

Sumare, Cuidar al viajar
Estrategia de comunicación visual para promover prácticas de turismo responsable
en jóvenes visitantes del municipio de Tota, Boyacá.

Autores: Laura Cortes, Valentina Henao y Laura Saganome

Fecha: 11/05/2026

Introducción

El trabajo de grado se basa en el campo del diseño gráfico, específicamente en el contexto del turismo responsable. Su punto de partida es la creciente problemática del turismo no responsable en destinos de alto valor ecológico y cultural, fenómeno que ha generado impactos negativos en el municipio de Tota y el Lago de Tota, en el departamento de Boyacá. Frente a esta situación, la investigación se propone responder a la siguiente pregunta: ¿cómo puede el diseño gráfico, mediante una propuesta editorial, sensibilizar a los jóvenes turistas (de 18 a 35 años) sobre el impacto de sus acciones durante el viaje y, al mismo tiempo, promover prácticas de turismo responsable? Para dar respuesta a este interrogante, se diseñó una estrategia de comunicación visual basada en una pieza editorial, cuyo desarrollo implicó un proceso sistemático de investigación, creación y validación con usuarios.

En cuanto a su estructura, el documento se organiza en secciones que articulan coherentemente los componentes teóricos, metodológicos y proyectuales de la investigación. En primer lugar, se presenta el planteamiento del problema, la pregunta de investigación y los objetivos general y específicos. A continuación, se desarrolla la justificación, la cual argumenta la pertinencia disciplinar del proyecto a partir de las cualidades del diseño gráfico como herramienta de mediación cultural, así como su viabilidad temporal. Posteriormente, se expone el diseño metodológico, que adopta un enfoque cualitativo con orientación proyectual y se estructura en fases secuenciales de investigación-creación, sistematización de la experiencia y evaluación de prototipos. Luego, se aborda la sistematización de la experiencia, detallando los siguientes aspectos: qué se sistematizó, por qué fue importante hacerlo, el resumen de la experiencia desarrollada y el contexto de la situación abordada. Seguidamente, se presenta el plan de sistematización, que incluye subapartados como los propósitos de la sistematización, los aspectos centrales a analizar, la recuperación histórica, la clasificación de la información, la interpretación crítica, las fuentes empleadas, los procedimientos y los productos obtenidos. Después, se expone el cronograma de trabajo a modo de diario de campo, se analizan los aprendizajes significativos y se plantea un tema de reflexión con discusión académica. Finalmente, se describe el desarrollo del prototipo editorial, se presenta la propuesta final que evidencia el análisis y aporte de la experiencia, se enuncian las conclusiones y se listan las referencias bibliográficas que sustentan teórica y metodológicamente el estudio.

Planteamiento del problema

El crecimiento del turismo en Boyacá, especialmente en territorios de alto valor ecológico y cultural como el municipio de Tota, ha generado impactos ambientales y sociales cada vez más visibles; por consiguiente, el Lago de Tota enfrenta una alarmante problemática de deterioro ambiental debido a la insostenible interacción de actividades humanas como la agricultura intensiva, el turismo desorganizado y el uso no regulado de recursos hídricos.

Aunque el turismo representa una oportunidad importante para el desarrollo económico y regional, el aumento en el flujo de visitantes también ha provocado problemáticas asociadas a la presión sobre los recursos naturales, tales como la contaminación por residuos, el deterioro de ecosistemas frágiles y la alteración del paisaje natural. Como señalan Barrera y Bahamondes (2012), “el turismo sostenible es el método que fomenta la preservación, conservación y cuidado del medio ambiente” (p. 50). A esto se suma la pérdida progresiva de prácticas culturales y dinámicas locales, tales como la sabiduría ancestral sobre el manejo del agua y las mingas comunitarias, las cuales han sido resignificadas en función de la actividad turística, dando lugar a procesos de desculturización y a la escenificación de las tradiciones, lo que finalmente contribuye a desdibujar la identidad y la memoria histórica del territorio.

En este contexto, la falta de información clara y de estrategias de sensibilización dirigidas específicamente a los visitantes contribuye a la reproducción de comportamientos poco responsables durante la experiencia turística. En este sentido, acciones aparentemente pequeñas, como dejar residuos en espacios naturales, intervenir ecosistemas sensibles o no respetar las dinámicas culturales del territorio, terminan generando impactos acumulativos que afectan la conservación del entorno natural y cultural.

