



Cuaderno metodológico 3

3

## Guía para caminantes

Lineamientos para elaborar guías para caminantes de los caminos ancestrales andinos

Didier Sánchez y Mario García  
Consultores para UICN-Sur

Proyecto: Uso y conservación de la biodiversidad asociada a la red de caminos ancestrales andinos-Gran Ruta Inca



INSTITUTO DE MONTAÑA



Sánchez, Didier; García, Mario.

Guía para caminantes: lineamientos para elaborar guías para caminantes de los caminos ancestrales andinos / Didier Sánchez y Mario García.— Lima: SGCAN, Instituto de Montaña y UICN-Sur, 2012.

33 p. - (Cuaderno metodológico; 3)

Este cuaderno metodológico se elaboró en el marco del proyecto “Uso y conservación de la biodiversidad asociada a la red de caminos ancestrales andinos-Gran Ruta Inca”, ejecutado por la Secretaría General de la Comunidad Andina (SGCAN), con el apoyo técnico del Instituto de Montaña (IM) y la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN-Sur), en caminos ancestrales ubicados en el Parque Nacional Sangay (Ecuador), la Reserva de Biosfera Huascarán (Perú) y la Reserva Paisajística Nor Yauyos-Cochas (Perú). El proyecto se realiza en coordinación con las autoridades ambientales y de áreas naturales protegidas de los países y cuenta con la colaboración de las poblaciones.

Este Proyecto cuenta con el apoyo financiero del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España y el Organismo Autónomo de Parques Nacionales de España.



Con el apoyo de



Los autores agradecen a los colegas, representantes de comunidades y personal de las áreas naturales protegidas por sus aportes y comentarios, que ayudaron a completar y mejorar este documento.

**Textos:** Didier Sánchez y Mario García

**Revisión:** Aracely Pazmiño y Florencia Zapata

**Edición Pedagógica:** Lorena Best y Florencia Zapata

**Diseño y diagramación:** Sara Ulloa

**Cuidado general de la publicación:** Florencia Zapata

**Fotografías:** María Augusta Almeida, Andrea Madrid, Benito Segura, Florencia Zapata

Cuaderno metodológico 3

# **Guía para caminantes**

Lineamientos para elaborar guías para caminantes de los  
caminos ancestrales andinos



# Tabla de contenidos

Introducción	6
Acerca de este cuaderno metodológico	8
Conceptos importantes	12
Propuesta metodológica	18
Primera fase: requisitos previos	20
Segunda fase: diseño editorial, investigación y redacción de textos	23
Tercera fase: diseño gráfico	31
Cuarta fase: distribución	32
Bibliografía	33

# Introducción

---

Este documento es uno de los productos del proyecto “Uso y conservación de la biodiversidad asociada a la red de caminos ancestrales andinos-Gran Ruta Inca”, implementado por la Secretaría General de la Comunidad Andina (SGCAN), con el apoyo técnico del Instituto de Montaña/Programa Andino de The Mountain Institute (IM) y la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza/Oficina Regional para América del Sur (UICN-Sur) en las áreas protegidas Parque Nacional Sangay (Ecuador), Parque Nacional Huascarán (Perú) y la Reserva Paisajística Nor Yauyos-Cochas (Perú). Este proyecto se realizó en coordinación con las autoridades ambientales y de áreas naturales protegidas de los países y con la colaboración de las poblaciones aledañas.

En términos del alcance del proyecto, lo que se buscó fue generar una primera aproximación al trabajo en paisajes naturales y culturales en áreas naturales protegidas vinculadas a la red de caminos ancestrales andinos-Gran Ruta Inca. Nuestro propósito fue elaborar una propuesta metodológica a escala regional, a partir de experiencias piloto, para la réplica en ámbitos nacionales y locales.

Para ello, el proyecto tuvo una secuencia que incluyó momentos de capacitación, la elaboración de guías o cuadernos metodológicos y la implementación de las actividades para cada uno de los temas de trabajo. El proceso comenzó con la redacción de las versiones iniciales de los cuadernos metodológicos, que fueron preparadas y validadas en los módulos de capacitación. Posteriormente, estas versiones validadas fueron ajustadas en función de la implementación de las actividades en campo, incorporando experiencias y lecciones aprendidas en la práctica.

En síntesis, los cuadernos metodológicos son documentos que resumen la propuesta metodológica para el desarrollo y réplica de las principales actividades del proyecto. Los objetivos que guiaron la elaboración de los cuadernos metodológicos fueron:

- ▶ Ayudar en la planificación y ejecución de las actividades del proyecto.
- ▶ Facilitar la réplica de las actividades del proyecto en otras áreas protegidas y caminos ancestrales.

- Fortalecer las capacidades de los socios del proyecto y otros potenciales interesados en aspectos técnicos y conceptuales vinculados a la gestión de los caminos ancestrales.
- Colaborar en la incorporación de la dimensión cultural en la gestión de los caminos ancestrales y en el manejo de las áreas naturales protegidas.

