la Política de turismo sostenible 2012-2022 (ASIES-CAMTUR 2012), lejos de ello, han tenido que buscar patrocinios que permitan desarrollar dichos instrumentos.

### Existencia de materiales gráficos disponibles

Si el turista, desea tener información actualizada, no encontrará folletos o publicaciones impresas ni digitales específicos de la cuenca ni de los municipios. Hay carencia de mapas con la información básica de los lugares turísticos de dichas poblaciones, y si existen volantes son desactualizados.

### Necesidades comunicacionales

El Arq. Luis Mozas Roca, quien durante la entrevista hizo especial hincapié en la importancia de poder dar difusión al trabajo que realizan en los programas, con la idea exponer a las personas la información, actividades, encuentros, hallazgos, reuniones, descubrimientos que se realizan en las comunidades como parte de las actividades del Ecomuseo del Lago. Cuidando de difundir toda la información importante de las investigaciones hechas con objeto de motivar al turismo a visitar la cuenca del Lago .



Por lo diagnosticado con anterioridad, se han detectado las siguientes necesidades:

- a. Sistematizar y ordenar el archivo de la información existente.
- b. Dar a conocer la riqueza cultural natural y antropológica de la región con fines pedagógicos y turísticos.
- c. Contribuir a fortalecer el acervo cultural y los elementos de identidad de la población.
- d. Dar a conocer los productos y prestadores de servicios culturales y turísticos de la región.
- e. Contribuir a los procesos de formación y capacitación de la población, fortaleciendo los temas prioritarios con los guías comunitarios con énfasis especial en cultura y turismo.

Requiriendo, entre ellos la preparación de:

1. El diseño de los folletos y mapas que permitan difundir los contenidos investigados por los especialistas, haciéndolos amigables y digeribles para el turismo nacional y extranjero.
2. Diseño de la señalética para todos los sitios que conforman las rutas turísticas adscritas, Elaboración de materiales de promoción impresa y digital de cada ruta (trifolios, anuncios, rótulos para mobiliario urbano, paradas de buses, mapas específicos de cada paseo y lugar, afiches de cada lugar)
3. Preparación de contenidos para la página web en construcción, selección de fotografías e imágenes que acompañaran las publicaciones digitales e impresas.

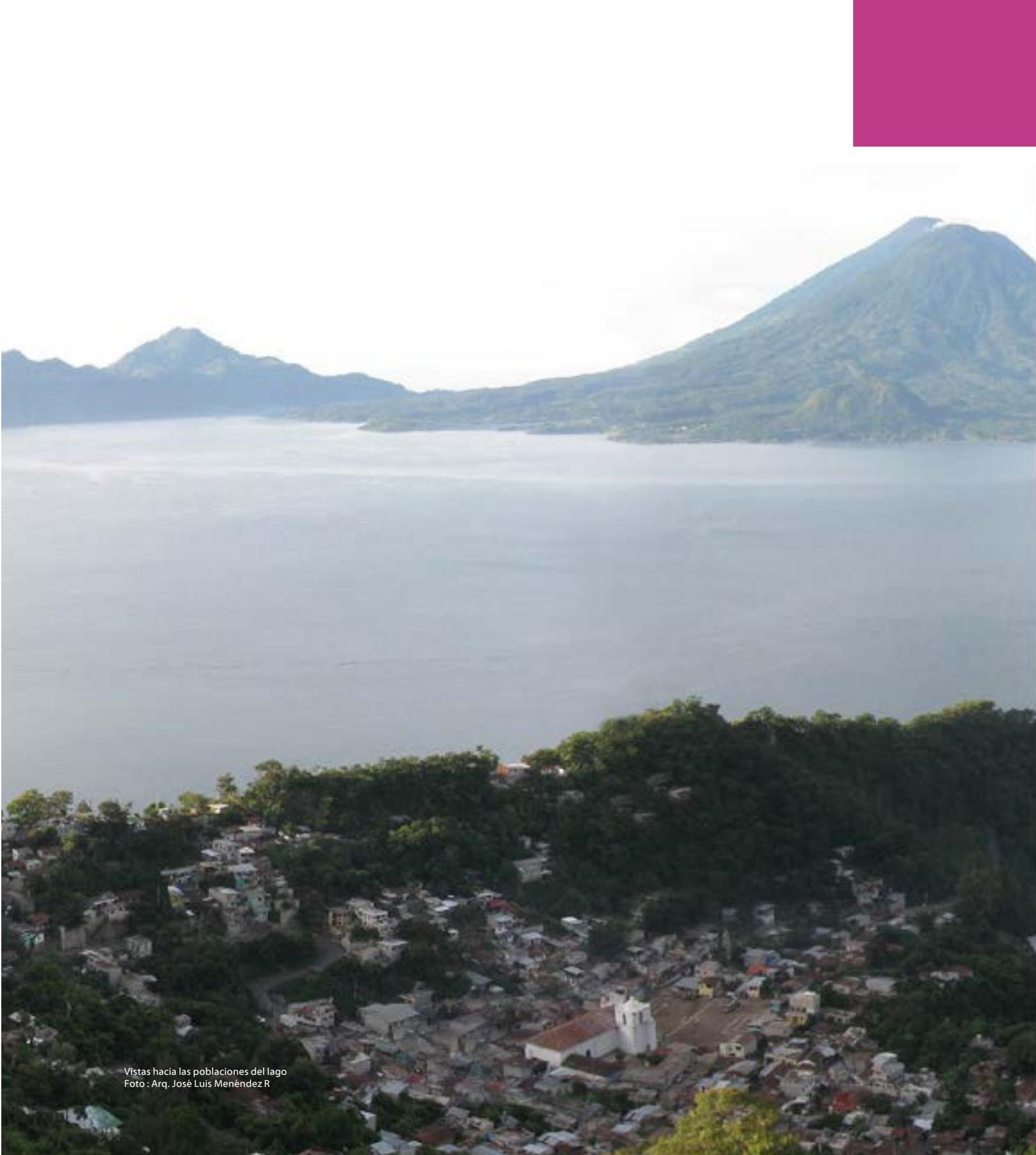
## **Necesidades de personal**

La Agencia de Cooperación Española, AECID, necesita personal voluntario o epesistas en diseño gráfico editorial que apoyen directamente la gestión y sistematización del proceso editorial del Ecomuseo del Lago de Atitlán para su difusión institucional, dando a conocer la institución al grupo objetivo a nivel nacional con la adecuada utilización de soportes gráficos elaborados de manera impresa y digital que permitan llevar a cabo los objetivos comunicacionales de la entidad para que reciban los beneficios en todos los círculos de servicios de las comunidades que apoya la institución.

Las necesidades presentadas las puede notar en el cuadro a continuación.

ft.:	Necesidades de comunicación detectadas	Factores que la causan	Soluciones propuestas
1	Darse a conocer como institución	Falta de insumos gráficos de apoyo a la gestión de la institución. Carencia de personal y tiempo para hacerlo.	Gestionar la colaboración de distintas personas versadas en el tema, a manera de voluntariado, para desarrollar los materiales de apoyo necesarios para que la institución pueda darse a conocer.
2	Necesidad de difusión de sus objetivos, misión y visión tanto para el personal como para las comunidades que sirven en el interior del país.	No hay personal responsable a cargo. Tampoco ha material visible que se las recuerde. No ha habido capacitaciones recientes.	Colaborar en la realización de capacitaciones en el tema para que el personal conozca lo que se espera de ellos y de su institución.
3	Necesidad de contar con apoyos: un equipo de personas que puedan apoyarles en la labor de comunicacional.	No existe personal encargado. Falta de recursos para realizarlo. Barrera de lenguas e idiomas que solventar o estandarizar para realizar un plan de apoyo.	Voluntariado o EPSistas que puedan colaborar desde sus distintas especialidades Estudiantes de intercambio que quiera compartir sus conocimientos y experiencias Toma de decisiones acerca de los idiomas en que se elaborarán los soportes gráficos propuestos.
4	Necesidad de mantener informados a los grupos objetivo acerca de los insumos disponibles en lo cultural, ecológico y natural en cada comunidad.	Gestión financiera institucional apoyada fugazmente por Gobierno y otras ONG's. Carencia de gestión mercadológica para los servicios que ofrecen.	Gestionar los contenidos que podrán cargar en la página web que está en construcción, así como posibles patrocinios. Toma de fotografías para banco de imágenes que sirvan para los apoyos gráficos que habrán de elaborarse.
5	Promover las capacidades disponibles de la institución tanto en sus comunidades y fuera de ellas, ya que el quehacer es desconocido para muchas instancias en la región y alrededores.	Falta de un programa institucional de relaciones públicas, marketing y difusión. Desarrollo de una reprogramación de recursos para hacer posible la difusión de la institución por otros medios	Colaboraciones para su plan estratégico considerando los insumos necesarios para llevar a cabo la estrategia, acompañada de los soportes gráficos a utilizar.
6	Necesidad de dar a conocer la institución dentro de la tecnología disponible que permita visibilizarla en otros medios.	Cuentan con emprendimientos de diferentes índoles (artesanos, ceramistas, pintores) y aún no han podido implementar su página web con tienda en línea para exportar a otras latitudes.	Generación de banco de imágenes de la labor institucional. Generación de contenidos para cada tema. Vincularlos a la persona que puede desarrollarles su página web ya con todos los insumos listos.
7	Sistematización y digitalización de los contenidos generados para los distintos soportes gráficos que se necesitan.	El personal de intercambio que realizada ésta actividad ha sido trasladado de lugar. Se cuenta con equipo más no personal para cubrir la necesidad en el lugar.	Voluntariado nuevo versado en el tema o bien, equipo de EPSistas de Diseño Gráfico que colaboren con la institución. Personas que deseen brindar su tiempo para realizar dicha actividad en el lugar (Sololá parcialmente y Guatemala).

Cuadro de necesidades detectadas. Elaboración propia.



Vistas hacia las poblaciones del lago  
Foto : Arq. José Luis Menéndez R



# *Ecomuseo del Lago de Atitlán*

## **Acerca del proyecto**

Descripción

Problema

Justificación

Magnitud

Productos esperados

Trascendencia

Beneficiarios

Incidencia

Objetivos

Delimitación

Desde el mirador bajando por Sololá a Panajachel.  
Foto : Haydee Pérez.



Vista aéreas de Panajachel  
Foto : Arq. José Luis Menéndez R

## Descripción del proyecto

En la región, se necesita que **el Ecomuseo del Lago dé a conocerse en diferentes soportes comunicacionales (gráficos impresos o digitales)** debido a que su labor y servicios de formación constituyen un factor de cohesión en las distintas poblaciones que rodean la cuenca, con ello **se favorecería a más de 46,500 personas que viven en los municipios mencionados**, cuyas familias reciben los beneficios directos de contar con instalaciones de atención al turista completamente aptas para vender sus artesanías y productos, así como con espacios físicos suficientes donde realizar procesos de capacitación, formación y enseñanza para los pobladores.

## Problema

El Ecomuseo del lago de Atitlán **necesita organizar y sistematizar la información que dará a conocer en sus publicaciones impresas y digitales** sobre los diversos temas de interés para el turismo del área. Esto incluye publicaciones sobre historia de los pueblos, historia de la formación de la cuenca, biodiversidad y festividades de las comunidades para facilitarles elegir las fechas en que deseen visitar las poblaciones y disfrutar de las festividades y tradiciones así como la gastronomía de cada lugar.

## Justificación

Guatemala fue visitada por un promedio de **1.8 millones de turistas** (INGUAT, 2013), de los cuales, alrededor de **14% visitaron la cuenca del lago de Atitlán**. Durante el período de **enero a junio de 2014, Atitlán ha sido visitado por 75,034** turistas extranjeros, a razón de **15,000 turistas mensuales** en promedio (INGUAT, 2014, En-Jn).

Desde su creación e implementación en 2011 al 2014, el Ecomuseo del lago de Atitlán a la fecha, ha recibido aproximadamente a 18,000 personas que han utilizado sus servicios como Centro de Formación y el 2.5% de éstos han utilizado las rutas ofrecidas por sus comunitarios.

Al contar el Ecomuseo con diversidad de materiales gráficos que den a conocer su labor, sus servicios como Centro de formación y realización de convenciones y eventos, así como la complementariedad de las rutas turísticas llevadas a cabo por los comunitarios en cada una de las poblaciones, éstas podrían recibir los beneficios que el **intercambio cultural, intercambio comercial e intercambio pedagógico** podría traerles.

Los municipios en mención serían impactados directamente con las compras de sus productos, con la visita de los turistas a sus comunidades en el plan de rutas turísticas operadas por los guías comunitarios (130 guías capacitados en las poblaciones de la cuenca.)

## Magnitud del problema

Se buscan atraer mayor cantidad de turismo extranjero y nacional a estas comunidades.

Podemos mencionar varios componentes que conforman este rubro:

### El cliente interno del Ecomuseo.

Cuando hablamos del cliente interno, hablamos de los trabajadores y miembros del equipo de la institución. Cuando ellos conocen la misión y valores de su institución colaboran en la consecución de la visión y los objetivos propuestos.



Procesiones  
San Antonio Palopó  
Foto : Arq. José Luis Martínez

Es necesario el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca del lago de Atitlán para generar desarrollo.



### Los usuarios de los servicios o clientes externos.

Llamamos usuarios a quienes disfrutaran o harán uso de los servicios que el Ecomuseo les ofrecerá, ya que la buena atención a los turistas nacionales (guatemaltecos) y turistas internacionales (otros países de origen), redundará en la obtención de beneficios y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad entera, sus emprendimientos, cadenas de servicios y población en general.

## Grupo objetivo

### Turistas nacionales e internacionales

## Productos esperados

1. Cuatro folletos impresos y digitales inactivos, para que sean difundidos en sus redes y portales, a nivel internacional y enviados por correo electrónico.
2. La elaboración de un iBook en donde se presentarán las vivencias de un grupo de turistas que han llegado a la cuenca a realizar los paseos propuestos y preparados en la ruta del Ecomuseo del Lago, la cual será de manera interactiva para plataforma Mac. (Contará con mapas interactivos)

### Novedades:

Cuando la industria sin chimeneas genera empleo en los poblados y éstos brindan servicios de calidad, redundará en un mejoramiento de las cadenas productivas y por ende de las vidas de las personas de la localidad.

## Trascendencia del proyecto

En cuanto a los aportes novedosos que brindará el proyecto a la cultura visual de la institución, los usos y alcances al grupo objetivo, además de los aportes al estudio y enseñanza del diseño gráfico se explorarán en el transcurso del proyecto mencionamos los siguientes:

- Al contar con la gestión de todos los insumos gráficos que necesita, el Ecomuseo del Lago de Atitlán **contará con la capacidad de difusión interna y externa.**
- **Se reactiva la economía**, se reactiva el trabajo, se reactivan los negocios involucrados, mejora la calidad de vida de las personas.
- **La riqueza generada se queda con el poblador**, el prestador del servicio, el guía, el transportista y sus familias.
- **La puesta en marcha de la difusión, permitiría obtener este 4.87% del mercado total de las rutas de Atitlán.**

## Beneficiarios directos

1. Turistas extranjeros y nacionales: 3,000 turistas que visitan Atitlán.
2. Beneficiarios directos en la cuenca: 8,000 turistas (igual tiraje de mapas)
3. Beneficios esperados: se espera duplicar la cantidad de turistas que se reciban en la cuenca el próximo año.
4. Todos los prestadores de servicios.

Cuando la industria sin chimeneas genera empleo en los poblados y éstos brindan servicios de calidad, redundando en un mejoramiento de las cadenas productivas y por ende de las vidas de las personas de la localidad

## Factibilidad

El Ecomuseo del Lago de Atitlán cuenta con los insumos requeridos para imprimir las publicaciones, cuenta con la cobertura presupuestaria para ello y solamente está pendiente de contar con los artes terminados para realizarlas con objeto de llegar a su grupo objetivo a través de las redes.

Si se desean imprimir más publicaciones se buscar medios alternativos y co patrocinadores para lograrlas.

## Vulnerabilidad

1. De manera optimista se ha de mencionar que la edición de las publicaciones dependen únicamente de las gestiones de la AECID y el Ecomuseo del Lago de Atitlán quienes ya cuentan con la provisión de recursos para imprimir los tirajes de folletos y mapas.
2. Está previsto que las publicaciones en formato digital se promoverán en sus redes de internet y páginas *web* alrededor del mundo.

## Beneficiarios indirectos

A todos los pobladores de la cuenca del Lago les interesa que los grupos de turistas nacionales y extranjeros les visiten, porque ello representa la posibilidad de vender sus productos, mejorar a sus familias y por ende a la población en general.

## Incidencia del diseño

Entre los aportes gráficos que se brindarán, se encuentra toma de fotografías ilustrativas de cada tema y la generación de imágenes que luego serán cargados en sus blogs, redes sociales y página *web* en construcción.

La institución contará con la facilidad de contar con una persona encargada de gestionar contenidos e imágenes, producirles sus materiales impresos y digitales sin que les represente un costo directo.

En cuanto a la enseñanza del Diseño Gráfico, el proyecto permite concretizar el aprendizaje obtenido e integración de los contenidos de los cursos de Administración, Mercadeo, Creatividad Digital, Comunicación y Diseño Visual, todos ellos trabajando para el bien común: la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la cuenca del lago de Atitlán.



Pensando las posibilidades  
Foto : Maryella Pérez

# Objetivos

## Objetivo general

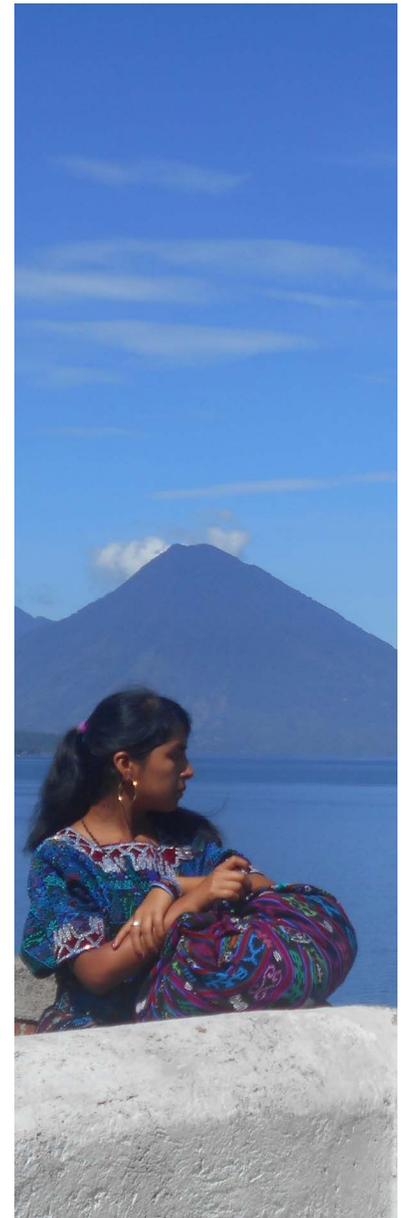
Contribuir al proceso de gestión de información editorial del proyecto Ecomuseo del lago Atitlán aprovechando la riqueza y el proceso de generación de información y materiales existentes con el objeto de ser más efectivo en la comunicación con fines culturales y turísticos.

## Objetivo de comunicación visual

Colaborar en producir y estructurar la información básica y sintetizada de la información cultural y turística de parte de los municipios del lago Atitlán asociados al Ecomuseo-Mankatitlán y que servirán de contenidos para los diferentes medios de comunicación que desarrolle el proyecto.

## Objetivo de producción

Brindar cooperación técnica y profesional en la producción de material editorial gráfico del Ecomuseo con el propósito de evidenciar las contribuciones que puede brindar la participación del diseñador gráfico en esta materia.



Captando momentos memorables  
Foto : Arq. José Luis Martínez

## Delimitación del proyecto

Según Francis Gall, (Gall, 1976.) “el departamento de Sololá está ubicado en la Región VI (Suroccidente) del país. Ocupa una superficie aproximada de 1,061 km<sup>2</sup> y su cabecera departamental, **Sololá**, se ubica aproximadamente a **2,113 metros sobre el nivel del mar**.

En 2010, a lo largo de sus **19 municipios** vivían poco más de **424 mil personas**. Se estima que un **49% de sus habitantes vive en áreas rurales**.

En la ejecución de éste proyecto serán cubiertos los cuatro municipios ubicados al nororiente de la cuenca: Panajachel (con 14,022 hab.), San Andrés Semetabaj, Santa Catarina y San Antonio Palopó, ellos conforman la Mancomunidad Mankatitlán y son sujetos de proyectos del Ecomuseo del Lago de Atitlán, subprograma del Programa de patrimonio para el desarrollo de la Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo, AECID, en Guatemala.

## Área de cobertura inmediata: Lago de Atitlán

Con la gestión de los materiales editoriales se pretende tener cobertura inicial en la zona hotelera y de servicios turísticos que circundan la cuenca del Lago de Atitlán, de manera primaria.

## Área de cobertura ampliada: Guatemala.

Al cubrir la zona hotelera de la cuenca se redirigirán esfuerzos en la cobertura de la zona hotelera ubicada en la ciudad capital de Guatemala y Aeropuerto de “La Aurora” en la ciudad de Guatemala y “La Libertad” en Petén, con la idea de llevar infomación impresa también a los centros recreativos de Retalhuleu (Hostales del IRTRA trabajando en alianza estratégica) y ampliar la cobertura informativa de los servicios que se ofrecen a otras regiones del país.



Agua pura VIDA  
San Antonio Palopó  
Foto : Arq. Raquel Fortuny

Es necesario el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca del lago de Atitlán para generar desarrollo.



## Área de cobertura planificada:

**Centroamérica, México y España**

Siguiendo la matriz de operaciones comunicacionales, se desea establecer alianzas con las compañías operadoras de turismo en Guatemala, Centroamérica y México además de mantener información impresa y digital en los portales de las compañías aéreas que tienen entre sus rutas destino a Guatemala. La información se colocará en las revistas que llevan los aviones durante su vuelo por la región.

## Cultura comunicacional interna:

**Mínima, básica. Insumos en proceso.**

Actualmente no se cuenta con materiales impresos ni digitales realizado para dar a conocer al Ecomuseo del Lago, por ello la necesidad de que personas voluntarias colaboren con la institución gestionando y sistematizando toda la información para que pueda ser utilizada en todo tipo de soporte publicitario.

## Población meta (TARGET):

**Turistas de 25 a 45 años y sus familias.**

El proyecto se dedicará a realizar insumos gráficos para adultos mayores de 25 a 45 años, hombres y mujeres constituídos en familias de clase media con hijos jóvenes, adolescentes o menores, con ingresos C+- residentes en la ciudad de Guatemala, técnicos o profesionales de distintas disciplinas, interesados en viajar como forma de ocio y ocupación del tiempo libre. Sin embargo el perfil del target se recalibrará a través de entrevistas, encuesta e investigación de datos informáticos en el INGUAT.



Centro de atención al visitante en San Antonio Palopó  
Caldas, San Antonio  
Marydey Maryella Pérez M.

## CAPÍTULO 2

# Perfil

institucional

### Acerca de Ecomuseo del Lago-AECID

Perfil de la institución

Actividades y servicios  
para los turistas

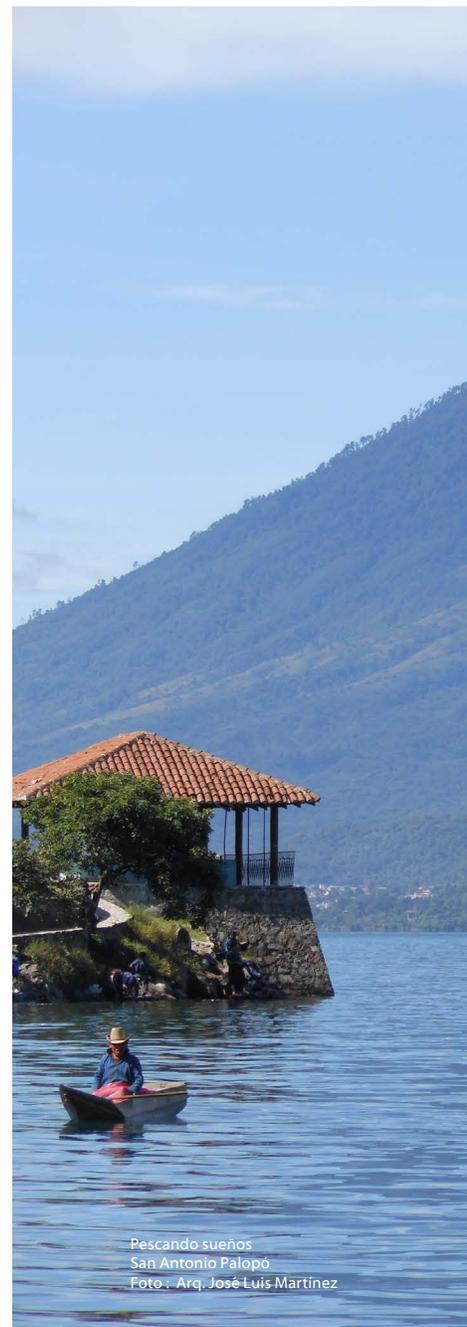
Misión, visión

Situación actual

Sede del centro de atención a turistas  
San Andrés Semetabaj  
Foto: Haydee Maryella Pérez M.

## Perfil de la institución

Nombre:	Ecomuseo del Lago de Atitlán.
Coordinador:	Arq. Luis Mozas Roca Patrimonio para el Desarrollo, Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo, AECID, Guatemala.
Ubicación GUA:	10º. Nivel, of. 1002. Ed. Reforma 10. Z.10
Presidente:	Lic. Abrahan Mayén (Mankatitlán/Panajachel).
Ubicación SEDE 1:	Ecomuseo del Lago de Atitlán, Barrio el Centro, Calle principal. Zona 1. San Andrés Semetabaj.
Teléfono:	7722 1916
Status legal:	Organización no lucrativa.
Ubicación SEDE 2:	Calle del embarcadero, San Antonio Palopó.
Ubicación Kiosko:	Final calle Santander, Panajachel.
Red social:	<a href="https://www.facebook.com/EcomuseodelLagodeAtitlan">www.facebook.com/EcomuseodelLagodeAtitlan</a>
Página web:	<a href="http://www.destinoatitlan.com.gt/">www.destinoatitlan.com.gt/</a> (en construcción)



Pescando sueños  
San Antonio Palopó  
Foto: Arq. José Luis Martínez

Es necesario el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca del lago de Atitlán para generar desarrollo.

## Acerca de Ecomuseo del Lago-AECID



*Logotipo*

Ámbitos de acción: Ordenamiento urbano.

Cuidado del medio ambiente.

### **Patrimonio para el Desarrollo.**

Fomento de la cultura de paz y tejido social.

Fomento del turismo y desarrollo en la cuenca.

Ordenamiento y desarrollo urbano y social.

Desarrollo de infraestructura básica.

Desarrollo de infraestructura turística.

Gestión de desarrollo comunitario.

Gestión de vivienda y servicios.



cooperación  
española

## ¿A qué se dedican?

En los centros de atención al visitante se realizan ciclos culturales en cada población, se brindan capacitaciones a los diferentes grupos comunitarios para hacer posible el desarrollo en sus poblaciones, a través del emprendimiento de grupos de guías turísticos que atiendan a los grupos y les faciliten la estancia, conocimientos y apoyos logísticos al recorrer sus comunidades, permitiéndoles disfrutar a lugareños y turistas de la cultura, la gastronomía, las festividades del lugar.

La convivencia con las familias de la comunidad, el desarrollo de los emprendimientos desarrollados con diferentes grupos organizados de la sociedad civil del lugar facilitándoles los medios para que en el término de 5 a 10 años, lleguen a mejorar la calidad de vida de sus familias y por ende de sus comunidades ubicadas en San Andrés Semetabaj, San Antonio Palopó, ambos con Centro de atención al turista en: Santa Catarina Palopó, Panajachel y Concepción.

## ¿Qué actividades brinda el Ecomuseo a los turistas?

- Brinda oportunidades óptimas de convivencia con los lugareños.
- Experiencias a los turistas con la cultura viva de las comunidades en una ubicación geográfica pre establecida que cuenta con suficiente riqueza patrimonial.
- La oportunidad de conocer las peculiaridades, historia, tradiciones, maneras de vida, filosofía, y cosmogonía de las comunidades que atiende.
- La facilidad de experimentar paseos en donde puedan apreciarse la ecología, arqueología, historia social del lugar, desarrollo económico, emprendimientos, convivencia con los lugareños y conocer la cotidianidad de las comunidades.
- La ocasión de disfrutar de la gastronomía propia de cada lugar, aprender el idioma de los lugareños.



Sonar despiertos  
San Antonio Palopó  
Foto: Arq. José Luis Menéndez

Es necesario el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca del lago de Atitlán para generar desarrollo.



- El disfrute de la convivencia con los colectivos culturales de cada municipio, que se traduce en actividades concretas como la realización de piezas con los artesanos, pintar con los ceramistas, visitar el taller de los pintores, y personas de diferentes oficios y ocupaciones, aprender viviendo la experiencia directamente en el lugar .

## Su Misión

Se enfoca en la búsqueda continua de mejorar las oportunidades para el desarrollo de las comunidades mediante el disfrute de la ruta turística de Atitlán, como destino con el cosecuente desarrollo de un nichos de mercado nuevos en el área como lo son: el turismo cultural, turismo natural, ecoturismo, turismo de aventura y turismo comunitario.

## Su Visión

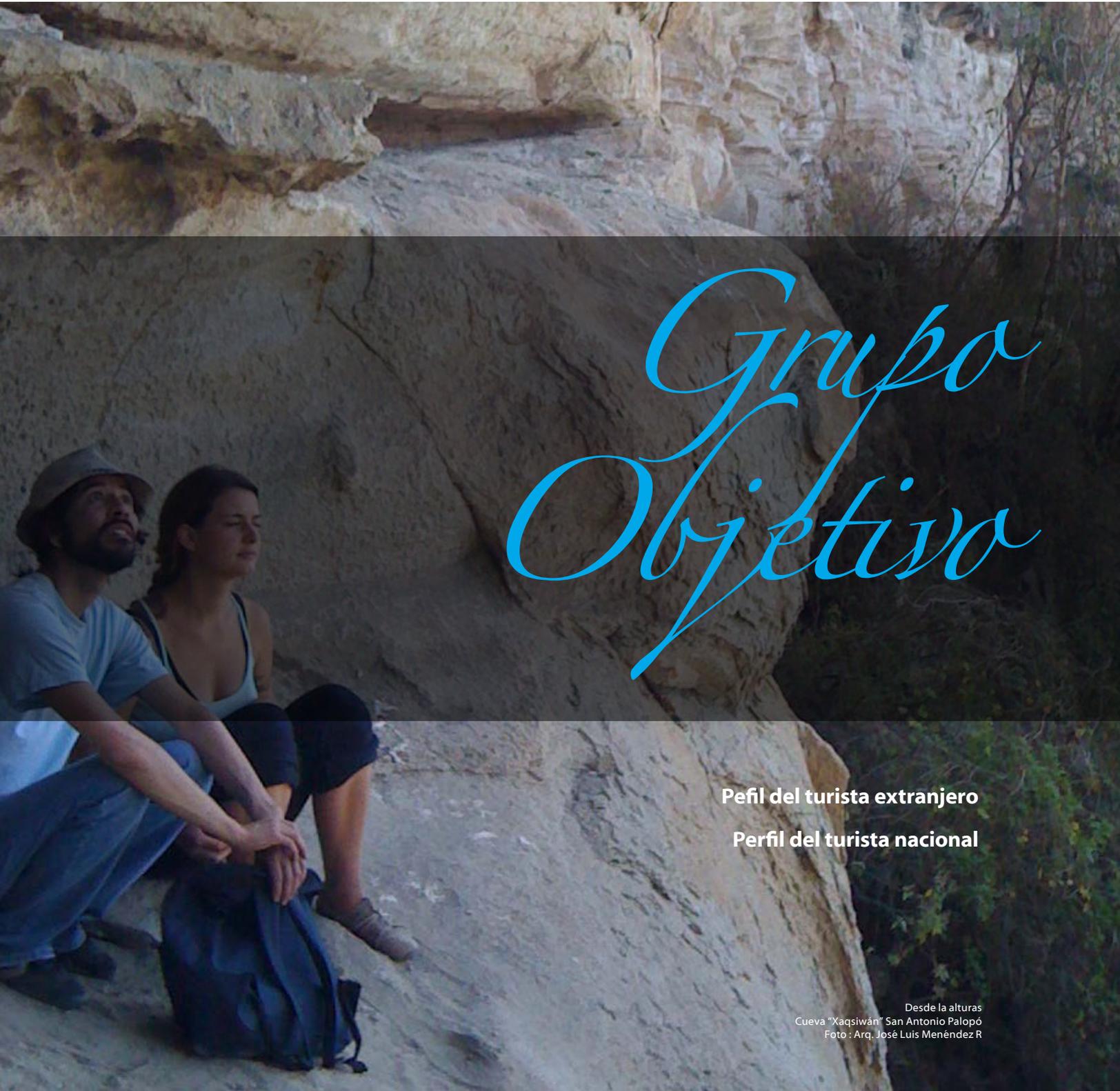
Líderar el mercado turístico de la Cuenca del Lago de Atitlán a través de la Comunicación Interactiva, utilizando la mejor y más reciente tecnología, servicios y prácticas de negocios a los turistas con el desarrollo de soluciones óptimas, seguras y novedosas que satisfagan totalmente sus necesidades de vacacionar, descansar, conocer un destino vivo y diferente, facilitando rutas y opciones turísticas.

## Situación actual

Actualmente el Ecomuseo del Lago de Atitlán cuenta con la infraestructura física necesaria para iniciar sus actividades, teniendo dos sedes en funciones ubicadas una en el municipio de San Andrés Semetabaj y la otra en San Antonio Palopó. Ambas sedes cuentan con los servicios básicos de atención al turista, entre ellos: Un centro de atención amoblado con oficinas de atención y guías disponibles para realizar recorridos, área de exposición y venta de artesanías del lugar, pinturas elaboradas por habitantes de la cuenca, área de degustación de café y alimentos disponibles para el visitante, servicios sanitarios.



Tejiendo ilusiones con Juannita  
San Antonio Palopó  
Foto : Arq. José Luis Menéndez R



# Grupo Objetivo

**Perfil del turista extranjero**

**Perfil del turista nacional**

Desde la alturas  
Cueva "Xaqsiwán" San Antonio Palopó  
Foto : Arq. José Luis Menéndez R



Turistas Arqs.: Luis Martínez  
y Raquel Fortuny  
Visita a las tejedoras de Atitlán,  
Foto : José Luis Menéndez R.

**P**ara definir el grupo objetivo a quien se dirigirían las publicaciones, se efectuó una investigación de campo, determinándose el grupo por los siguientes datos obtenidos, basados en la información y registros llevados a cabo por el INGUAT durante el año anterior y el presente.

La información procesada ayudó a determinar y calibrar mejor los objetivos y tipo de publicaciones que se llevarían a cabo, donde se colocarían, el tipo de lenguaje y tono, la paleta de colores que se emplearía, los gustos y curiosidades de viaje que el grupo objetivo buscaría, coincidir con temporadas, etc.

A continuación se presenta el recorrido hecho para definirlo de manera objetiva y concreta, definiéndose dos grupos principales de atención turística:

Grupo objetivo primario : Turista extranjero.

Grupo objetivo secundario: Turista nacional.

## Perfil del turista extranjero

**Guatemala ha sido visitada de 2013 al 2014** (enero a agosto) **por** alrededor de **1,216,140 turistas** en el territorio nacional, se reciben turistas provenientes de Centroamérica (**56%, salvadoreños**), de **USA (28%** familias de migrantes guatemaltecos y norteamericanos) y de **Europa (16%)**, el resto provienen en menores cantidades de otras regiones del globo.

Proviene de centros urbanos bien establecidos, hablan dos o más idiomas (inglés, francés, alemán, italiano), poseen educación superior, visitan el país en un rango de **25 a 35 años** -la media-, **profesionales y estudiantes universitarios**, visitan Guatemala por motivos de negocios y trabajo.

Están acostumbrados al uso de redes de transporte bien articulados, al uso de redes de metros y trenes. Horarios de actividades fijas. Algunos poseen pisos propios, otros alquilan. **Utilizan dispositivos móviles** como (*tablets, i-Pad* o teléfonos móviles inteligentes).