Si bien existen campañas institucionales orientadas a la conservación ambiental y a la promoción de buenas prácticas turísticas, estas suelen emplear formatos informativos tradicionales que no siempre logran generar una conexión significativa con el público joven. Este grupo, que constituye una parte importante del turismo actual, se caracteriza por interactuar principalmente con contenidos visuales, narrativos y experienciales, lo que evidencia la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación más cercanas a sus formas de consumo de información.

Es por esto que desde el diseño gráfico han surgido propuestas relacionadas con la identidad territorial, campañas ambientales y publicaciones educativas orientadas a promover la conservación. Autores como Arciniegas-Andrade (2023) señalan que “el diseño gráfico sostenible se ha convertido en una parte integral de la industria, con un enfoque claro en la reducción del impacto ambiental y la creatividad como herramienta para abordar desafíos futuros” (p. 617). Sin embargo, muchas de estas iniciativas se presentan de manera aislada o limitada a un solo formato comunicativo, lo que reduce su alcance y su capacidad de generar cambios reales en las prácticas de los visitantes. En este sentido, aún es limitado el desarrollo de propuestas de diseño que integren de manera coherente identidad visual, narrativa editorial y recursos visuales contemporáneos para comunicar y fomentar prácticas concretas de turismo responsable.

Ante esta situación, surge la necesidad de explorar cómo el diseño gráfico puede contribuir al desarrollo de estrategias de comunicación visual que permitan sensibilizar a los jóvenes turistas sobre el impacto de sus acciones durante el viaje y fomentar comportamientos responsables frente a la conservación del patrimonio natural y cultural de territorios como el municipio de Tota en Boyacá.

Pregunta de investigación

¿Cómo puede el diseño gráfico, mediante una propuesta editorial, sensibilizar y promover prácticas de turismo responsable en jóvenes turistas que visitan el municipio de Tota en Boyacá?

Objetivo general

Diseñar una propuesta editorial orientada a sensibilizar y promover prácticas de turismo responsable en jóvenes turistas que visitan el Lago de Tota, Boyacá.

Objetivos Específicos

1. Analizar la situación actual del turismo en el municipio de Tota y sus alrededores, identificando las principales problemáticas ambientales y culturales asociadas a la actividad turística.
2. Identificar los referentes teóricos relacionados con el turismo responsable y la comunicación visual que permitan comprender la problemática del turismo en el municipio de Tota.
3. Desarrollar una propuesta editorial interactiva desde el diseño gráfico que promueva prácticas de turismo responsable en los visitantes del municipio de Tota y su entorno.

Justificación

La presente propuesta editorial, denominada ***Sumare: Cuidar al viajar***, encuentra su razón de ser en las cualidades intrínsecas del diseño gráfico como herramienta de mediación cultural y comunicación estratégica, las cuales han sido ampliamente reconocidas por diversos autores en el campo disciplinar a lo largo de las últimas décadas. En este sentido, autores como Papanek (1971) sostienen que el diseño debe asumir una responsabilidad social y alejarse de la mera producción estética para convertirse en un agente de cambio en la forma en que las personas se relacionan con su entorno, postura que ha sido retomada y profundizada por diseñadores e investigadores posteriores. De igual manera, Frascara (2006) señala que el diseño de la comunicación visual posee la capacidad de facilitar procesos de comprensión y de generar modificaciones en la percepción y el comportamiento de los usuarios, particularmente cuando se orienta hacia fines educativos o de sensibilización social, lo cual resulta especialmente relevante cuando se trabaja con audiencias jóvenes que demandan experiencias visuales significativas. Por lo tanto, el diseño gráfico no se limita a embellecer o informar; también puede construir puentes emocionales y cognitivos que inviten a los jóvenes viajeros a reflexionar sobre su propio rol durante la experiencia de viaje, transformando así el acto de desplazarse en una oportunidad de aprendizaje y memoria. Esta cualidad transformadora del diseño es precisamente la que se busca aprovechar en el proyecto, ya que una propuesta editorial integral con una identidad visual, narrativa gráfica, ilustración y componentes experienciales permiten una inmersión más profunda y duradera en el mensaje que los formatos tradicionales como carteles o folletos aislados no logran alcanzar. En palabras de Munari (1968), el buen diseño depende de la claridad del método y de la pertinencia de las soluciones respecto a las necesidades reales de los usuarios, principio que guía cada una de las decisiones creativas adoptadas en el desarrollo de este proyecto. Así, la iniciativa por una propuesta editorial como eje central de la estrategia responde a una convicción disciplinar: el diseño, cuando se ejerce con rigor conceptual y sensibilidad contextual, puede actuar como un dispositivo de conciencia social, tal como lo han demostrado numerosas

experiencias en el ámbito del diseño para el bien común y la comunicación de causas públicas.