Básicamente, cada cuaderno responde a la pregunta: “¿Cómo se hace...?”. En total se han preparado siete cuadernos metodológicos sobre los siguientes temas:

1. Bases de información y geodatabases de valores culturales y naturales.
2. Registro de valores culturales inmateriales a través de procesos de memoria social.
3. Guías para caminantes.
4. Centros de interpretación e información.
5. Señalización.
6. Servicios para la población y los visitantes y restauración de paisaje.
7. Agrobiodiversidad: implementación de bancos de semillas comunales.

Los cuadernos metodológicos no son manuales estrictos y acabados sobre cómo implementar una actividad o lograr un producto. Más bien, son guías o documentos orientadores que deberán adaptarse a las circunstancias concretas de cada caso.

Este cuaderno metodológico, encargado a UICN-Sur, propone pautas para la elaboración de una guía para caminantes de los caminos ancestrales andinos. Quienes tuvimos a nuestro cargo la preparación de este cuaderno, agradecemos los aportes de todos los socios, socias y colaboradores del proyecto, en especial a los miembros de las comunidades, líderes locales y facilitadores del proyecto.

# Acerca de este cuaderno metodológico

---

Este cuaderno está pensado como una herramienta que contiene recomendaciones teóricas y prácticas para la elaboración de una guía para caminantes de los caminos andinos. La elaboración de este documento ha significado un proceso participativo que se alimentó de las opiniones y visiones de los miembros de las comunidades, líderes locales y facilitadores del proyecto. Asimismo, consideramos que la elaboración de esta guía es una oportunidad para que las comunidades del entorno de las áreas protegidas revaloricen su identidad, al vincular los contenidos de la guía a los aspectos culturales y a la conservación del paisaje.

Específicamente, los objetivos de este cuaderno son:

- ▶ Generar capacidades para producir guías y materiales informativos destinados a los caminantes, que les permitan disfrutar los paisajes y desarrollen en ellos una actitud hacia la conservación de los recursos naturales y culturales que se encuentran a lo largo de los caminos.
- ▶ Crear una propuesta metodológica que permita elaborar una guía para caminantes que divulgue los valores naturales y culturales asociados a los caminos.

## ¿A quiénes está dirigido este cuaderno metodológico?

Al personal técnico y administrativo de áreas protegidas, representantes de gobiernos locales, ONGs y líderes comunitarios, así como a cualquier otra persona interesada en facilitar procesos para la elaboración participativa de guías de campo y materiales informativos para los caminantes que recorren los caminos andinos.

## Los contenidos de este cuaderno metodológico

En la primera parte, presentamos las ideas centrales y conceptos que necesitamos conocer antes de aplicar la metodología, como por ejemplo “camino ancestral”, “paisaje cultural” e “interpretación ambiental”.

En la segunda parte, explicamos la metodología propuesta para elaborar una guía para caminantes. Hemos organizado nuestra metodología en cuatro fases:

**Primera fase** Requisitos previos.

**Segunda fase** Diseño editorial, investigación y redacción de textos.

**Tercera fase** Diseño gráfico.

**Cuarta fase** Distribución.

La guía de campo está pensada como un instrumento que le permitirá al caminante conocer, entender y apreciar los caminos y su entorno, promoviendo así la conservación de los caminos ancestrales andinos. En aquellos casos en que los caminos se ubican dentro de un área protegida, la guía también ayudará a difundir sus objetivos de conservación.

Esta guía, al ser un producto interpretativo, permitirá al caminante conocer más sobre algunos temas de su interés, como por ejemplo:

- ▶ **Los recursos naturales y el paisaje:** montañas, lagos, bosques, pantanos, ríos y todas las expresiones de la naturaleza, que a su vez están asociadas a la relación espiritual, histórica y económica que los pobladores de la zona tienen con su entorno.
- ▶ **Los valores culturales inmateriales:** para acercarnos a la forma de vida, tradiciones y manifestaciones culturales, así como a la importancia y el uso que tienen los caminos para las comunidades.
- ▶ **Los valores culturales materiales:** la importancia arqueológica asociada a los caminos ancestrales o construcciones aledañas.

La guía de campo para caminantes espera ser un vínculo entre las personas, el camino y lo que hay a su alrededor: las comunidades, los paisajes, la biodiversidad y los recursos naturales de la región. La guía, para ser efectiva, no puede limitarse simplemente a presentar información; más bien, debe explicar las relaciones que hay entre la riqueza natural y los valores culturales asociados a los caminos. Recordemos que se trata de caminos ancestrales y que, por lo tanto, muchos de ellos aún están vivos en la memoria y modos de vida de las comunidades aledañas.



1. Paisaje natural: el sector de Tres Cruces es un sitio natural sagrado que se encuentra en el camino inca, Provincia de Chimborazo, Ecuador.
2. Valor cultural inmaterial: la celebración del Inti Raymi en Achupallas, Parque Nacional Sangay, Ecuador.
3. Valor cultural material: sitio arqueológico en la Reserva Paisajística Nor-Yauyos Cochas, Perú.