Según Panzano (2010), los comprendidos entre los 25 a 35 años, pertenecen a la Generación X (nacidos entre 1965 y 1981 aproximadamente) y mencionaré mas adelante algunas características a considerar al respecto.

## Motivaciones del turista

Para el municipio de Panajachel, como para el resto de los municipios que desarrolla el Ecomuseo del Lago de Atitlán: San Andrés Semetabaj, San Antonio Palopó y Santa Catarina Palopó, se exponen los datos obtenidos del trabajo de campo realizado por la Red Centroamericana de Centros Empresariales de Turismo (Alarcón, Pablo, 2008).

Los turistas nacionales que llegan al municipio lo hacen por **descanso y recreo**, mientras que los turistas extranjeros, tiene como principal **motivación la cultura y el ocio**. Al igual que los anteriores municipios estudiados, **los salvadoreños son los turistas que visitan Guatemala con mayor frecuencia en el año**.

## En cuanto a la estacionalidad

Los meses con menor concentración de visitantes han sido: **mayo, septiembre y octubre**. La temporada alta en el período de **Semana Santa** (marzo/ abril de cada año) y las **fiestas Agostinas** (agosto) para los **salvadoreños**.

Le siguen las vacaciones escolares de **octubre a diciembre**. Las festividades de fin de año: **Navidad y Año Nuevo** (diciembre y enero), también presentan una alta concentración de visitantes del área centroamericana (salvadoreños en su mayoría).

**Junio y julio** concentran un gran número de visitas por coincidir dichos meses con la temporada de vacaciones de verano en **norteamérica y europa** (Alarcón, Pablo, 2,009.)viajando grupos de españoles, franceses, ingleses y alemanes.

Los principales mercados emisores de turistas fuera de Centroamérica son el **norteamericano** ( con picos de visita en julio, **agosto y diciembre**) y el  **europeo**, siendo su motivación principal de carácter cultural y descanso.

La motivación principal es visitar recursos naturales y culturales, prefiriendo incluir actividades deportivas durante sus viajes. Según el informe estadístico de INGUAT, el ingreso de divisas por turismo y viajes se ha incrementado en 6.7% entre el 2013 y 2014, y la llegada de turistas ha aumentado en 9.1% en el mismo período (Larios, 2014).



San Antonio Palopó  
Foto: Arq. José Luis Martínez

Es necesario el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca del lago de Atitlán para generar desarrollo.



## Perfil geográfico

Acostumbrados a vivir en zonas urbanas y suburbanas, viajan largas distancias. Acostumbrados al cambio de cuatro estaciones climáticas, por lo tanto pasan temperaturas extremas en algunas temporadas del año en sus países, el clima de Guatemala les atrae por ser eterna primavera debido a las temperaturas tan frescas y cómodas que se sienten todo el año, las cuales oscilan entre 0 y 27 grados centígrados.

Les atraen las culturas distintas, la diversidad y la riqueza natural de nuestro país.

## Patrones de consumo

Algunos deciden visitar los lugares para aprender español. Son ordenados con el manejo de sus recursos. Cuidadosos con los alimentos y bebidas que ingieren pues son propensos a enfermarse por el cambio de dieta. Compran cigarrillos, agua embotellada, galletas, agua pura y cervezas.

Compran obsequios y recuerdos de los lugares que visitan. Buscan lugares cómodos y limpios donde hospedarse que les ofrezcan seguridad y comodidad. Gustan de transportarse de manera segura con todos los seguros posibles, evitan viajar de noche. Si el ambiente es seguro y de su agrado suelen salir a disfrutar de la vida nocturna de los lugares.

Alquilan vehículos para viajar si se sienten seguros en el lugar, en ocasiones cenan en algún restaurante con comida lugareña o bien, comida rápida.

Casi siempre **llevan consigo poco efectivo y suelen comprar con tarjeta de crédito**. De lo contrario llevarán una cantidad planificada en moneda de quetzal para gastos en obsequios y recuerdos de los lugares que visiten, buscarán recuerdos de poco peso, originalidad, colorido y buen diseño.

## Perfil psico-gráfico del turista extranjero

Pertenecen a éste grupo, las personas que **nacieron entre 1965 y 1994**, las llamadas **generación "X"**, de la cual enunciaremos algunas características sobre preferencias de vida, estilos y maneras de manejo del tiempo de ocio.

- Independientes, escépticos, son los últimos hijos de los *Baby Boomers* (como se denomina a los nacidos en la posguerra).
- Se encuentran estableciendo o consolidando una familia y comprando hogares. Son consumistas y buscan en el ocio la nostalgia de su infancia.
- Constituían la generación mejor preparada pero que se ha dado de bruces con un mundo que ha cambiado repentinamente ante sus narices.
- Es la primera generación en la historia de la humanidad que no ha tenido que hacer lo que hacían sus padres.
- En cuanto al ocio son unos jóvenes que gastan mucho. Pero ahorran en cosas prácticas. **Utilizan las compañías aéreas low cost o los outlet de ropa**, afirma Alcázar (2013).
- "Este grupo está liderando empresas y educando a la próxima generación", explicó Juan Manuel Ramírez.
- Valoran la información, las marcas, pero huyen de la ostentación y aunque están **"conectados"** piensan que la tecnología es útil pero no constituye un estilo de vida.

Los autores del estudio dividen a los miembros de este colectivo en tres grupos:

Los **Cruiser**, que son personas liberales pero reflexivas, la investigación apunta que hay que comunicar con mensajes que los hagan identificarse como individuos, desean un estilo de vida más centrado en las actitudes que en las aficiones.

Los **Nesters**, están compuesto por jóvenes urbanos, hedonistas y con inclinaciones culturales, que se diferencian del colectivo anterior por sus ganas de pertenecer a una comunidad y por el alto concepto que tienen de la libertad, aunque sea un valor que no ejercen.



Entre cebollales  
San Antonio Palopó  
Foto: Arq. José Luis Martínez

Es necesario el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca del lago de Atitlán para generar desarrollo.



Los **Superbreeders**, están compuestos por los padres que dan todo por sus hijos y que tiene una visión conservadora y puritana del consumo, ya que lo enfoca a la salud, la formación y el bienestar.

Para esta división el mensaje debe estar centrado en la tradición ya que de esta forma se puede erradicar una excesiva preocupación por el precio.

## Variables actitudinales del turista extranjero

Son personas educadas, universitarios o profesionales. Gustan de la aventura. Están acostumbrados al confort y las comodidades, buscan lo seguro, lo limpio y lo ordenado.

Evitan las multitudes y los lugares desolados. En ocasiones viajan en grupos y gustan de salir por las noches y beben alguna cerveza.

A algunos les agrada relacionarse con la gente local, no desperdician la oportunidad para hacer amigos nuevos. Siempre cargan en lugar seguro su pasaporte, tarjeta de crédito, nombres de su embajada y dinero en efectivo.

**Les agrada viajar con guías y mapas de reconocimiento de los lugares** (Fernández, 2011), algunos hablan el español necesario para hacerse entender o portan dispositivos de ayuda.

Siempre viajan con dos posesiones muy importantes: su pasaporte, el número telefónico de su embajada y dinero indispensable para una emergencia.

## Cultura visual del turista

Los turistas extranjeros no están acostumbrados a la contaminación visual. Se guían mucho por la simbología de señalética internacional. Son respetuosos de los códigos, leyes y normativos de seguridad.

Evidentemente, además de ser un target numeroso, se trata de un target leal a las marcas que conocieron desde pequeños y muy fácil de sensibilizar con determinados mensajes y símbolos que marcaron sus vidas.

**Es el target más influenciado a través de la nostalgia.**



Equipo "El sabor de mi tierra"  
Visita a Atitlán,  
Foto: "El sabor de mi tierra"

"Emprendedores jóvenes"  
Revista emprendedores  
Foto: Quadminds.

## Redes sociales que frecuentan en internet

Al vivir en países tan avanzados, se mantienen **conectados a las redes sociales 24/24 los 365 días del año**, no pueden vivir sin internet debidos a negocios, ocio o simple entretenimiento.

- Están acostumbrados al uso de todo tipo de dispositivo móvil y frecuentan a sus amigos en las redes sociales, suben fotografías todos los días de lo hacen en *Facebook, Flickr, Tweeter, Instagram, Myspace, LinkedIn, Pinterest*.
- A diferencia de sus padres, que alcanzaron capacidad adquisitiva, la Generación X ha adquirido **capacidad de endeudamiento**.
- Compran en internet y les agrada el mercadeo digital, el correo directo y de preferencia personalizado, será uno de los métodos más efectivos para contactarlos

Una generación a la que algunos han calificado como la más preparada y formada de la historia, y para la que el cambio ha sido una constante en sus vidas.

El resquebrajamiento del modelo familiar tradicional les generó cierta confusión en sus formas de relación social. El encarecimiento de la vivienda ha impedido a muchos de sus integrantes cumplir el sueño de superar profesional y económicamente a sus padres y alcanzar el éxito social y personal que ansiaban en sus comienzos, propiciando que su estancia en el hogar materno se haya prolongado hasta los treinta y tantos años, se haya retrasado su edad de matrimonio, e incluso se hayan originado nuevas fórmulas de unión familiar.

Fueron testigos de la caída del muro de Berlín, la difusión de las nuevas tecnologías e internet, el teléfono móvil, el cambio de moneda al euro, la integración de la mujer al mundo laboral y el auge del consumismo, entre otros fenómenos sociales.

## Perfil del turista nacional.

Constituyen, según los últimos datos demográficos del RENAP de Guatemala, un **15% de la población guatemalteca**.

Forma parte del grueso centroamericano (56% salvadoreños, luego nacionales, costarricenses y panameños). Son personas que gustan pasear y comer bien.

### Perfil económico

- **Constituyen un 48.35%** de los visitantes a la cuenca del lago de Atitlán, menor al 51.65% de extranjeros que lo visitan, (INGUAT 2013).
- El nivel de ingresos de los guatemaltecos que viajan fluctúa entre los Q.11,900.00 y Q.25,600.00.
- Ubicados en grupo **C1, C2 y C3** de las áreas urbanas desarrolladas como Escuintla, Huehuetenango, Quetzaltenango, Escuintla, La Antigua Guatemala y la ciudad de Guatemala de La Asunción (capital del país).
- Gustan realizar éstos paseos en feriados cortos o fines de semana, cuando es época de vacaciones suelen pasear 5 a 7 días alquilando alguna villa o casa. Suelen viajar en pareja o familia.
- Poseen casa propia o alquilan apartamento donde vivir, tienen aparatos que les facilitan la vida y electrodomésticos básicos en su residencia.

El estudio fue realizado durante el primer semestre de 2013 por el Comité Técnico de la Asociación (en formación) de Agencias de Investigación de Mercados. Lo realizaron: Prodatos, coordinador del proyecto; Unimer, Soporte, Dichter & Neira y GSI. Fue promovido por la Unión Guatemalteca de Agencia de Publicidad (UGAP).



Turistas nacionales  
Visita a las tejedoras de Atitlán.  
Foto: Lilian Cerna

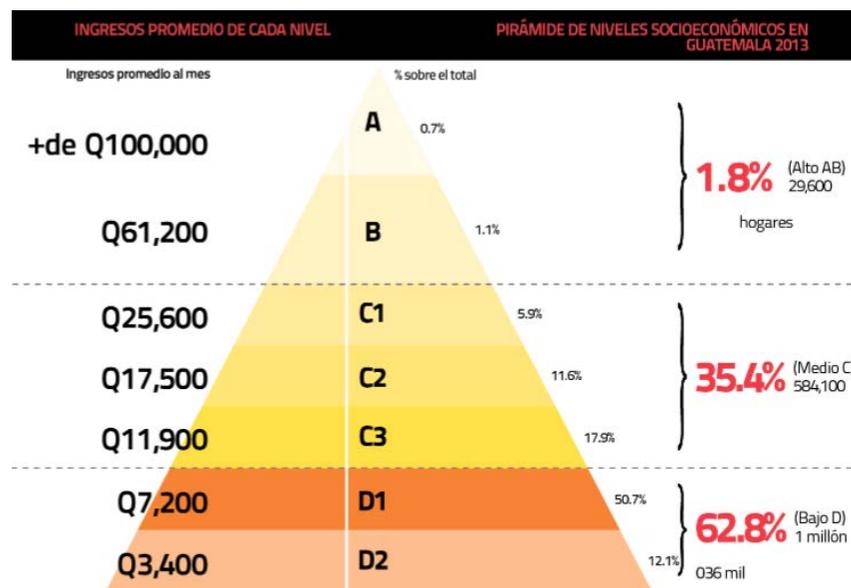


Durante el estudio se determinaron importantes datos en referencia al grupo objetivo nacional siendo que:

- El 99% de la población urbana del país posee televisor. 90% tienen cable.
- El 90% gustan transportarse en su propio vehículo, compran recuerdos.
- 8 De cada 10 familias posee computadora y manejan redes sociales.
- El 17 por ciento de los jefes de hogar habla bien inglés y en la clase alta sube al 67% por ciento.
- En total el **segmento de población del país que realiza turismo al interior es el 35.4%** de la población guatemalteca, son la clase media del país y se encuentran en posibilidades de viajar al Lago de Atitlán.

Escolaridad: , poseen algún diplomado o técnico, estudiantes universitarios y muchos son ya profesionales.

En la gráfica a continuación podemos visualizar de mejor manera el segmento de población al que se refiere el grupo objetivo de turismo nacional al que se dirigirán los soportes gráficos impresos y digitales.



Fuente: UGAP. Estudio socioeconómico y de preferencias de los guatemaltecos (2013).



Piedrasde Atitlán.  
Foto : José Luis Menéndez R.



CAPÍTULO 3

# *Definiendo* creativamente el proyecto

**Estrategia de comunicación para el  
Ecomuseo del Lago-AECID**

**Concepto creativo de las piezas**  
Técnica de los 6 sombreros de Bono  
Técnica SCAMPER de Eberlee

**Códigos visuales**  
**Paleta de colores**

# Guatemala's People

## Essence of the Country

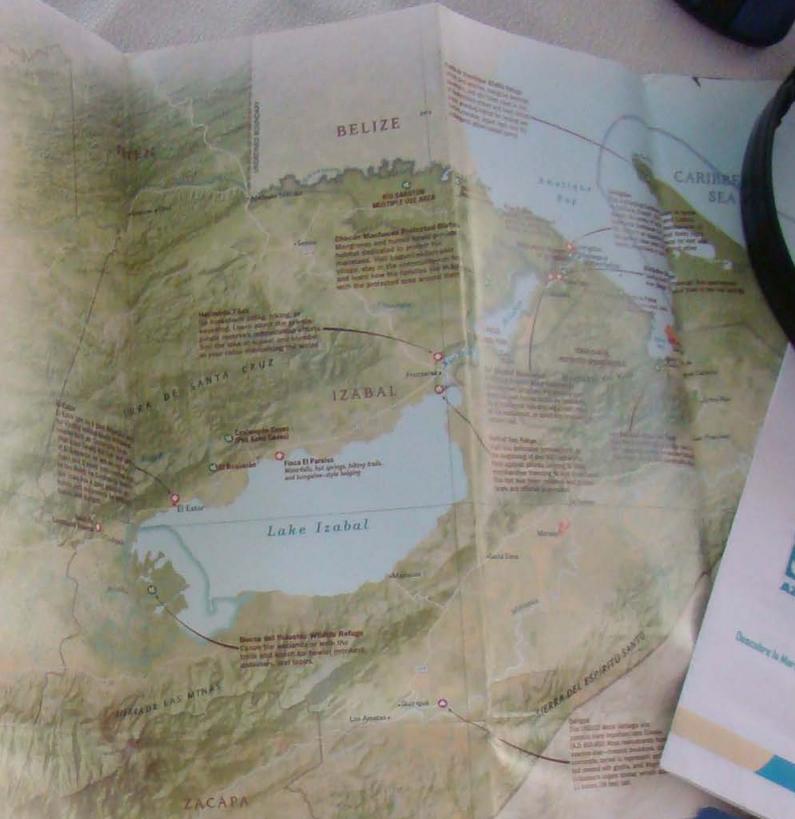
The girl was just sitting at the park bench. While her mother was talking to an old friend, she was carefully watching people crossing the plaza. To their left, a Latino man carrying a suitcase ran to catch the bus. To their right, a Garifuna family was celebrating. She couldn't hear them in the distance, but she saw the smiles on their faces and their cheerful dance. Nearby, some Maya leaders were talking and sharing opinions. How different we are, the girl thought, while remembering that, like her, they are all Guatemalan.

In just 108,889 square kilometers (42,000 square miles) 22 Maya languages are spoken, plus Xinka on the Southeast, Garifuna on the Caribbean, and Spanish everywhere. Guatemalan culture is one and twenty-five at a time.

Of course, not all people are the same. To the East, for example, dwellers share a cowboy style because their main economic activities relate to cattle. To the South, however, people are dedicated to fishing or working at sea; their wardrobe, cuisine, and traditions are noticeably different. It is in this diversity that we celebrate our uniqueness.

Guatemalans have found the way to fuse this distinctiveness. This quality, along with the strong relation to nature, is found everywhere from local art to agricultural techniques and cultural expressions.

This country is a land of finders. Our people find the proclamation of a sunny day in the song of a bird; they find in the simplest detail the main idea of a masterpiece; they extract the extraordinary from the ordinary; and they find in a small seed the hope of tomorrow's life.



### Creativity

Clay, paints, leather, wood, and fiber are the raw materials for Guatemalan artisans, whose inspiration comes from their surroundings. Nature can be found in every piece, from a decorated plate showing Lake Atitlán's landscape to a leather cowboy belt with colorful embroidery.

"When I see a bird, I examine the patterns of its feathers and see how it turns its head. When I paint a bird on a cup or a plate, I paint a real bird, but with colors that my own mind chooses."

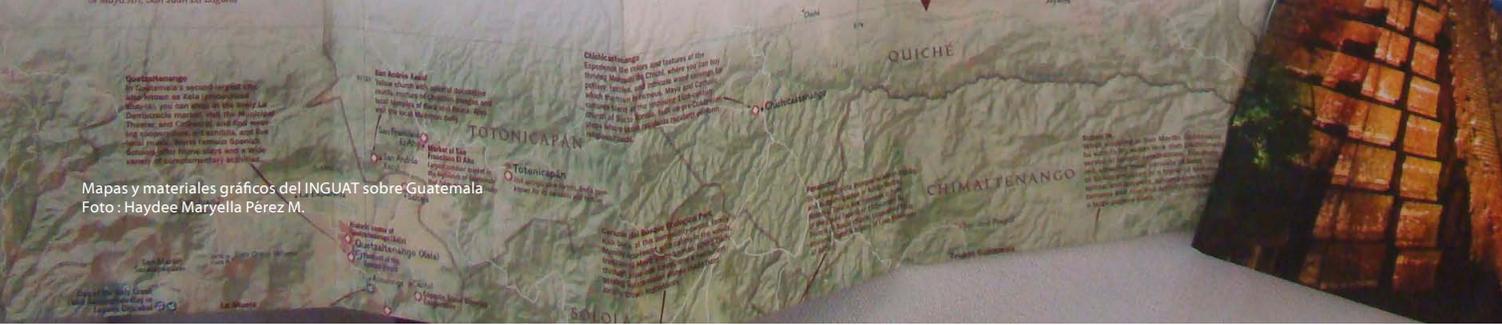
—José Ehrán, potter, San Antonio Palopó

"We want to rescue what our grandmothers knew about natural dyes before it's lost forever. Our colors come from plants and minerals, even charcoal. Most weavers today use chemical dyes, which are strong and harsh. Natural colors are soft, and they are good for the environment. We cultivate the trees and herbs we need for dyes, so we will always have them."

—Roselinda Tay Mendoza, dyer and weaver, San Juan La Laguna

"Our artwork transmits traditions described by our elders, such as dances, markets, and rural life. One of the scenes I like to paint is a Maya dentist pulling a tooth. All of us use different styles to portray these scenes. My style is overhead views."

—Angelina Quic, painter, Rabenmeel Association of Maya Art, San Juan La Laguna



Mapas y materiales gráficos del INGUAT sobre Guatemala  
Foto : Haydee Maryella Pérez M.

Materiales impresos por INGUAT, hasta Octubre de 2014 no aparecían folletos ni mapas temáticos que ilustraran los distintos sitios turísticos del Lago de Atitlán.



## Estrategia de comunicación

### Descripción

En respuesta a la solución de las necesidades de difusión planteadas por el Programa de Patrimonio para el Desarrollo de AECID, se ha decidido elaborar los siguientes materiales gráficos que contribuirán a éste objetivo, sensible para el desarrollo de las rutas turísticas del Ecomuseo del Lago de Atitlán y con objeto de que el programa cuente con insumos gráficos y digitales que faciliten el proceso y el alcance del objetivo propuesto.

Publicaciones impresas y digitales que ilustrarán la belleza de los sitios, informará acerca de los lugares y los servicios turísticos que prestan, expondrá los beneficios que tendrán durante la visita y su tiempo de ocio, presentados de manera sintetizada y atractiva en un iBOOK digital interactivo para ambiente MAC y también utilizando PDFs interactivos con la misma información para que sean divulgados a través de los portales de AECID, del Ecomuseo del Lago de Atitlán (en construcción) y enlazado a los portales de INGUAT y entidades afines al programa en donde puedan ser alcanzados y enterados turistas nacionales y extranjeros con objeto de motivar la visita y disfrute de paseos en la cuenca del Lago de Atitlán.

### ¿Qué contenidos?

Después de la reunión de trabajo se determinó, que el Ecomuseo del Lago cuenta con varios guiones que ilustran y narran el entorno histórico, geológico, entorno natural y cultural de los habitantes de la cuenca y desean dar a conocer ésta valiosa información con las siguientes temáticas:

- La nación del árbol de fuego (historia del asiento de las poblaciones de la cuenca),
- Hidrogeología (historia de la formación de la cuenca del Lago de Atitlán),
- Biodiversidad (que es un registro sintético de la riqueza natural de ésta área protegida),
- Festividades (la Agenda Cultural anual de los municipios adscritos al Ecomuseo del Lago de Atitlán).

Heart of the Mayan World

Corazón de Agua/ Magdalena Milpas Altas, Sacatepéquez.

Incluye: Transporte terrestre.

Agosto 03

PS-001

Diciembre 07

PS-002

# Guatemala

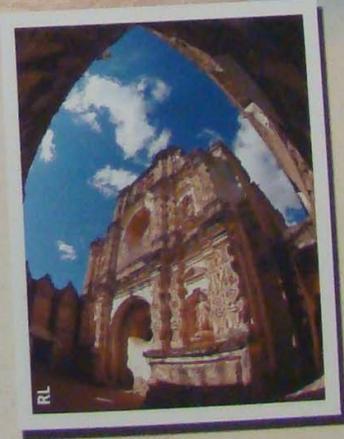
## Modern and Colonial

Guatemala City is the most modern and cosmopolitan city in Central America, it's the ideal place for conferences and conventions, you can enjoy playing golf, get medical treatments; visit the many shopping malls, among other things. It is a must to visit the Historic Center with its cathedral, and its centennial buildings and museums which reflect the country's history.

It also has various places of entertainment such as the Zona Viva, where exclusive hotels, restaurants and discotheques are found. Another place is Cuatro Grados Norte, a neo-urban concept with cafes and restaurants, where cultural activities are the main element to enjoy.



Mapas y materiales gráficos del INGUAT sobre Guatemala  
Foto : Haydee Maryella Pérez M.



Very close to the city of Antigua Guatemala. It is located in the mountains with a view of the city. Because of its location, it was declared a World Heritage site by UNESCO. With its unique architecture, buildings, and monuments, it brings to life the city's splendid cultural traditions. The city is a place of romance in every sense, an ideal setting for weddings and meetings. Visitors can enjoy the beautiful colonial hotels, with facilities for conferences and meetings in a beautiful setting.

Materiales impresos por INGUAT, hasta Octubre de 2014 no aparecían folletos ni mapas temáticos que ilustraran los distintos sitios turísticos del Lago de Atitlán.



## ¿Cómo se llevará a cabo la difusión?

Al haber identificado los temas, el material y textos, así como el banco de imágenes disponibles, acompañarán las publicaciones, aquellas imágenes y fotografías que llenen los requisitos de impresión y requisitos para ser publicaciones digitales se utilizarán.

El material será sintetizado al contenido esencial ya que proviene de investigaciones realizadas por profesionales especialistas en cada materia. Ahora explicaremos para qué servirán y a quiénes irán dirigidos éstos insumos gráficos que se elaborarán.

El resultado final: un *iBOOK* interactivo digital, acompañado de cuatro folletos coleccionables, enriquecido con los mapas de las rutas turísticas.

## ¿Cuándo?

Los soportes gráficos impresos (folletos coleccionables) se imprimirán en 2015, distribuyéndose el último trimestre del año y los soportes digitales (folletos digitales interactivos) se finales de octubre, los mapas, volantes de cada ruta y el *iBOOK* a partir de noviembre 2014.

Los impactos de la difusión de las rutas empezarán a verse a partir de noviembre y diciembre del mismo año.

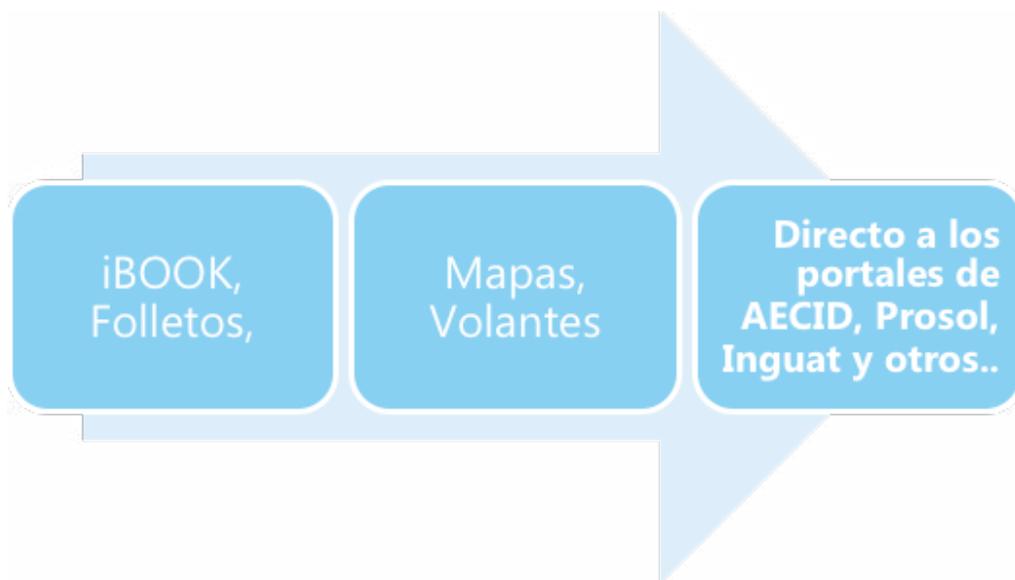
## ¿Cómo se hará?

Todos los soportes gráficos que se elaboren serán material informativo de promoción de los lugares y rutas turísticas del Ecomuseo, serán utilizados como materiales de apoyo que contribuirán a elevar la competitividad turística de las rutas de ampliando la información sobre los servicios, beneficios y detalles interesantes acerca de los destinos.

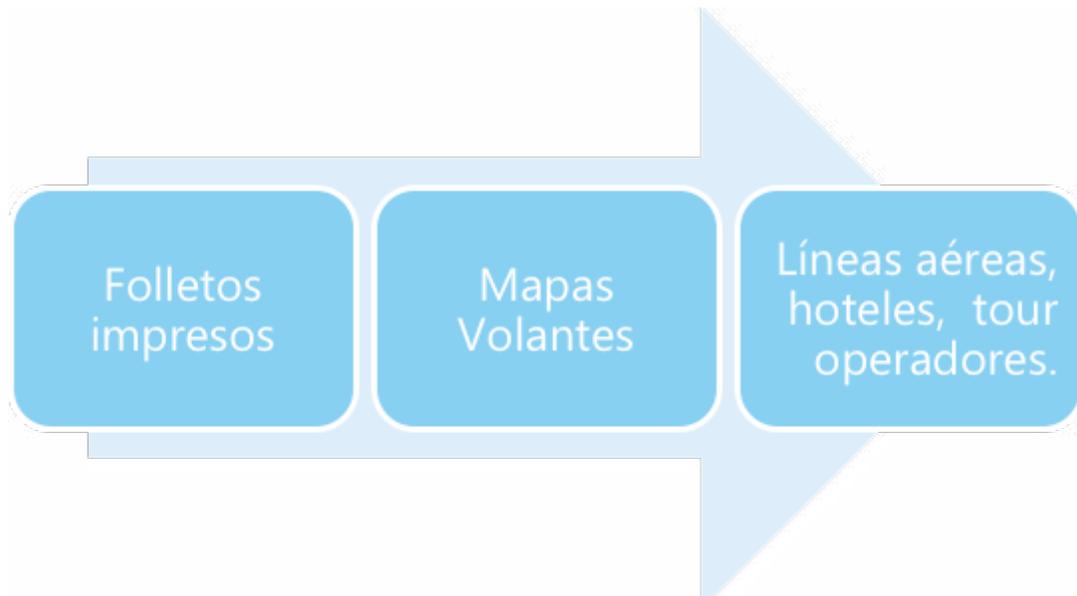
## ¿Dónde se utilizarán los soportes gráficos y digitales?

El iBOOK, los folletos coleccionables (impresos y digitales interactivos), los volantes (impresos y digitales) y los mapas de cada municipio (impresos y digitales) serán cargados en los portales de AECID, Cooperación Canadiense –PROSOL-, enlazados al INGUAT (gestión realizada que espera enlazar con la página web de Ecomuseo) y será gestionado para ser cargado a los portales de los tour operadores que trabajen en asociación al Ecomuseo del Lago de Atitlán.

El material impreso y digital será vendido a los turistas en el kiosco de la Santander, Ecomuseo de Panajachel, San Antonio Palopó y sede en San Andrés Semetabaj, también enviado a las sedes de AECID de Centroamérica; distribuido con los tour operadores de El Salvador, Guatemala, hoteles de Guatemala, hoteles de La Antigua Guatemala, hoteles de Petén, en las secciones de revistas de los asientos de los aviones/ rutas aéreas de enlazan directamente con España (Iberia), Italia, Francia, Alemania en alianza estratégica con ellas.



Gráfica ilustrativa del proceso, elaboración propia por Haydee Maryella Pérez M.



Gráfica ilustrativa del proceso, elaboración propia por Haydee Maryella Pérez M.

### ¿Para qué serán utilizados?

Serán utilizados para:

- **Motivar la visita de las rutas turísticas del Ecomuseo del Lago de Atitlán** a través de diferentes maneras de difusión (impresa y digital).
- **Contribuir a elevar la competitividad de los destinos turísticos** guatemaltecos de la cuenca, que se encuentra enmarcada por una serie de elementos que requieren desarrollarse.
- **Contribuir a posicionar los atractivos de la cuenca del lago de Atitlán en el ámbito internacional** como destinos de clase mundial, confiables, atractivos y sustentables .
- **Ofrecer materiales editoriales impresos y digitales** ayuda a que los destinos turísticos ofrezcan un plus informativo a los turistas propios y extranjeros.



Gráfica ilustrativa del proceso, elaboración propia por Haydee Maryella Pérez M.

Los factores que sustentan la contribución de la difusión de las rutas a la medición de la competitividad de las rutas en el área son:

- **Productividad:** uso de los recursos turísticos del área de manera ordenada y eficiente que genera mayor valor agregado, riqueza y bienestar. De ello se considera la utilización de los volantes, mapas, folletos y material impreso de manera eficaz.
- **Innovación:** con el desarrollo de los nuevos materiales gráficos impresos y digitales, se aumenta la posibilidad de que las sedes y guías turísticos comunitarios puedan desempeñar de mejor manera sus actividades y funciones de forma creativa, lo que permite a un destino ser más eficiente y rentable además de garantizar la mejora continua de la experiencia del visitante.

- **Diversificación:** al informar acerca de los nuevos destinos, se amplía la capacidad del Ecomuseo del Lago para entregar nuevos productos tanto a consumidores actuales como a los potenciales.
- **Especialización:** habilidad para entregar experiencias únicas a segmentos de mercado específicos y viajeros independientes.
- **Profesionalización:** planificación, gestión, seguimiento y control de los recursos humanos alineados con los objetivos estratégicos del sector.
- **Sustentabilidad:** la utilización adecuada de los materiales, permitirá considerar plenamente las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para **satisfacer las necesidades de los visitantes<sup>26</sup>, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.**

El contar con materiales editoriales impresos y digitales ayuda a que los destinos turísticos ofrezcan un plus informativo a los turistas propios y extranjeros.

Por ello, resulta interesante examinar la propuesta de la OMT para los sitios turísticos en desarrollo “considerando la competitividad como la eficacia de los destinos para **atraer y satisfacer a los visitantes** y, cada vez en mayor medida, cobran relevancia las políticas adoptadas por los países para que sus economías turísticas sean más competitivas” .

Por otra parte, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) define la competitividad de un destino como la capacidad de este para optimizar su atractivo hacia residentes y no residentes<sup>27</sup>; y ofrecer servicios de calidad, innovadores y creativos a los consumidores, **ganando cuotas de mercado en el contexto nacional e internacional**, al mismo tiempo que garantizan que los recursos que soportan al turismo son usados de manera eficiente y sostenible .

26 Del documento Políticas y prácticas para el turismo mundial (2013), de la Organización Mundial del Turismo, OMT. En él se resalta la importancia de elevar los parámetros de competitividad del turismo en Guatemala, fortaleciendo los temas de mejoras de servicios en el atractivo, accesibilidad, imagen, precio y recursos humanos capacitados para atender la industria de la hospitalidad en los lugares turísticos. Lo que implica manejar los recursos de manera eficiente y establecer mejores salarios y calidad de vida para los trabajadores del sector (bienestar físico, laboral y social alta).

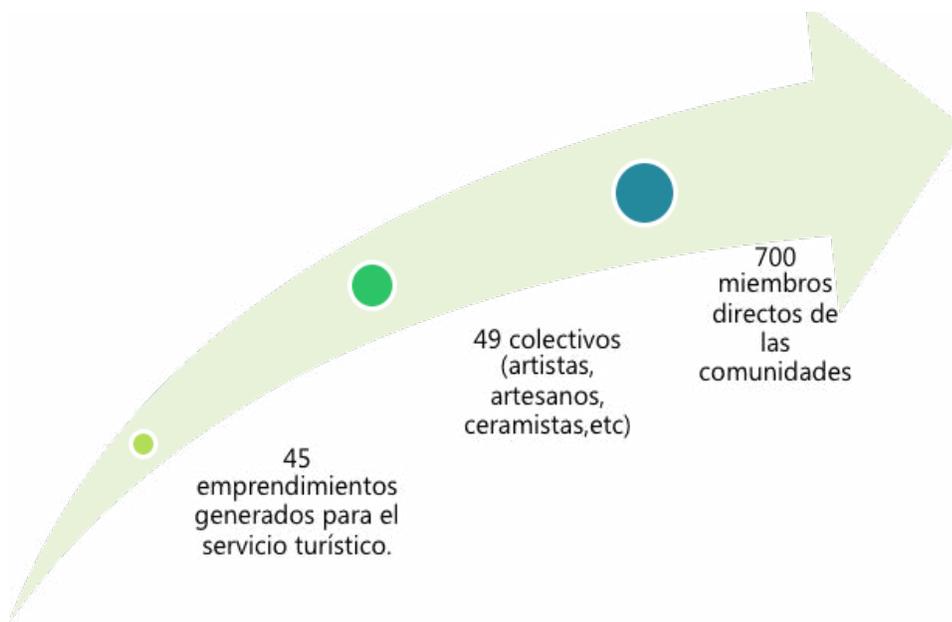
27 Alain, Dupeyraas & Neil, MacCallum (2013). *Indicators for measuring competitiveness in tourism, OECD Tourism papers 2013/2.*

## ¿A quiénes beneficiará el uso del material realizado?

- La correcta utilización de los insumos gráficos .
- Impresos y materiales digitales que beneficiarán directamente a:

**1,170 Beneficiarios directos** del Ecomuseo del Lago de Atitlán.

- **16,500 Beneficiarios indirectos** (personas empleadas en la cadena prestadores de servicios turísticos de todo tipo: restauranteros, transportistas, lancheros, tiendas, abarroterías, supermercados, cafeterías, operadores de turismo, hoteleros, cofradías, canal cultural, colectivos de arte, galerías de arte, museos, iglesias)<sup>28</sup>.