Además, el diseño editorial, en tanto especialidad del diseño gráfico, posee características particulares que lo hacen especialmente adecuado para promover reflexiones en torno al viaje responsable. Autores como Haslam (2014) afirman que el libro y las publicaciones impresas tienen una capacidad única para generar vínculos temporales y afectivos con los lectores, pues la materialidad del papel, la secuencia de páginas y la construcción narrativa invitan a una pausa reflexiva que los medios digitales difícilmente replican. En esta misma línea, Lupton (2012) sostiene que el diseño editorial es un pensamiento visual aplicado a la organización del conocimiento, y que cada decisión tipográfica, de retícula y de color contribuye a construir un tono de voz y una relación de confianza con el lector. Por consiguiente, al desarrollar una propuesta editorial para jóvenes turistas, además de brindarles información, se les ofrece un objeto de contemplación y relectura que puede acompañarlos antes, durante y después de su viaje, actuando como un recordatorio tangible de su compromiso con el territorio visitado. Esta dimensión material y simbólica del diseño editorial ha sido destacada también por Heller y Vienne (2012), quienes señalan que el diseño gráfico con propósito ético logra perdurar en la memoria de las personas porque apela a sus emociones y a su sentido de pertenencia. De este modo, **Sumare: Cuidar al** viajar se concibe como un dispositivo narrativo que, a través de la articulación de contenidos, recursos visuales y una estructura experiencial, invita al lector a asumir un rol activo dentro de una comunidad de viajeros conscientes, donde el diseño actúa como catalizador de nuevas formas de habitar los destinos turísticos.

Desde una perspectiva de viabilidad, es importante señalar que el desarrollo del proyecto se ha concebido dentro de plazos factibles y ajustables a un calendario académico de dos semestres, lo cual responde a la necesidad de contar con un proceso metodológico ordenado pero flexible. La metodología empleada, está estructurada en fases secuenciales que van desde la investigación diagnóstica hasta la producción de prototipos y las pruebas con usuarios, dando margen para realizar ajustes iterativos sin comprometer el cronograma previsto, garantizando así que cada etapa cumpla con los objetivos específicos planteados. Esta flexibilidad temporal es característica del diseño contemporáneo orientado a la innovación social, tal como lo señala Manzini (2015), quien destaca que el diseño puede operar con agilidad y responder rápidamente a las necesidades de los usuarios cuando se trabaja con prototipos y metodologías ágiles, adaptándose a los hallazgos que surgen durante la investigación. De esta forma, el proyecto no requiere largos procesos de industrialización ni de validación externa a gran escala; por el contrario, se sostiene en la capacidad de las propias diseñadoras para producir, evaluar y corregir las piezas editoriales en un ciclo continuo de mejora, asegurando que el resultado final pueda ser culminado y presentado en el tiempo estipulado. Asimismo, la naturaleza secuencial del proceso permite que cada fase alimente a la siguiente, configurando un flujo de trabajo coherente en el que la reflexión teórica y la práctica proyectual se retroalimentan de manera constante. Este enfoque se alinea con los modelos de investigación basada en diseño (Godin & Zahedi, 2014), particularmente con el Design-Based Research y el Research through Design,¹ en los que las fases de análisis, creación y evaluación se organizan en ciclos iterativos, en diálogo con metodologías como el Design Thinking, que integran la empatía con el usuario, el prototipado y la validación continua dentro del proceso proyectual. Esta organización facilita la identificación temprana de posibles desviaciones o ajustes necesarios, permitiendo

que el proyecto se mantenga dentro de los límites establecidos sin afectar la calidad conceptual ni la profundidad de la propuesta editorial.