# Conceptos importantes

---

## ¿Qué entendemos por caminos ancestrales?

Los caminos ancestrales andinos son los caminos antiguos que fueron construidos por nuestros antepasados.

Algunos de ellos son magníficas obras de ingeniería que recorren cientos o miles de kilómetros y atraviesan ríos, valles y montañas. Otros son pequeños caminos que pueden transitarse en pocas horas.

Todos los caminos ancestrales, los grandes y los pequeños, tienen en común que conectaron pueblos y lugares, sirviendo para el transporte de personas, animales, productos, y noticias. Muchos de estos caminos aún están en uso, son espacios vivos que siguen sirviendo a los hombres y mujeres de los Andes.

Además, los caminos ancestrales son parte de los pueblos y culturas que conectan y de los territorios que atraviesan. Por eso, cuando hablamos de





los caminos ancestrales nos referimos tanto al camino en sí como al patrimonio cultural y paisajes asociados al camino.

En los últimos años, los caminos ancestrales han despertado el interés de los caminantes y los investigadores. Bien manejado, el turismo puede ser una oportunidad de desarrollo para las poblaciones vecinas y a la vez una oportunidad para recuperar los caminos ancestrales que han caído en desuso. Y es que los caminos están vivos cuando se los usa, cuando los pobladores o los visitantes los recorren. Por eso, este cuaderno ofrece herramientas que buscan dar sostenibilidad al uso que las comunidades locales dan a los caminos y también al uso que les dan las personas que los visitan.



Ejemplos de usos que la población local da a los caminos ancestrales.

## ¿Qué son los paisajes culturales?

Son espacios en los que se ven juntos las formaciones naturales —como los bosques nativos, lagunas y todo lo que es parte de la naturaleza— y el trabajo hecho por las personas —como por ejemplo las chacras o los caminos- y que con el tiempo son parte del mismo paisaje. Es decir, los paisajes culturales son el resultado de la relación de las poblaciones con el territorio en el que viven: el paisaje cultural integra la naturaleza y la cultura.

Hay distintos tipos de paisajes culturales: algunos fueron creados a propósito por las personas, como por ejemplo las plazas y jardines; en cambio, otros paisajes fueron evolucionando como resultado de la convivencia entre las personas y el ambiente que las rodea, como por ejemplo las terrazas o andenes de cultivo, los canales de irrigación que atraviesan la puna y los mismos caminos andinos.

El paisaje es el resultado del proceso dinámico y permanente entre las personas y la naturaleza. Es decir, los paisajes no son estáticos. Es importante entender que los paisajes que vemos y sentimos no son los mismos que vieron nuestros abuelos o tatarabuelos. Precisamente, en su relación con las personas, la naturaleza cambia permanentemente y el paisaje es resultado de esta relación. A su vez, la naturaleza influye también en las personas, y la cultura refleja esta influencia.



## ¿Qué significa interpretación ambiental?

La interpretación ambiental es un proceso de comunicación diseñado para que las personas conozcan y aprecien los valores naturales y/o culturales de una región y adquieran una postura activa para su cuidado y conservación. En este sentido, podemos considerar a los intérpretes del ambiente —o también llamados intérpretes del patrimonio— como comunicadores que, a través del uso de diferentes técnicas y estrategias de comunicación, fomentan experiencias relevantes con el propósito de promover la conservación del patrimonio, sea este natural o cultural.

Hay varias definiciones de interpretación, para estos cuadernos usaremos la definición que propone la Asociación de Interpretación de Patrimonio de España que dice: “La interpretación del patrimonio es el arte de revelar *in situ* el significado del legado natural o cultural al público que visita esos lugares en su tiempo libre.”

Para alcanzar su objetivo, los intérpretes del ambiente han desarrollado diversas estrategias, como por ejemplo la preparación de publicaciones (libros, guías o folletos) y el diseño de infraestructura (centros de información, senderos interpretativos, miradores o paneles explicativos).

Los objetivos principales de la interpretación son (García, 2004):

- ▶ Informar y explicar.
- ▶ Promover la conservación de los recursos naturales y culturales.
- ▶ Promover actividades turísticas y recreativas.
- ▶ Fomentar el orgullo regional, nacional o local.
- ▶ Ayudar a la administración de las áreas protegidas.

Un aspecto central de la interpretación ambiental es que debe entregar información de forma atractiva y breve y en presencia del mismo objeto que se está interpretando. Por eso, la interpretación no busca dar al visitante la misma información que puede encontrar en los libros sino acompañar la experiencia de las personas durante la visita.

Freeman Tilden propuso unos principios que con el paso de los años se han convertido en los pilares de la interpretación del patrimonio. Su libro “Interpretando nuestra herencia” —publicado por primera vez en 1957— es un referente obligado para los profesionales que trabajan en este campo. Estos son:

### **Relacionar**

“Cualquier forma de interpretación que no relacione los objetos que presenta y describe con algo que se encuentre en la experiencia y la personalidad de los visitantes, será totalmente estéril.”