Elaboración propia en base a los datos proporcionados por el Ecomuseo del Lago de Atitlán.

28 Plan del Ecomuseo del Lago de Atitlán, documento interno. 2013.

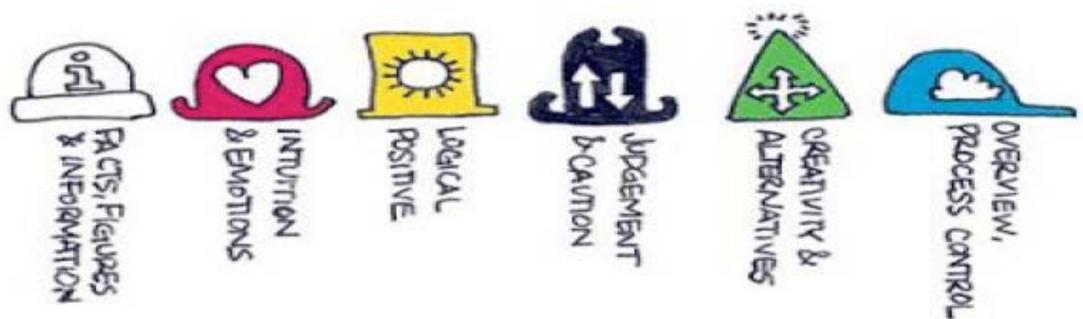
# Concepto Creativo

Para obtener la esencia que define el perfil del proyecto comunicacional que se prepara con la elaboración del material impreso y digital, se consideró trabajar varias técnicas, a fin de obtener el concepto o palabras breves que definieran la belleza escénica, la riqueza incomparable y las potencialidades de su gente.

## TÉCNICA 1

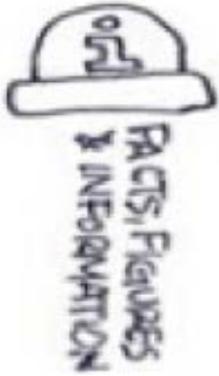
### Los seis sombreros de Bono<sup>29</sup>

Inventado en los años ochenta por el Dr. Eduard de Bono, este método es un marco de referencia para el pensamiento crítico. En el caso del proyecto nos permitió analizar la temática desde diferente puntos de vista, a continuación las consideraciones efectuadas bajo el uso de la técnica de los seis sombreros de Bono.



Hay seis sombreros metafóricos que nos ayudan a ordenar y considerar las ideas desde diferentes puntos de análisis, éste técnica permite visualizar el tema desde los datos duros, las emociones y decisiones, considerar razones del por qué podría no funcionar, ver los puntos positivos, considerar cuál es el problema y explorar maneras creativas de abordarlo, de ésta manera:

29 de Bono, Edward. The six hats thinking. Edit. Little Brown company, 1985.



## SOMBRERO BLANCO

(Basa el argumento en datos duros<sup>30</sup>)

Sabemos que el turismo es apenas el 2,2% del PIB del país y que la mayoría de visitantes del área son norteamericanos, mexicanos, europeos (alemanes, españoles, franceses, ingleses) centroamericanos (salvadoreños, costarricenses, chapines), argentinos, australianos, colombianos.

- **7.44%** del total del turismo nacional van a Atitlán,
- 13,694 visitantes registrados si proyectamos habrán mas o menos
- **27,388** visitantes este año. (INGUAT, En-Jn 2014).
- **67%** Caballeros y 33% Damas

Comprendidos en los siguientes rangos:

- **26 a 35 años**    **52.3%**
- 36 a 45 años    17.6%
- 18 a 25 años    13.4%
- Universitarios, con maestrías.
- La gran mayoría casados con familia.

30 de Bono, Edward. The six hats thinking. Edit. Little Brown company, 1985.



## SOMBRERO ROJO

(Emociones, sentimientos, intuiciones) Decisiones<sup>31</sup>.

Personalmente, escogí este proyecto porque me encanta el tema turismo y la in-teracción que permite crear lazos de amistad y unión entre personas de distintas partes del mundo y esas relaciones nos permiten crecer como personas. Ver un amanecer en una montaña brumosa o despertar con la vista maravillosa del lago de Atitlán y sentir el aire fresco y la humedad del ambiente son cosas que de verdad hacen que merezca la pena vivir la experiencia: porque es un verdadero paraíso.

Por ello, se consideró necesario dar a conocer de una manera nueva, que motive al turista a visitarla y que presente la información de manera estructurada y con un diseño funcional.

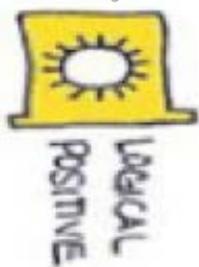


## SOMBRERO NEGRO

(NO FUNCIONA por que...<sup>32</sup>)

Si bien es cierto que un proyecto así es entusiasmo y los beneficios que traería serían plausibles, hay que afrontar cosas que irían en contra como la indiferencia de las personas. Otro problema podría ser la falta de encontrar medios o canales de distribución del producto, haciéndolo inoperante.

31, 32 de Bono, Edward. The six hats thinking. Edit. Little Brown company, 1985.



## SOMBRERO AMARILLO

(POSITIVO; optimista<sup>33</sup>)

Considero que este proyecto tiene muchas cosas positivas, entre ellas, cuenta con el presupuesto para realizar el proyecto. Otro punto es que su distribución puede ser promocionado en sitios Web amigos, ofrecido en la página de la organización y demás sitios afines.

Los artículos del contenido son interesantes, han sido desarrollados por expertos en cada tema y la toma de fotografías y elección de las mismas se ha desarrollado de manera cuidadosa durante la gestión y desarrollo del material. Al ser una serie de publicaciones nuevas, su ocasional éxito será usado para atraer más turismo al área. El lenguaje escogido fue el español porque la mayor parte de turismo que viene al país lo habla o viene a aprenderlo. Los documentos fueron validados con norteamericanos, europeos y centroamericanos recibiendo muy buenos comentarios de los mismos, ya que ellos constituyen el grupo objetivo mayor.



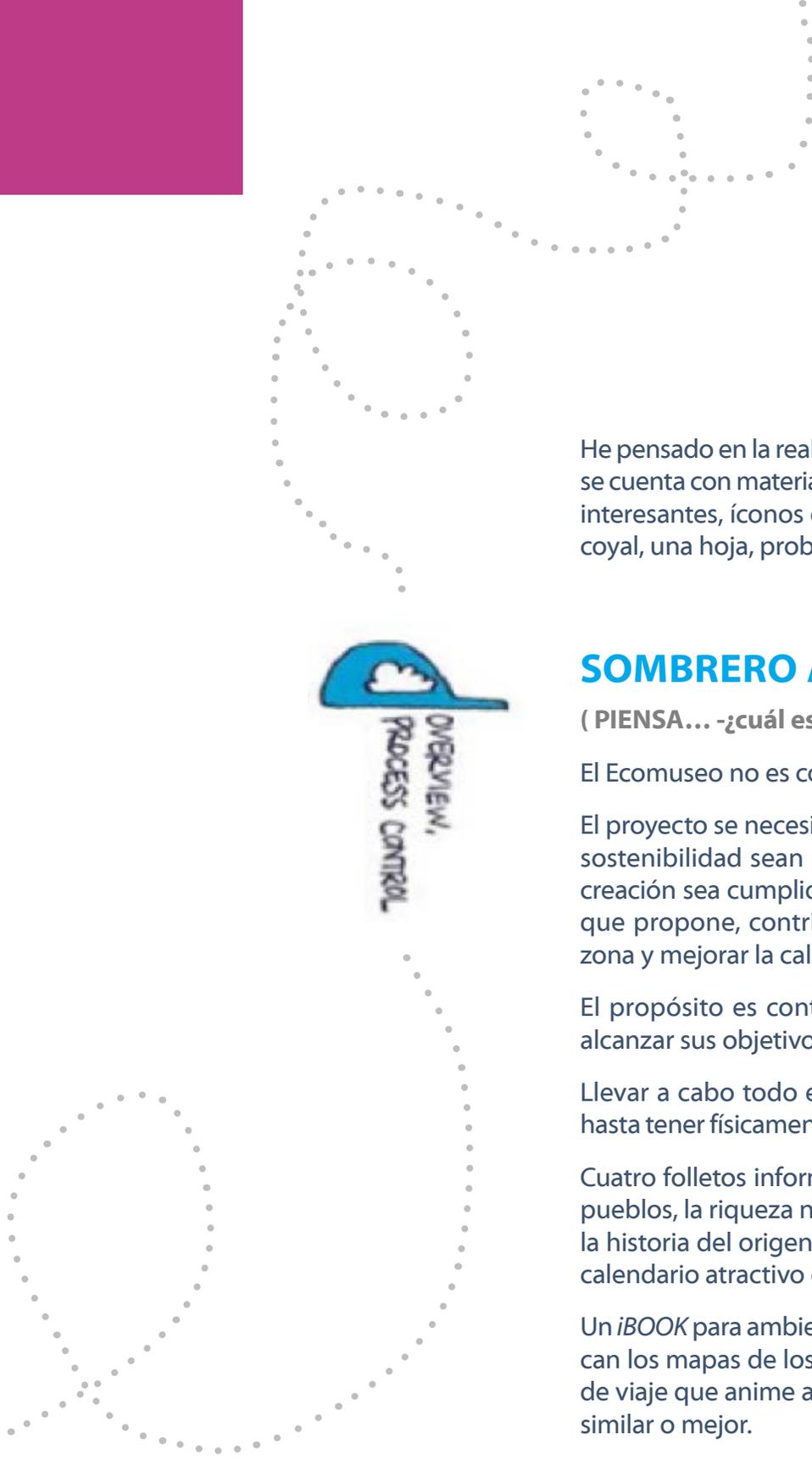
## SOMBRERO VERDE

(CREATIVIDAD<sup>34</sup>)

Se ha pensado distribuir de manera digital el material e impreso, ya que muchos de los que validaron el material manifestaron que les gustaría tenerlo impreso.

La información que el turista verá en los folletos será exactamente lo que encontrará en los lugares mencionados, incluso las personas que aparecen existen y le recibirán allí... cosa que no sucede con las imágenes que se aprecian de otros destinos de clase mundial donde son modelos quienes posan.

33,34 de Bono, Edward. The six hats thinking. Edit. Little Brown company, 1985.



He pensado en la realización de guías y mapas ya que no se cuenta con material específico, se añadirán elementos interesantes, íconos creativos significativos como el tocoyal, una hoja, probablemente la síntesis de un colibrí.

## SOMBRERO AZUL

( PIENSA... -¿cuál es el problema?<sup>35</sup>)

El Ecomuseo no es conocido.

El proyecto se necesita visibilizar para que las metas de sostenibilidad sean posibles y que el propósito de su creación sea cumplido: que las iniciativas de desarrollo que propone, contribuyan a reducir la pobreza en la zona y mejorar la calidad de vida de los habitantes.

El propósito es contribuir a que el Ecomuseo pueda alcanzar sus objetivos comunicacionales, en éste caso:

Llevar a cabo todo el proceso creativo, desde diseñar hasta tener físicamente impresos y en las redes/internet.

Cuatro folletos informativos acerca de: el origen de los pueblos, la riqueza natural del lugar y su biodiversidad, la historia del origen de la cuenca (hidrogeología) y un calendario atractivo de los cuatro municipios.

Un *iBOOK* para ambiente MAC interactivo donde aparezcan los mapas de los municipios y se narre una crónica de viaje que anime a los turistas a vivir una experiencia similar o mejor.



35 de Bono, Edward. The six hats thinking. Edit. Little Brown company, 1985.

## TÉCNICA 2

### SCAMPER de Eberlee<sup>36</sup>

SCAMPER, es una técnica de creatividad o de desarrollo de ideas. Básicamente es una lista de chequeo, donde se generan nuevas ideas al realizar acciones sobre una idea base. Es un mnenómico donde cada letra de la palabra muestra una acción.

Elaborada por Bob Eberlee a mediados del siglo XX, publicada en su libro con el mismo nombre y generada a partir de la lista de verificación verbal originada por Alex Osborn, el creador de la técnica Brainstorming (Lluvias de ideas por especialistas de diferente rama).

Desarrollo de la técnica SCAMPER: Se trabaja de la siguiente manera: identifica el elemento, el producto, servicio, o proceso que quiere mejorar. Haga las preguntas Scamper sobre su elemento y mire qué nuevas ideas emergen .

En el caso de las publicaciones del Ecomuseo del Lago de Atitlán, se consideró:

- **S** = Substituir? (*Substitute?*) El logo anterior de AECID por el nuevo.
- **C** = Combinar? (*Combine?*) La información científica con datos históricos.
- **A** = Adaptar? (*Adapt?*) Adaptar el lenguaje científico de las investigaciones para generar los guiones temáticos a lenguaje coloquial y amigable para el grupo objetivo sin olvidar ser un lenguaje serio, claro y concreto.
- **M** = Magnificar? (*Magnify?*) Modificar (*Modify?*) fotografías, textos?

Se magnificará la belleza escénica.

- **P** = Ponerle otros usos? (*Put to other uses?*)

Los contenidos tendrán usos varios.

- **E** = Eliminar? (*Eliminate?*) o Minimizar? (*Minify?*)

Se resumirá la información.

- **R** = Reorganizar? (*Rearrange?*), Invertir? (*Reverse?*)

El orden de fechas y lugares para el folleto Festividades, se re organizará la información de cada folleto previo a maquetar e ilustrar con fotografías.

36 Técnicas de creatividad, SCAMPER de Bob Eberlee. Documento recuperado de <http://www.educadictos.com/herramientas-creativas-i-metodo-scamper/> en 23/8/2014.

## Inventario de recursos<sup>37</sup> en las publicaciones

Por ello, se elaboró un mapa mental de los recursos y de las necesidades del Ecomuseo, el cual incluyera de manera concreta los siguientes temas:

- **Riqueza natural**

Porque se tienen plenamente identificados doce lugares turísticos que llenan los requisitos de belleza, cuidado, administración, manejo de desechos, plan de sustentabilidad de las rutas, puntos de interés para los turistas, y se identificó la necesidad de uso de mapas, volantes, folletos impresos y digitales para completar los círculos de servicios y calidad completos.

- **Riqueza cultural**

Aquí los mismos pobladores y lugareños, llevan a cabo diferentes tipos de vivencias disponibles para el visitante, entre ellos: paseos conociendo su cotidianidad, paseos donde puedas presenciar una ceremonia maya, contemplar y ver las siembras desde los maravillosos miradores del lago con sus vistas excepcionales, probar los elotes asados, las tortillas con frijoles y queso, comer platillos típicos del lugar, presenciar las festividades: ferias, bailes interpretativos, museografía, danzas y música regional, etc. Cada primer fin de semana de mes, apreciar los elencos artísticos que se presentan en la calle Santander en Panajachel, el grupo de teatro tzutuhil *Sot'zil J'ay*, etc.

- **Riqueza patrimonial**

En los paseos se tiene previsto conocer las Cofradías de cada municipio, las centenarias iglesias, los bailes de los negritos, las comparsas de cada municipio para carnaval, las procesiones de Semana Santa, las presentación de marimbas y grupos musicales en cada feria o festival, el Certamen de Pintura de la Casa de la Cultura de Panajachel los festivales de cultura.

El concepto creativo debía vincular toda la riqueza del lugar y su gente en su conjunto, por ello se consideraron todas las palabras y conceptos posibles con el personal del lugar, finalmente y después de socializar el tema se escogió el concepto creativo que englobó todo lo que se necesitaba mostrar al turista.

37 Recursos patrimoniales de Ecomuseo del Lago de Atitlán. Documento interno. AECID. 2012.



Ave nacional de Guatemala, "El Quetzal"  
Fotografía utilizada con fines educativos  
por Smith de NatGEO



# Concepto Creativo

del proyecto

## ¡Un viaje al paraíso!

Concepto creativo de las piezas

Códigos visuales

Tipografía

Código cromático

Paleta de colores

Imágenes

Formatos

Mapas

Íconos decorativos



Hacia la cueva Xesiwán en las alturas  
Foto por Lilian Caná

El concepto creativo elegido fué:

## “Un viaje al paraíso”

**E**l concepto engloba la riqueza de la región que se encuentra clasificada como área protegida, con una riqueza de biomas incomparable, las tradiciones, creencias, cosmogonía, riqueza cultural y patrimonial que poseen sus poblaciones listas para mostrarlas al mundo, ser compartidas y ser disfrutadas para generar respeto, solidaridad y puesta en valor de todo este tesoro ancestral, constiuyendo en un verdadero paraíso natural y cultural para el turista.

### Importancia del concepto creativo

El concepto creativo del Ecomuseo del Lago Atitlán cumple con las siguientes características, según Eulalio Ferrer<sup>38</sup>, por ello toda la estrategia comunicacional va encaminada a:

- Convencer, hablando el lenguaje de la gente.
- Presentar mensajes y contenidos interesantes al grupo objetivo.
- Permite al receptor del mensaje asumir alguna actuación al respecto.
- Animar, cautivar y vender.
- Motiva, convence, hace a la gente actuar a...

Hay que recordar, que los conceptos creativos son la herramienta, para comunicar los beneficios y ventajas del producto, bien o servicio al consumidor.

Se trata de vender o generar interés hacia las rutas turísticas del Ecomuseo del Lago Atitlán, interesar a las personas en conocer y visitar la cuenca del lago y ver por ellos mismos éstos lugares paradisíacos.

Se desea motivarles a venir a Guatemala a vivir una experiencia diferente conociendo de primera mano la sabiduría maya, sus conocimientos ancestrales, la belleza escénica de la zona, la manera de afrontar la vida, la celebración de sus festividades y tradiciones, los modos de cultivar y cuidar el recurso hídrico, la importancia de sus valores milenarios y los retos tan importantes que enfrentan como culturas vivas ante los cambios sociales.

38 Reseña de "La Publicidad. Textos y Conceptos" de Eulalio Ferrer. Diana Cardona Stoffregen ; Razón y Palabra 2011, 16 (75)

A continuación se procederá a explicar todos aquellos componentes considerados para desarrollar las piezas, cuidando cada detalle de diseño.

## Códigos visuales

### Códigos tipográficos

Según el manual de visibilidad de la AECID y el Ecomuseo del Lago, en sus publicaciones debe utilizarse la familia tipográfica es **PALO SECO**, y utilizaré la **TREBUSCHET**<sup>39</sup>, por ser el tipo de letra institucional oficial para las publicaciones del Ecomuseo del Lago.

**Trebuchet 24 pts. en titulares.**

**Trebuchet 18 pts.**

Trebuchet 14 pts.

Trebuchet 12 pts.

**en subtítulos**

en subtítulos 2ª categoría

en el cuerpo de texto .

### ¿Por qué Trebuchet?

La familia Trebuchet , Trebuchet MS es una tipografía humanista sans-serif diseñada por Vincent Connare para la Microsoft Corporation en 1996 y lleva el nombre de “la catapulta”, una máquina de asedio medieval.

El nombre fue inspirado por una pregunta rompecabezas que Connare escuchó en la sede de Microsoft: “¿Puede usted hacer una catapulta que podría lanzar a una persona desde el campus principal de la nueva sede de los consumidores a una milla de distancia Matemáticamente, es posible y cómo?” Connare “pensó que sería un buen nombre para una fuente que lanza palabras a través de Internet”.

### Características distintivas del estilo

Trebuchet MS se distingue de otros tipos de letra sans-serif común a través de varias características, la más notable de las cuales incluyen:

- Los bordes extendidos de la mayúscula “M”, que forman un ángulo de 10 ° con una línea vertical,
- La forma de la cola de la mayúscula “Q”,

<sup>39</sup> Importancia de la utilización de este estilo tipográfico. Documento recuperador de <https://www.myfonts.com/fonts/ascender/trebuchet/> 29/8/2014



San Antonio Palopó  
Foto: Arq. José Luis Martínez

Es necesario el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca del lago de Atitlán para generar desarrollo.



- El bar de la capital “A” es baja,
- Las colas acortadas de la minúscula “e” y los números “6” y “9”,
- El híbrido de cola abierto y en bucle de la “g” minúscula,
- Los puntos anteriores redondeadas y la forma de la minúscula “i” y “j”,
- La cola curvada debajo de la minúscula “l”,
- El dólar símbolo “\$”, en el que la huelga verticales sólo aparece por encima de la parte superior y por debajo de las curvas inferiores de la S,
- El signo “&” en la forma de una ligadura “Et” y
- El signo de exclamación “!”, Cuyo punto es grande y redonda.
- Fuentes Italic incorporan características del tipo cursiva en lugar de sólo basculantes glifos romanos, por lo que es los primeros sans serif familia de fuentes de Microsoft de usar verdaderas características cursiva.
- El guión corto y el guión son esencialmente indistinguibles.

## Disponibilidad

Microsoft se refiere a Trebuchet MS como “una fuente de buen diseño web”<sup>40</sup>, siendo una de sus “fuentes fundamentales para la Web”. Trebuchet MS se incluye con varios productos, incluido el sistema operativo Windows, los componentes de la suite de productividad Office e Internet Explorer.

Trebuchet MS ha sido lanzado con el sistema operativo Microsoft Windows desde Microsoft Windows 2000 El tipo de letra ha sido puesto en libertad con Internet Explorer desde la versión 4.0 y Microsoft Word desde Word 2000 También se incluye con Mac OS X y iOS.

La familia de la fuente Trebuchet 2010 fue presentado por Ascender Corp en julio de 2010 como parte de la Ascender 2010 Font Pack. Además de un amplio soporte OpenType característica tipográfica, la familia se amplió con nuevas fuentes en cursiva negros y negras. El peso y las funciones OpenType nuevo fueron desarrolladas por Steve Matteson y Terrance Weinzierl de Ascender.

## Utilización

De hecho, los folletos, mapas y el iBook serán lanzados a internet en los portales de las tour operadoras guatemaltecas, INGUAT, Ecomuseo del Lago Atitlán y AECID Iberoamérica.

Los materiales diseñados se cargarán a las páginas web de las entidades afines, se colgarán en otros portales que se consideren de interés a los objetivos.

40 Acerca de la importancia de la utilización de este estilo tipográfico para documentos digitales que se cargarán en internet. Documento recuperado de <https://www.myfonts.com/fonts/ascender/trebuchet/> 29/8/2014

## Código cromático

El círculo cromático responde a los colores que serán necesarios para producir los soportes impresos y digitales. La paleta de color y tonalidades complementarias evocarán la ecología, la frescura, el cuidado de ambiente, la valoración de la riqueza natural y patrimonial, la vida de la región.



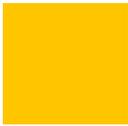
### PALETA DE COLORES PRIMAVERA VERANO 2014

41 Importancia de la utilización de este estilo tipográfico. Documento recuperador de <https://www.myfonts.com/fonts/ascender/trebuchet/>  
29/8/2014

## PALETA DE COLORES<sup>41</sup>

PRIMAVERA VERANO 2014

Será utilizada la escala tonal de amarillo a azules, pasando por todas las combinaciones posibles de verdes. Tonalidades<sup>41</sup> que evocan el agua, la naturaleza. Se utilizarán blanco y morado en algunas de las publicaciones.



- Amarillo suele ser el color intelectual, y para muchos representa la calidez, ya que se asocia al sol y por consiguiente al oro. El color amarillo es un color que representa la fuerza, la alegría, y la voluntad de las etnias del altiplano.



- Azul es el color más frío de los colores sin embargo el más atractivo, conocido como el color del infinito y de los sueños, remite inteligencia, emociones profundas y eternas, su simbolismo refleja belleza, generosidad sabiduría, verdad y constancia entre otros, el azul no cansa la vista evoca la profundidad de las aguas, la claridad de pensamientos. En este caso evoca la belleza del Lago de Atitlán y la importancia del manejo y uso del recurso acuífero.



- Verde genera el equilibrio extremo, calma y tranquilidad. Se utilizará para dar esperanza, realidad, naturaleza, vegetación y riqueza natural., evoca la riqueza orgánica y biológica de la cuenca del Lago de Atitlán.



- Violeta llamado también el color de la templanza, lucidez y reflexión, está asociado a la parte emocional, espiritual profundidad y experiencia. Se utiliza para transmitir melancolía, realeza, dolor, sentimientos, religiosidad entre otros, en éste caso la fuerza de la cosmogonía maya.



- Blanco es el color que tiene más sensibilidad frente a la luz, se utilizará para realzar la línea gráfica en los detalles de simbología de los folletos y volantes, haciendo énfasis en el uso del “tocoyal” que utilizan las mujeres en el cabello, “la hoja ecológica” que enmarcará algunas fotografías y definirá los layout.

En la publicidad el color blanco se utiliza para simbolizar la inocencia, la pureza, la limpieza, y la luminosidad. En el caso de las publicaciones del Ecomuseo dirigirá la atención hacia las imágenes que se utilizarán en los folletos.

41 Escalas tonales Primavera Verano 2014. Importancia del color en las publicaciones. Documento recuperado de <http://www.nbsp.cat/es/2014/05/14/psicologia-del-color/>

## Imágenes

Las imágenes que se utilizarán han sido clasificadas a partir del banco de fotografías, gráficas, imágenes e ilustraciones del Ecomuseo del Lago Atitlán, se utilizarán a todo color en las publicaciones impresas y digitales ya que deben mostrar la belleza natural y patrimonial de cada lugar.

Se respetarán los derechos de autor de cada una de las imágenes que se utilicen. No se utilizarán filtros *Photoshop* pues se desea que sean muestras fieles del entorno en cuanto a paisaje, belleza de los lugares, tonalidades, personas, colores de textiles, etc.

Se utilizarán en formato CMYK para las publicaciones que se realizarán impresas y a 300 dpi de resolución. Para las publicaciones digitales, se utilizarán en formato RGB y en un rango de 72-96 dpis de resolución y alta calidad.

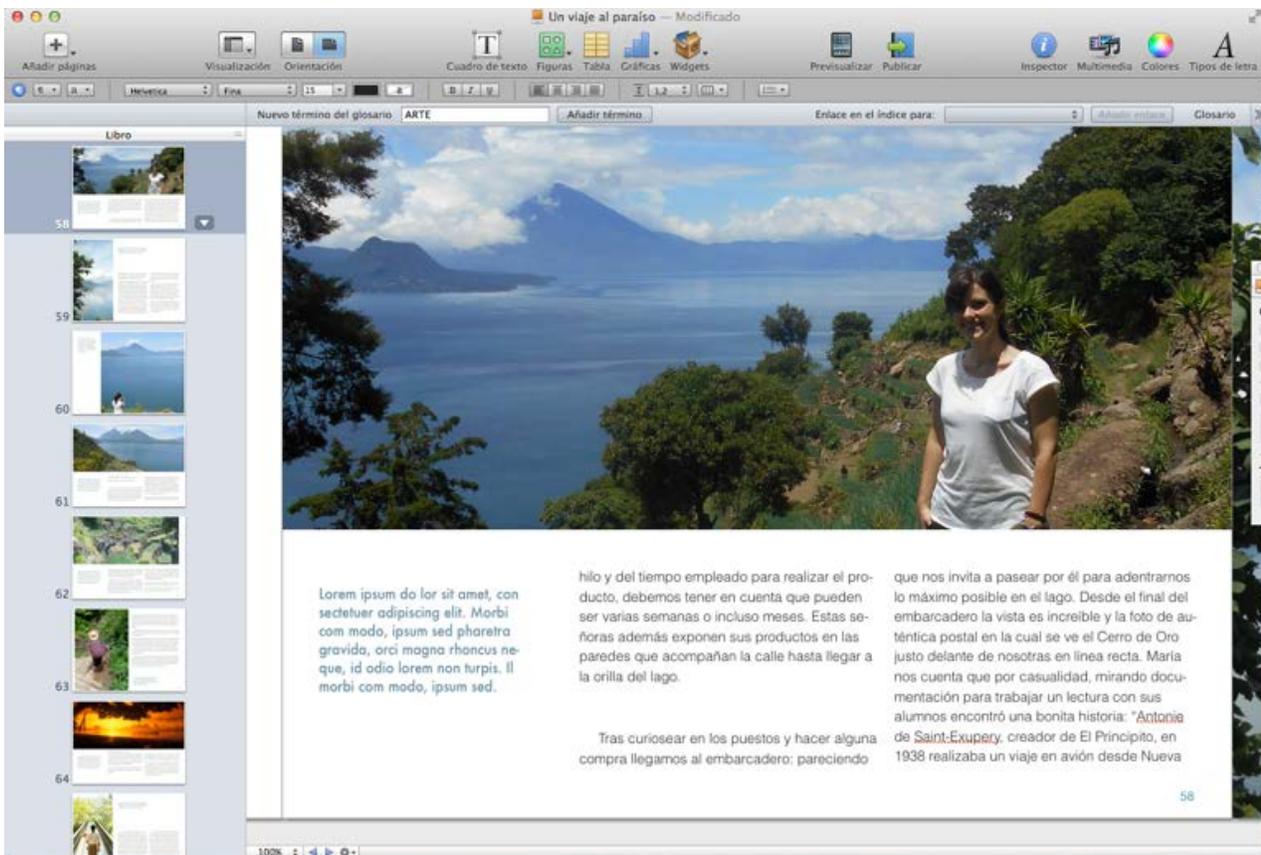


Prueba de formatos de fotografías para las publicaciones  
Fotografía utilizada con fines educativos  
por Waleska Siekavizza

## Formatos

a. *iBOOK*<sup>42</sup>: el tamaño de este tipo de publicación digital es diseño líquido adaptativo, lo que quiere decir que se adapta al dispositivo móvil desde donde esté leyendo, viéndole o revisando el contenido el usuario, sea un computador de escritorio, un ordenador personal, una Tablet o un móvil inteligente.

b. Folletos: serán de **8" x 8"** para facilitar su impresión, almacenamiento en equipaje, almacenamiento en las butacas de pasajeros de los aviones, facilidad de uso en los hoteles y operadores de turismo. Los formatos digitales serán de la misma medida que facilita su lectura en los portales de las entidades en donde serán cargados a internet.



42 Los *iBook*, sus aplicaciones y potencialidades en el documento recuperado en <https://es.wikipedia.org/wiki/IBooks>

## Mapas

Los digitales aparecerán interactivos en el *iBOOK* elaborado.

Los impresos serán doble oficio, impresión tiro y retiro full color. Contendrán además de las ubicaciones geográficas reales de los lugares en cada municipio, en el retiro contarán con información precisa de cada sitio que aparece en el tiro del mapa, con horarios y actividades que se encuentran en cada sitio. Estarán cargados en los portales de manera digital.

IMAGEN INTERACTIVA 5.2 Mapa de Panajachel

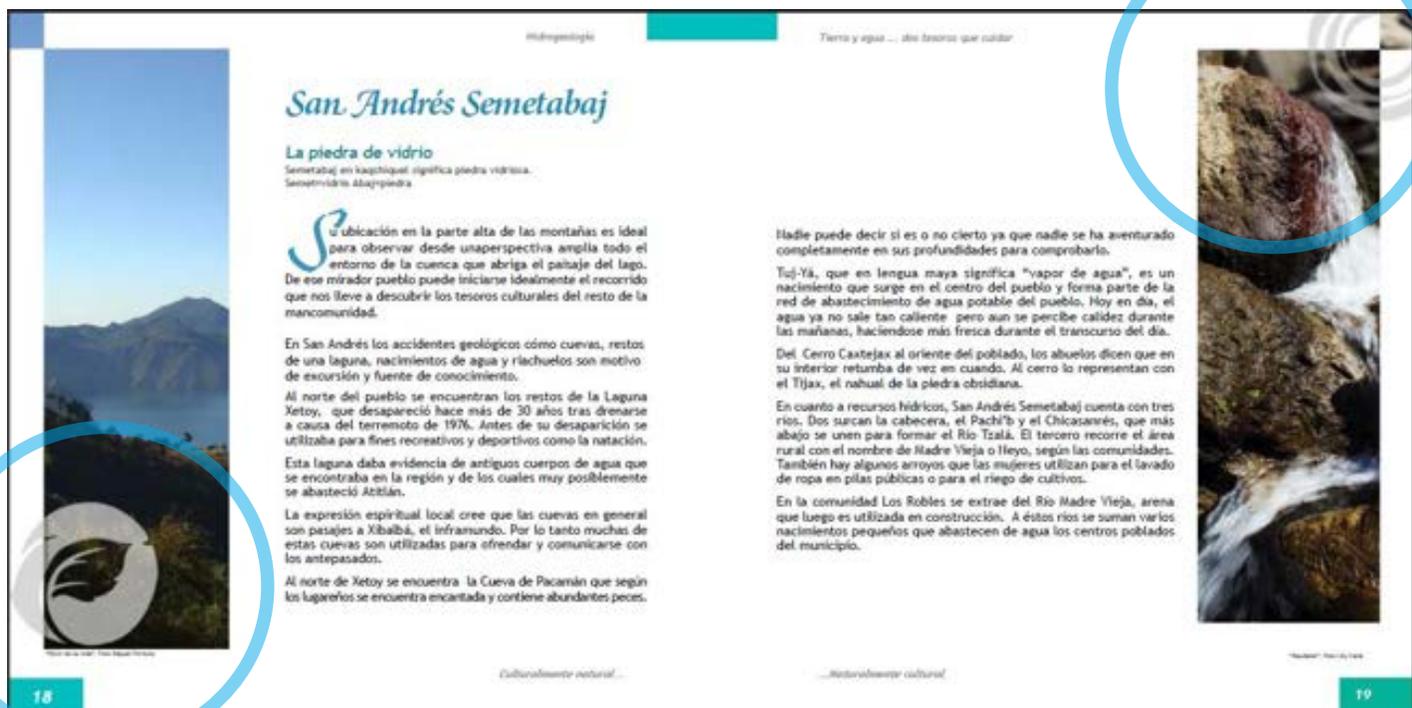


## Íconos decorativos

El Ecomuseo utiliza tres íconos decorativos complementarios en todo su material, los tres se han diseñado de acuerdo a las especificaciones recibidas, siendo éstos:

- El colibrí:** Símbolo de vida y diversidad de biomas en la cuenca del lago.
- El tocoyal<sup>43</sup>:** parte tradicional del atuendo femenino del área de Sololá que portan las mujeres a manera de diadema que cubre la circunferencia de su cabeza.
- La hoja:** símbolo de la riqueza natural y cultivos de plantas medicinales de la región.

Los tres símbolos podrán utilizados en las publicaciones de manera ilustrativa o complementaria para resaltar fotografías o cualquier otra imagen que aparezca en las publicaciones. Se ha considerado que den elegancia y presencia en su uso. Páginas izquierda y derecha con el detalle trabajado en base a los requerimientos de detalles de las piezas elaboradas.



43 Significado del uso del tocoyal en la vestimenta femenina sololteca y su identidad. Documento interno AECID. p.23. 2012.

Nótese los detalles elaborados a manera de ilustración decorativa, la hoja en las páginas izquierdas y el tocoyal femenino, síntesis de viento Xocomil en la esquina superior derecha de la página derecha de cada folleto, el cual evoca ambos detalles de la vida de los sololtecos: su cosmogonía y su vestimenta diaria.