¹ *El Design-Based Research usa el diseño como metodología para intervenir y estudiar problemas complejos en contextos reales, generando conocimiento a través de ciclos iterativos de diseño y evaluación (Godin & Zahedi, 2014). El Research through Design, en cambio, reconoce el proceso creativo mismo como fuente de conocimiento: el acto de diseñar genera reflexiones, hallazgos y saberes que no pueden obtenerse solo mediante métodos convencionales (Frayling, 1993).*

En un plano disciplinar más amplio, el proyecto responde a un vacío en la práctica del diseño gráfico aplicado al turismo responsable, un campo escasamente abordado desde la investigación-creación. Esta limitación se hace evidente en la persistencia de enfoques centrados en piezas informativas aisladas y campañas tradicionales, que no configuran propuestas articuladas donde los contenidos, los recursos visuales y la estructura comunicativa se conciben como una experiencia. En este contexto, surge la necesidad de desarrollar proyectos que integren narrativas visuales, recursos multimedia y secuencias de contenido acordes con las formas en que las nuevas generaciones consumen e interpretan la información en entornos digitales. En respuesta a esta limitación, la propuesta editorial se plantea como una alternativa que permite configurar una experiencia de lectura y reflexión más rica y prolongada en el tiempo, al combinar la fuerza comunicativa de la imagen con la profundidad argumentativa del texto escrito. Haslam (2014) y Lupton (2012) han señalado que los formatos editoriales bien estructurados generan vínculos afectivos con el lector y favorecen una inmersión más profunda en los contenidos, facilitando así la retención de mensajes complejos y la empatía hacia los temas abordados, lo cual resulta fundamental cuando se busca sensibilizar sobre el impacto de las acciones individuales durante el viaje. En este sentido, la propuesta editorial se articula con las formas de consumo cultural de las audiencias jóvenes, caracterizadas por valorar narrativas visuales, contenidos experienciales y objetos que pueden ser llevados consigo y revisitados, en contraposición a los mensajes efímeros de las redes sociales o la publicidad exterior. En coherencia con lo anterior, la propuesta editorial puede entenderse desde las consideraciones del diseño contemporáneo, las cuales, como señala Vilchis (2014), remiten al impacto que sus productos generan en el entorno y en la calidad de vida de las personas. Esto implica asumir una responsabilidad en la creación de contenidos que trascienden el consumo inmediato. Desde esta misma perspectiva, Arciniegas-Andrade (2023) plantea que el diseño integra la creatividad con la eficiencia material y la pertinencia social, lo cual orienta el desarrollo de la propuesta editorial como una práctica consciente de sus implicaciones en el entorno.

Finalmente, el proyecto se justifica porque ofrece una propuesta replicable en otros territorios con alto valor patrimonial, al evidenciar que el diseño gráfico, cuando se ejerce con rigor conceptual, sensibilidad contextual y conciencia de sus propias limitaciones prácticas, puede convertirse en un agente de transformación cultural y de promoción de formas de viajar más conscientes y respetuosas. En este marco, Costa (2004) plantea que el diseño de comunicación asume una función social al generar puentes entre diversos actores de un territorio como visitantes, comunidades locales y gestores culturales en torno a valores compartidos.

En el caso específico del municipio de Tota, la propuesta editorial **Sumare: Cuidar al viajar** se proyecta como un referente local de buenas prácticas comunicativas, con la intención de

inspirar futuros proyectos de diseño que aborden problemáticas similares en otros destinos turísticos de Boyacá y del país. Por todo lo expuesto, la justificación del presente proyecto se fundamenta en el reconocimiento de las capacidades transformadoras del diseño gráfico, en la viabilidad temporal de su ejecución y en la pertinencia de la propuesta editorial para incidir en la conciencia de los jóvenes viajeros, a partir de soluciones comunicativas que responden a su especificidad disciplinar.

Diseño metodológico

El presente proyecto se desarrolló a partir de un enfoque cualitativo con orientación proyectual, en el cual la investigación y el proceso de creación se articularon como un sistema complementario para comprender una problemática social y proponer una solución desde el diseño gráfico. De acuerdo con Hernández Sampieri (2018), la investigación cualitativa permite comprender fenómenos sociales desde la perspectiva de los participantes y analizar los significados que las personas construyen en relación con su contexto. A partir de este enfoque, exploramos las percepciones de los jóvenes turistas frente a las prácticas de turismo responsable y su relación con el territorio del Lago de Tota, además de analizar las dinámicas del turismo en el municipio, comprender los comportamientos de los visitantes y traducir estos hallazgos en una propuesta editorial orientada a promover prácticas de turismo responsable.