### **La información no es interpretación**

“La información, como tal, no es interpretación. Es una revelación basada en la información. Son dos cosas diferentes. Sin embargo, toda interpretación incluye información.”

### **La interpretación es un arte**

“La interpretación es un arte que combina muchas artes para explicar las materias presentadas; y cualquier forma de arte, hasta cierto punto, puede ser enseñada.”

### **Provocación**

“La interpretación persigue la provocación y no la instrucción.”

### **La interpretación es un todo**

“Debe ser la presentación del todo y no de las partes aisladamente, y debe dirigirse al individuo como un todo y no sólo a una de sus facetas.”

### **La interpretación es diferente para cada tipo de público**

“La interpretación destinada a niños no debe ser una mera dilución de lo entregado a los adultos, requiere un enfoque radicalmente diferente. En el mejor de los casos necesitará programas específicos.”

# Propuesta metodológica

---

Hemos dividido el proceso de elaboración de la guía de campo para caminantes en cuatro fases con sus respectivos pasos. Como punto de partida, es fundamental que todas las personas que vamos a trabajar en la elaboración de la guía —miembros de las comunidades, visitantes, personal de las áreas protegidas, ONGs o gobiernos locales— reconozcamos la necesidad de una guía de campo para caminantes. También es importante el diálogo con los visitantes, pues será la única manera de conocer sus necesidades, intereses y demandas de información.

Además, no olvidemos que nuestra guía no estará aislada sino que se deberá complementar con las otras piezas de comunicación, como por ejemplo los servicios de información y orientación personalizados o las exposiciones y proyección de videos.

Finalmente, esta propuesta metodológica parte de reconocer la importancia de involucrar a la población local en la elaboración de la guía. Por eso, nos parece relevante hacer referencia a los roles de las diferentes personas que trabajarán juntas para hacer la guía.

## **Roles:** responsable general, representantes de las comunidades, sector turístico y especialistas

**Responsable general:** Es la persona a la que está dirigido este cuaderno. Su rol es facilitar el proceso, es decir, ayudar a que las cosas ocurran. Esta persona (o equipo de personas) acompaña el proceso de elaboración de la guía desde el inicio hasta el final. Es importante que preste mucha atención a la calidad de la participación de los pobladores locales.

**Representantes de las comunidades:** Son personas de la comunidad o comunidades cercanas al camino que participan en el proceso de preparación de la guía. Pueden ser jóvenes o adultos, hombres y mujeres, lo importante es que quieran compartir sus conocimientos y experiencia, dar su opinión, investigar y hacer aportes en todo el proceso.

**Sector turístico:** Se refiere a toda persona u organización relacionada a la actividad turística que ha trabajado en los caminos ancestrales o en las comunidades aledañas. Por ejemplo, pueden ser operadores o personas que guían grupos de turistas o las oficinas regionales de turismo del gobierno. También incluimos en este grupo a los mismos visitantes, con quienes deberemos dialogar para entender qué información necesitan y cómo la prefieren.

**Especialistas:** Son las personas que nos ayudarán a preparar la guía. Probablemente sea necesario contar con el apoyo de expertos en edición, diseño y diagramación. Además, y dependiendo de las características de la guía y sus contenidos, también puede que necesitemos la asistencia de fotógrafos, geógrafos que nos ayuden a preparar mapas o de otros especialistas que iremos identificando juntos.

# Primera fase

## Requisitos previos

Son aquellos aspectos básicos que se deben abordar antes de la elaboración de la guía para caminantes. Tienen que ver con la disponibilidad de recursos económicos, definición del público objetivo, identificación de objetivos de la guía y selección de contenidos generales de la guía.

### Paso 1 / FORMAMOS EL EQUIPO DE TRABAJO INVOLUCRANDO A LA POBLACIÓN LOCAL

El primer paso es armar el equipo de trabajo, que estará integrado por la persona o personas responsables y los representantes de las comunidades cercanas al camino. Como decíamos un poco más arriba, esta propuesta metodológica reconoce la importancia de involucrar a la población local y es por eso que lo hacemos desde el inicio. Luego, todos juntos iremos viendo a qué otras personas necesitamos sumar al equipo.

El equipo se debe reunir periódicamente para planificar el trabajo, identificar las responsabilidades de cada uno y asignar las tareas. También para evaluar el avance y hacer los ajustes que sean necesarios.

### Paso 2 / ANALIZAMOS LA DISPONIBILIDAD DE RECURSOS ECONÓMICOS

Recordemos que el producto que vamos a elaborar va a depender de los recursos con los que contemos, sean humanos, financieros, logísticos o materiales. En este paso, es importante considerar un estudio que proyecte la sostenibilidad de la guía a lo largo del tiempo. Es decir, pensemos en tener fondos para distribuir, volver a editar e inclusive reimprimir la guía.

#### Estrategias para el financiamiento

**Autogestión:** este mecanismo se puede dar a través de la venta de las guías, por ejemplo, con el fin de invertir el dinero obtenido en cada nueva edición.