Planificando procesos y necesidades  
Haydee Pérez (AECID-Ecomuseo), Adriana Lavarreda (Museo Azul) y Raquel Fortuny (UValencia)  
Foto Arq. José Luis Menéndez

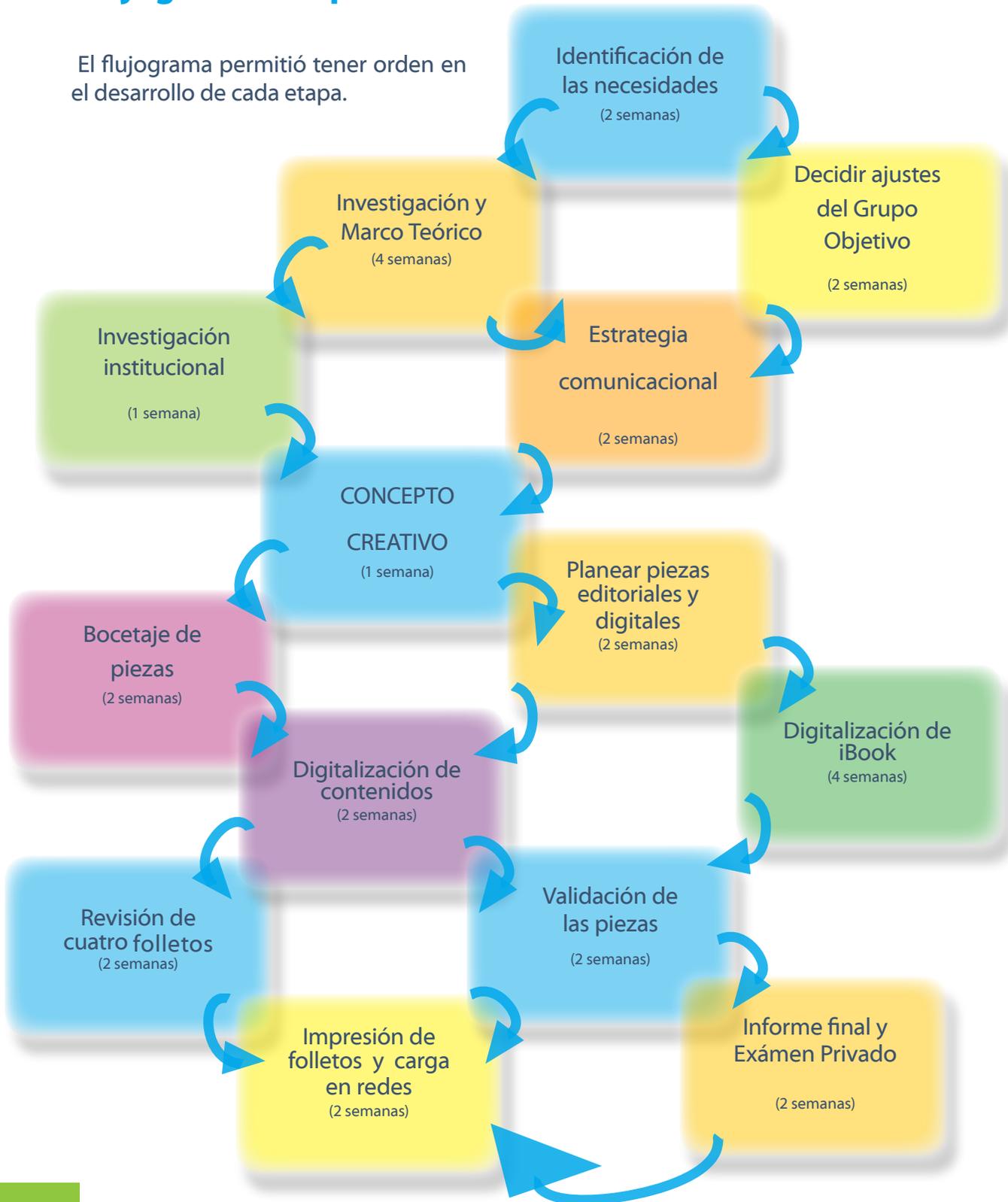
# Planeación operativa del proyecto

Flujograma de fases  
Cronograma de actividades

Estudiante Stephanie Ramírez  
Ecomuseo sede San Antonio Palopó  
Foto Lillian Caná

## Flujograma del proceso

El flujograma permitió tener orden en el desarrollo de cada etapa.



## Cronograma del proceso

El proyecto se llevó a cabo implementando cada proceso planificado dentro del diagrama de Gannt estipulado.

# 2014

it	Actividad a realizar	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1	Investigación de necesidades										
2	Diseño del Proyecto										
3	Aprobación del proyecto										
4	Diagnóstico										
5	Encuestas e informes										
6	Protocolo inicial										
7	Seguimiento de protocolo										
8	Investigación M. Teórico										
9	Investigación institucional										
10	Planificación de estrategia										
11	Desarrollo de la estrategia										
12	Bocetaje de soportes										
13	Digitalización de soportes										
14	Generación de contenidos										
15	Banco de imágenes para las										
16	Elaborar piezas de campaña										
17	Producción gráfica										
18	Constante revisión										
19	Revisión de mapas										
20	Revisión de folletos										
21	Imágenes/fotos folletos										
22	Desarrollo de la campaña										
23	Redacción de informe final										
24	Exámen PRIVADO										



Degustando en la Ruta del Sabor, la Gastronomía de Ecomuseo del lago de Atitlán-PROSOL Canadá  
Panajachel, Sololá  
Foto: Haydee Maryella Pérez



CAPÍTULO 5

# Relevancia

## social del proyecto

**Un proyecto que contribuye a cambiar y mejorar la vida de las personas**

**Funcionalidad de las publicaciones**

**Opciones de publicaciones**

**Incidencia del diseño gráfico**

Anhelos que caminan y sienten  
San Antonio Palopó  
Foto Arq. Raquel Fortuny

## Cambiando vidas

**D**espués de 25 años de presencia en el país, la Agencia de Cooperación Española para el Desarrollo, AECID, ha logrado impactar de manera positiva sobre distintos ámbitos de los ciudadanos guatemaltecos.

Durante ese tiempo se han preocupado de colaborar concretamente en la recuperación de nuestro patrimonio, nuestra herencia milenaria, promoviendo iniciativas de alto impacto para nuestra sociedad como lo son: la conservación, restauración y mantenimiento de Tikal, presto y abierto como magnífico destino turístico de nuestro país, un Centro Histórico en el centro de la Ciudad de Guatemala en franca recuperación del espacio, con un Festival Cultural de más de 17 años de existencia.

Han devuelto su brillo a un San Luis Petén, un Quetzaltenango con francas iniciativas de conservación y uso para los lugareños, y en el altiplano del interior del país no es la excepción. Se encuentran trabajando en la cuenca del lago de Atitlán y en La Antigua Guatemala, entre otros.

AECID ha desarrollado proyectos de diferente índole que permitan mejorar la calidad de vida de las familias, empoderando a las mujeres con emprendimientos y capacitaciones, generando desarrollo en las poblaciones de Santiago y Santa Cruz La Laguna, de la Mancomunidad ManLaLaguna (Mancomunidad de municipios de La Laguna) así como desarrollando la infraestructura necesaria para que los municipios de la Mankatitlán, en Atitlán, puedan potenciar sus labores como prestadores de servicios turísticos del área.

Particularmente, los municipios conformados por la Mancomunidad MANKATITLÁN: San Andrés Semetabaj, Panajachel, San Antonio Palopó, Santa Catarina Palopó y Santa María Concepción. Todos ellos, con problemáticas distintas pero un punto común: **generar desarrollo** promoviendo emprendimientos de diferentes tipos entre las personas de las comunidades, **con objeto de que los pobladores mejoren la vida de sus familias, a partir de la riqueza natural y cultural de las poblaciones** de la Cuenca del Lago. Entre ellos: tejedoras, ceramistas, pintores, artesanos todos ellos articulados al Ecomuseo del Lago de Atitlán.

En San Andrés Semetabaj, la situación cambia. A pesar de ser una entrada paradisíaca al Lago de Atitlán, su ruta no es ampliamente utilizada como ruta de ingreso, tiene unas vistas impresionantes con mucho potencial.



Vuelo en parapente  
Santa Catarina Palopó  
Foto: Arq. José Luis Menéndez

Es necesario el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca del lago de Atitlán para generar desarrollo.



En San Andrés la cotidianidad tiene un plus para el turista, allí se encuentran varias cooperativas de emprendedores entre ellas: tejedoras, textiles, productores de hongos y plantas medicinales. El fuerte del municipio es la producción de hortalizas y el turismo de la salud natural.

En Santa Catarina Palopó, se encuentra todo tipo de artesanías, destacándose los telares de cintura producidos por las mujeres del lugar. Allí, los lugareños se dedican a la alfarería, la pesca y a conservar las tradiciones vivas de la población a través de sus cofradías todo el año.

En San Antonio Palopó, el más pequeño de los pueblecitos de la Mankatitlán, la situación es distinta, aquí la producción de cebollas es a gran escala, se cultiva en las gradas hechas en las montañas. El artesano del tul elabora diferentes piezas de uso cotidiano y los ceramistas trabajan piezas únicas en hornos del siglo pasado. Cada esquina del pueblo tiene su historia y las vistas panorámicas son paradisíacas sea cual fuere el lugar.

En el caso de Panajachel, la situación económica es pujante y más fuerte en las temporadas altas de turismo en el año, fin de año, semana santa, vacaciones estudiantiles y vacaciones de fin de año. Los turistas que vienen al área de Sololá pasan casi siempre por la población estimulando recursos a los prestadores de servicios de hotelería, restaurantes, ventas de artesanías de todo tipo, paseos lacustres y terrestres. En él, la industria sin chimeneas ocupa un rubro especial en la economía de los lugareños, por ello es el municipio más cosmopolita de la región y el lugar donde encuentra casi todo tipo de servicios disponibles para el turista nacional y el extranjero.

En Santa María Concepción, la industria sin chimeneas se ve llegar esporádicamente, ya que sus pobladores se dedican al cultivo y distribución de hortalizas a todos los demás municipios, a pesar de poseer unas maravillosas vistas al lago de Atitlán poco explotadas como miradores, ya que este municipio se encuentra en lo alto de la cuenca del lago.

Por todo lo mencionado anteriormente, AECID, reconociendo este potencial de belleza natural y cultural, decidió iniciar un proyecto emblemático que permitiera integrar todos los componentes de las locaciones hacia la atención al turismo pujante en la región, que permite que los lugareños sean los primeros beneficiarios.

Esta vez, el proyecto editorial para el Ecomuseo del lago de Atitlán, contempla dar a conocer mucha información valiosa acerca de éstos municipios ubicados al nororiente de la cuenca del Lago de Atitlán, cada uno de ellos con sus fortalezas y bondades.

El material gráfico y digital versa sobre la historia de cómo se asentaron los primeros pobladores de éstos lugares, quienes tuvieron la supremacía por temporadas, lo que sucedió durante la conquista, como registraron los hechos históricos, una síntesis de los hechos acaecidos en la cuenca. Esto es parte del folleto de “Orígenes de la nación del árbol de fuego” .

Luego, se efectuará un recorrido por los macizos volcánicos que dieron origen a la cuenca del lago de Atitlán, durante la “explosión de los Chocoyos”, diez veces mayor a la de Krakatoa, dando vida cientos de años después a la cuenca del lago más hermoso del mundo, con una historia hídrica y geológica muy interesante, acerca según Mayer (2011) la cual se encuentra ubicada dentro de una caldera volcánica .

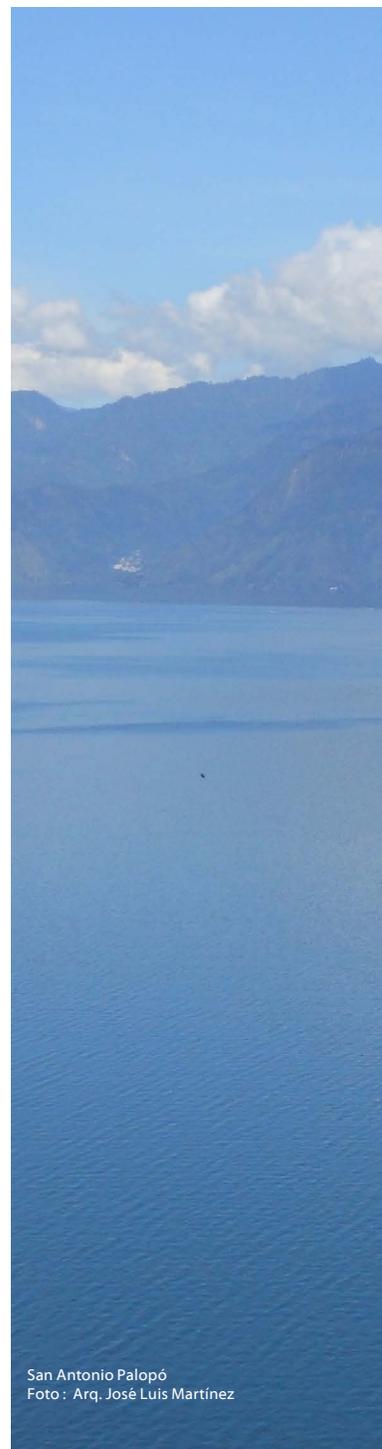
Seguidamente daremos un paseo entre los bosques y senderos de las montañas realizando avistamientos de aves y especies diversas de animales, peces, insectos y plantas medicinales y exóticas que habitan en los pinos de los bosques a más de 1,600 mts. de altura (Mayer, 2011).

Por último, se contará con una agenda cultural completa con la información y fecha de las festividades de los municipios, para que el visitante sepa acerca de las celebraciones de cada lugar y éstas motiven su visita a presenciar la cotidianidad y vivencias de su gente .

A través de la difusión de tanta información sensible se desea motivar a las personas a realizar viajes a los municipios y tener la oportunidad de conocer de cerca tanta historia.

Se espera despertar la curiosidad de las personas a conocer de cerca la vida de las comunidades, visitar sus miradores, sus plantíos de plantas medicinales. Conocer la cosmogonía maya que aprecia la vida desde su concepción y recibe la guía y destino dada por el Tata del pueblo, persona que con su sabiduría aconseja a los comunitarios sobre las decisiones de sus vidas.

Si las publicaciones llegan por internet a otros países, se logrará despertar interés de tantas personas que siguen de cerca la historia de los astrónomos de América: los mayas, y probablemente vengan y visiten el altiplano de nuestro país, conozcan su cotidianidad y se enamoren de la gente más feliz y hospitalaria de Centroamérica: los guatemaltecos.



San Antonio Palopó  
Foto: Arq. José Luis Martínez

Es necesario el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca del lago de Atitlán para generar desarrollo.



Se tiene previsto que sean alrededor de 45,000 personas con sus familias las beneficiarias del retorno de inversión que se haga con las publicaciones impresas (folletos y mapas) y la difusión digital de los mismos en cinco años<sup>44</sup>.

Todos ellos emprendedores de pequeños negocios vinculados a cerámica, tejidos, operadores de turismo, pintores, lancheros, guías comunitarios, transportistas terrestres, transportistas lacustres, tuk tukeros, restauranteros, hoteleros, hosteleros, museos, galerías, casas de la cultura, sedes del propio Ecomuseo, pintores, actores de teatro, impresores. De quienes se espera puedan aumentar sus ingresos conforme aumenta la llegada del turismo en la cuenca.

## Funcionalidad

**A** continuación se visualiza en un cuadro comparativo las ventajas y desventajas consideradas previamente a desarrollar los diferentes tipos de publicaciones que puedan estar disponibles para las personas, en éste caso los turistas, quienes viajan con dispositivos móviles a manera de favorecer la búsqueda de información y guías de los lugares que van a visitar.

Los turistas gustan de tener el control, certeza y seguridad de que lo que están planeando será posible desarrollarlo solos, con su familia, amigos o pareja en tiempo real, por lo que la **información que se comparta habrá de ser 100% veraz, así como las fotografías e imágenes de los lugares.**

Para éste proyecto, se analizan las ventajas del manejo de publicaciones impresas o digitales, dado que el proyecto contempla desarrollar folletos impresos, folletos PDF interactivos y un *iBOOK*.

Es importante presentar, las diferentes opciones con que se cuenta a la hora de realizar publicaciones, saber analizar las ventajas y aparentes desventajas, los costos en que podría incurrirse al publicarlas y darles difusión amplia, así como el saber aprovechar la logística ya instalada para bajar costos.

44. Menéndez, José L. La cultura motor del desarrollo. Documento interno AECID. Informe anual del Ecomuseo del lago de Atitlán. 2012. P. 45

En el cuadro de la siguiente página podrá analizar las distintas opciones que se sugirieron para producir las publicaciones del Ecomuseo del Lago de Atitlán, siendo éstas:

- Publicaciones impresas full color en formato 8 " x 8"
- Publicaciones PDF digitales interactivas en formato adaptable a dispositivos móviles, con botones de ida y vuelta de página dentro del documento, vuelta al índice, galería de fotos, vídeos y enlaces.
- Publicaciones e-PUB digitales disponibles para Tablets y I PAD. Cuya interactividad permite la creación de ficheros, cambiar el tipo de letra a comodidad del lector, bajar los archivos en otro formatos.
- Publicaciones iBook, para dispositivos APPLE, con 100% interactividad, widgets, páneles y galerías de fotografías, vídeos interactivos, mapas con zoom, enlaces a otros sitios de manera inmediata.

## Opciones escogidas

Se optó por imprimir los cuatro folletos planificados desde un inicio:

"Orígenes", "Hidrogeología", "Biodiversidad" y "Festividades." Contempladas dentro del presupuesto de difusión del Ecomuseo del Lago, con la idea de enviar ejemplares a todos los Centros de Formación de Iberoamérica y las Embajadas de España en distintos puntos del globo. Además distribuirlas en sitios de interés frecuentados por turistas: aviones y hoteles.

- Se optó por colgar las publicaciones en archivos PDF interactivos en su página web para bajar costes, en: [www.aecid.org.gt](http://www.aecid.org.gt) sección de publicaciones, allí encontrarán los folletos producidos acerca del proyecto de Ecomuseo del Lago de Atitlán. (Puede hacer click en el enlace para redireccionar a la página.)
- Se seleccionó desarrollar un iBOOK, una publicación en formato Apple que invite a conocer los lugares a través de una crónica de viaje de un grupo de turistas españolas que narran sus vivencias en Atitlán.

Así quienes usen en USA e Iberoamérica este tipo de equipos también podrán tener una publicación interactiva que les ilustre la riqueza natural y cultural del lugar en éste formato y también en PDF normal para verlo en equipos HP.

## Funcionalidad de la pieza gráfica

it.	Libro o folletos impresos	PDF interactivo del libro	e-pub	iBOOK
1	Tiene la oportunidad de disfrutar físicamente de la edición, voltear las páginas.	No se tiene en formato físico impreso, se tiene en formato digital.	Disponible en el formato digital.	Disponible solamente en formato digital en PDF o iBook.
2	No se requiere de energía eléctrica para leerlo a menos que lo haga por la noche.	Se necesita de equipo de cómputo para verlo y leerlo.	Se necesita de equipo de cómputo para verlo y leerlo.	Se necesita de equipo de cómputo para verlo y leerlo.
3	Ocupa un sitio en su librería	Ocupa espacio virtual no físico	Ocupa espacio virtual no físico	Ocupa espacio virtual no físico
4	No necesita ordenador ni programas de computador para descargarlo	Necesita del programa Acrobat PRO para descargar el archivo y verlo.	Necesita del programa Okular, ADE, Stanza, Sumatra PDF o AZARDI	Necesita del programa iBook de MAC para poder verlo y leerlo.
5	Se necesita invertir en papel y tinta para imprimirlo.	No es necesario imprimir	No es necesario imprimir	No es necesario imprimir
6	Se puede compartir su contenido solo físicamente.	Su contenido puede compartirse en cualquier plataforma sistema HP o Apple	Puede compartirse en ambas plataformas siempre que se cuente con ADE e InD para HP o Apple	Puede visualizarse solo en plataformas de APPLE no puede descargarse sin el programa iBOOK MAC
7	Es reciclable, reusable,	Contenido en la nube	Contenido en la nube	Contenido en la nube
8	Se puede generar una buena biblioteca para lugares en donde no ha llegado la tecnología.	Se necesita de un dispositivo móvil para leer la publicación	Se necesita de un dispositivo móvil o alternativo para que pueda verse.	Se necesita de dispositivo móvil de apple, o bien un ordenador para verlo.
9	Se puede enviar por correo cubriendo costos de envío	Envío gratuito sin costo más que el de energía	Envío gratuito sin costo por correo electrónico	Envío gratuito sin costo vía dropbox

Cuadro comparativo de funcionalidad de las piezas gráficas consideradas  
Elaboración propia



## Funcionalidad de la pieza gráfica

ít.	Libro o folletos impresos	PDF interactivo del libro	e-pub	iBOOK
10	No puede cargarse a las redes	Puede cargarse a los portales institucionales de manera mas sencilla. La versión ACROBAT se descarga gratuita.	Puede cargarse a los portales institucionales en PDF carece de mayor interactividad en PDF, funciona mejor en .SWF con interactividad y en Tablet as o i PAD.	Puede cargarse o enviarse en formato PDF sin interactividad Interactividad 100% para plataformas Apple
11	El lector interactúa con el libro impreso, lo guarda y comparte	No se botarán árboles. Puede enviar los folletos y compartirla inmediato en dispositivos móviles	No se botarán árboles Puede enviar la publicación a si cuentan con los programas. Listo para tablets y I Pad	No se botarán árboles. Comparte con personas que tengan dispositivos móviles Apple
12	Las fotografías se aprecian en toda su extensión y colorido en formato CMYK, mejor resolución	Las imágenes y fotos se aprecian en formato RGB por haces de luz como	Las imágenes y fotos se aprecian en formato RGB por haces de luz como	Las imágenes y fotos se aprecian en formato RGB por haces de luz como
13	Disponible si está en librerías	Disponible 24/24 x 365	Disponible 24/24 x 365	Disponible 24/24 x 365

Cuadro comparativo de funcionalidad de las piezas gráficas consideradas  
Elaboración propia

# Incidencia

## del diseño gráfico editorial en el contexto del proyecto

Se espera que las personas prefieran las imágenes y los símbolos por encima de la lectura de los textos propiamente dichos.

Se sabe que las personas retienen 58% de lo que ven, 20% de lo que oyen y 10% de lo que leen<sup>45</sup>, lo que manifiesta la importancia de la cultura visual de la población y la tendencia a desarrollarla es notoria con el auge de internet sobre todo las últimas dos décadas, sobre todo con la producción y edición de contenidos de interés que generen cierto grado de curiosidad sobre el uso del tiempo de ocio, los viajes y el aprovechamiento del tiempo libre en realizar turismo, paseos y el conocer nuevos lugares, culturas, costumbres, paisajes y personas.

Dentro de los aportes que el diseño gráfico realiza en todos los campos de acción, se encuentra concretamente en elaborar todo tipo de soportes impresos o digitales cuyo objetivo primordial es dar a conocer de manera agradable y creativa cualquier cantidad y diversidad de temáticas para que las personas recuerden el contenido por más tiempo.

Se encarga de hacer más atractivos los contenidos reforzándolos con ilustraciones que lo definan, imágenes que lo contextualicen, fotografías que le sitúen en el tiempo y lugares correctos para comprender la temática de manera sencilla. Seduce el interés de los lectores acercándoles con propiedad a sugerir soluciones posibles y proponer ideas que puedan beneficiar a la sociedad.

En Guatemala, estas funciones son cubiertas creativamente por el diseñador gráfico quien se encarga de darle consistencia y carácter a cada soporte impreso o digital que llegue al lector, al estudiante, al usuario, al consumidor o al lector.

Sin embargo, las tendencias van llevando su labor hacia un mundo líquido en donde los dispositivos móviles están cambiando la vida a todas las personas. Entonces ¿hacia dónde vamos los diseñadores gráficos con nuestra labor?

45 Linares, Jorge L. "Plan para la creación de un centro de educación integral en salud sexual y reproductiva en Guatemala". Tesis. Universidad de Navarra, España. 2010. P.29 PDF.

## Folletos interactivos

Según estudios realizados por Hernández (2013) acerca de las últimas tendencias digitales: la utilización de dispositivos móviles de lectura de información buscada, redes sociales y correo electrónico ha incrementado los últimos diez años. Por ello, la labor del diseño gráfico deberá ir dirigiéndose al manejo del diseño responsivo, el diseño líquido, el diseño interactivo que permite la versatilidad de formatos para lectura en cualquier dispositivo móvil.

Se estima que una persona que busca información reciente en internet permanece poco tiempo en cada sitio mientras busca y que por lo tanto la información que se carga en los sitios deben tener dos características:

- que cargue muy rápido la información,
- que los vídeos, fotografías e información sean de calidad. Hernández (2010) recomienda utilizar vídeos cortos pues mantienen en la web a las personas hasta 2 minutos más.

Recordemos que: el 20% de la gente lee el texto mientras que el 80% de la gente ve fotografías o un vídeo con el mismo contenido.

Por ello, en las publicaciones que se prepararon para el Ecomuseo, se trata de permitir al usuario o lector, turista potencial, el explorar los lugares y las rutas turísticas de la cuenca del lago de Atitlán. Esto se hará posible con las publicaciones en formato PDF y iBOOK.

Se trata de motivar a las personas a visitar los lugares que brevemente conocerá a través de las fotografías y la historia que le cuenten quienes ya han visitado la cuenca o que le cuenten a través de las páginas de las publicaciones.

Se espera despertar el interés de conocer otras culturas, de mover a propios y especialmente a extraños a venir y aventurarse en otras maneras de ver y concebir el mundo, de estar y disfrutar la vida en otras latitudes que tienen mucho que brindarles.

A person wearing a colorful, woven hat and a blue patterned garment is shown in profile, holding a black microphone. The background is a blurred outdoor setting with trees and a white structure. The text is overlaid on a semi-transparent dark blue area.

## CAPÍTULO 6

# Folletos

## Proyecto "A"

### Desarrollo de las publicaciones

Nivel 1:  
**Bocetos**

Nivel 2:  
**Dummies digitales**

Nivel 3:  
**Publicaciones finales**

Ceremonias realizadas por los Tatas del Lago en sede de el Ecomuseo del lago de Atitlán  
Panajachel, Sololá  
Foto: Haydee Maryella Pérez

## Proceso de producción gráfica

Los folletos a desarrollar están relacionados con cuatro temáticas que permitirán a los turistas conocer la historia de los pobladores, las maravillas escénicas e importancia del recurso hídrico, la riqueza natural de la zona y las distintas actividades tradicionales y culturales de cada población, habiéndose titulado cada folleto impreso y digital de la siguiente manera:

- Origen de la nación del árbol de fuego
- Hidrogeología de la cuenca
- Biodiversidad de la cuenca
- Festividades de cada una de las poblaciones.

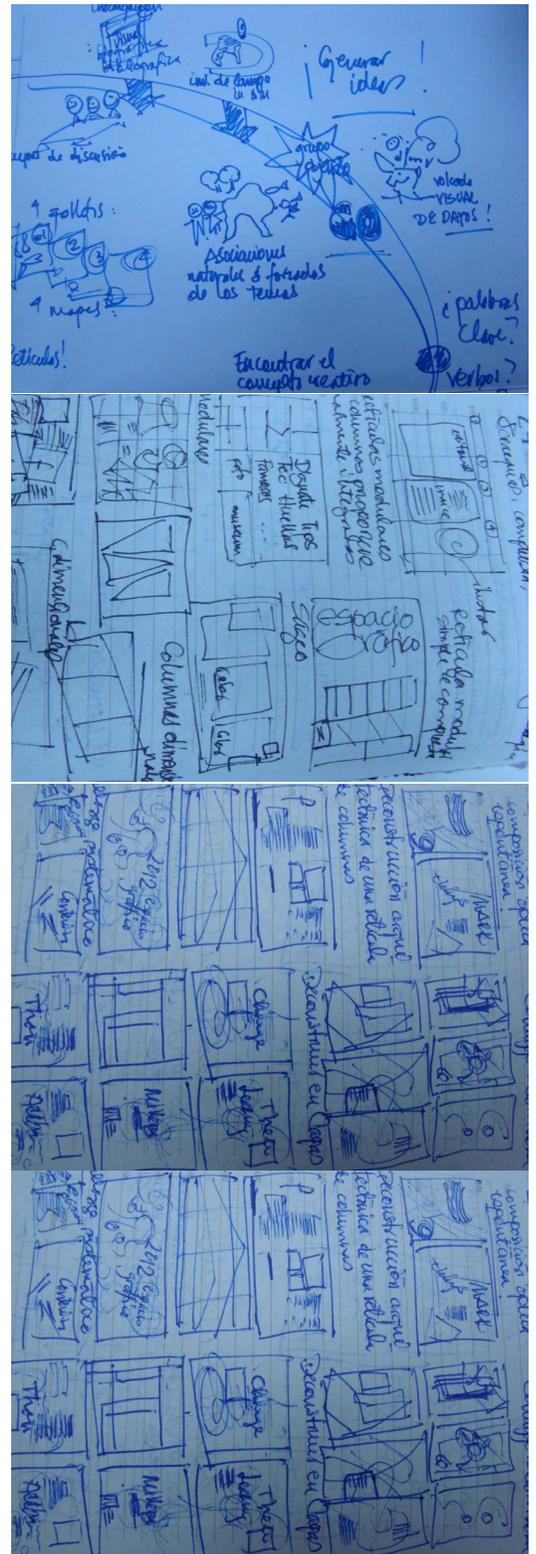
### NIVEL 1

#### Bocetos Roof

Durante ésta etapa se analizan los temas, las imágenes que se usarán y se procede a elaborar docenas de bocetos a lápiz y marcadores, que pudieran ser la imagen que se desarrollará para las publicaciones de la entidad. Se toman todos los elementos que deben colocarse, se prueban retículas, tamaños de letras y se definen el carácter de la pieza y la línea gráfica que se adoptará.

En las publicaciones de AECID se respetó el manual de visibilidad de la entidad, se procesaron los textos oficiales del Ecomuseo del Lago y se consideró que las publicaciones debían ser claras, concretas, sobrias y elegantes, determinando que las imágenes terminarían de hablar e ilustrar los temas de manera que el turista pudiera imaginar la belleza que encontraría al llegar, la riqueza de colores, la variedad de iluminación y paisajes, la gente.

Habiéndose obtenido algunos de los que aparecen en el robapágina de la derecha para pasar al nivel 2.



## NIVEL 2

### *Dummies*

Durante ésta etapa se evalúan los temas, las imágenes que se usarán y se procede a elaborar docenas de bocetos que pudieran ser la imagen que se desarrollará para las publicaciones de la entidad. Se toman todos los elementos que deben colocarse, se prueban retículas, tamaños de letras y se definen el carácter de la pieza y la línea gráfica que se adoptará incluso se hacen pruebas digitales de la maquetación que se ha pensado realizar.

Se consideró que las publicaciones debían ser claras, concretas, sobrias y elegantes, determinando que las imágenes terminarían de hablar e ilustrar los temas de manera que el turista pudiera imaginar la belleza que encontraría al llegar, la riqueza de colores, la variedad de iluminación y paisajes, la gente. Habiéndose obtenido los siguientes:

### Folleto “Orígenes de la nación”

Bocetos de las portadas y contraportadas





## Dummies

Realizados para Folleto "Orígenes" Sobre la historia de las poblaciones de la cuenca del Lago de Atitlán.

**Créditos**

**Coordinación General**  
 Arq. Luis Mucari Roca  
 Director del Programa de Protección al Patrimonio Cultural y Natural de la Agencia Española de Cooperación Internacional.  
 Arq. José Luis Menéndez Ronquillo  
 Director del Ecomuseo del Lago de Atitlán

**Investigaciones históricas realizadas por**  
 Arq. Matilde Ivic

**Equipo Técnico**  
 Pablo Robledo  
 Coordinación de Ojones, Ecomuseo del Lago  
 Waleika Stekaritza  
 Coordinadora de publicaciones, Publicidad Alt.  
 Las imágenes, ilustraciones y fotografías son de  
 Gráfico Tres detalles y Publicidad Alternativa,  
 dación total o parcial para otros fines.

**Colaboradores**  
 Lillian Caná, David Cochaj y Débora Gómez  
 Coordinadores Centros de Atención al Turista  
 turísticos de las rutas del Ecomuseo del Lago  
 Municipios de San Andrés Semetabaj, Panajachel  
 Palopé.  
 Cofrades y Ojales espirituales de Atitlán en co-  
 Oríaju 13 B aktum

*Naturalmente cultural ...*

recibía los tributos recaudados en los chinamit, figura que sobrevive en lo que hoy se conoce como "canton" y que en aquel entonces reconocían como autoridades a un ojow o señor y del cual los habitantes tomaban el apellido aunque no estuvieran emparentados.

De estos chinamit, algunos eran más importantes que otros pues siempre había uno del cual se seleccionaba el Aj Pop para el omog'.

Los ojow eran los encargados de dirigir al pueblo y para poder llevar el control, se servía de otro funcionario: un q'otl och' (consejero), un k'ulipoton (recolector de tributos) , un q'pop och' (acostante) y posiblemente un guemero este llamado oltomimiq (gran águila), que seguramente lo ayudaban a administrar los asuntos de producción agrícola, comercio, construcción, militares, religiosos y de justicia.

Estos nobles se diferenciaban del resto de la población vistiendo finas telas de colores, adornados con joyas, plumas y pieles, además de gozar del privilegio de tomar chocolate. Al igual que las cofradías actuales, estos cargos eran altamente jerárquicos, en donde los jóvenes debían ocupar inicialmente los puestos más bajos hasta que llegaban a alcanzar la posición de principales.

El resto de la población era constituido por los "mocheuales", el ciudadano común, que usualmente se desempeñaba como funcionario gubernamental menor, guemeros, mercaderes, artesanos, albañiles, agricultores, pescadores y otros. Estos se vestían con telas burdas de henequén y no podían adornarse.

En la base de la pirámide social se encontraban los moyepes, esclavos y siervos que trabajaban para los señores importantes y quienes generalmente eran personas originarias de otros poblados que habían sido capturados en alguna batalla.

*Culturalmente natural ...*

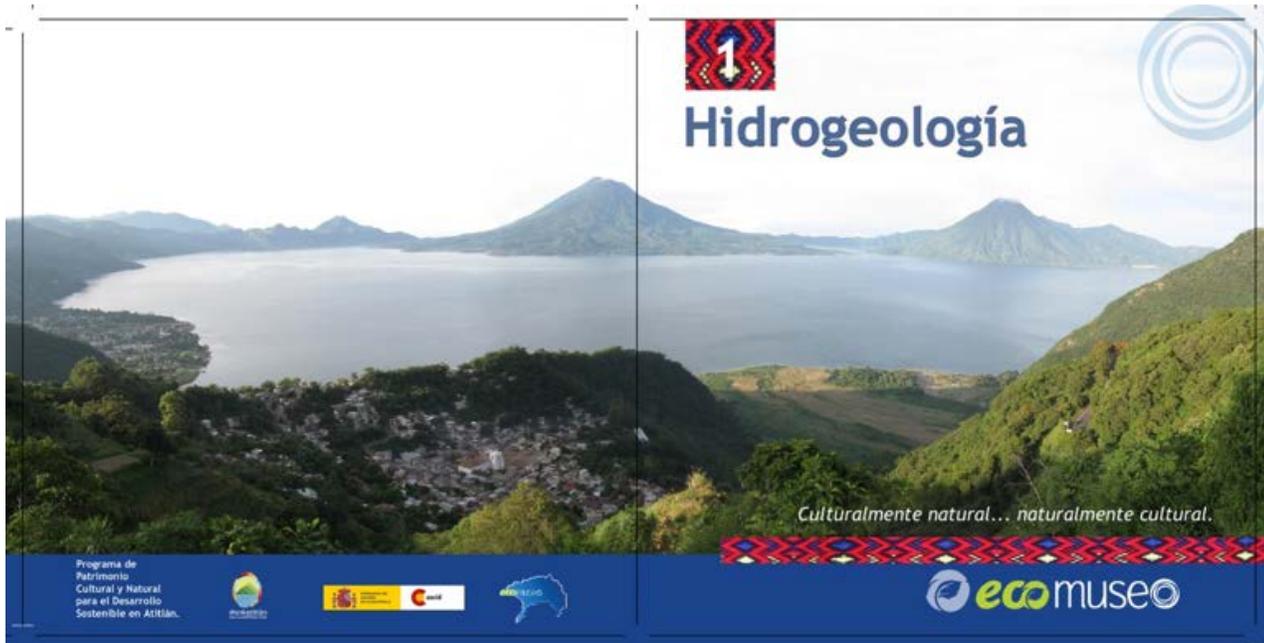
Portadillas, créditos,  
páginas interiores y detalles



Estos son los bocetos trabajados para las páginas interiores del Folleto "Un lago en una caldera", o Hidrogeología.