A partir de esta comprensión del contexto y de los actores involucrados, el proyecto se enmarca en un proceso de investigación-creación, en el cual el desarrollo investigativo se articuló con la producción de un resultado tangible desde el diseño. Este enfoque reconoce la práctica creativa como un medio de producción de conocimiento en disciplinas proyectuales. Como señala Rivera (2012), “en la última década particularmente se ha venido adoptando una actitud cada vez más crítica con respecto a los modelos turísticos masivos y desarrollistas imperantes a nivel internacional” (p. 9). Esta articulación entre investigación y creación se sustenta en los aportes de la investigación cualitativa. En esta línea, autores como Denzin y Lincoln (2018) señalan que este tipo de estudios se orienta a comprender procesos sociales complejos en contextos específicos, lo que permite analizar fenómenos culturales, prácticas sociales y dinámicas territoriales en relación con el problema abordado.

Derivado de este proceso, la metodología del proyecto se centró en la sistematización de la experiencia de investigación y diseño, como un ejercicio reflexivo orientado al análisis de las decisiones tomadas durante su desarrollo, la identificación de aprendizajes significativos y la comprensión de su incidencia en la construcción de la propuesta editorial. Según Jara Holliday (2018), la sistematización de experiencias permite reconstruir y analizar críticamente procesos vividos con el fin de generar aprendizajes y producir conocimiento a partir de la práctica.

En coherencia con la metodología planteada, la recolección de información la realizamos mediante técnicas cualitativas como la revisión documental de políticas y estrategias relacionadas con el turismo sostenible, la observación contextual del territorio y de las dinámicas turísticas, así como la aplicación de encuestas exploratorias y entrevistas semiestructuradas dirigidas a jóvenes entre 18 y 35 años interesados en visitar o que han visitado el municipio de Tota.

En continuidad con lo anterior, identificamos percepciones, comportamientos y niveles de conocimiento relacionados con el turismo sostenible, información que permitió orientar el

desarrollo conceptual y visual de la propuesta editorial. Este proceso de recolección y análisis se integró dentro del desarrollo metodológico del proyecto, dando lugar a la estructuración de las fases que guiaron la investigación y la creación de la propuesta editorial.

En este sentido, el desarrollo metodológico del proyecto se estructuró en cuatro fases principales, en las cuales integramos la investigación, el análisis y la creación de la propuesta editorial. A continuación, se describe cada una de estas fases:

Fase 1. Exploración e investigación

En esta etapa realizamos la revisión de antecedentes teóricos y documentales relacionados con el turismo responsable, la conservación ambiental y el papel de la comunicación visual en procesos de sensibilización social. En el ámbito del diseño, Papanek (1971) planteó que el diseño debe asumir una responsabilidad social y ambiental, contribuyendo a la solución de problemáticas relacionadas con el entorno y la sostenibilidad. Paralelamente, analizamos las características del territorio del municipio de Tota y las problemáticas asociadas al turismo en la región. Esta fase permitió comprender el contexto general del proyecto y establecer los fundamentos conceptuales que orientarían el desarrollo de la propuesta.

Fase 2. Análisis y conceptualización

A partir de la información recolectada llevamos a cabo un proceso de análisis que permitió identificar los principales hallazgos de la investigación y las oportunidades de intervención desde el diseño gráfico, el diseño fue entendido como un proceso de comunicación que puede influir en la comprensión y percepción de los usuarios frente a determinados temas. Frascara (2006) plantea que el diseño de comunicación tiene la capacidad de facilitar procesos de comprensión y generar cambios en la forma en que las personas interpretan la información visual. Desde esta perspectiva, definimos los conceptos clave del proyecto, el enfoque narrativo de la propuesta editorial y los lineamientos iniciales del sistema de identidad visual.

Fase 3. Creación y desarrollo de la propuesta

En esta fase se desarrolló la propuesta editorial del proyecto ***Sumare: Cuidar al viajar***, integrando elementos de identidad visual, ilustración y narrativa gráfica orientados a comunicar prácticas de turismo responsable. Durante este proceso diseñamos las piezas editoriales, se estructuró la narrativa del contenido y se construyó el sistema visual que articuló el proyecto. Esta etapa implicó un proceso iterativo de experimentación y ajuste, en el cual las decisiones de diseño fueron evaluadas y refinadas a partir de los aprendizajes obtenidos en las fases anteriores. Desde la perspectiva del diseño contemporáneo, Manzini (2015) destaca el potencial del diseño para generar procesos de innovación social y promover cambios culturales mediante estrategias de comunicación y experiencias significativas. En esta línea, Vilchis (2014) señala que “las consideraciones sobre el diseño contemporáneo aluden al impacto que cada uno de sus productos implica en el medio ambiente y en la calidad de vida de los seres humanos”.