**Actores-socios:** podemos identificar colaboradores o instituciones interesadas en financiar la guía. Los actores-socios pueden ser ONGs, gobiernos locales, organizaciones interesadas en el aprovechamiento de la red de caminos, empresas privadas asociadas a la actividad turística, entre otros.

**Publicidad:** venta de publicidad al interior de la misma guía. Sin embargo, es importante reflexionar sobre la finalidad de esta estrategia. No olvidemos que el objetivo primordial es la obtención de fondos para hacer circular la guía y no conseguir ganancias a través de la publicidad. Por eso, cuidemos nuestro trabajo y no busquemos socios a quienes vender un espacio y llenar de propagandas nuestra guía.

---

### Paso 3 / IDENTIFICAMOS EL PÚBLICO OBJETIVO

---

Es decir, ¿a quién está dirigida nuestra guía? Para la identificación de nuestro público objetivo podemos seguir algunas pautas:

- ▶ Podemos hacer uso de la información estadística disponible sobre visitas a la zona, ya sea en el área protegida o el gobierno local. Allí encontramos información sobre la cantidad de visitantes que tenemos al año, de qué nacionalidades son, sus rangos de edad, los motivos de sus visitas, etc. Si no contamos con esta información, podemos realizar encuestas con la ayuda de las personas que trabajan en las rutas de turismo. Es importante que elaboremos la encuesta tomando en cuenta todos los aspectos sobre los que nos interesa recabar información.
- ▶ Recomendamos convocar una reunión con personas que consideremos importantes por sus potenciales aportes a nuestra guía. Estas personas pueden ser técnicos vinculados al área protegida, técnicos de ONGs, líderes comunitarios o autoridades locales.
- ▶ Hay que tomar en cuenta que de acuerdo al tipo de público, será necesario usar conceptos, métodos y técnicas específicas. Cada tipo de público necesita un enfoque propio y requiere un tratamiento especial. Por ejemplo, la interpretación destinada a los adultos es distinta a la destinada al público infantil; en

este último caso podemos privilegiar el uso de dibujos, colores y fotografías.

En el caso del público infantil, es recomendable usar elementos de interpretación que muestren acción, imaginación y fantasía. El uso de estos elementos dependerá de las diferentes edades y formas de aprendizaje de los niños y niñas. Si logramos una buena guía destinada al público infantil, es probable que también podamos usarla con éxito con los adultos.



---

#### Paso 4 / DEFINIMOS LOS OBJETIVOS DE LA GUÍA

---

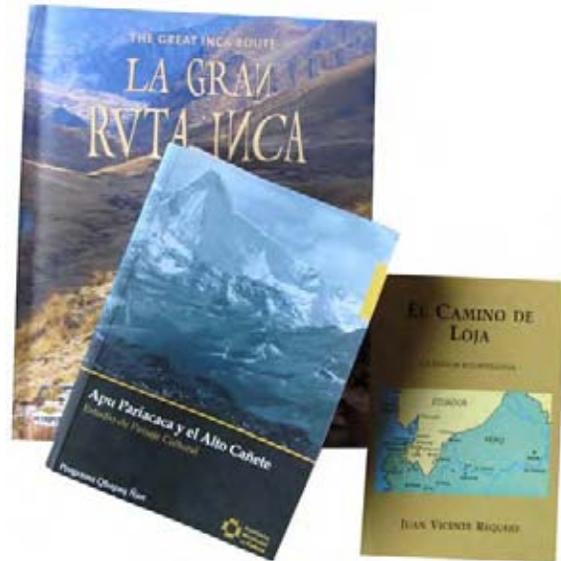
Para definir los objetivos de nuestra guía, tenemos que tener en cuenta a nuestro público objetivo. También debemos reflexionar sobre para qué queremos esta guía: si es para orientar a nuestros visitantes, brindarles más información sobre el camino y sus recursos naturales, culturales, paisajísticos o informar sobre la historia de las comunidades y sus costumbres, por ejemplo.

---

#### Paso 5 / SELECCIONAMOS LOS CONTENIDOS GENERALES

---

Al definir los contenidos generales de la guía, podemos pensar en la historia o la información que tengamos sobre la red de caminos, la biodiversidad de la zona, las leyendas o mitos de las principales comunidades que se encuentran en el tramo que se va a recorrer y los principales recursos naturales que existen en la localidad.



## Segunda fase

### Diseño editorial, investigación y redacción de textos

En esta etapa redactamos los textos, seleccionamos las imágenes y atendemos las demandas editoriales.

---

#### Paso 6 / DISEÑO EDITORIAL

---

El diseño editorial se refiere a la definición de estilos, tanto gráfico como de redacción, y por lo tanto está vinculado al público al que queremos comunicar. No es lo mismo hacer una guía para público escolar que para jóvenes o adultos, amantes de la naturaleza y expertos aventureros. Es muy importante definir el diseño editorial desde un inicio, antes de empezar la redacción de textos o contratar a un diseñador gráfico.