## Dummies



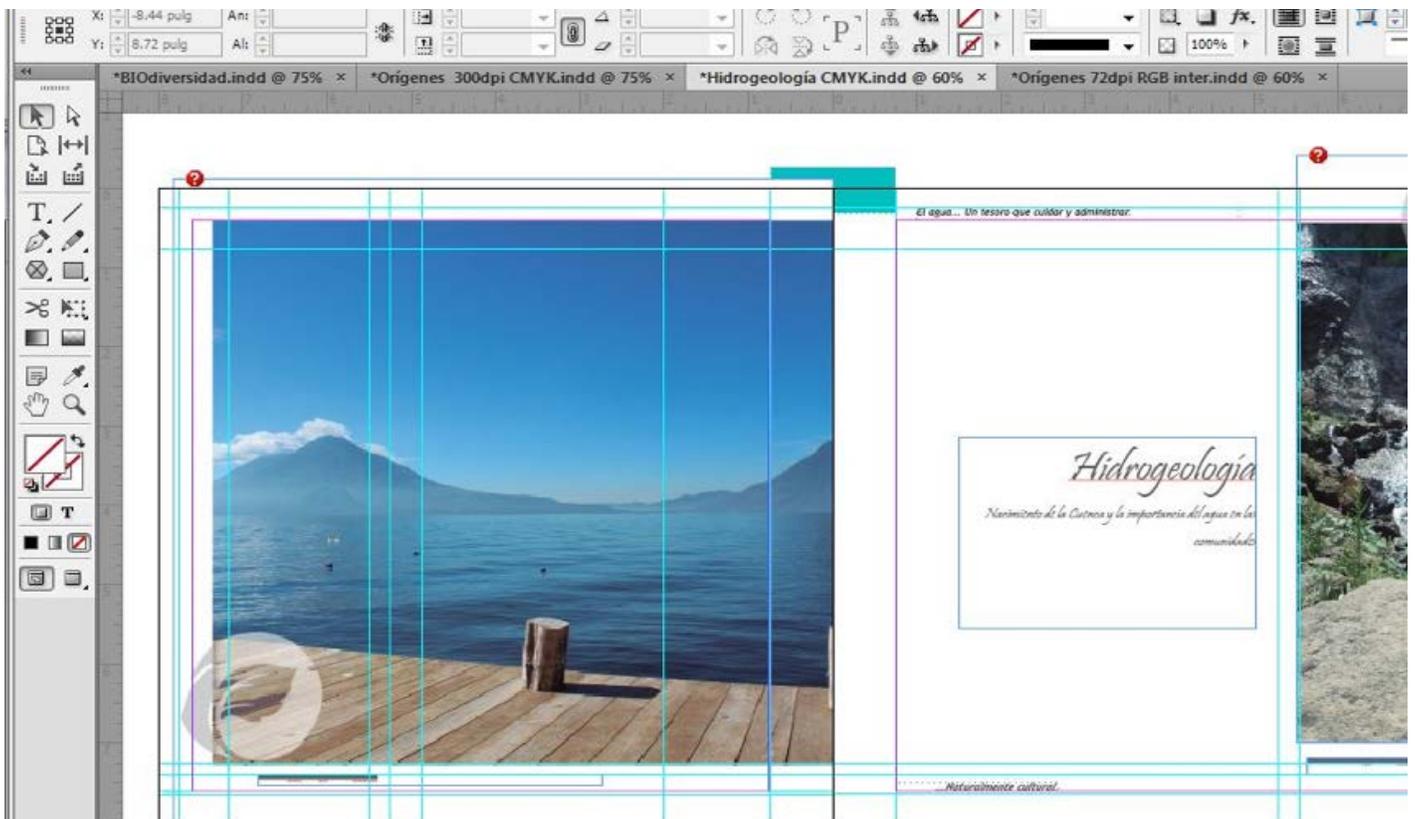
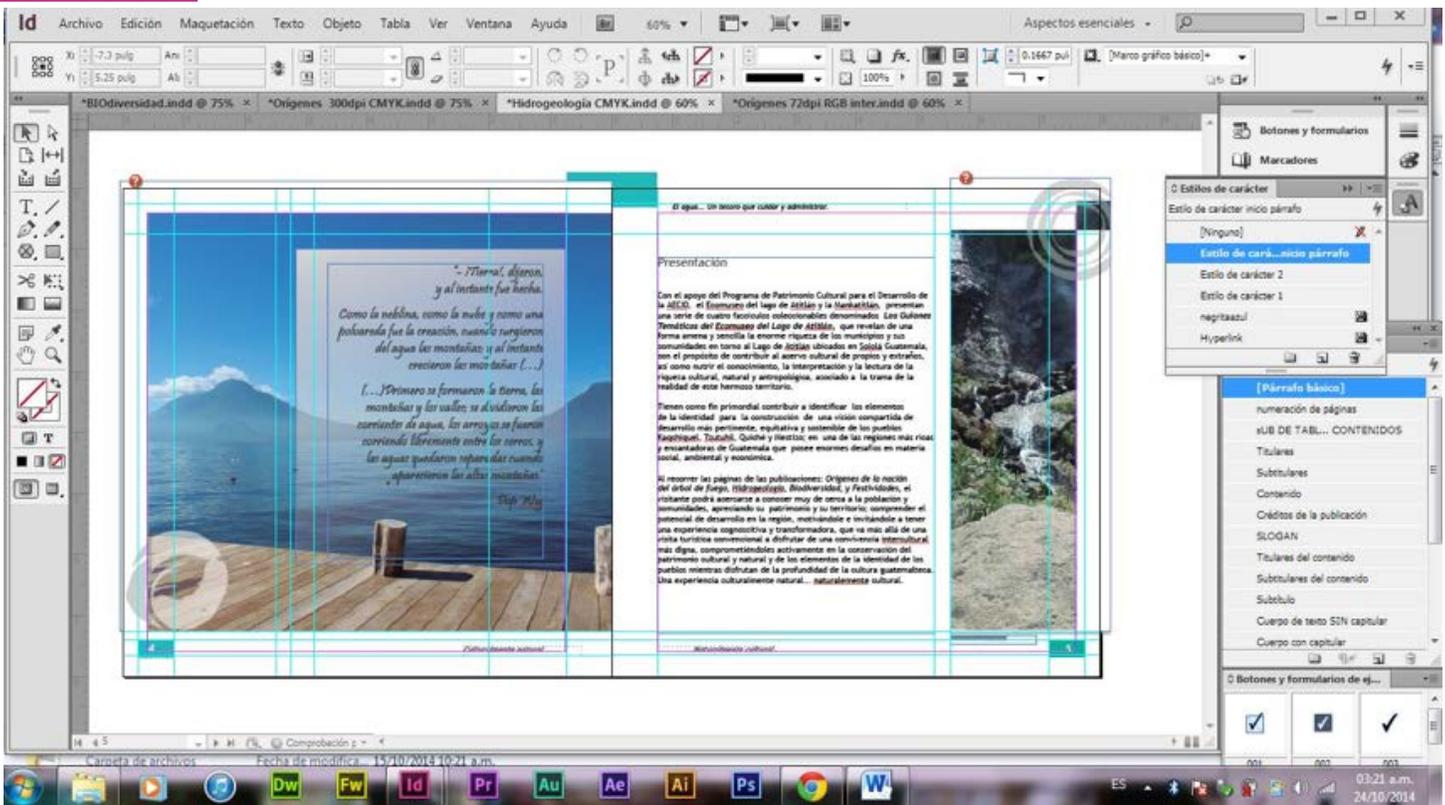
## Bocetos

Realizados para la portada del Folleto "Hidrogeología"

Sobre la historia de las formaciones volcánicas y la explosión de "Los Chocoyos"

Páginas interiores tipografía, detalles: hoja y tocoyal

# Páginas interiores del folleto sobre Hidrogeología.





2

# Biodiversidad

Culturalmente natural... naturalmente cultural.

Programa de Patrimonio Cultural y Natural para el Desarrollo Sostenible en Atitlán.

Makanitlán

eco museo del lago de Atitlán



3

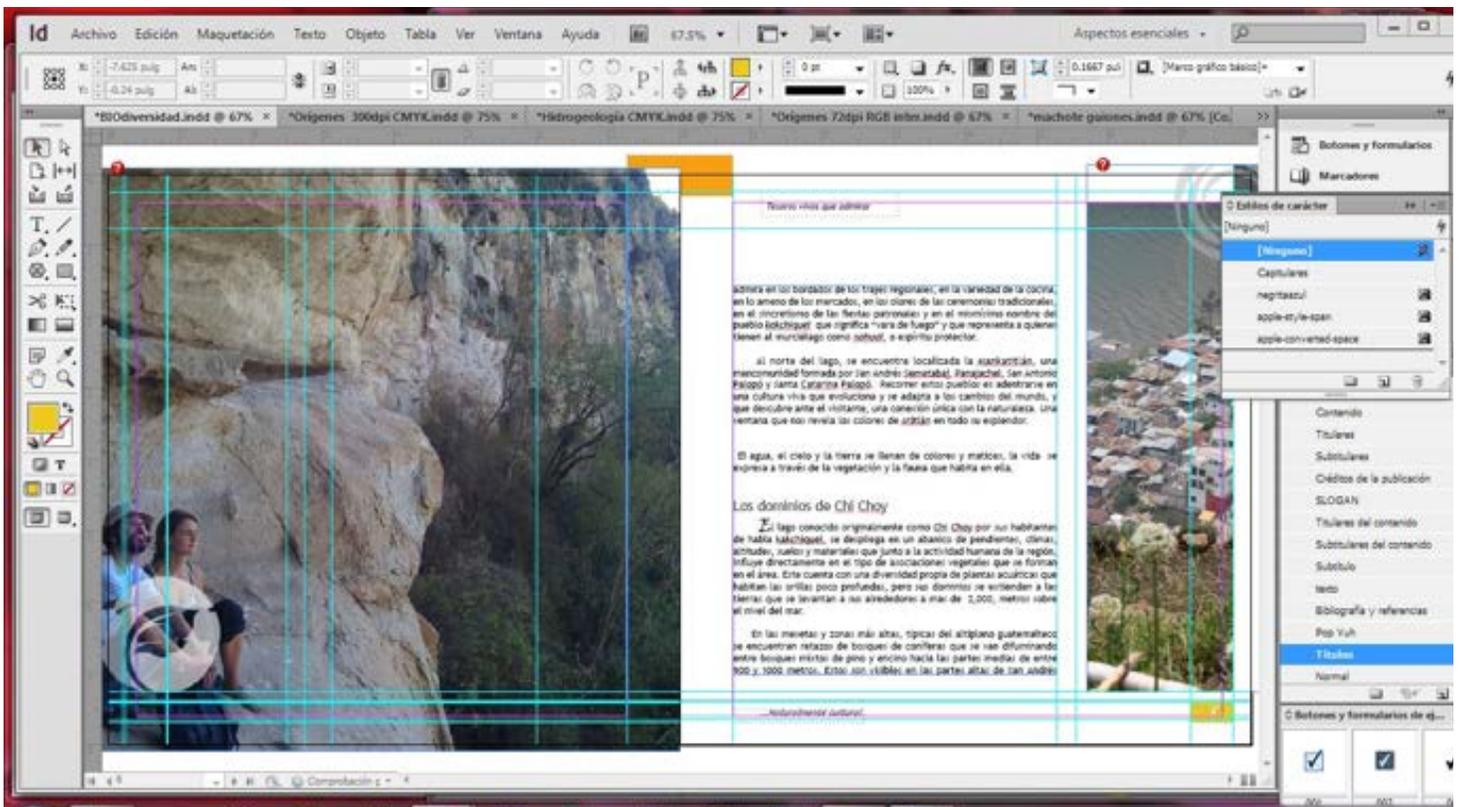
# Biodiversidad

Culturalmente natural... naturalmente cultural.

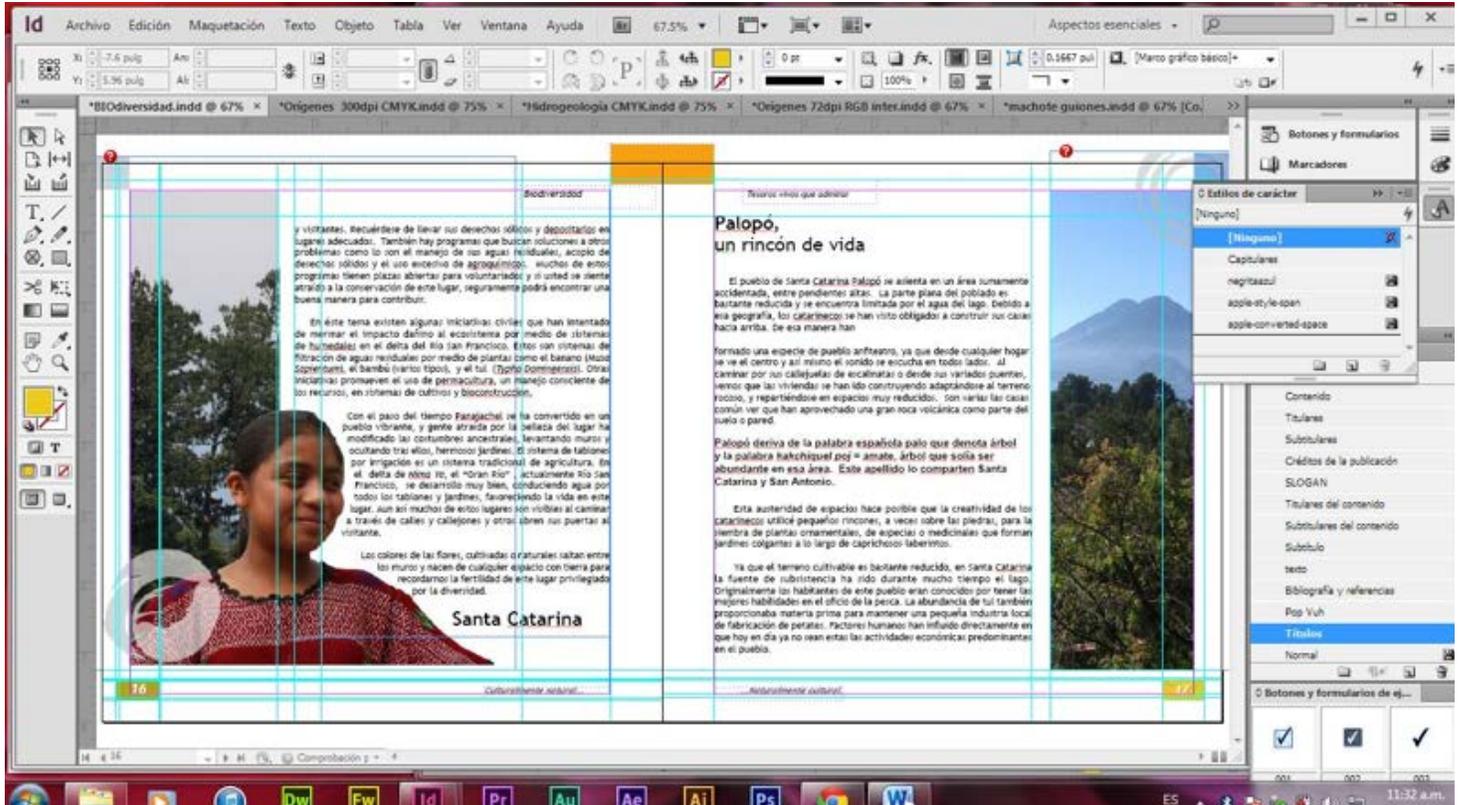
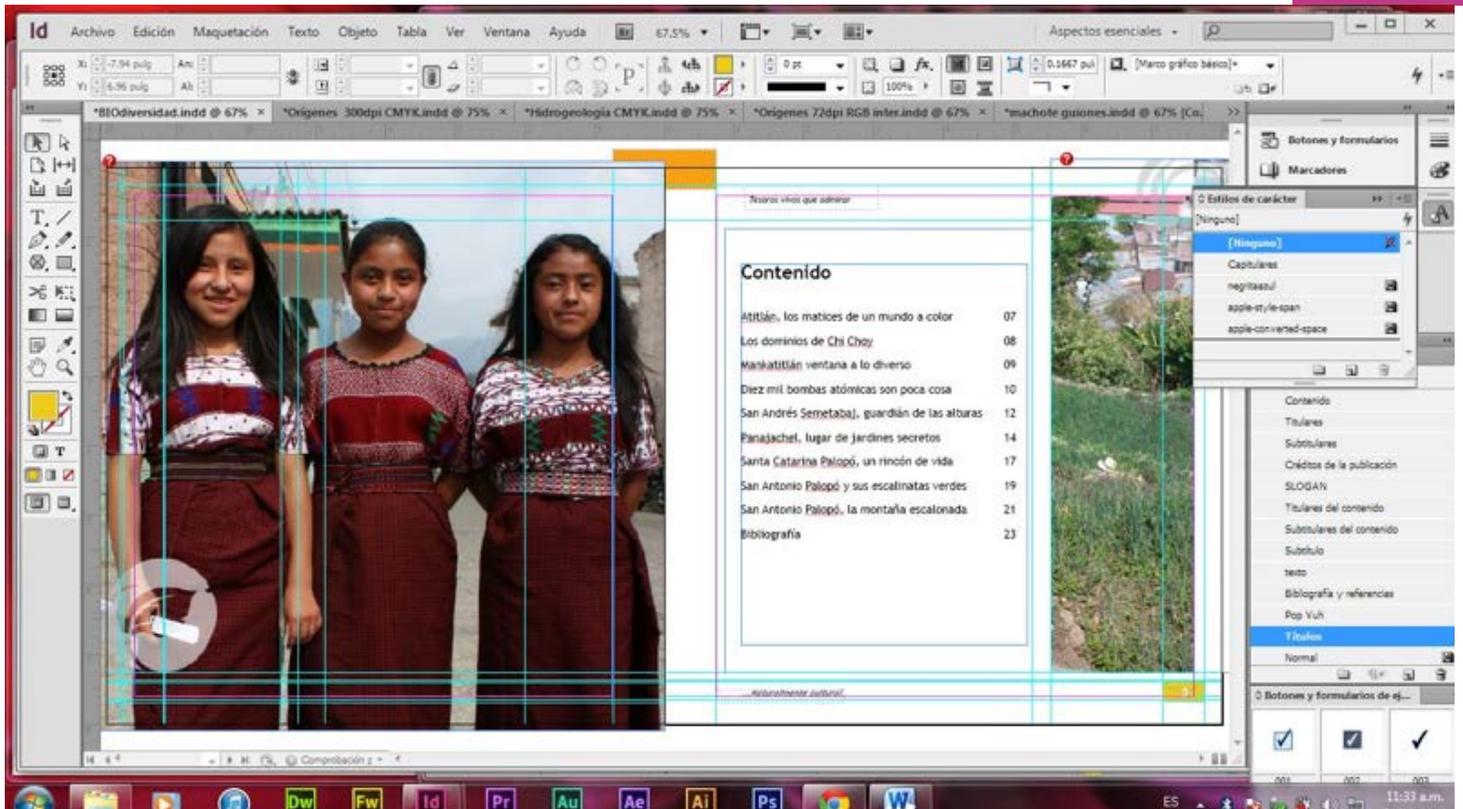
Programa de Patrimonio Cultural y Natural para el Desarrollo Sostenible en Atitlán.

Makanitlán

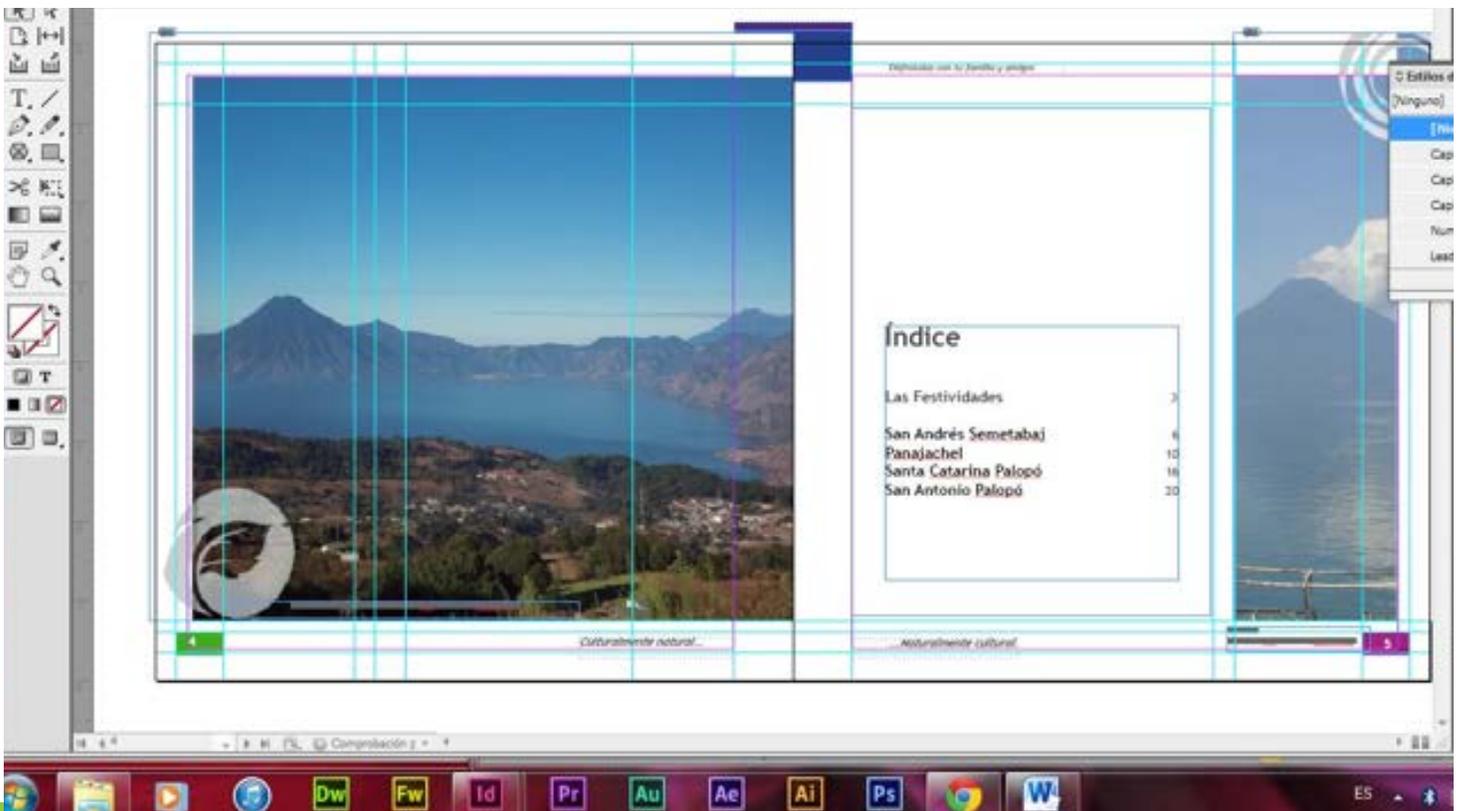
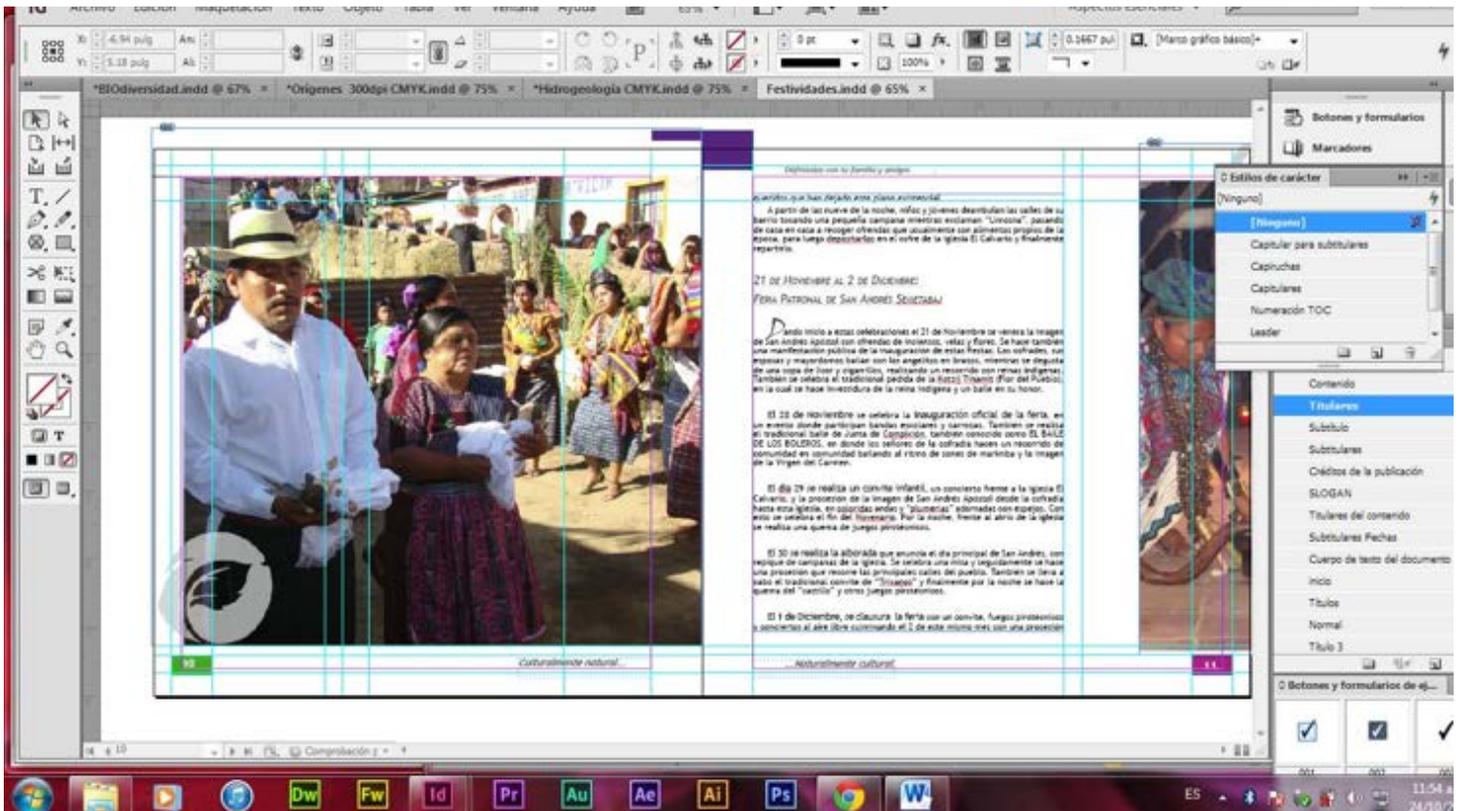
eco museo del lago de Atitlán

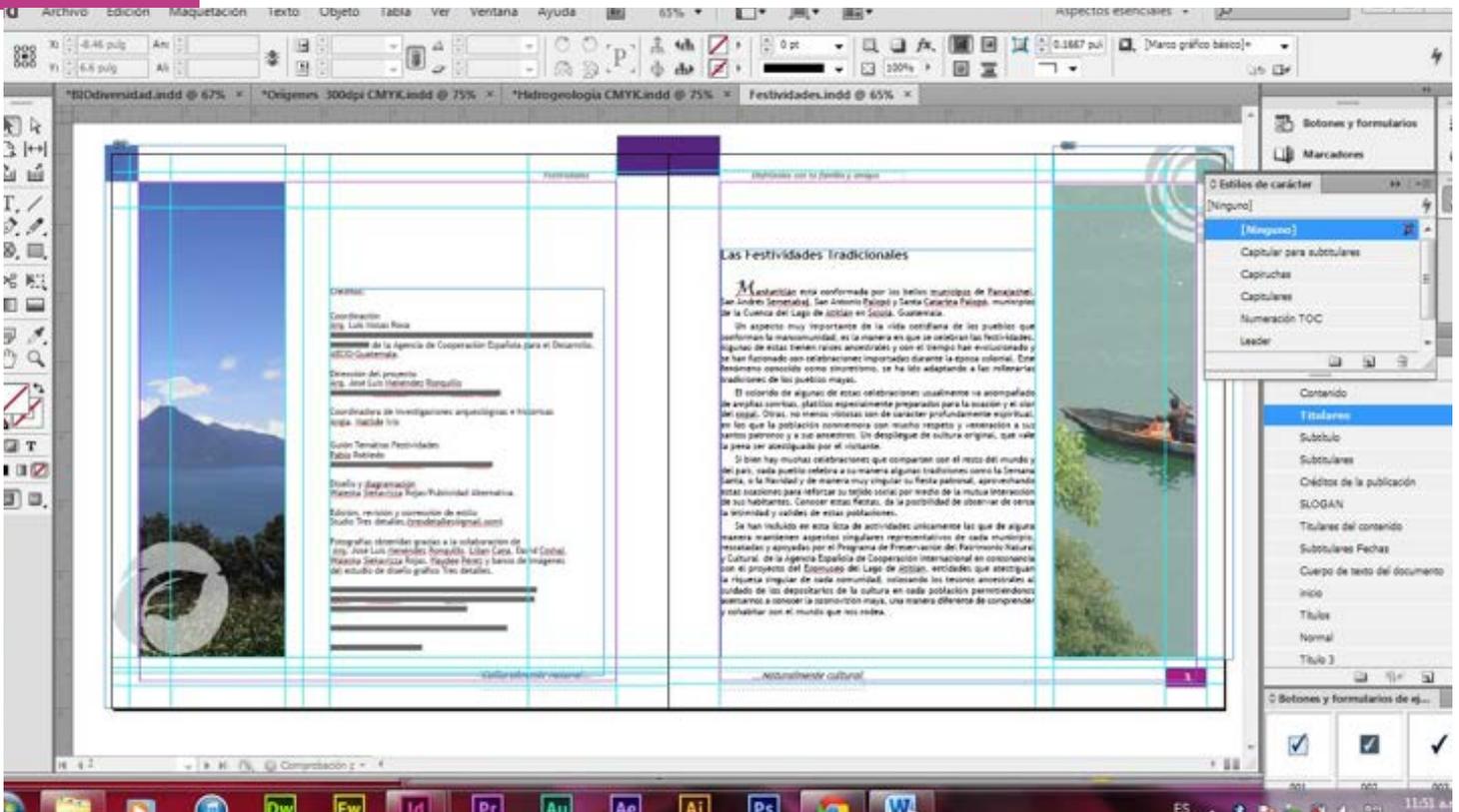


## Páginas interiores del folleto sobre Hidrogeología









Desde el medio día del uno hasta el medio día del dos, la campana de la iglesia de "El Calvario" suena regularmente en acto simbólico de comunicación con los seres queridos que han dejado este plano existencial.

A partir de las nueve de la noche, infios y jóvenes desambulan las calles de su barrio tocando una pequeña campana mientras exclaman "Limóna", pasando de casa en casa a recoger ofrendas que usualmente son alimentos propios de la época, para luego depositarlos en el cofre de la iglesia El Calvario y finalmente repartirlos.

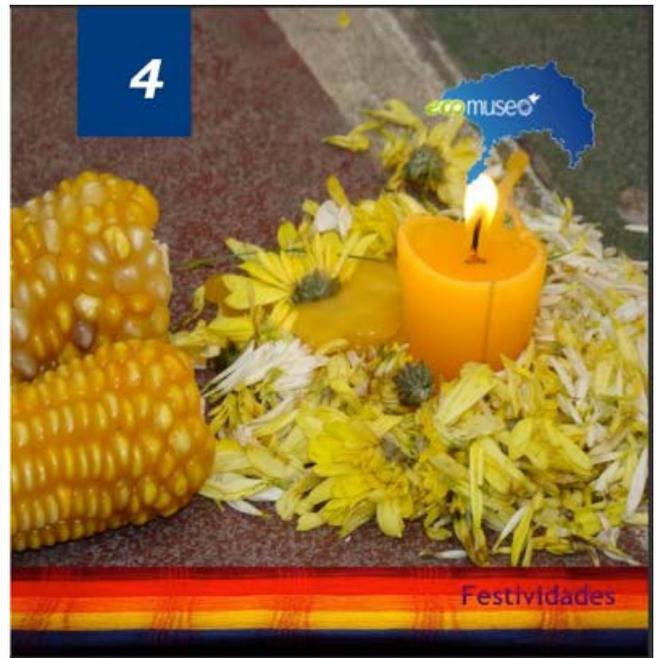
#### 21 de Noviembre a 2 de Diciembre: Feria Patronal

Dando inicio a estas celebraciones el 21 de Noviembre se venera la imagen de San Andrés Apóstol con ofrendas de incienso, velas y flores. Se hace también una manifestación pública de la inauguración de estas fiestas. Los cofrades, sus esposas y mayoritariamente bailan con los angelitos en brazo, mientras se degusta de una copa de licor y cigarrillos, realizando un recorrido con reinas indígenas. También se celebra el tradicional pedida de la kotz'j Tinamit (Flor del Pueblo), en la cual se hace investidura de la reina indígena y un baile en su honor.

El 28 de Noviembre se celebra la inauguración oficial de la feria, en un evento donde participan bandas escolares y carrozas. También se realiza el tradicional baile de junta de compisón, también conocido como el baile de los boñeros, en donde los señores de la cofradía hacen un recorrido de comunidad en comunidad bailando al ritmo de sones de marimba y la imagen de la Virgen del Carmen.

El día 29 se realiza un convite infantil, un concierto frente a la iglesia El Calvario, y la procesión de la imagen de San Andrés Apóstol desde la cofradía hasta esta iglesia, en coloridas andas y "plumerías" adornadas con espejos. Con esto se celebra el fin del Noventa y uno. Por la noche, frente al atrio de la iglesia se realiza una quema de juegos pirotécnicos.

...Naturalmente Cultural.



De las propuestas trabajadas, se efectuó una reunión de validación con el Equipo de trabajo., previo a pasar al Nivel 3.



Reunión de trabajo  
Foto: José Luis Menéndez

## Validación de las piezas

La estrategia de evaluación de las piezas se llevó a cabo de la siguiente manera:

Realizando una evaluación objetiva de cada folleto en base a los aspectos indicados por el asesor.

### FOCUS GROUP

- Se realizó una reunión de trabajo donde se proyectaron los folletos para que cada uno pudiera visualizar las piezas completas contextualizadas.
- Se comentó acerca del propósito y objetivos de cada publicación.
- Se envió vía Dropbox un archivo de cada folleto en formato PDF para que el evaluador pudiese revisar cada pieza por separado y tomarse su tiempo para efectuar las sugerencias o comentarios a cada una.
- Se tomaron fotografías de la evaluación realizada para documentar el proceso evaluativo.

## Procedimiento y mejoras sugeridas

Cada evaluador tuvo a la mano los folletos en versión digital cargados en su correo y en físico versión en blanco y negro para realizar sus anotaciones cada uno. A continuación las fotografías del proceso realizado para documentar la actividad.

El Arq. Luis Mozas, Coordinador del Programa de Patrimonio para el Desarrollo de la AECID, dejó constancia de su evaluación en la hoja proporcionada por el EPS y en la individual, respecto de las publicaciones vertió las siguientes opiniones y sugerencias, junto a la MSc. Raquel Fortuny (Universidad de Valencia) y Arq. José Luis Martínez (Universidad de Murcia).

- Los folletos impresos se quedarán con el paginado indicado y establecido por cuestiones de presupuesto de impresión de las piezas, le han encantado y desea que se terminen pronto para llevarlos a las sedes del Ecomuseo del Lago ya impresos.
- Los folletos digitales desea que se aumente el número de páginas para que sean incluídas más fotografías de tal manera que el texto del folleto se vea lea más a gusto.
- Desea que se agreguen de 6 a 10 imágenes más que terminen de ilustrar completamente y motiven a las personas a conocer cada lugar mencionado en los temas de los folletos. Solamente acotó colocar la página web, correo electrónico de contacto.
- Bajar dos puntos a los piés de foto.
- Conservar la retícula de una columna, no utilizar dos columnas.
- Al parecer se leerá más texto lo cual es una ilusión visual. Se siente mejor y más cómodo utilizar solamente la imagen y luego el texto a una columna.
- Cambiar dos fotografías por dos más recientes que él mismo ha realizado para ilustrar bosques nubosos en el folleto Biodiversidad.
- Revisó los tres folletos y le pareció muy buena la línea gráfica utilizada, solamente indicó subir puntos a la letra del nombre de cada folleto en la portada.

## Validaciones



Reunión de trabajo  
Foto: Haydee Pérez

- De inicio les parece muy atractivo e interesante.
- Sugieren mantener el reticulado de mapa y una columna.
- Dejar la capitular para el inicio del documento para que se luzca y llame la atención a comenzar la lectura del mismo.
- Le parecen interesantes las ilustraciones de la hoja vegetal y el tocoyal que evoca también el viento Xocomil para dar énfasis a las fotografías utilizadas, le parece muy bien que sea utilizado como sello sugerido muy mimetizado a la publicación y que la hoja se utilice también en la portada tal cual.
- Sugiere cambiar una de las fotografías de la portada por otra más reciente que aportará al documento.