Fase 4. Evaluación y reflexión metodológica

Finalmente, realizamos pruebas con usuarios pertenecientes al público objetivo con el fin de evaluar aspectos como la comprensión de los mensajes, la claridad visual y el nivel de

conexión emocional con el contenido editorial. Los resultados obtenidos permitieron identificar oportunidades de mejora en la propuesta y reflexionar sobre el impacto de la experiencia editorial en la sensibilización de los visitantes frente a las prácticas de turismo responsable.

En conjunto, este proceso metodológico permitió integrar investigación, análisis y creación en un mismo flujo de trabajo, evidenciando cómo el diseño editorial puede convertirse en una herramienta efectiva para comunicar problemáticas ambientales y promover cambios en las prácticas de los visitantes.

Sobre la experiencia a sistematizar

¿Qué experiencia se buscó sistematizar?

La experiencia que se buscó sistematizar correspondió al proceso de investigación - creación desarrollado para el diseño de la propuesta editorial **Sumare: Cuidar al viajar**, orientada a promover prácticas de turismo responsable en jóvenes que visitan el municipio de Tota y el Lago de Tota en el departamento de Boyacá.

Esta experiencia se centró en analizar cómo el diseño gráfico, a través de recursos editoriales, narrativas visuales e ilustración, pudo convertirse en una herramienta de sensibilización frente a problemáticas ambientales y culturales asociadas al turismo en territorios de alto valor ecológico.

El objeto de estudio se delimitó en la relación entre diseño editorial, comunicación visual y turismo responsable, tomando como caso de referencia el contexto territorial del Lago de Tota y las prácticas de los jóvenes turistas entre 18 y 35 años que visitaron la región.

El objetivo de la sistematización consistió en analizar y reflexionar sobre el proceso de investigación y creación desarrollado durante el proyecto, identificando los aprendizajes significativos, las decisiones metodológicas y las estrategias de diseño que permitieron construir una propuesta editorial orientada a la sensibilización ambiental.

¿Por qué fue importante sistematizar esta experiencia?

La sistematización de esta experiencia resultó fundamental por múltiples razones, en primer lugar, porque permitió generar conocimiento genuino a partir de la práctica misma del diseño, reconociendo los procesos creativos como verdaderos espacios de investigación, reflexión disciplinar y producción de saber situado. Frente a la tradición que separa la teoría de la práctica, este proyecto asume una postura epistemológica en la que el hacer del diseñador bocetar, experimentar con tipografías, construir narrativas visuales, probar prototipos con usuarios se convierte en una fuente legítima de conocimiento, tan valiosa como la revisión bibliográfica o el análisis de datos. Al sistematizar cada etapa del proceso, desde la exploración inicial del territorio de Tota hasta la producción del prototipo editorial **Sumare: Cuidar al viajar**, fue posible identificar aprendizajes que trascienden el caso particular y que pueden aportar a futuras iniciativas de diseño gráfico aplicado al turismo responsable. En este sentido, la sistematización actuó como un espejo crítico: el cual nos obligó a detenernos y preguntarnos por qué tomaron ciertas decisiones y no otras, y mira los criterios que guiaron la selección de colores, tipografías, ritmos editoriales y estrategias narrativas. Esta reflexividad es precisamente lo que distingue un proyecto

académico-investigativo de un ejercicio puramente técnico, y la sistematización constituye la herramienta metodológica que la hace posible de manera documentada y sistemática.