Las decisiones sobre el diseño editorial incluyen:

- ▶ Formato de la publicación (tamaño de nuestra guía).
- ▶ Cantidad de hojas (en relación al presupuesto disponible y público objetivo).
- ▶ Tapa (dura/suave).
- ▶ Textos: Tipo de lenguaje y extensión.
- ▶ Idiomas (quechua, castellano, etc.).

- ▶ Criterios para selección de imágenes o fotografías, así como la inclusión o no de gráficos, esquemas, ilustraciones, mapas, etc.
- ▶ Si la publicación va a ser en blanco y negro o a colores.
- ▶ Tipo de papel (mate, brillante, reciclado).

**En lo que se refiere al tamaño de la publicación:** la guía puede ser de diversos tamaños. La elección del tamaño y formato va a depender de las necesidades del público al que está dirigida. Por ejemplo, si los caminantes tienen poco espacio para llevar sus cosas, es posible que necesiten una guía compacta que puedan llevar en la mano y guardar en un bolsillo de su pantalón o en el bolso de mano. En este caso, hay que pensar también en el peso de la guía. Generalmente, los caminantes cargan una mochila liviana y una guía muy pesada quedará fuera del equipaje. En otros casos, habrá caminantes que prefieran publicaciones más grandes para observar mejor los mapas y las fotos.



La elección del papel dependerá del presupuesto y de los usos que tendrá la guía (por ejemplo, si queremos que sea duradera o que los mapas se perciban con nitidez). La encuadernación se refiere al tipo de tapa o cubierta que tendrá nuestra guía. Esta puede ser de tapa blanda o dura, y la elección dependerá de la necesidad de protección, peso, uso y presupuesto.

En cuanto al idioma, la selección va a depender de nuestro público objetivo y de los objetivos de la guía. En nuestro caso, le daremos preferencia a los idiomas que se hablan en nuestros países y en las comunidades aledañas a los caminos ancestrales: el quechua y el castellano. También, desde luego, habrá que tener en cuenta qué idiomas hablan los visitantes y si la población local sabe leer y en qué idioma —por ejemplo, muchas personas hablan quechua pero pocas lo leen—. Igualmente, recomendamos incluir en el idioma original los nombres de lugares, costumbres y rituales que se mencionarán en la guía.

Si se ha pensado en ediciones bilingües, la selección de otros idiomas dependerá de la información que se tenga sobre los caminantes y sus países de origen. En ocasiones es práctico tener versiones en dos idiomas, sobre todo porque el costo de producción es inferior. Pero sugerimos que no se elaboren guías en más de dos idiomas porque su lectura suele ser complicada.

---

## Paso 7 / ELABORAMOS LA LISTA DE CONTENIDOS DE LA GUÍA

---

Al definir la lista preliminar de contenidos, debemos considerar toda la información que tendrá la guía. A continuación presentamos algunas sugerencias:

- Los objetivos de la guía.
- La ubicación del camino: se pueden incluir mapas que muestren los caminos y los sitios de interés, así como una descripción de las instalaciones y facilidades a lo largo del recorrido.
- Información sobre la historia de los caminos, la biodiversidad de la zona y la arqueología del lugar, así como la descripción y fotografías de los aspectos relevantes del paisaje, por ejemplo lagunas, lagos, parajes, ríos, bosques, entre otros.
- Elaboramos la lista de contenidos de la guía Información sobre el clima, las estaciones y las recomendaciones para cada estación.
- Información sobre las comunidades: sus costumbres, historia, recetas de comidas, leyendas o mitos y cuentos de la tradición oral.
- Es muy importante presentar mapas detallados de la ruta, que se encuentren al inicio o intercalados entre los temas que trata la guía. También podemos incluir un mapa desplegable que permita ver mejor las indicaciones.

- Podemos usar los llamados mapas parlantes, que son representaciones gráficas hechas por personas de las comunidades y que muestran su conocimiento del territorio.
- Las fotos deben tener coherencia con el texto. Hay que considerar que las fotos, gráficos, mapas o dibujos son herramientas que nos permiten explicar mejor o mostrar algún aspecto importante. Recomendamos el uso de reseñas explicativas junto a las fotografías, así como el nombre del fotógrafo y, si es posible, el lugar donde fue tomada.
- Además, también puede ser útil incluir una lista de contactos actualizada de entidades importantes y de los servicios que se ofrecen en el área y en las localidades vecinas: comunicación (celular, Internet, teléfono), transporte, alimentación, hospedaje, puestos de socorro o centros médicos, policía, bomberos.



---

## Paso 8 / INVESTIGACIÓN

---

Una vez que tenemos la lista preliminar de contenidos, vamos a identificar aquellos temas sobre los que necesitamos más información. En algunos casos, vamos a encontrar la información en libros, revistas especializadas u otros documentos. En otros casos, vamos a tener que generar esta información nosotros mismos. Por ejemplo, podemos necesitar información sobre la historia de las comunidades cercanas al camino y sus tradiciones, o sobre las especies de fauna y flora que los visitantes encontrarán mientras recorren los caminos; si esta información no está documentada, vamos a tener que investigar por nuestra cuenta o con la ayuda de algunos especialistas.