Por último, manifestaron su anuencia por el trabajo que se ha realizado hasta la fecha, felicitación extensiva a los profesores, Escuela de Diseño Gráfico y la Facultad de Arquitectura.

Notas:

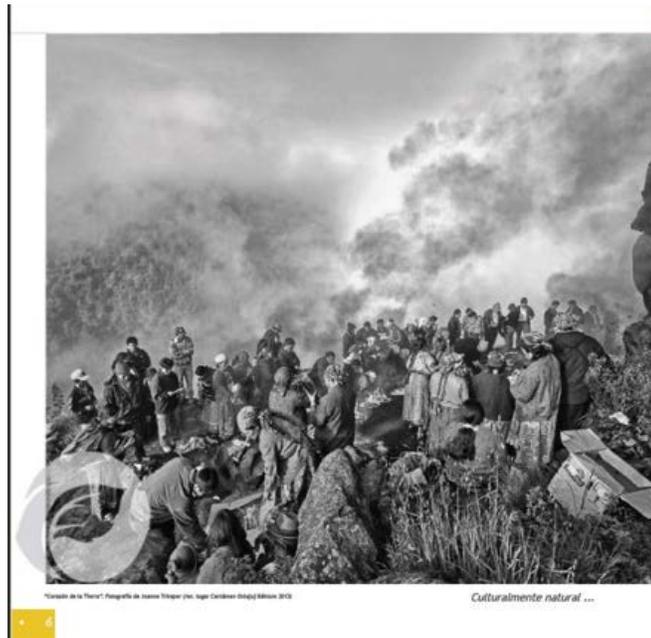
Cada evaluación está documentada con fotografías, folleto impreso, folleto digital y hoja de evaluación resuelta.

## NIVEL 3

### Publicaciones digital e impresa



### Portadas Folletos "Orígenes de la nación"



"Volcán de la Tzuc" Fotografía de James Triggler (en: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Volcán\_de\_la\_Tzuc.jpg)

Culturalmente natural ...

La nación del árbol de fuego

## Índice

Presentación	5
Orígenes de la nación del árbol de fuego	9
En busca de las raíces	10
El libro de las memorias	11
La voz de los objetos	12
Los escalones de la pirámide	14
Los vecinos	16
La llegada del hombre blanco	18
La cruz llega a los pueblos	19
La cosmovisión nativa	22
El Ecomuseo del Lago de Atitlán	24

...Naturalmente cultural .



"Fuego". Foto de An. José Luis Hernández



"Don Gabán". Foto de Héctor Pérez.

Orígenes de la nación kaqchikel

## La nación del árbol de fuego

**M**ankatitlán nos ofrece una ventana a esta cultura, que se distingue no solamente por sus costumbres, por sus trajes, por su lenguaje sino por estar enmarcada perfectamente por Chichoy, la gran agua, el Lago Atitlán, que también nos ofrece un paisaje de historia natural excepcional y un mundo de vida espiritual ancestral.

### En busca de las raíces

Como todas las culturas, los kaqchikeles no han sido una excepción en crear una explicación mitológica para sus orígenes. Por su parte la ciencia, que busca apearse a las evidencias, nos muestra su propia versión de los hechos. Recurriendo a herramientas como la lingüística, la arqueología y la etnohistoria, se revelan las respuestas que se ocultan tras el paso del tiempo.

Los lingüistas han definido al *kaqchikel* como uno de los treinta idiomas mayas que se hablan hoy en día, estableciendo además, su cercanía al *k'iche'* y al *tz'utujil*, pues los tres, conformaban uno solo que ha sido llamado *k'iche'ño*. Este idioma se hablaba en gran parte del Altiplano Oriental y el Altiplano Central, hasta su división hace aproximadamente mil años. A su vez, proviene del *k'iche'* mayor, madre de otros idiomas como el *uspanteko*, *poqomam*, *poqomché* y *q'eqché*.

El origen conjunto de las lenguas de la región es una lengua ancestral que ha sido denominada como *proto-mayo*, hablado aproximadamente hace 4,000 años y que quizás era el lenguaje original de la mitica *Tulón*.

Aquí en el lago, hay evidencia de que la vida humana se asentó aproximadamente hace 3000 años, posiblemente cuando el *k'iche'ño* aún no se dividía en estas tres ramas. Antes de 1,400 d.C., toda la cuenca del lago seguramente pertenecía a los dominios *tz'utujiles*, quienes pudieron tomar el control de la zona desde el período conocido por la ciencia como Clásico Tardío, cuando se separaron los grupos *k'iche'ños* en tres diferentes lenguas.

Culturalmente natural ...

La nación del árbol de fuego

### El libro de las memorias

De la época prehispánica hay muy pocos documentos que relaten la vida de los pueblos mesoamericanos. Muchos de estos textos fueron irremediablemente perdidos durante el proceso de conquista española y la consecuente colonización. Si bien se dice que algunos de estos podrían estar guardados y escondidos por guardianes *inógnitos*, lo cierto es que durante la colonia algunos personajes relevantes de estos pueblos aprovecharon el nuevo conocimiento de la escritura occidental para plasmar su historia y dejar un testimonio en el tiempo. En esta actividad cabe destacar que los *kaqchikeles* fueron más prolíficos que otros pueblos indígenas.

Los documentos de Xpantzay y el Memorial de Sololá son una buena muestra de estos textos, conteniendo historia de los orígenes del pueblo, así como títulos de tierra y testamentos. Otros documentos como el Título de San Martín Jilotepeque y algunos libros escritos por los *k'iche'*: el *Popol Vuh* y el Título de Tonicapán, son fuentes que proporcionan información sobre los orígenes del pueblo *kaqchikel*.

El Memorial de Sololá, es un libro originalmente escrito por Don Francisco Hernández Arana, uno de los señores principales de los *Xajiles*, gobernadores originales de *Iximché*. El texto original se hizo en *kaqchikel* utilizando el alfabeto castizo. Eventualmente fue traducida al francés, al inglés y finalmente al español. A este libro también se le conoce como Manuscrito *Qaqchikel* y Memorial de Tecpán Atitlán.

El libro se divide en dos partes, la primera nos cuenta el origen y el destino de las poblaciones *kaqchikeles* y la historia de los *xajiles* a partir de la revuelta de otro linaje, los *tukuche'es*, a finales del siglo XV.

La segunda parte ya contiene datos de la época colonial hasta principios del siglo XVII, que incluye registros de epidemias, desastres naturales, la conquista española, el pago de tributos y las muertes de miembros prominentes de la familia *Xajil*.

...Naturalmente cultural .

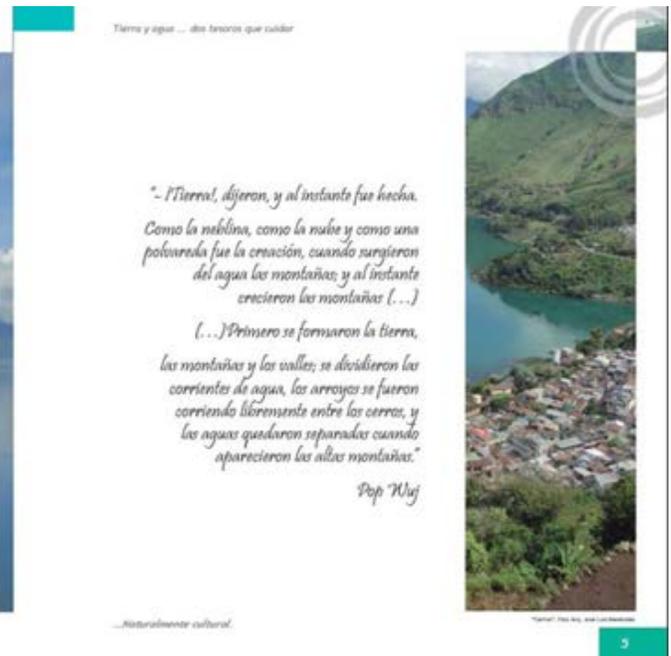
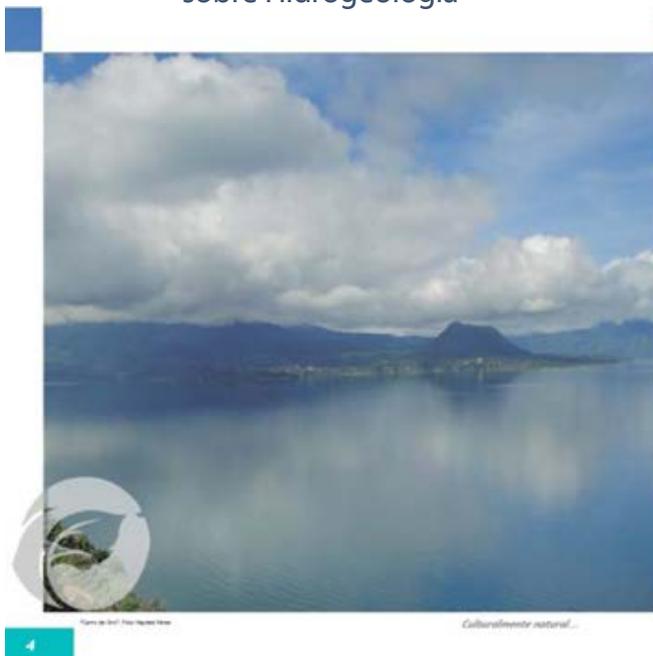


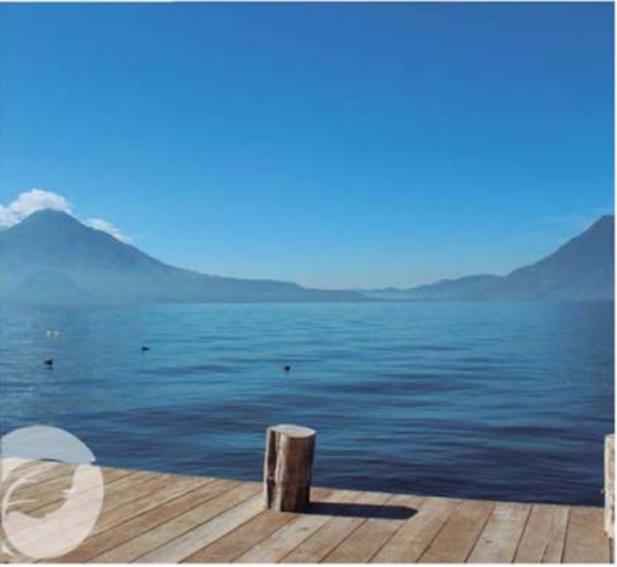
Salida al Lago de Atitlán. Foto Héctor Hernández S.

Portada  
folleto  
Hidrogeología



Páginas interiores del folleto  
sobre Hidrogeología





"Lago de Atitlán", Foto: AN, José Luis Hernández

*Culturalmente natural...*

Tierra y agua ... dos tesoros que cuidar

## Contenido

Presentación	03
Habla el Popol Wuj	05
Atitlán, la magia de los cuatro elementos	09
La historia que cuentan las piedras	10
La danza de la fuerzas de la tierra	11
Diez mil bombas atómicas son poca cosa	12
Agua, el elixir de la vida	14
Una puerta de entrada a la belleza	16
San Andrés Semetabaj, la piedra de vidrio	18
Panajachel, en el delta de Hima Yá, "El Gran Río"	20
Santa Catarina Palopó y sus cálidas aguas	22
San Antonio Palopó, la montaña escalonada	23
Los retos del porvenir	26
El Ecomuseo del Lago de Atitlán	29
Bibliografía	31

*...Naturalmente cultural.*



"Lago de Atitlán", Foto: AN, José Luis Hernández

Hidrogeología

## San Andrés Semetabaj

### La piedra de vidrio

Semetabaj en kaqchiquel significa piedra vidriosa. Semet+vidrio Abaj=piedra

Su ubicación en la parte alta de las montañas es ideal para observar desde una perspectiva amplia todo el entorno de la cuenca que abraza el paisaje del lago. De ese mirador pueblo puede iniciarse idealmente el recorrido que nos lleve a descubrir los tesoros culturales del resto de la mancomunidad.

En San Andrés los accidentes geológicos como cuevas, restos de una laguna, nacimientos de agua y riachuelos son motivo de excursión y fuente de conocimiento.

Al norte del pueblo se encuentran los restos de la Laguna Xetoy, que desapareció hace más de 30 años tras drenarse a causa del terremoto de 1976. Antes de su desaparición se utilizaba para fines recreativos y deportivos como la natación. Esta laguna daba evidencia de antiguos cuerpos de agua que se encontraba en la región y de los cuales muy posiblemente se abasteció Atitlán.

La expresión espiritual local cree que las cuevas en general son pasajes a Xibalbá, el inframundo. Por lo tanto muchas de estas cuevas son utilizadas para ofrendar y comunicarse con los antepasados.

Al norte de Xetoy se encuentra la Cueva de Pacamán que según los lugareños se encuentra encantada y contiene abundantes peces.

*Culturalmente natural...*

Tierra y agua ... dos tesoros que cuidar

Nadie puede decir si es o no cierto ya que nadie se ha aventurado completamente en sus profundidades para comprobarlo.

Tuj-Yá, que en lengua maya significa "vapor de agua", es un nacimiento que surge en el centro del pueblo y forma parte de la red de abastecimiento de agua potable del pueblo. Hoy en día, el agua ya no sale tan caliente pero aun se percibe calidez durante las mañanas, haciéndose más fresca durante el transcurso del día.

Del Cerro Caxtejax al oriente del poblado, los abuelos dicen que en su interior retumba de vez en cuando. Al cerro lo representan con el Tijax, el nahual de la piedra obsidiana.

En cuanto a recursos hídricos, San Andrés Semetabaj cuenta con tres ríos. Dos surcan la cabecera, el Pach'ib y el Chicasanrés, que más abajo se unen para formar el Río Tz'alá. El tercero recorre el área rural con el nombre de Madre Vieja o Neyo, según las comunidades. También hay algunos arroyos que las mujeres utilizan para el lavado de ropa en pilas públicas o para el riego de cultivos.

En la comunidad Los Robles se extrae del Río Madre Vieja, arena que luego es utilizada en construcción. A éstos ríos se suman varios nacimientos pequeños que abastecen de agua los centros poblados del municipio.

*...Naturalmente cultural.*



"Cascata", Foto: AN, José Luis Hernández



"Vista al lago Atitlán". Foto: Roberto Pérez

...Culturalmente natural...

## El Ecomuseo del Lago Atitlán

**E**l Ecomuseo del Lago Atitlán es un proyecto de desarrollo integral y sostenible que se impulsa desde el 2008, en el Departamento de Sololá en Guatemala, desarrollándose gracias al apoyo del Programa Patrimonio para el Desarrollo de la AECID, en el marco asociativo de cinco municipios denominados Mancomunidad de municipios: Mankatitlán: Panajachel, San Antonio Palopó, San Andrés Semetabaj, Santa Catarina Palopó y Santa María Visitación.

El Ecomuseo del Lago acciona a partir del reconocimiento y valoración del patrimonio cultural, natural y antropológico de los pueblos Kaqchiquel, Tzutuhil, Quiché y Mestizos que conviven en torno al lago de Atitlán, reconociendo que la cultura es el principal motor y potencial del desarrollo en la región.

El Ecomuseo combina una serie de estrategias y acciones para mejorar la calidad de vida y de ingresos de los habitantes de las comunidades con mayor equidad.

Promueve que los pueblos identifiquen y fortalezcan los elementos de su identidad: creando y desarrollando capacidades (instancias, instrumentos y mecanismos sostenibles) para la implementación de las políticas de descentralización de la gestión del arte y la cultura, la conservación y difusión del patrimonio cultural y natural así como el apoyo, la valorización y difusión de las expresiones culturales, artísticas y artesanales.

...Naturalmente cultural.



"Vista al lago Atitlán". Foto: Roberto Pérez



"Vista al lago Atitlán". Foto: Roberto Pérez

### Biodiversidad maravillosa

#### Créditos:

**Coordinación General**  
 Arq. Luis Wozar Roca  
 Director del Proyecto de Patrimonio Cultural para el Desarrollo, AECID- Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo, OTC Guatemala.

**Dirección del proyecto**  
 Arq. José Luis Menéndez Romaguila  
 Director del Ecomuseo del Lago de Atitlán, Mankatitlán.

**Equipo Técnico**  
 Pablo Robledo  
 Director Cultural Ecomuseo del Lago de Atitlán

Agradecimiento especial al equipo de Oufas Comunitarios y equipo de Innovaciones Turísticas del Ecomuseo del Lago de Atitlán

Diseño y diagramación  
 Waleika Siskarieta Rojas/ Pa y Tera detalles.  
 siskarieta@gmail.com  
 Colaboración especial de  
 Hayden Pérez (OJ, Fanuac).

Todas las imágenes han sido donadas por  
 Arq. José Luis Menéndez Romaguila,  
 Ulián Cará, Waleika Siskarieta Rojas,  
 Hayden Pérez y el Banco de Imágenes del Ecomuseo del Lago de Atitlán.

Financiado y desarrollado total o parcialmente por la Agencia Española de Cooperación y el Programa de Patrimonio Cultural para el Desarrollo.

Todas las derechos reservados para uso exclusivo del Ecomuseo del Lago de Atitlán de Guatemala y sus fines de promoción turística y patrimonial.

Si desea información de nuestros otros servicios Culturales, multimedios, talleres de escritura, talleres guiados por nuestros comunitarios, paseos en los tabancos de madera colados, excursiones, talleres, actividades y guías especializadas, para ampliar información envíenos a:  
 ecomuseodelagodeatitlan@gmail.com

...Culturalmente natural...

### Riqueza viva que cuidar

#### Presentación

Con el apoyo del Programa de Patrimonio Cultural para el Desarrollo de la AECID, el Ecomuseo del Lago de Atitlán y la Mancomunidad, presentan una serie de cuatro fascículos coleccionables denominados: *Los Guifos Temáticos del Ecomuseo del Lago de Atitlán*, que revelan de una forma amena y sencilla la enorme riqueza de los municipios y sus comunidades en torno al Lago de Atitlán ubicados en Sololá Guatemala, con el propósito de contribuir al acervo cultural de propios y extraños, así como nutrir el conocimiento, la interpretación y la lectura de la riqueza cultural, natural y antropológica, asociado a la trama de la realidad de este hermoso territorio.

Tienen como fin primordial contribuir a identificar los elementos de la identidad para la construcción de una visión compartida de desarrollo más pertinente, equitativa y sostenible de los pueblos Kaqchiquel, Tzutuhil, Quiché y Mestizo; en una de las regiones más ricas y encantadoras de Guatemala que posee enormes desafíos en materia social, ambiental y económica.

Al recorrer las páginas de las publicaciones: *Orígenes de la noción del árbol de fuego, Hidrogeología, Biodiversidad, y Festividades*, el visitante podrá acercarse a conocer muy de cerca a la población y comunidades, apreciando su patrimonio y su territorio; comprender el potencial de desarrollo en la región, motivándose e invitándose a tener una experiencia cognoscitiva y transformadora, que va más allá de una visita turística convencional a disfrutar de una convivencia intercultural más digna, comprometidos activamente en la conservación del patrimonio cultural y natural y de los elementos de la identidad de los pueblos mientras disfrutan de la profundidad de la cultura guatemalteca.

El Ecomuseo del Lago Atitlán es una experiencia "Culturalmente natural...naturalmente cultural"

...Naturalmente cultural.



"Flores de la Atitlán". Foto: Roberto Pérez

## Portadas Folleto Biodiversidad



Contraportada  
Folleto  
Biodiversidad





"Cascada". Foto Heald Pérez

Biodiversidad maravillosa

Otro terreno imponente que se encuentra a la orilla es la fabulosa cancha de fútbol que seguramente se encuentra entre los campos deportivos con mejores vistas del mundo. Aunque Santa Catarina es uno de los municipios más pequeños de todo el país, se puede sentir que este rincón es un espacio utilizado y compartido por múltiples muestras de vida en una armoniosa convivencia.

### San Antonio Palopó y sus escalinatas verdes

A diferencia de Santa Catarina la extensión de San Antonio es aproximadamente cuatro veces más grande. Un buen pedazo de la orilla oriental del lago se extiende hasta las mesetas que parten las aguas de las cuencas del Río Madre Vieja y la cuenca de Atitlán.

Su terreno accidentado no es obstáculo para que la tierra pueda cultivarse en un verdadero ejercicio de organización comunitaria con un diseño inteligente basado en la cooperación.

Esta característica es esencial para hacer de la tierra una fuente de sustento a sus habitantes, desinteresándose por actividades como la pesca.

Los cultivos de terrazas son visibles desde cualquier ángulo y evidencian que la economía de San Antonio está basada principalmente en la agricultura.

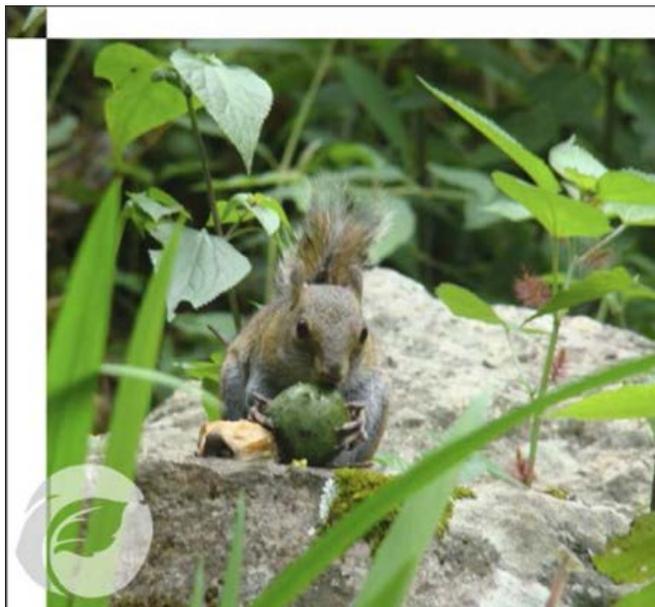
Los tablones hacen de estas laderas una escultura viva de escalinatas verdes donde se cultiva principalmente cebolla, anís, aguacate, café, flores y hortalizas de exportación.

Siguiendo estas escalinatas podrá sumergirse en el tiempo a una maravillosa experiencia en donde aun se utilizan técnicas ancestrales de cultivo.

Culturalmente natural...



"Tordo". Foto Ulises Gato



"Tortita solitaria". Foto Heald Pérez

Culturalmente natural...

Riqueza viva que cuidar

### El Ecomuseo del Lago Atitlán

El Ecomuseo del Lago Atitlán es un proyecto de desarrollo integral y sostenible que se impulsa desde el 2008, en el Departamento de Sololá en Guatemala, desarrollándose gracias al apoyo del Programa Patrimonio para el Desarrollo de la AECID, en el marco asociativo de cinco municipios denominados Mancomunidad Mankatitlán, constituida por las poblaciones de Panajachel, San Antonio Palopó, San Andrés Semetabaj, Santa Catarina Palopó y Santa María Visitación.

El Ecomuseo del Lago acciona a partir del reconocimiento y valoración del patrimonio cultural, natural y antropológico de los pueblos Kaqchiquel, Tzutuhil, Quiché y Mestizo que conviven en torno al lago de Atitlán, reconociendo que la cultura es el principal motor y potencial del desarrollo en la región.

El Ecomuseo combina una serie de estrategias y acciones para mejorar la calidad de vida y de ingresos de los habitantes de las comunidades con mayor equidad.

Promueve que los pueblos identifiquen y fortalezcan los elementos de su identidad; creando y desarrollando capacidades (instancias, instrumentos y mecanismos sostenibles) para la implementación de las políticas de descentralización de la gestión del arte y la cultura, la conservación y difusión del patrimonio cultural y natural así como el apoyo, la valorización y difusión de las expresiones culturales, artísticas y artesanales.

Naturalmente cultural



"Mariposa de 3 colores". Heald Pérez



Colibrí azul  
Ecomuseo del lago de Atitlán  
Hotel Jardines del Lago, Panajachel, Sololá  
Foto: Haydee Maryella Pérez



## CAPÍTULO 7

# Resultados

## encuesta de validación

**Validación de las publicaciones**

**Preguntas de la encuesta**

**Respuestas**

**Comentarios recibidos**

**Gráficas**

Tejiendo sueños,  
Tejedoras jóvenes del programa del Ecomuseo del Lago de Atitlán  
Santa Catarina Palopó, Sololá  
Foto: Haydee Maryella Pérez

# Resultados

## NIVEL 3

### Validación de la publicación y resultados de la encuesta

Luego de haber realizado los ajustes necesarios indicados en la primera y segunda validación, las publicaciones se sometieron a la evaluación y la validación del grupo objetivo, por lo que se prepararon en formato PDF interactivo y se elaboró una encuesta para someter a su consideración el funcionamiento de la pieza. Se evaluaron: maquetación, paleta de colores, lenguaje, contenidos, relación y aproximación de fotografías a complementar los contenidos, impacto visual y motivaciones que pudiera despertar la pieza.

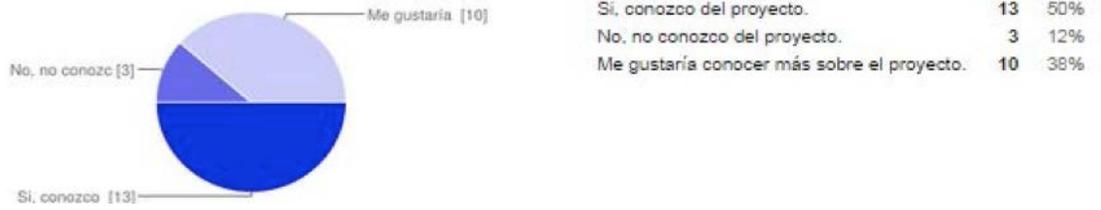
#### Procedimiento utilizado

1. Se elaboró un listado de 100 personas que gustaran viajar, comprendidas en el rango de 25 a 45 años, 50% de ellos guatemaltecos y 50% de otras nacionalidades (alemanes, españoles -personal de AECID en el extranjero-, italianos, polacos, canadienses, salvadoreños, norteamericanos, mexicanos todos ellos del banco de datos de amigos de la AECID, becarios, administrativos, coordinadores de centros culturales y amigos de la institución residentes fuera del país.
2. Seguidamente se les envió a sus correos un formulario google rellenable, acompañado de las publicaciones en formato PDF, con una nota de saludo y la explicación de la importancia de su opinión.
3. Se recibieron los formularios de vuelta con el centenar de respuestas.
4. Se tabularon, analizaron, graficaron e interpretaron.
5. A continuación la síntesis de los resultados recibidos a vuelta de correo.

## Pregunta 1

### Ecomuseo del Lago de Atitlán

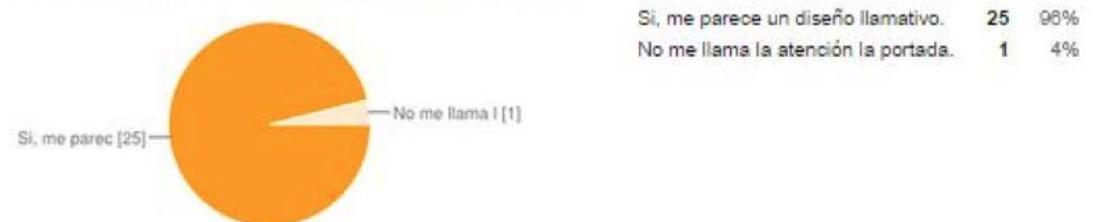
¿Conoce usted la labor que desempeña el Ecomuseo del Lago de Atitlán?



La encuesta se envió a personas vinculadas a AECID, la mitad (50%) manifestó conocer el Ecomuseo del Lago y su labor, al 38% les gustaría conocer más sobre el proyecto y solamente 12% indicaron no conocerlo.

## Pregunta 2

¿Le parece atractiva la portada de la publicación?



A 96% de los lectores les pareció atractivo y llamativo el diseño de las publicaciones, solamente a un 4% no le llamó la atención la portada.

## Pregunta 3

¿Le parece que las fotografías ilustran correctamente los temas?



Si, las imágenes ilustran bellamente los temas. 26 100%  
No, las imágenes no están relacionadas al tema. 0 0%

La encuesta se envió a personas vinculadas a AECID, a todos los lectores (100%) les pareció que las fotografías ilustran correctamente los temas e incluso opinaron y comentaron favorablemente a las imágenes utilizadas en las publicaciones.

## Pregunta 4

¿Le agrada la paleta de colores utilizada en la publicación?

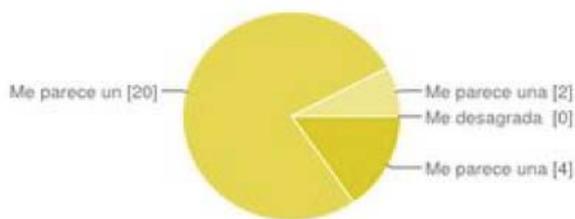


Los colores complementan y sugieren el tema.  
Los colores no me parecen adecuados.

Al 96% de lectores les agrada la paleta de colores utilizada, solamente al 4% no.

## Pregunta 5

¿Qué respuesta refleja la manera en que percibe nuestra publicación?

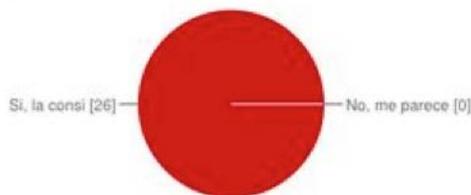


Me parece una publicación elegante.	4	15%
Me parece una publicación muy clara y concreta.	20	77%
Me parece una publicación que puede mejorarse.	2	8%
Me desagrada el diseño de la publicación.	0	0%

La encuesta se envió a personas vinculadas a AECID, A 4% de los lectores les pareció que la publicación es elegante, a 8% que podría mejorarse y al 77% les pareció una publicación muy clara y concreta, ninguno manifestó desagrado.

## Pregunta 6

¿Le parece la manera en que son presentados los contenidos?



Sí, la considero adecuadamente jerarquizada.	26	100%
No, me parece que se encuentra desordenada.	0	0%

Al 100% de los lectores les pareció atractivo y llamativo el diseño de las publicaciones, y manifestaron que les parecía adecuada y agradable la jerarquía de imágenes y textos utilizada durante el recorrido visual de la misma.

## Pregunta 7

...¿Cree que la publicación ha motivado su interés a visitar la cuenca del Lago de Atitlán?

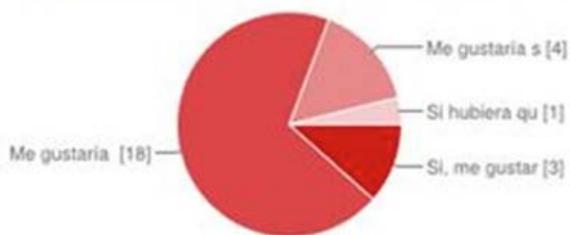


Si, me pareció interesante y me gustaría conocer más  
No, no despertó mi interés...

La encuesta se envió a personas vinculadas a AECID, el 100% manifestó conocer el Ecomuseo del Lago y su labor, a todos les gustaría conocer más sobre la rutas turísticas disponibles, las artesanía y las comunidades según manifestaron en los comentarios vertidos al final de la encuesta.

## Pregunta 8

¿Le gustaría tener la publicación impresa o solamente digital?



Si, me gustaría tener la publicación impresa.  
Me gustaría en ambos formatos: impresa y digital.  
Me gustaría solamente digital para compartirla.  
Si hubiera que pagar una cantidad razonable por tenerla

A 12% (3) de los lectores les gustaría tener las publicaciones solamente en formato impreso, manifestaron que les agradaba mucho poder tenerla para disfrutar desde la textura del papel hasta los colores e imágenes; al 69% (18), les gustaría tenerlas en ambos formatos: digital e impreso con la idea de compartirla con sus amigos y parientes, 15% (4) la querría únicamente digital y 4% (1) estaría dispuesto a pagar por las publicaciones.

## Pregunta 9

...¿Si tuviera oportunidad compartiría ésta publicación con un amigo o parientes?



Al 100% de los lectores les gustaría compartir la publicación si tienen la oportunidad, por lo que el objetivo de las publicaciones será alcanzado en la medida que se le dé divulgación.

## Comentarios y sugerencias recibidas

Puedo compartirla a mis amigos en México... para que viajemos este fin de año... autorizaría compartirla?ya? Muy adecuado para leer el formato, una publicación elegante, fotografías y textos muy interesantes.

Hay más facilidad para compartir y difundir la información en formato digital, pero sin embargo, para apreciar las imágenes y disfrutar de una relajada lectura prefiero el formato impreso. Me encantó el formato... y los colores bien elegidos de los temas.!

Que preciosa publicación!Cuánta belleza tenemos en nuestro país, quisiera compartirla con mi familia en El Salvador para planear nuestras próximas vacaciones... autorizaría compartirla?

Porque es bueno compartir cosas positivas de nuestra amada patria

Los colores son los lógicamente adecuados tanto por el paisaje del lugar como por los motivos típicos de Guatemala. Transmiten la sensación de la naturaleza y la belleza del lugar. Lo ubican a uno en el ambiente del que se habla.

Qué fotografías! me encantó el formato... y los colores sugerentes de los temas.!

## Mas comentarios recibidos

Qué fotografías, un equipón de lujo!! me encantó el formato... fácil, bello, ordenado, elegante y los colores sugerentes de los temas.!

Quisiera enviarla a mis amigos en España para que vengan y conozcan.. Me parece excelente la publicación... Es elegante, creativa y evoca los temas.

Quisiera enviarla a mis amigos en Alemania para que viajemos el próximo año... puedo? Es un formato cómodo para el lector que le permite ordenar la lectura por temas de interés.

Es un formato que combina en una forma agradable contenido e imágenes, sin embargo tiene varios errores de redacción, aspecto que debe mejorarse.

Atractiva y clara. Puedo compartirla ya? Me parece preciosa la publicación...

Así puedo disfrutarla de ambas maneras. La quisiera digital e impresa.

El diseño gráfico en general es agradable, limpio, balanceado. Las fotografías son preciosas; muy ilustrativas del tema (biodiversidad del área).

Qué belleza de motivos utilizados en las fotografías, me encantó el formato... así debería de tener el INGUAT con ésta calidad!

Muy cómodo y adecuado para leer el formato, una publicación elegante, clara, excelentes fotografías y los textos cuidados y muy interesantes.

Portada: El título en amarillo necesita un efecto de contraste para que sobresalga del verde y no se pierda el numero 3 de la parte derecha. El cintillo azul darle más ancho para mejorar la distribución de los elementos.

La imagen de la portada puede ser sustituida por otra del interior que no posea tanto verde oscuro. y en el interior de la revista el color verde de los titulos hay que estudiarlo, podría ser sustituido por un azul o grises como se maneja en la primera parte del folleto.

Los comentarios y sugerencias recibidas fueron 100% positivas y aportaron sugerencias que se tomarán en cuenta para mejorar las publicaciones.



# Propuesta final

Proyecto "A"  
folletos

Ruta del ceramista  
Cerámica vidriada elaborada por los artesanos  
MAYAN-KÉ y Cerámica de San Antonio Palopó  
Ecomuseo del lago de Atitlán  
Foto: Haydee Maryella Pérez

## Propuesta final

**L**uego de haber realizado las validaciones anteriores, la encuesta dejó claro que la paleta de colores, la maquetación, la tipografía, la elección de fotografías, el uso de detalles vegetales como detalles en los marcos de las fotografías, el uso de capitulares ha sido correcto, la publicación es concreta y clara, la maquetación y paleta de detalles han sido encontrados agradables, motiva a leer y a compartirla con otras personas, los datos concretan los resultados de la encuesta enviada y recibida al grupo objetivo como se indicó con anterioridad. En base a los resultados, la disposición de los elementos ha quedado así, con un orden similar para los temas presentados.

## Portadas



## Portadas



## Páginas internas



## Maquetación de páginas internas



"Fiesta y agosto" Foto de Arq. José Luis Martínez.

Culturalmente natural...