La investigación requiere de una propuesta metodológica en sí misma. Sugerimos usar la metodología propuesta en los cuadernos 1 y 2 dedicados a la elaboración de mapas y al registro de valores naturales y culturales asociados a los caminos.

---

## Paso 9 / REDACTAMOS LOS TEXTOS

---

Cuando ya tenemos toda la información que necesitamos, el siguiente paso es redactar los textos de la guía. Justamente, uno de los pasos más importantes en la elaboración de una guía es el proceso de redacción. ¿Cómo hacerlo? A continuación presentamos los pasos que sugiere la publicación de Zehr et al. (1991).

- ▶ Definimos si encargaremos la redacción de la guía a una sola persona o a un grupo de trabajo.
- ▶ A partir de la elección de los temas, realizamos una lluvia de ideas. Este ejercicio es muy interesante porque nos permite exponer todo lo que se nos viene a la mente sobre el tema que escogimos. Es muy importante que este ejercicio sea colectivo y visual: recomendamos escribir en papelotes las ideas para permitir su visualización.
- ▶ Luego escribimos nuestro primer boceto, utilizando las ideas que nos parecen más interesantes. Para este ejercicio se recomienda escribir a doble espacio, de manera que tengamos espacio entre líneas para redactar nuestras observaciones y facilitar la edición del texto.
- ▶ Finalmente, le pedimos a un colaborador externo que revise el texto. Este ejercicio nos permitirá saber si alguien más entiende lo que queremos comunicar.

- Se pueden incluir frases en idiomas locales (con su traducción correspondiente). Por ejemplo: “En Llaglay y Azuay, donde ofrecen una fiesta a la Virgen del Carmen y a la Virgen de las Mercedes durante dos o tres días, hay priostes y la gente se disfraza de *ruku tucushka* u “hombre viejo” (Tradición de la provincia de Chimborazo, Ecuador). De ser necesario, recomendamos el uso de un glosario final.

Un factor importante es el tipo de lenguaje que vamos a utilizar, y que tiene que ver con el tipo de información que vamos a presentar. Consideramos dos tipos de lenguaje:

- Lenguaje técnico y formal: es más difícil su comprensión.
- Lenguaje informal o coloquial: es más cercano y permite establecer una conexión.



# Jugando con el lenguaje informal o coloquial

El lenguaje informal nos permite comunicarnos de manera más abierta y para una mayor cantidad de lectores. Podemos utilizar un lenguaje poético que apele a los sentimientos, las emociones, los recuerdos. Por ejemplo: “el corazón se le va llenar de felicidad cuando los rayos del sol reflejen su tonalidad anaranjada sobre la nieve del volcán”.

También podríamos presentar la información de manera anecdótica, usando el recurso de la primera persona. Por ejemplo: “una vez, en este río pesqué la trucha más grande que he visto en mi vida, pero como ya habíamos comido la dejé libre... seguro seguirá por ahí esperando alguien que sí la merezca...”.

Otra forma de expresarse es a través de un lenguaje personalizado; es decir, hablarle a los lectores de forma inclusiva, usando “usted”, “tú”, “nosotros”. Esto rompe el frío protocolo de la lectura.

También es importante que evitemos el lenguaje sexista y no inclusivo; es decir, que solamente se redacte en masculino. A continuación damos un ejemplo que ayuda a entender esta recomendación: *“El caminante que visita nuestras tierras...”* Esta frase refuerza la imagen de un protagonista masculino. Hay que tratar de usar un lenguaje no excluyente que visibilice lo que queremos decir: los caminantes, hombres y mujeres que visiten nuestras tierras... También podemos buscar palabras más neutras como por ejemplo “personas” en lugar de decir “hombres y mujeres”.





Ejemplos de manifestaciones culturales que podrían incluirse en una guía para caminantes: 1. Celebración de la fiesta del Inti Raymi en Juncal (Parque Nacional Sangay, Ecuador). 2. Fiesta de la Virgen del Carmen en Mapaguiña (Parque Nacional Sangay, Ecuador). 3. Mujeres de Tanta, en la Reserva Paisajística Nor Yauyos-Cochas en Perú, ofrecen una degustación de comidas y bebidas típicas. 4. Una señora muestra cómo se prepara la chicha de jora en Cochapamba (Parque Nacional Sangay, Ecuador).