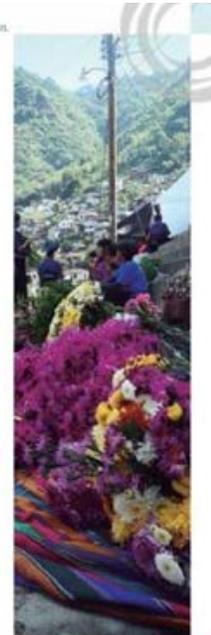
4

...disfrútelas y compártalas con su familia y amigos aquí en Atlixán.

### Índice

Las Festividades	3
San Andrés Semetabaj	7
Panajachel	13
Santa Catarina Palopó	17
San Antonio Palopó	20
El Ecomuseo del Lago de Atlixán	24

...Naturalmente cultural.



"Fiesta" Foto José L. Martínez.

5

## Páginas internas



"Lagos y lago" Foto José Luis Martínez.

Culturalmente natural...

20

...disfrútelas y compártalas con su familia y amigos aquí en Atlixán.

### San Antonio Palopó

Con una envidiable posición geográfica, este municipio cuenta con una de las vistas más espectaculares del lago. Se estima que el pueblo fue establecido aproximadamente hace 1000 años, eso lo hace uno de los pueblos más antiguos del lago.

La posición de su iglesia no tiene paralelo con ninguna otra alrededor del lago ofreciendo una majestuosa vista. Las cataratas de Xesuán, y la Cueva Sacchián son algunos de los atractivos más vistosos y originales que posee. Son muy conocidos por sus talleres de cerámica y petates. Su gente es cálida y de amplia sonrisa con un carácter bastante extrovertido.

La leyenda cuenta que San Antonio apareció un día en el lugar en el que hoy se encuentra la iglesia y desde entonces gente de otras regiones llega con veneración a mostrar sus respetos.

• 5 y 6 de Enero: Recorrido del Niño

Días atrás, los cofrades y los miembros del consejo municipal, han comprado una gran cantidad de limas que serán utilizadas para adornar las instalaciones de la municipalidad y sus casas. Esta actividad empieza a la una de la madrugada y al terminar de hacer los arreglos se celebra con la quema de cohetillos y bombas.

Llegado el día 5 de Enero, la Municipalidad contrata una marimba que se ubica frente al despacho municipal a la espera de los diferentes cofrades y realizan un recorrido que inicia en la casa del Cofrade de San Nicolás. Aquí, el cofrade comparte una pequeña explicación de las labores que han sido realizadas mientras algunos empleados de la municipalidad sirven copas de whisky para celebrar y comida como los tradicionales "chuchitos" en señal de convivencia.

La imagen del niño pasa por los brazos de toda la familia para simbolizar el recibimiento de las bendiciones. Finalizando con esta ceremonia se prosigue el recorrido a la casa del alcalde y los demás miembros del consejo municipal en donde se repite la actividad.

Al terminar el recorrido por los hogares de los miembros del consejo, la actividad se traslada a la cofradía de San Antonio de Padua y finalmente a las casas de los pobladores que han solicitado recibir esta bendición. La actividad llega a su fin aproximadamente a la media noche.

...Naturalmente cultural.



"Cerámica vistosa. Aspecto" Foto Roberto Pérez.

21

## Maquetación de páginas internas



"Recreamos por la vida y los cambios en el Día '12 de Enero' Foto de Ing. José Luis Hernández.

...Naturalmente natural...

6

...definitivas y compartirlas con su familia y amigos aquí en Atilán.

### San Andrés Semetabaj

**S**i bien muchas de sus festividades se apegan a celebraciones occidentales, algunas tienen un sabor especial como la Semana Santa, particularmente el Sábado de Gloria en donde se celebra la "corrida del Xucú". También resaltan las celebraciones de la feria titular en honor a su santo patrón.

#### • 1 de Enero: Año Nuevo

Esta celebración a nivel mundial no es una excepción en el calendario de San Andrés, si bien la celebración comienza el día anterior, con la quema de cohetillos y la tradicional cena con tamales navideños.

#### • 6 de Enero: Día de Reyes

Día en el que tradicionalmente se celebra la visita de los reyes magos al recién nacido niño Jesús, para otorgarle regalos especiales. Una misa se celebra en conmemoración a esta fecha.

#### • AGRADECIMIENTO POR LAS COSECHAS

En la primera quincena del mes de febrero, cada congregación de las iglesias celebra un acto de Acción de Gracias a Dios, por las cosechas y bendiciones recibidas, en dichas actividades se prepara un platillo típico del lugar llamado "jisel" preparada de una harina especial hecha de maíz.

#### • CARNAVAL (FIESTA DE DISFRACES)

Este carnaval se celebra con un recorrido de bailes organizados por jóvenes estudiantes de la comunidad.

#### • MIÉRCOLES DE CENIZA

Se celebra con una misa en donde se impone una cruz de ceniza en la frente a los feligreses.

#### • GUINEHA

Organizado por la Cofradía de Jesús Nazareno y la Virgen de todos los Dolores inician con procesiones de andas de "La Pasión de Nuestro Señor Jesucristo", acompañado con la Música tradicional "El Tzin-Tzin" en el cual se utiliza el instrumento tradicional conocido como Chirimía.

...Naturalmente cultural



"Feria" Foto Heidy Pérez

7

## Páginas internas



"Bateo de los angeles con los Caballeros de San Andrés Semetabaj" Foto Heidy Pérez

...Naturalmente natural...

10

A partir de las nueve de la noche, niños y jóvenes deambulan las calles de su barrio tocando una pequeña campana mientras exclaman "¡¡ ¡limosa !!", pasando de casa en casa a recoger ofrendas que usualmente son alimentos propios de la época, para luego depositarlos en el cofre de la iglesia El Calvario y finalmente repartirlos.

#### • 21 de Noviembre al 2 de Diciembre: Feria Patronal de San Andrés

Dando inicio a estas celebraciones el 21 de Noviembre se venera la imagen de San Andrés Apóstol con ofrendas de incienso, velas y flores. Se hace también una manifestación pública de la inauguración de estas fiestas.

Los cofrades, sus esposas y mayordomos bailan con los angelitos en brazos, mientras se degusta de una copa de fíbor y cigarrillos, realizando un recorrido con niñas indígenas. También se celebra la tradicional pedida de la Katz'j Tz'amit (Flor del Pueblo), en la cual se hace investidura de la reina indígena y un baile en su honor.

El 28 de Noviembre se celebra la inauguración oficial de la feria, en un evento donde participan bandas escolares y carnavales. También se realiza el tradicional baile de Junta de Compasión, también conocido como EL BAILE DE LOS BOLEROS, en donde los señores de la cofradía hacen un recorrido de comunidad en comunidad bailando al ritmo de sones de marimba y la imagen de la Virgen del Carmen.

El día 29 de Noviembre se realiza un convite infantil, un concierto frente a la iglesia El Calvario, y la procesión de la imagen de San Andrés Apóstol desde la cofradía hasta esta iglesia, en coloridas andas y "plumerías" adornadas con espejos. Con esto se celebra el fin del novenario. Por la noche, frente al atrio de la iglesia se realiza una quema de juegos pirotécnicos.

El 30 de Noviembre se realiza la alborada que anuncia el día principal de San Andrés, con repique de campanas de la iglesia. Se celebra una misa y seguidamente se hace una procesión que recorre las principales calles del pueblo. También se lleva a cabo el tradicional convite de "Tz'isano" y finalmente por la noche se hace la quema del "castillo" y otros juegos pirotécnicos.

El 1 de Diciembre, se clausura la feria con un convite, fuegos pirotécnicos y concierto al aire libre culminando el 2 de este mismo mes con una procesión de entrega de imágenes a la cofradía de San Andrés, un baile de clausura y fuegos artificiales.

...Naturalmente cultural



"Feria de San Andrés" Foto Heidy Pérez

11

## Maquetación de páginas internas

Las festividades de nuestros pueblos son tesoros culturales...



• **EL 10 DE ENERO: BENDICIÓN DE LAS SEMILLAS**  
Por ser un pueblo eminentemente agrícola esta actividad se realiza en todo el municipio por los practicantes de la fe católica. En la iglesia se hace una misa de acción de gracias, llevando parte de las semillas que serán utilizadas en la siembra para recibir la bendición y augurar buenas cosechas.

• **FIESTA VARIABLE: SEMANA SANTA**  
El Jueves Santo se realiza una vigilia de adoración en honor al Santísimo, que empieza a las seis de tarde y que termina a las seis de la mañana del siguiente día. Se elaboran platillos tradicionales como los chiles rellenos. Los hogares hacen un pan especial que luego serán dados a otras familias a manera de intercambio. En las calles se elaboran atfonbras para la procesión que será llevada a cabo la mañana del Viernes Santo por la imagen de Jesús Nazareno, recorriendo las principales calles. Al finalizar, la comunidad y sus familias vuelven a elaborar atfonbras para la procesión del Santo Entierro, cuyo recorrido termina aproximadamente a la media noche.

El Sábado de Gloria, se realiza una procesión en la cual la Virgen María es llevada en andas acompañada únicamente de las mujeres del pueblo. Finalizando el reparto de agua bendita para que ésta sea llevada a sus hogares.

Para el Domingo de Resurrección se realiza una misa de acción de gracias en donde después de terminar se queman bombas y se realiza una alegre fiesta.

• **FIESTAS DEL MAÍZ: ELECCIÓN DE REINA**  
Este acto se hace con un par de semanas de anticipación a la feria. Participan en esta elección señoras del pueblo y de las aldeas del municipio que han elegido con anticipación a su representante. Se realizan actos folclóricos tradicionales que incluyen danzas y representaciones dramáticas. Acto seguido, se revela el resultado de la elección de quien será durante un año la nueva soberana de San Antonio Palopó.

• **10 AL 13 DE JUNIO: FIESTA DE SAN ANTONIO DE PADUA**  
El día 10 de Junio se inicia la feria con una procesión que pasa por la casa de cada uno de los miembros de la cofradía y que finalmente regresa a la Iglesia.

Culturalmente natural...

22

...Definición y compartirlos con su familia y amigos aquí en Atlixán.

El 11 de Junio, se elaboran los tronos frente al atrio de la Iglesia en un acto en el cual participan los cofrades de San Antonio de Padua, San Nicolás de Tolentino y los principales del pueblo.

Al día siguiente, 12 de Junio, se hace una ceremonia en la cual participan, los cofrades, los principales, los taxieres y el consejo municipal en donde se elevan las imágenes a los tronos previamente construidos. Las imágenes permanecerán bajo el cuidado de los taxieres y la compañía de los miembros del consejo municipal.

El día 13 de Junio se lleva a cabo una procesión con las imágenes, encabezada por San Nicolás de Tolentino en calidad de invitado, haciendo un recorrido por las casas de los miembros de la cofradía y finalizando en la Iglesia católica, en donde son recibidos por una variedad de grupos musicales para concluir con estas fiestas.

• **EL 11 DE SEPTIEMBRE: SAN NICOLÁS DE TOLENTINO**  
Se da inicio a estas celebraciones con una procesión que recorre cada una de las cofradías y finalmente regresa a la Iglesia. Los principales del pueblo visitan al señor alcalde quien los acompañara a visitar los hogares de los miembros de la cofradía, en cada casa beberán aguardiente en señal de respeto.

El día 9 de Septiembre se cambian los vestuarios de las imágenes y se elaboran tronos colocados frente al atrio de la Iglesia y una procesión. Al día siguiente se colocan las imágenes en estos tronos.

El último día, 11 de Septiembre, se invita a una marimba para que amenice la celebración y la municipalidad manda elaborar un almuerzo tradicional de pulque que será acompañado con aguardiente y finalmente un baile de clausura.

• **1 Y 2 DE NOVIEMBRE: DÍA DE LOS SANTOS**  
Si bien el día oficial de los Santos es el 1 de Noviembre las actividades se extienden hasta el siguiente día. Como en otros pueblos de Soledad las tumbas de los seres queridos se adornan con flores naturales y adornos elaborados de papel de china. Se preparan platillos tradicionales y aguardiente para ser consumidos en el cementerio dejando una pequeña porción a los difuntos.

Naturalmente cultural.



23

## Páginas internas



Festividades en San Francisco Panajachel. Foto Arq. José Luis Hernández

Culturalmente natural...

12

### Panajachel

Si en duda alguna, Panajachel es la población con más desarrollo turístico en la cuenca del lago. Originalmente era conocido por ser un exquisito jardín de frutas y verduras que poco a poco se fue convirtiendo en un pueblo con una pujante industria turística motor de gran parte de la economía de la cuenca del lago. Actualmente, es el poblado más cosmopolita y prácticamente la puerta obligatoria para visitar a la mayoría de pueblos del lago. Su vida bohémica y multicultural son de enorme atractivo y cuenta además con el único Museo Lacustre de Atlixán.

A pesar de la gran interacción cosmopolita que se lleva en este lugar desde hace varias décadas, Panajachel conserva celosamente muchas de sus costumbres y tradiciones.

• **6 DE ENERO: DÍA DE REYES Y CORRIDA DEL NIÑO**  
Todos los años se celebra la denominada Corrida del Niño. Organizada por la cofradía de La Santa Cruz y la cofradía de San Francisco de Asís esta tradición consiste en pasar de casa en casa bendiciendo los hogares. En la Iglesia de San Francisco de Asís se conmemora con una misa la visita de los reyes magos al niño Jesús.

• **BENDICIÓN DE SEMILLAS**  
En la primera quincena de Febrero, algunas familias realizan una ceremonia dedicada a la bendición de semillas, augurando una buena cosecha para los meses posteriores. Las primeras siembras se realizan unas semanas después de esta ceremonia.

• **MARTES DE CARNAVAL**  
Celebrada entre Febrero y Marzo, esta celebración se lleva a cabo un día antes que el Miércoles de Ceniza. Marca el final del tiempo ordinario del calendario litúrgico católico. Se organizan fiestas de disfraces y los centros educativos realizan actividades para compartir en familia.

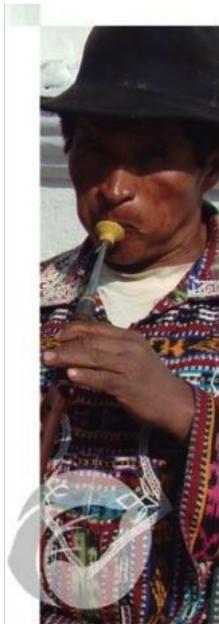
• **MIERCOLES DE CENIZA**  
En la Iglesia de San Francisco se lleva a cabo una misa en donde las frentes de los feligreses son marcadas con una cruz de ceniza, simbolizando el inicio de la cuaresma.

Naturalmente cultural.



13

# Maquetación de páginas internas



"Clarinetos y tar" Foto Hayde Pérez

Las festividades de nuestros pueblos son tesoros culturales...

El 4 de Octubre es el día principal y una banda musical de San Juan Comalapa viene a tocar en la cofradía con tambores y chirimías. El día 5 de Octubre, las imágenes regresan a casa del cofrade.

• **1 Y 2 DE NOVIEMBRE: DÍA DE LOS MUERTOS**

Las familias van a presentar sus respetos a los seres queridos que han fallecido, se elaboran platillos especiales para llevar al cementerio a manera de picnic. Chuchitos, caldo rojo de res o de pollo criollo, jicoates en miel, dulces regionales son parte del menú de este día.

En las afueras del cementerio se arman ventas de comida y por tres días la gente se reúne allí a comer o a tomar una cerveza a la salud de sus difuntos.

El día 2 de Noviembre se realiza una procesión en donde van los principales cofrades acompañando la imagen de San Francisco de Asís y del Santísimo.

• **8 DE DICIEMBRE: CONVITE**

Personas de todas las edades danzan con vistosos trajes en conmemoración a la Virgen de Concepción.

• **15 AL 24 DE DICIEMBRE: LAS POSADAS**

Durante nueve días un andá con la imagen de José y María recorren las calles buscando posada. Cada día, María y José descansarían en la casa de algún anfitrión que invitará a los acompañantes de la posada a "chuchitos" y el tradicional "caliente" que consiste en un ponche de frutas.

• **25 DE DICIEMBRE: NAVIDAD**

Se colocan los llamados misterios de Navidad o Nacimientos, en donde se personifica de manera escultural el nacimiento del niño Jesús, la Sagrada Familia, el pesebre, los animales, todo bellamente ambientado en un rincón especial de la casa donde la familia puede disfrutar de los deliciosos tamales de media noche y grandes y chicos queman luces y cohetillos en un gran algarabía. Después de la Nochebuena, los niños se disfrazan y recorren las calles hasta el amanecer.

Culturalmente natural...

...disfrútelas y compártalas con su familia y amigos aquí en Atitlán.

## Santa Catarina Palopó

**D**urante siglos este pequeño municipio se dedicó a las actividades de pesca y a una reconocida industria de papas hechas de tula. Se decía entonces que eran los navegantes y pescadores más hábiles.

El terreno reducido ha hecho que el pueblo crezca a manera de un anfiteatro natural en donde las construcciones se adaptan al terreno agreste. Esta singularidad hace que sus callejones formen caprichosos laberintos, aprovechando el más mínimo espacio de terreno.

Su playa pública conserva su encanto natural, entre árboles y plantas de tula. Sus aguas termales son visitadas por turistas y locales por igual. Si bien, muchas de sus costumbres mantienen una gran similitud con la de otros pueblos vecinos, hay algunas que tienen variaciones muy particulares.

• **ENTRE MARZO Y ABRIL: SEMANA SANTA**

Algo particularmente interesante de la tradición de la Semana Santa en Santa Catarina es su comida. Durante estos días las familias preparan platillos como Frijoles Blancos con Pescado, el "lagarto" asado al carbón y los ejotes envueltos en huevo.

El Domingo de Ramos, se celebra con gran fervor. Los feligreses se reúnen en la iglesia para luego dirigirse a la playa pública en donde se realiza una actividad de veneración en la cual se utilizan ramos de corozo y palma.

El Miércoles Santo se preparan los arcos por donde pasara el Santo Entierro del Viernes. Piñas, cocos, plátanos y corozo son algunos de los elementos que los adornan.

• **28 Y 29 DE ABRIL: DÍA DE SAN PEDRO MÁRTIR**

Este día se celebra con una misa en la iglesia, programada por los cofrades del municipio. Un conjunto de marimba ameniza durante estos dos días.

• **1 DE MAYO: DÍA DE LA VIRGEN DE FÁTIMA**

Una procesión en conmemoración a esta Virgen y a las madres del pueblo.

• **25 DE JULIO: DÍA DE SANTIAGO APOSTOL**

Se realiza una misa en honor a este personaje bíblico.



"Cofrade Manuel Szeján" Foto Hayde Pérez

...Naturalmente cultural.

# Páginas institucionales



"Chuchitos y tar" Foto Hayde Pérez

Las festividades de nuestros pueblos son tesoros culturales...

Por las noches, grupos de jóvenes disfrutaban recorriendo las calles del Centro de "tambores" que consistían en tambores y chirimías. En los meses de verano iban al mar a descansar y jugar en las playas. Algunos de ellos, se reunían con amigos y familiares de las diferentes partes del departamento para celebrar "tambores", haciendo actividades.

En los años van pasando los años que han, así como también a medida que van cambiando las cosas, algunas se van cambiando. Se van cambiando con los años como una tradición en cada una de las partes del departamento que las cosas de las festividades de los pueblos se van cambiando.

• **23 DE DICIEMBRE: DÍA DE LOS NIÑOS**

Por este día, en la noche de días de Navidad, se realiza un evento en el cual los niños van a la iglesia a cantar. La actividad comienza a las 7:00 de la mañana y se va cambiando con los años como una tradición en cada una de las partes del departamento que las cosas de las festividades de los pueblos se van cambiando.

En este momento se van cambiando las cosas que han, así como también a medida que van cambiando las cosas, algunas se van cambiando. Se van cambiando con los años como una tradición en cada una de las partes del departamento que las cosas de las festividades de los pueblos se van cambiando.

Culturalmente natural...



"El Ecomuseo del Lago Atitlán" Foto Hayde Pérez

...Naturalmente cultural.

## Maquetación de páginas institucionales



## Portada y contraportada





# *i Book*

## Proyecto "B"

### Desarrollo de las publicaciones

Nivel 1:  
**Bocetos**

Nivel 2:  
**Dummies digitales**

Nivel 3:  
**Publicaciones finales**

Desde la Ruta de los cebollales  
Ecomuseo del lago de Atitlán, AECID  
San Antonio Palopó, Sololá  
Foto: Haydee Maryella Pérez



## NIVEL 1

### Bocetos iniciales

En las publicaciones de AECID se respetó el manual de visibilidad de la entidad, se procesaron los textos oficiales del Ecomuseo del Lago y se consideró que las publicaciones debían ser claras, concretas, sobrias y elegantes.

Se determinó, que las imágenes terminarían de hablar e ilustrar los temas, de manera que el turista pudiera imaginar la belleza que encontraría al llegar, la riqueza de colores, la variedad de iluminación y paisajes, apreciar las tradiciones y cotidianeidad de la gente.

Como resultado de ésta fase, se obtuvieron varias propuestas que aparecen en las siguientes imágenes.

## NIVEL 2

### Dummies

Durante ésta etapa se evalúan los temas, las imágenes que se usarán y se procede a elaborar docenas de bocetos que pudieran ser la imagen que se desarrollará para las publicaciones de la entidad. Se toman todos los elementos que deben colocarse, se prueban retículas, tamaños de letras y se definen el carácter de la pieza y la línea gráfica que se adoptará incluso se hacen pruebas digitales de la maquetación que se ha pensado realizar.

Se consideró que las publicaciones debían ser claras, concretas, sobrias y elegantes, determinando que las imágenes terminarían de hablar e ilustrar los temas de manera que el turista pudiera imaginar la belleza que encontraría al llegar, la riqueza de colores, la variedad de iluminación y paisajes, la gente.

Se consideró utilizar fotografías, vídeo, mapas interactivos, textos, todos ellos combinados en una retícula tipo mapa que permite ordenar al estilo minimalista la información y dar importancia a las imágenes.



## Aspectos a considerar

El diseño de cada página se planeó de manera que respondiera a la organización de la información e imágenes de manera limpia, ordenada y visualmente atractiva, de tal manera que el lector que visite sus páginas disfrute de la lectura, las imágenes que las acompañan y pueda interactuar con la publicación.

Tenía dos opciones de visualización:

- **vertical** (que solamente podría apreciarse así) y
- **horizontal** (que puede modificarse y ver la publicación vertical si lo deseas durante la lectura).

Se optó por la opción de visualización horizontal que permite apreciar de mejor manera la riqueza de imágenes de tantos lugares espectaculares que era necesario mostrar, se cuidó cada detalle y calidad fotográfica de la publicación incluso que el adaptar el diseño líquido para que cuando fuera accesado en un dispositivo móvil como una tableta o un iPad no se perdieran sus propiedades.

Debe recordarse que el formato de iBook fue creado para dar difusión a todo tipo de contenidos, pero con especial énfasis en aquellos con fines pedagógicos.

En éste caso el objetivo de la publicación es mostrar la belleza escénica, natural y patrimonial del lugar para motivar a las personas a conocerlo y visitarlo.

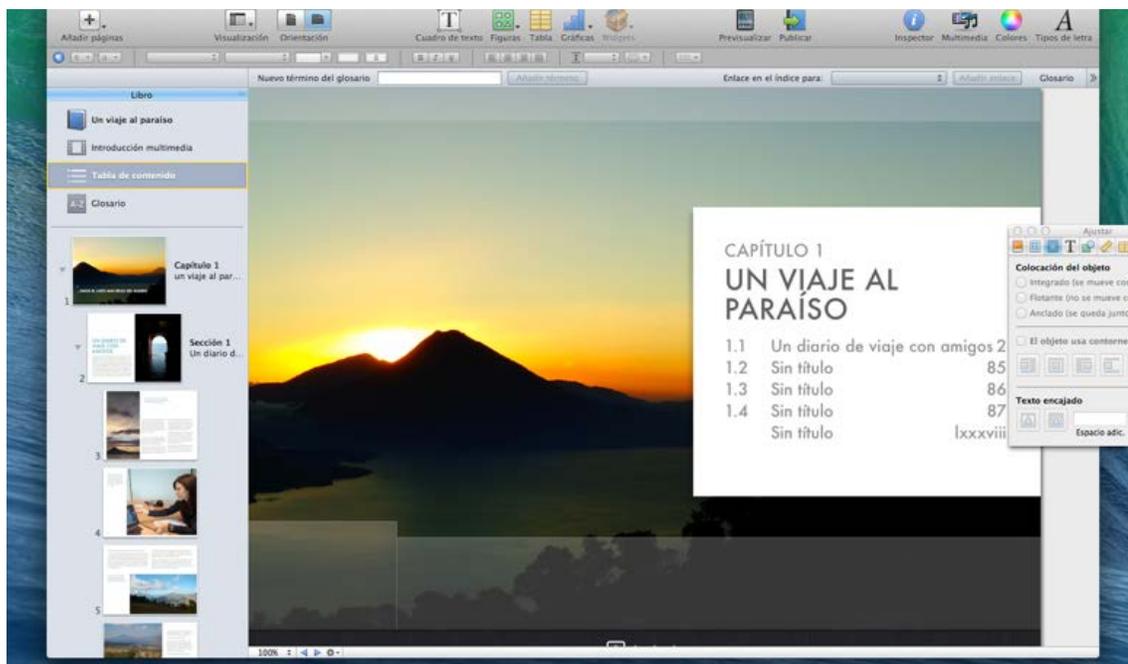
El formato horizontal permite:

- Tener acceso interactividad, la cual podrá disfrutarse en el sistema de MAC diseñado por APPLE.
- En sistema HP podrá apreciarse en formato PDF sin interactividad como un documento de navegación normal, de apreciación únicamente horizontal. El folleto puede imprimirse a partir del PDF en formato horizontal FULL-Color CMYK.



## NIVEL 3

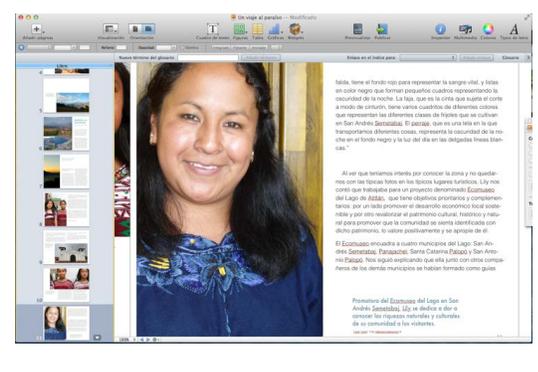
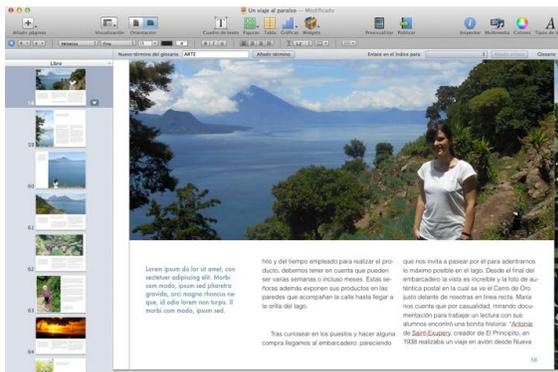
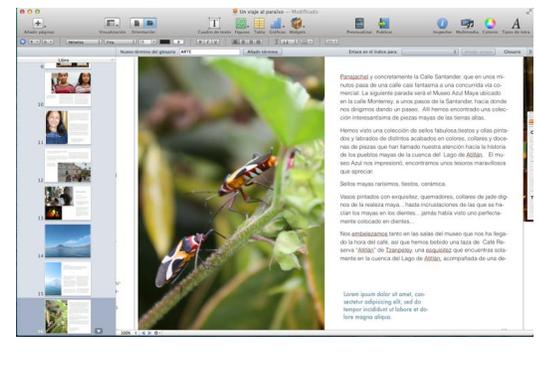
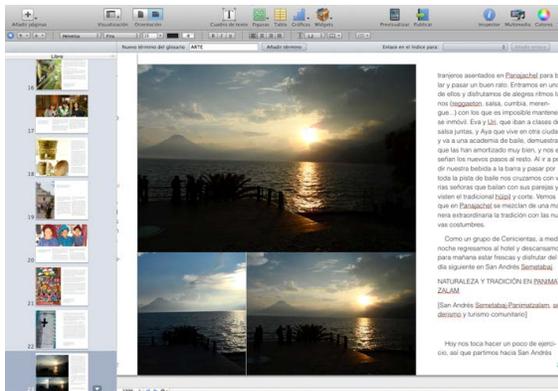
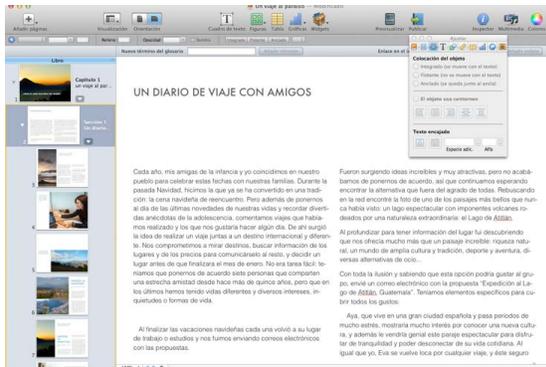
### Dummies digitales “Un viaje al paraíso”



# Capítulos y páginas interiores

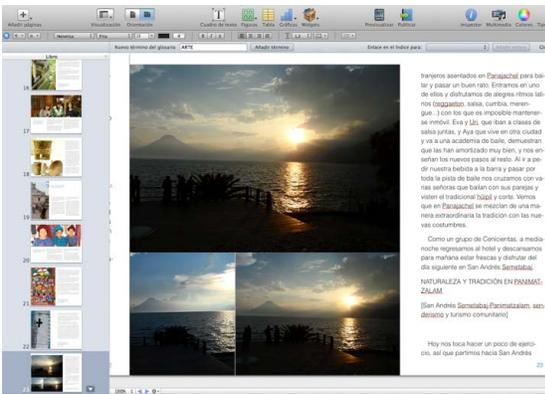
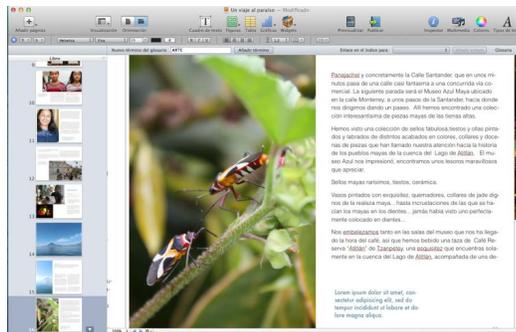
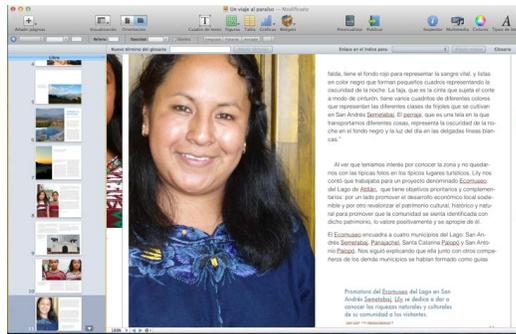
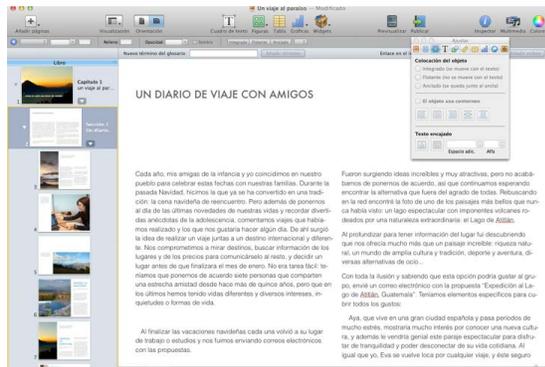
El proceso hasta lograr la edición de la publicación fue el siguiente:

- Elección de retícula e imágenes.
- Elección de estilos, tamaños y énfasis a utilizar con la tipografía elegida.
- Planificación de la interactividad.



# Validaciones

Las encuestas y resultados de las validaciones aparecen juntamente a los proyectos B, utilizándose un formato **Google Forms** de llenado personal y envío automático a correos electrónicos. La muestra la encontrará en los anexos junto a los resultados obtenidos de las respuestas.



## CAPÍTULO 8

# *Lecciones aprendidas* durante el proyecto

Desde la Ruta de los artesanos  
Ecomuseo del lago de Atitlán, AECID  
San Antonio Palopó, Sololá  
Foto: Arq. José Luis Menéndez

## Lecciones aprendidas

**D**urante caminas un paso a la vez, un tema a la vez, un capítulo a la vez y vas avanzando en el desarrollo del proyecto final, se tiene la oportunidad de ponderar distintos aspectos que pueden llegar a ser muy importantes, porque su consideración permitirá mantener la visión del producto final que se desea obtener. De todo fueron decenas de lecciones, pero las más significativas fueron:

### a. **Durante el proceso**

- Resulta muy útil llevar una bitácora en donde organizamos todo el proceso de producción de cada publicación que preparamos, será como un diario de viaje, un buen aliado para recordar cada detalle que debe incluirse.
- Es importante llevar un registro detallado de todos los archivos a utilizar, tanto de los textos como de las imágenes.
- Los registros nos ayudan a ser ordenados, sistemáticos y poder listar todos los aspectos que debemos cubrir dentro de un cronograma de entrega de productos.
- Los diseñadores debemos ser personas muy organizadas en cuanto a procesos y fechas de entrega de nuestro trabajo, esto nos ayuda a llevar a cabo un proceso ordenado, cuidar los detalles de cada publicación, recordar y revisar el avance en base a las fechas previstas. Y entregar a tiempo el resultado.

### b. **En el proceso de gestión**

- Aprendí, que a pesar de vivir en un país con tanta riqueza natural y patrimonial, las oportunidades deben crearse y procurar beneficiar a las personas de la zona a través de planes integrales de desarrollo.
- Analizando los datos de ingresos de INGUAT durante el período estudiado y las inversiones en los municipios de Sololá, se nota que no retornan los ingresos al lugar y la inversión in situ es baja. Falta infraestructura, señalización adecuada en cada ruta, mapas detallados, información turística disponible en sitios web, inversión en mejorar los sitios turísticos, etc.

- Por más hermoso e interesante que sea un sitio turístico, si no recibe el tratamiento adecuado en cuanto a publicidad, mercadeo y apoyo de insumos impresos y digital en las redes, los turistas no sabrán de él y por lo tanto, no habrán visitas suficientes, éste es el caso del Lago de Atitlán que ha sido olvidado por más de tres décadas... 1985-2015.
  - Nótese también, que debido a la exclusión histórica y carencia de preparación además de la falta de oportunidades, de las que han sido objeto los pueblos indígenas, sus índices de pobreza son alarmantes.
  - Al visitar las comunidades y convivir de cerca con familias de los habitantes de la cuenca del Lago, aprendí que la pobreza es un fenómeno multidimensional con diversos enfoques y debido a las secuelas del conflicto armado, la falta de oportunidades, la sequía y las migraciones, la pobreza tiene rostro de mujer: artesanas, tejedoras, ceramistas, etc... y lamentablemente tomará años generar oportunidades para que los colectivos realmente puedan darse a conocer.
  - Se necesita educar y capacitar de mejor manera a los distintos colectivos para que la calidad de sus trabajos sea certificada por Ecomuseo con la marca "Ut'z petik" para que su meta sea exportar y mejoren los ingresos familiares y por ende la calidad de vida de los pobladores de la región.
  - Las iniciativas deberán ser concretas, certeras y eficaces.
  - Convendría apoyar a los colectivos de servicios, productos, paseos, pinturas, etc... puedan venderse de una manera más eficaz en otros mercados vinculados a las procedencias de los visitantes, esto traería mayores posibilidades a las familias vinculadas a la ruta del Ecomuseo para mejorar sus ingresos y calidad de vida. Lo bueno es que hay tanto por hacer y habrá que hacerlo.
- c. **Durante el proceso de producción gráfica.**
- Es bueno contar con la opinión multiprofesional acerca del trabajo que desarrolla el diseñador gráfico, ello permite contar con diversos enfoques, enriquecer las propuestas y realizar cambios cuando son necesarios.
  - Descubrí que plasmar un segundo en una fotografía puede llenar de significado el tema de un folleto, de una revista, de un trifoliar... las imágenes hablarán siempre más y mejor que miles de miles de palabras.



Baile de los angelitos  
Ecomuseo del lago de Atlixán, AECID  
San Andrés Semetabaj, Sololá  
Foto: Arq. José Luis Menéndez



## CAPÍTULO 9

# Conclusiones

acerca del proyecto

Desde el Calvario, Fiesta de Plumerías  
Ecomuseo del lago de Atitlán, AECID  
San Andrés Semetabaj, Sololá  
Foto: Arq. José Luis Menéndez



Ceremonia maya durante el 13 B'AKTUM  
Ecomuseo del lago de Atitlán, AECID  
San Andrés Semetabaj, Sololá  
Foto: Lilian Caná



## Conclusiones

Si el desarrollo humano tiene como propósito ampliar las libertades reales de las personas para que sean y hagan lo que valoran y tienen razón para valorar, centrándose en las personas y las empodera para que participen activamente en un proceso de desarrollo sostenible y equitativo.

Los habitantes de la cuenca, aunque intentan enfocarse en las libertades esenciales como vivir una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos, disfrutar de un estándar de vida digno y edificar el propio destino (Informe nacional de desarrollo humano 2009/2010, PNUD 2010:45) ésta meta aún no está lograda siendo parte de los objetivos del milenio de PNUD.

Los diseñadores gráficos tenemos una misión interesante en el desarrollo de plataformas comunicacionales que puedan impactar la sensibilidad de las personas hacia temas importantes que deben atenderse en nuestro país.

El turismo es la industria del presente y del futuro, al parecer no ha sido completa ni plenamente atendida ni explotada en Guatemala, las instituciones, la empresa privada, las municipalidades, las entidades de Gobierno, los colectivos, la sociedad civil, los profesionales y en particular, los diseñadores gráficos tenemos mucho que hacer en éste tema.

La creatividad y presentación de un lugar turístico puede hacer la diferencia entre motivar a un extranjero o nacional a visitarlo, disfrutarlo e invertir su tiempo de ocio y recursos en él, o simplemente pasarlo por alto... e irse a otro lugar que le haya llamado más la atención conocer.



Atracando  
Ecomuseo del lago de Atitlán, AECID  
San Andrés Semetabaj, Sololá  
Foto: Arq. José Luis Menéndez



CAPÍTULO 10

*Recomendaciones*

para el proyecto

Arqueoastronomía, ruta cosmogonía en Ecomuseo del lago de Atitlán  
San Andrés Semetabaj, Sololá  
Foto: Lillian Caná y David Coshaj



Princesas mayas de todo el país, Guatemala, Centroamérica  
Ecomuseo del lago de Atitlán  
Plaza central de San Andrés Semetabaj, Sololá  
Foto Arq. José Luis Menéndez

## Recomendaciones

### para el Ecomuseo del Lago de Atitlán

**Impresos:** Se entregaron los PACKAGE con las fotografías, ilustraciones, contenidos, archivos de InDesign CS6 para ser impresos en base a los PDF que se entregaron. Los archivos editables deben ser resguardados para tener la posibilidad de actualizar alguna información e imprimir más tirajes.

El papel recomendado para la impresión es Couché 100grs. para portadas, portadillas y páginas interiores. El tiraje debe hacerse a full color, acabado mate, sin esmalte UV. Para futuros tirajes puede gestionarse patrocinios con organizaciones afines, para lograr cubrir más lugares (hoteles en la ciudad de Guatemala, Retalhuleu, Xela, El Salvador, líneas aéreas alemanas, españolas, colombianas etc. que vengán directamente a Guatemala, cruceros provenientes de Canadá, U.S.A., México).

**Publicaciones digitales:** desarrolladas en InDesign CS6, con interactividad, podrán ser cargadas a su red corporativa y páginas asociadas en internet, puede ser compartido a correos dedicados y solamente se necesita contar con el Programa Acrobat Reader 6 que puede ser descargado gratuito, con el fin de apreciar el material y compartirlo por las redes sociales. Convendría difundirlos en la fan page del Ecomuseo del Lago en Facebook.

Para descargarlos necesitará una HP Desktop o Personal de cualquier marca para las versiones PDF y del tipo MAC para la versión iBook del material con la aplicación descargada, contar con Sistema Windows 7, el programa Acrobat Reader 9 ó, Acrobat Reader PRO.

### Recomendaciones a la Escuela de Diseño Gráfico

Conviene contemplar dos cursos sobre NORMAS de PRE-PRENSA para los estudiantes, con objeto de fortalecer la formación profesional y eliminar brechas existentes entre las personas que trabajan en las imprentas y quienes llevamos los artes finales para impresión.

### A los futuros estudiantes de Diseño Gráfico

Mantener una actitud de aprendizaje toda la vida, los diseñadores tendremos siempre algo que aprender, alguien a quien ayudar, alguien a quien apoyar... que mejor que hacerlo bien desde el principio, ahorra tiempo, esfuerzo y recursos.



Deportes extremos en la ruta de Aventuras  
Ecomuseo del lago de Atitlán  
Panajachel, Solola  
Foto: Haydee Maryella Pérez

## Fuentes consultadas

### Bibliografía

Alarcón, Pablo. (2,009.). Guatemala, estudio sobre productos turísticos por GDT y Confederación de empresarios de Andalucía. Andalucía, España.: Confederación de empresarios de Andalucía.

Alarcón, Pablo. (2008). Guatemala, estudio sobre productos turísticos. Confederación de Empresarios de Andalucía, España., Panajachel, Sololá. Guatemala: CEA, Confederación de Empresarios de Andalucía.

Alarcón, Pablo. (16 de Agosto de 2014). <http://es.scribd.com/doc/86250025/Guatemala-Estudio-sobre-productos-turisticos>. Obtenido de <http://es.scribd.com/>: <http://www.juntadeandalucia.es/index.html>

Gall, F. (1976.). Diccionario Geográfico de Guatemala. Guatemala.: Tipografía nacional.

Larios, R. y. (28 de Agosto de 2014). Utilizarán internet para promoción. Presentan plataforma, pág. 29.

Mayer, C. (2011). "Orígenes de la nación kaqchiquel". Guatemala.: (sin publicar).

Panzano, J. (2010). El nuevo consumidor, ideoblogía. Blog personal.

### Trabajos citados

Alarcón, Pablo. (2,009.). Guatemala, estudio sobre productos turísticos por GDT y Confederación de empresarios de Andalucía. Andalucía, España.: Confederación de empresarios de Andalucía.

Alarcón, Pablo. (2008). Guatemala, estudio sobre productos turísticos. Confederación de Empresarios de Andalucía, España., Panajachel, Sololá. Guatemala: CEA, Confederación de Empresarios de Andalucía.

Alarcón, Pablo. (16 de Agosto de 2014). <http://es.scribd.com/doc/86250025/Guatemala-Estudio-sobre-productos-turisticos>. Obtenido de <http://es.scribd.com/>: <http://www.juntadeandalucia.es/index.html>



Guías y promotoras turísticas (Marivi, Débora y L'ilian)  
Ecomuseo del lago de Atitlán  
San Andrés Semetabaj, Sololá  
Foto: Haydee Maryella Pérez

## CAPÍTULO 11

# *Anejos* para el proyecto

### **Anejos**

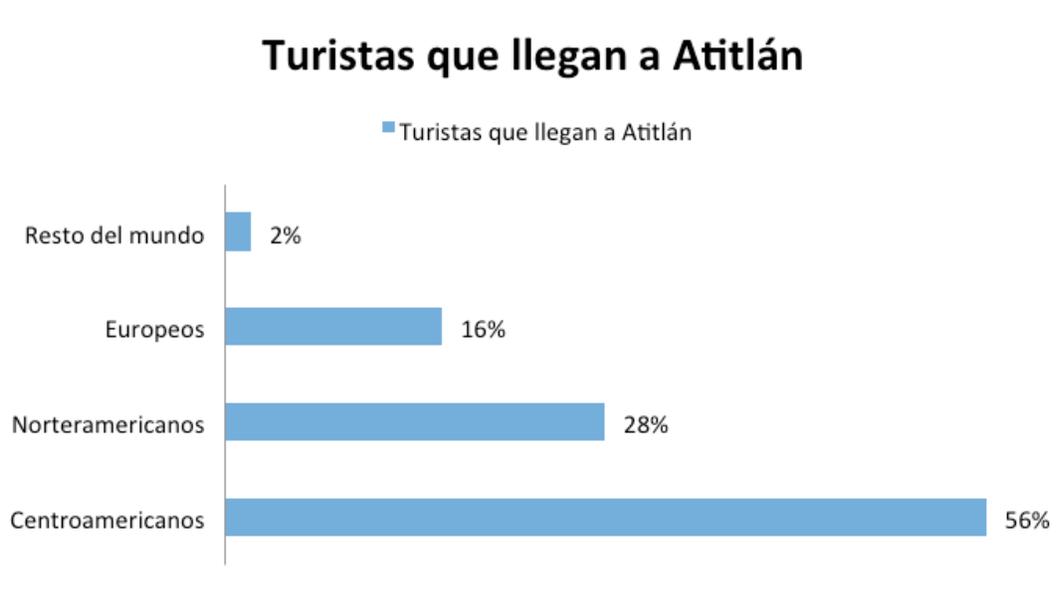
**Anexo 1**  
**Gráficas**

**Anexo 2**  
**Encuesta**

**Anexo 3**  
**Documentos de apoyo**

Museo acuático de Samabaj  
Hotel Posada de don Rodrigo, Ecomuseo del lago de Atitlán  
anajachel, Sololá  
Foto: Haydee Maryella Pérez

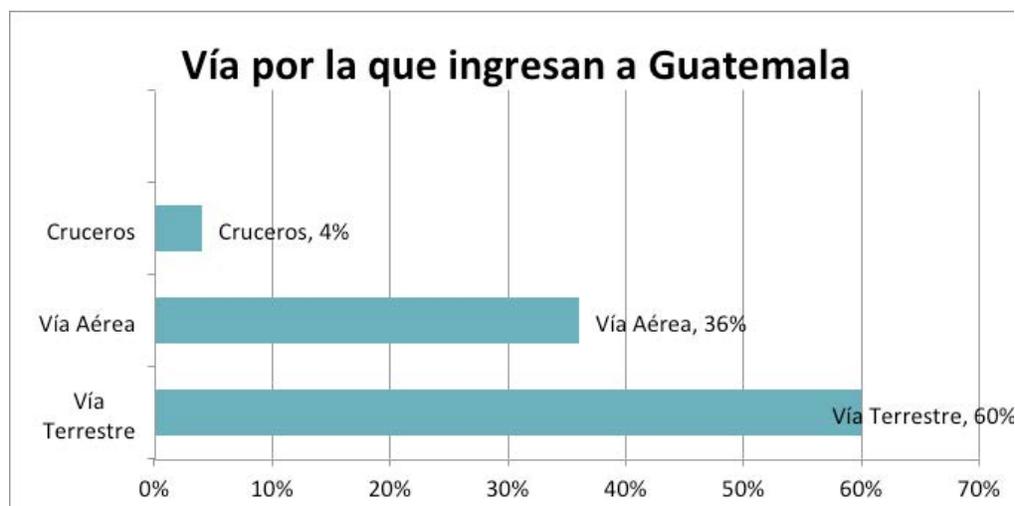
## Región de procedencia de los turistas que visitan Atitlán



Cuadro de elaboración propia. Basado en los datos obtenidos de INGUAT. (Alarcón, Pablo, 2,009.)

Notamos que la visita de los centroamericanos es mayor (56%), seguida de norteamericanos (28%) y europeos (16%) que sumados al rubro de otras nacionalidades (2%) suman 46% de turistas extranjeros que visitaron el país en el año 2014.

## Vía de transporte por la que ingresan:

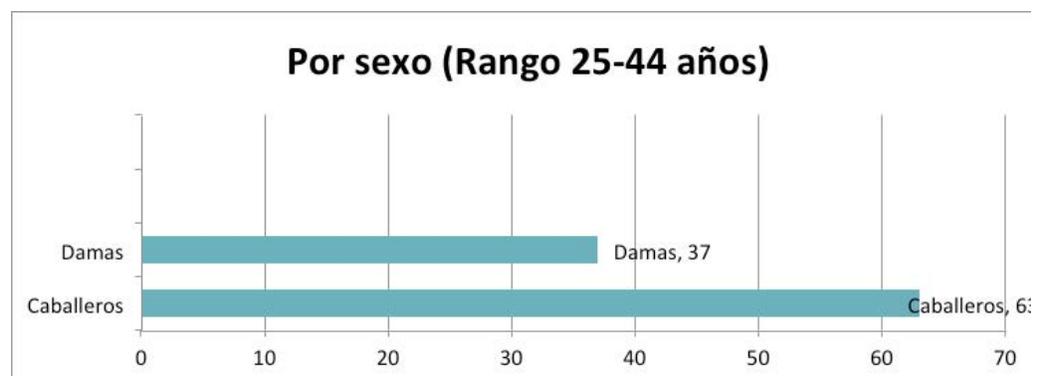


Cuadro de elaboración propia. Basado en los datos obtenidos de INGUAT. (Alarcón, Pablo, 2,009.)

Notamos que 60% ingresan al país por buses de turismo o vehículo propio, 36% lo hacen en avión y solamente 4% del total bajan de un crucero proveniente de Puerto Quetzal o Matías de Gálvez, tomando un paseo de menos de 7 horas de duración para conocer algún lugar de Guatemala, escogiendo por lo general: Antigua Guatemala, Ciudad de Guatemala, Atitlán o Chichicastenango, que se encuentran dentro de los rangos altos de preferencia según INGUAT.

## Sexo y edad de los turistas

La mayor parte de turismo que ingresan al país son caballeros entre los 25-44 años (63%) y damas de la misma edad (37%) por temas de negocios, estudios y paseos.



Cuadro de elaboración propia. Basado en los datos obtenidos de INGUAT. (Alarcón, Pablo, 2,009.)

La mayor parte son casados (54%), con estudios superiores (56%) quienes prefieren organizar su viaje ellos mismos (94%) eligiendo las opciones de paseo por internet y contratando del mismo modo .

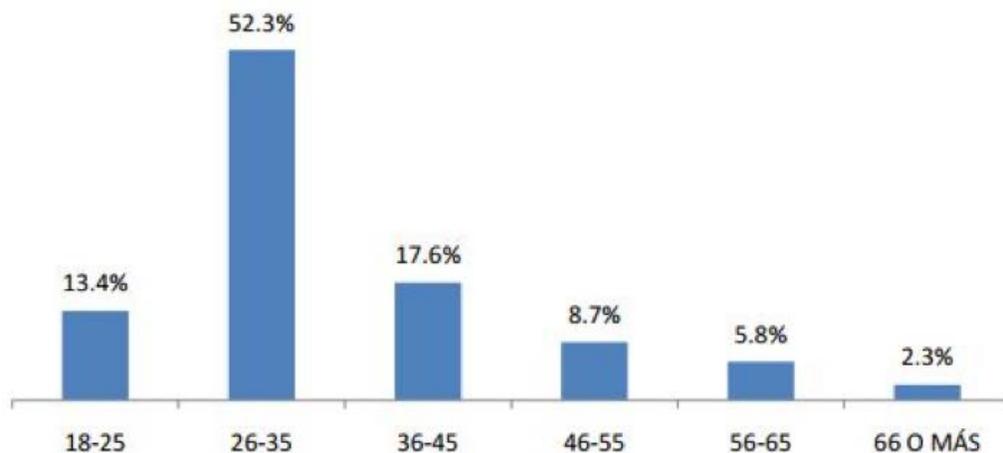
Permanecen en la cuenca del lago un mínimo de una noche y máximo de dos, las estancias más largas las realizan 7 días.

Gastan un promedio de \$.101.00 dólares americanos diarios.

Éstos datos se han obtenido a partir del estudio realizado por la Confederación de Empresarios de Andalucía (Alarcón, Pablo, 2008).

## Edades y de los turistas que visitan Guatemala

Anexo 1 {Gráficas}

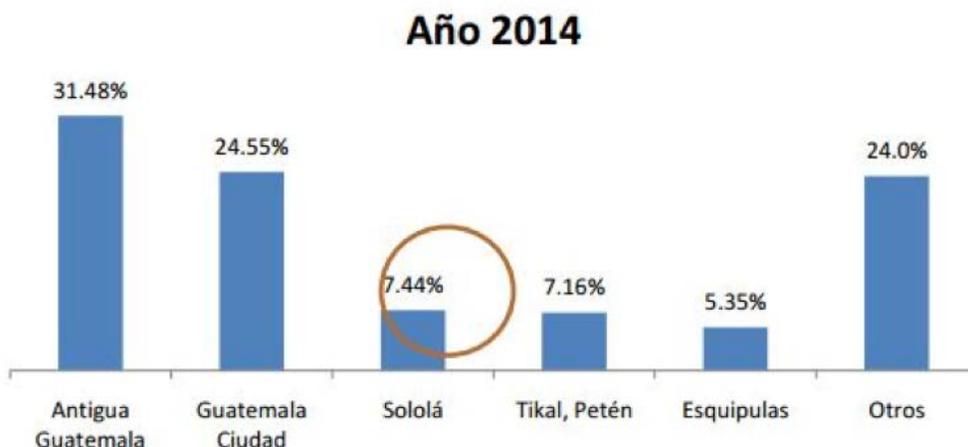


Cuadro de elaboración propia. Basado en los datos obtenidos de INGUAT. (Alarcón, Pablo, 2,009.)

## Porcentaje de turistas que visitan ATITLÁN

Lugares Visitados	Año 2014
Antigua Guatemala	31.48%
Guatemala Ciudad	24.55%
Sololá	7.44%
Tikal, Petén	7.16%
Esquipulas	5.35%
Otros	24.0%

## Destinos visitados por los TURISTAS en 2014.



Cuadro de elaboración propia. Basado en los datos obtenidos de INGUAT. (Alarcón, Pablo, 2,009.)

## Ingreso de turistas al Lago de Atitlán



Depto. Investigación de Mercados - INGUAT -

Visitantes ingresados 1er Semestre año 2014

% de visitación Departamento de Sololá (Datos preliminares Encuesta del Gasto 2014)

Distribución porcentual de visitante al Departamento de Sololá

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
Visitantes ingresados 1er Semestre año 2014	219,322	163,897	178,952	182,719	132,339	154,861	184,050
% de visitación Departamento de Sololá (Datos preliminares Encuesta del Gasto 2014)	7.32%	6.79%	7.58%	8.35%	7.85%	6.67%	7.44%
Distribución porcentual de visitante al Departamento de Sololá	16,050	11,123	13,571	15,260	10,387	10,336	13,694



Depto. Investigación de Mercados - INGUAT -

Datos preliminares encuesta del gasto 2014 (Visitantes NO Residentes)

Por Sexo y Edad / Sololá	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
18-25	16.3%	8.4%	14.1%	11.3%	15.0%	13.9%	13.4%
26-35	46.7%	55.0%	54.6%	54.2%	52.3%	51.3%	52.3%
36-45	18.3%	14.4%	13.9%	20.1%	17.6%	20.1%	17.6%
46-55	9.5%	8.6%	9.1%	8.2%	8.6%	8.1%	8.7%
56-65	6.7%	8.0%	6.6%	4.5%	4.5%	5.3%	5.8%
66 O MÁS	2.6%	5.5%	1.6%	1.8%	2.0%	1.3%	2.3%

Femenino	33.0%	28.7%	30.0%	34.1%	34.2%	34.1%	32.6%
Masculino	67.0%	71.3%	70.0%	65.9%	65.8%	65.9%	67.4%

Cuadros del Depto. de investigación de INGUAT 2014.

## Procedencia de los turistas

<b>AMÉRICA DEL NORTE</b>	<b>9,854</b>	<b>6,121</b>	<b>7,851</b>	<b>8,565</b>	<b>6,401</b>	<b>6,272</b>	<b>8,062</b>
ESTADOS UNIDOS	6,196	3,175	4,306	3,804	3,004	3,261	4,195
MÉXICO	2,862	2,078	2,653	4,069	2,835	2,425	3,095
CANADÁ	796	868	892	701	561	535	772
<b>EUROPA</b>	<b>2,712</b>	<b>2,467</b>	<b>3,197</b>	<b>3,507</b>	<b>2,049</b>	<b>1,656</b>	<b>2,766</b>
ALEMANIA	473	411	925	701	533	468	640
FRANCIA	398	434	609	786	239	151	450
REINO UNIDO	373	251	457	553	491	284	447
ESPAÑA	547	320	348	468	211	217	305
ITALIA	299	434	283	468	126	268	325
HOLANDA	199	91	87	213	113	100	143
SUIZA	124	180	109	149	84	50	118
BELGICA	124	91	109	21	28	67	75
DINAMARCA	25	137	43	64	70	50	71
AUSTRIA	50	69	65	43	56	0	50
SUECIA	50	46	43	21	84	0	46
NORUEGA	50	23	109	21	14	0	36
OTROS EUROPEOS	148	343	261	255	126	50	232
<b>AMÉRICA DEL CENTRO</b>	<b>1,070</b>	<b>388</b>	<b>609</b>	<b>1,084</b>	<b>854</b>	<b>1,271</b>	<b>976</b>
EL SALVADOR	448	238	413	744	660	953	665
COSTA RICA	368	0	87	64	70	184	139
HONDURAS	199	114	65	191	70	0	107
NICARAGUA	0	23	0	43	14	134	43
PANAMÁ	25	23	43	43	0	0	21
<b>AMÉRICA DEL SUR</b>	<b>1,070</b>	<b>685</b>	<b>609</b>	<b>446</b>	<b>368</b>	<b>401</b>	<b>565</b>
ARGENTINA	473	297	370	138	42	217	254
COLOMBIA	348	114	109	138	28	84	132
BRASIL	174	91	0	21	28	17	54
CHILE	25	46	43	106	28	33	50
PERÚ	50	69	65	0	42	33	46
VENEZUELA	0	46	22	43	0	17	21
ECUADOR	0	23	0	21	0	0	7
OTROS SUDAMERICANOS	25	23	22	21	28	0	21
<b>OCEANIA</b>	<b>448</b>	<b>434</b>	<b>435</b>	<b>553</b>	<b>351</b>	<b>301</b>	<b>450</b>
AUSTRALIA	423	411	304	531	295	251	393
NUEVA ZELANDA	25	23	130	21	56	50	57
OTROS OCEANIA	50	0	0	0	0	0	7
<b>ORIENTE MEDIO</b>	<b>199</b>	<b>343</b>	<b>304</b>	<b>531</b>	<b>267</b>	<b>268</b>	<b>347</b>
ISRAEL	199	343	304	531	267	268	347
OTROS ORIENTE MEDIO	0	0	0	0	14	0	4
<b>ASIA</b>	<b>174</b>	<b>274</b>	<b>261</b>	<b>234</b>	<b>98</b>	<b>134</b>	<b>204</b>
JAPÓN	75	183	174	106	42	84	114
REPÚBLICA DE COREA	100	91	22	85	28	33	61
CHINA	0	0	65	0	14	17	18
REPÚBLICA POPULAR DEMOCRÁTICA D	0	0	0	43	0	0	7
TAIWAN	0	0	0	0	14	0	4
OTROS ASIA	25	46	0	0	42	0	21
<b>EL CARIBE</b>	<b>50</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>11</b>
OTROS CARIBEÑOS	0	0	0	43	14	33	18
<b>OTROS PAÍSES DEL MUNDO</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11</b>

## Encuesta para validar publicaciones

La encuesta utilizada se envió en formato Google Forms para ser rellenada y enviada vía internet, de ésta manera podría ponderarse de manera inmediata los resultados. La encuesta se envió a cien correos del banco de datos de AECID, enviándoles a un enlace dirigido:

[https://docs.google.com/forms/d/1Yq4v10oXSNrC-95EvbUAxHVtMxel\\_ss\\_ftbAFVbV-9c/viewform?c=0&w=1&usp=mail\\_form\\_link](https://docs.google.com/forms/d/1Yq4v10oXSNrC-95EvbUAxHVtMxel_ss_ftbAFVbV-9c/viewform?c=0&w=1&usp=mail_form_link)

El formato de correo, la forma rellenable y las preguntas que permitieron ponderar la validación de las publicaciones preparadas para Ecomuseo del Lago de Atitlán fueron las siguientes:

 **Maryella de Menéndez** <maryella.demenendez@gmail.com>  
para diegobeko (-)

----- Mensaje reenviado -----  
De: **Maryella de Menéndez** <maryella.demenendez@gmail.com>  
Fecha: 21 de octubre de 2014, 14:25  
Asunto: Publicaciones Ecomuseo del Lago

Muy estimado Diego,  
Comparto los folletos que estarán por publicarse, para que puedas verlos y compartirlos. Aún estoy retocando la portada de Festividades, pero decidí compartirlas contigo para recibir tus comentarios. Si deseas puedes compartirlas con algunos de tus amigos que consideres.

Para validarlos estamos utilizando la encuesta del siguiente link, la cual te agradeceré rellenar, no te tomará mucho tiempo.

[https://docs.google.com/forms/d/1Yq4v10oXSNrC-95EvbUAxHVtMxel\\_ss\\_ftbAFVbV-9c/viewform?c=0&w=1&usp=mail\\_form\\_link](https://docs.google.com/forms/d/1Yq4v10oXSNrC-95EvbUAxHVtMxel_ss_ftbAFVbV-9c/viewform?c=0&w=1&usp=mail_form_link)

Agradezco desde ya tu interés y gentil colaboración,  
Atta, Maryella.

..

P.D. Tómate tu tiempo con tranquilidad y espero disfrutar las publicaciones.

Mercadeo a tu medida.  
Studio: (502) 2434 8191  
[maryella.demenendez@gmail.com](mailto:maryella.demenendez@gmail.com)

Estrategias creativas para mejorar el marketing en su negocio.

Este mensaje y cualquier archivo adjunto que sea transferido junto con él son únicamente para el o los destinatarios y puede contener información privilegiada y confidencial. Si Usted ha recibido este mensaje por error, absténgase de abrirlo y puede ser legal. Este mensaje contiene únicamente los nombres y puntos de vista particulares del autor quien es el responsable de cualquier daño que su contenido pueda provocar.

This email and any files transmitted with it are intended only for the individual(s) and may be legally privileged and/or confidential. If you have received this email in error please do not disseminate it and please do not delete. To protect your privacy and confidentiality, please do not disseminate this message. Thank you!

..

**4 archivos adjuntos**



FESTIVIDADES R...



Hidrogeología C...



Bio3 C MYK.pdf



ORIGENES CMY...

# Encuesta para nuestras publicaciones

Hemos enviado a su correo una de nuestras publicaciones de éste año para su consideración y sugerencias. A continuación encontrará una serie de preguntas referentes a la publicación recibida, a las que agradeceremos brindar sus aportes y sugerencias. Sus respuestas contribuirán a mejorar nuestras publicaciones. Nuevamente muy agradecidos.

\* Required

## Ecomuseo del Lago de Atitlán



### ¿Conoce usted la labor que desempeña el Ecomuseo del Lago de Atitlán? \*

Comparta con nosotros si conoce o ha escuchado acerca del tema...

- Sí, conozco del proyecto.
- No, no conozco del proyecto.
- Me gustaría conocer más sobre el proyecto.

### ...¿Cree que la publicación ha motivado su interés a visitar la cuenca del Lago de Atitlán? \*

Por favor, compartanos si la publicación le ha motivado a conocer y visitar la cuenca del Lago de Atitlán...

- Sí, me pareció interesante y me gustaría conocer más y visitar el lugar.
- No, no despertó mi interés...

### ¿Le parece la manera en que son presentados los contenidos? \*

Compartanos si le parece una publicación ordenada, atractiva e interesante...

- Sí, la considero adecuadamente jerarquizada.
- No, me parece que se encuentra desordenada.

### ...¿Si tuviera oportunidad compartiría ésta publicación con un amigo o parientes? \*

Comparta con nosotros si compartiría la publicación con alguien más...

- Sí, la compartiría.
- No, no la compartiría.

**¿Qué respuesta refleja la manera en que percibe nuestra publicación? \***

Por favor compartanos su opinión acerca del diseño de la publicación...

- Me parece una publicación elegante.
- Me desagrada el diseño de la publicación.
- Me parece una publicación muy clara y concreta.
- Me parece una publicación que puede mejorarse.

**¿Le parece que las fotografías ilustran correctamente los temas? \***

Por favor compartanos si considera adecuadas las imágenes utilizadas...

- Sí, las imágenes ilustran bellamente los temas.
- No, las imágenes no están relacionadas al tema.

**¿Le gustaría tener la publicación impresa o solamente digital? \***

Cuéntenos si le gustaría tener ésta publicación impresa o digital...

- Sí, me gustaría tener la publicación impresa.
- Me gustaría en ambos formatos: impresa y digital.
- Me gustaría solamente digital para compartirla.
- Si hubiera que pagar una cantidad razonable por tenerla estaría dispuesto a pagar por ella.

**Cuéntenos por qué?**

Por favor cuéntenos por qué le agrada el formato que escogió...

**¿Le parece atractiva la portada de la publicación? \***

Comparta con nosotros si visualmente le agrada el diseño de nuestra portada...

- Sí, me parece un diseño llamativo.
- No me llama la atención la portada.

**¿Le agrada la paleta de colores utilizada en la publicación? \***

Por favor compartanos su opinión acerca de los colores utilizados en la publicación...

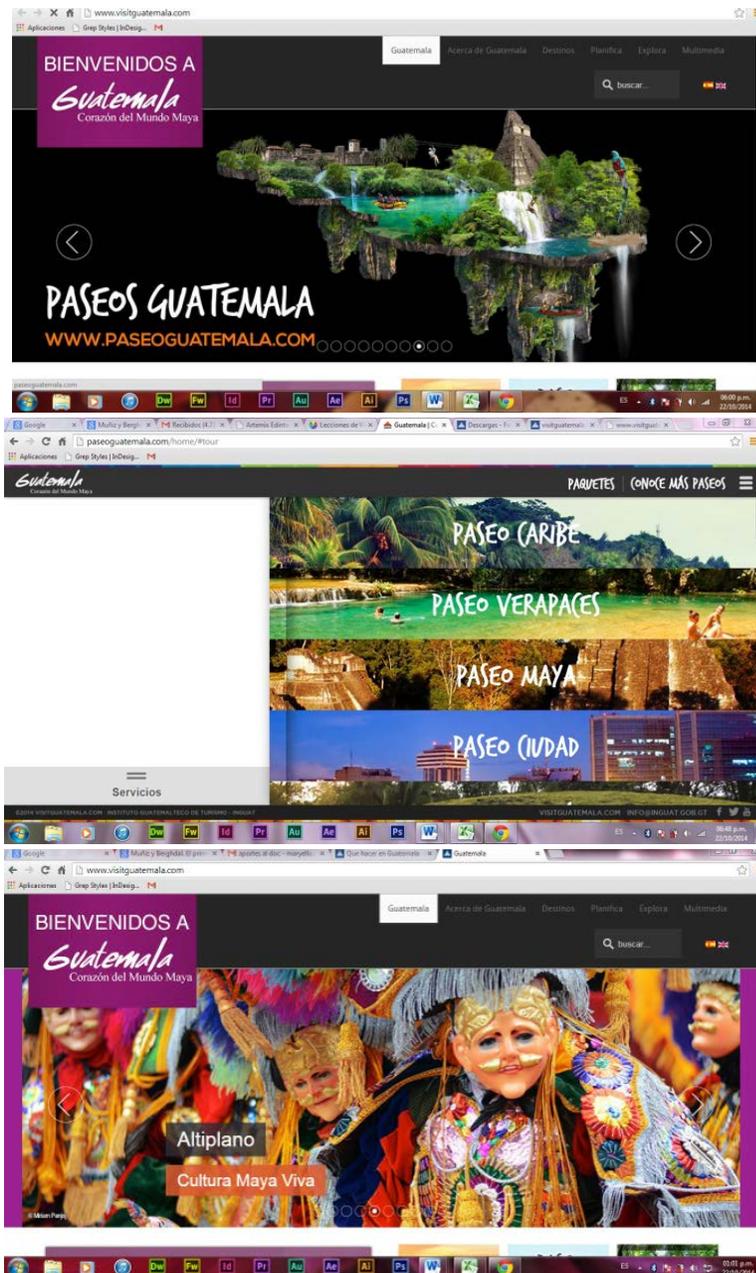
- Los colores complementan y sugieren el tema.
- Los colores no me parecen adecuados.

Submit

Never submit passwords through Google Forms.

100%: You made it.

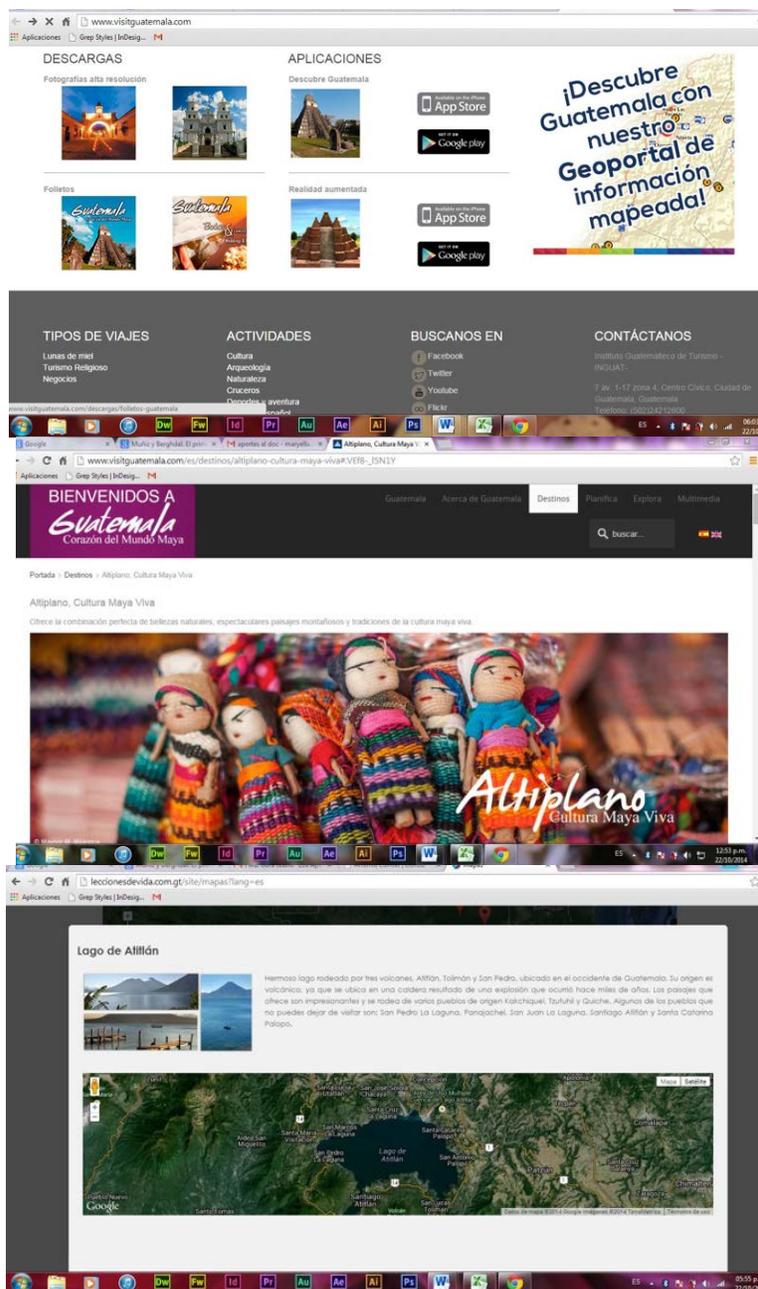
Páginas de internet que utiliza INGUAT para promover el turismo nacional y extranjero en los sitios.



Nótese que aparece Altiplano, pero cuando despliega no brinda información en detalle de los lugares y sitios de la cuenca del Lago de Atitlán en los municipios objetos de éste estudio, tampoco paseos disponibles.

Pincha el enlace: <http://www.inguat.gob.gt/inicio.php>

No aparece ninguna publicación especializada sobre el Lago de Atitlán, tampoco calendarios con festividades.



No aparece detalle de actividades, lugares ni paseos que realizar en las poblaciones del Lago de Atitlán, objetos de éste estudio.

Pincha el enlace: <http://paseoguatemala.com/home/paseo/lago#>



Programa de Patrimonio  
Cultural y Natural  
para el Desarrollo  
Sostenible en Atitlán.