## Tercera fase

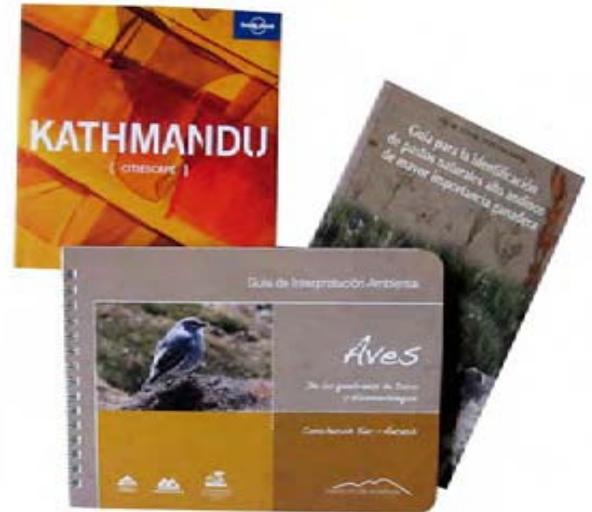
### Análisis, procesamiento y entrega de la información

#### Paso 10 / DISEÑO DE LAS ARTES FINALES

En este paso consideramos el diseño gráfico en sí mismo, hasta la elaboración y aprobación de las artes finales, previas a la impresión. El diseño gráfico nos permite concebir, programar y proyectar visualmente nuestra guía. Si bien el diseño será realizado por un profesional, es importante tener en cuenta algunas recomendaciones que nos pueden ayudar en la elaboración de la guía:

#### En lo referido a la portada:

- Muchas veces, la portada es la que anima a un lector a escoger un libro. Se recomienda que la portada tenga motivos que permitan identificar los contenidos, puede tener texto y fotos o dibujos. Sin embargo, evitemos sobrecargarla de elementos.



#### En lo referido a la tipografía:

- Hay que evitar el uso de diferentes tipos de letras o que unas sean más claras u oscuras que el resto.
- Es recomendable evitar el uso de siglas (UICN, MAE, SERNANP) ya que limitan la fluidez de la lectura. Sin embargo, si las usamos, es necesario que estén identificadas desde la primera vez que se usan y luego incorporarlas al glosario de términos.
- En cuanto al tipo de letra, se debe elegir una que sea clara, con un tamaño adecuado y que no canse la lectura. Si no hay mucha información,

se pueden utilizar tipos más grandes. En cambio, la letra muy pequeña, dificulta la lectura.

- ▶ Se deben usar comillas cuando se quiere citar alguna frase. La combinación de comillas e itálicas puede entorpecer la fluidez de la lectura.
- ▶ Es recomendable utilizar las letras mayúsculas solo para los títulos principales. Utilizar mayúsculas para la redacción complica la lectura. Siempre es mejor usar letras minúsculas.

Una vez aprobado el diseño gráfico, el profesional nos entregará un archivo digital con el documento de las artes finales. Se recomienda tener una impresión de las artes finales debidamente firmada por el responsable de la publicación. Este documento servirá como control de la impresión.

Lo que no deberíamos hacer...

El uso de **diferentes** tipos de *letras* interrumpe la fluidez de la lectura. Tampoco debemos “abusar” de las diferentes formas de “*llamar la atención*”, como ocurre cuando se *utilizan palabras con sombra* o con “comillas”.

El tamaño de la letra es muy importante. Letras muy pequeñas no permiten leer muy bien. AL IGUAL, SI SOLO ESCRIBIMOS EN MAYÚSCULAS, PODEMOS HACER QUE NUESTRO LECTOR O LECTORA SE CANSE.

## Cuarta fase

### Distribución

---

#### Paso 11 / DISTRIBUCIÓN

---

Uno de los problemas asociados a la producción de este tipo de guías es cómo financiar el costo que puede tener cada ejemplar. Como ya vimos antes, los precios pueden variar dependiendo del material, la calidad de publicación, el tipo de diagramación, la encuadernación, el uso de varios idiomas, la impresión a color de fotos y el uso de dibujos o mapas. Por eso, es fundamental el proceso de distribución, ya que a través de un buen mecanismo de distribución nuestra guía llegará a su público objetivo y tendremos más posibilidades de solventar su financiamiento.

# Bibliografía

---

ARREDONDO, Freder y Benito Segura. 2009. *Etnografía andina de Tanta*. Altec: Huancayo.

GARCÍA, Mario. 2004. “Lo que un guía debe saber antes de contar una historia”. Programa de capacitación avanzada a distancia para guías naturalistas del Parque Nacional Galápagos. Quito: ECOLAP-Universidad San Francisco de Quito-Programa Araucaria y Agencia de Cooperación Internacional. [Módulos de turismo en formato digital].

IUCN-UNESCO. *Sacred Natural Sites. Guidelines for Protected Area Managers*. IUCN. [Disponible en [http://cms.iucn.org/wcpa\\_resources/wcpa\\_bpg/index.cfm](http://cms.iucn.org/wcpa_resources/wcpa_bpg/index.cfm)].

TILDEN, Freeman. 1957. *Interpreting our Heritage*. North Carolina: University of North Carolina Press.

ZEHR, J., M. Gross y R. Zimmerman. 1991. *Creating environmental publications*. UW-SP Foundation Press Inc.



“Los **caminos ancestrales** son espacios vivos en los que conviven los bienes arqueológicos, el entorno natural y la vida de las comunidades”



INSTITUTO DE MONTAÑA



Con el apoyo de