La importancia de sistematizar esta experiencia se sustenta, además, en los planteamientos de diversos autores que han teorizado sobre el rol social, ético y cognitivo del diseño. Papanek (1971) argumenta que el diseño debe asumir una responsabilidad social y ambiental, contribuyendo activamente a la resolución de problemáticas contemporáneas relacionadas con el entorno y la sostenibilidad; esta premisa valida el esfuerzo por sistematizar experiencias que buscan ese tipo de impacto transformador, pues solo a través de la documentación rigurosa es posible demostrar si tales impactos se logran y bajo qué condiciones. De manera complementaria, Frascara (2006) señala que el diseño de comunicación tiene la capacidad de incidir en la comprensión, la percepción y el comportamiento de los usuarios, especialmente cuando se orienta hacia procesos educativos o de sensibilización social; sin embargo, esa incidencia no puede asumirse acríticamente. La sistematización permite evaluar si dicha incidencia ocurrió, de qué manera se manifestó, qué elementos del diseño editorial resultaron más efectivos y cuáles requieren ajustes. En el ámbito del turismo sostenible, Butler (1980) destacó la necesidad de desarrollar estrategias de educación y sensibilización dirigidas a los visitantes para promover prácticas responsables en destinos naturales; la sistematización permite precisamente identificar qué tácticas comunicativas resultan más pertinentes para ese cometido con públicos jóvenes. Sin sistematización, las buenas intenciones se diluyen en impresiones subjetivas; con sistematización, se convierten en conocimiento acumulable, transferible y discutible académicamente, además sistematizar esta experiencia fue importante porque contribuye a llenar un vacío metodológico en el campo del diseño gráfico aplicado al turismo. Aunque existen numerosas campañas de turismo responsable (carteles, folletos, videos, sitios web), muy pocas han sido objeto de una sistematización rigurosa que dé cuenta del proceso de diseño, las decisiones tomadas, los errores cometidos y las correcciones implementadas. La mayoría de las iniciativas se presentan como productos acabados, sin mostrar el detrás de escena ni compartir los aprendizajes del camino. Esta ausencia tiene consecuencias negativas para la disciplina: se pierde la oportunidad de aprender de las experiencias previas y se dificulta la construcción de un conocimiento colectivo sobre qué funciona y qué no en la comunicación de temas ambientales y culturales. Por el contrario, al sistematizar ***Sumare: Cuidar al viajar***, este proyecto ofrece un modelo de documentación replicable por otros diseñadores interesados en problemáticas similares. En palabras de Jara Holliday (2018), la sistematización es un medio para “producir conocimiento desde la práctica y para mejorar la práctica”, lo cual implica que los aprendizajes obtenidos deben comunicarse de manera clara y accesible para que otros actores diseñadores, gestores culturales, autoridades locales puedan beneficiarse de ellos. Así, la sistematización adquiere una dimensión ética y política: democratiza el conocimiento y contribuye a la construcción de una comunidad de práctica más reflexiva y autocrítica.

En esta misma línea, la sistematización permitió comprender cómo el diseño editorial puede actuar como un medio de mediación entre la información ambiental, el territorio y los visitantes, generando experiencias visuales que favorezcan procesos de conciencia y reflexión. Al documentar las pruebas de usuario realizadas con jóvenes turistas, se evidenció que la propuesta editorial logró generar conexiones emocionales algo que los formatos puramente informativos rara vez consiguen y que esa conexión emocional es un requisito previo para modificar comportamientos arraigados, dado que las personas no

toman decisiones basadas únicamente en información racional: las emociones juegan un papel central en la formación de actitudes y hábitos. Por tanto, una sistematización centrada en la experiencia del usuario, sus reacciones, sus interpretaciones, sus sugerencias aportan evidencia valiosa sobre cómo diseñar mejores artefactos comunicativos. En el caso concreto de **Sumare: Cuidar al viajar**, la sistematización reveló que los jóvenes valoraban especialmente las ilustraciones de la fauna y flora local, que el formato de “guía de bolsillo” era percibido como útil y no intrusivo, y que la inclusión de pequeñas acciones concretas resultaba más efectiva que los mensajes generales sobre cuidar el medio ambiente. Estos hallazgos son de gran utilidad para el diseño de futuras estrategias en contextos similares.

¿Cuál fue el resumen de la experiencia desarrollada?

La experiencia que se sistematiza en el marco de este proyecto corresponde al proceso de investigación y creación desarrollado para el diseño de la propuesta editorial **Sumare: Cuidar al viajar**, una estrategia de comunicación visual orientada a promover prácticas de turismo responsable en jóvenes visitantes del municipio de Tota y el Lago de Tota, en el departamento de Boyacá. Dicha experiencia tuvo lugar en el contexto del proyecto de grado del programa de Diseño Gráfico de la Universidad Santo Tomás, durante un periodo académico de dos semestres, en el cual asumimos el reto de abordar una problemática real y actual: la necesidad de sensibilizar a los jóvenes viajeros sobre el impacto de sus acciones en territorios de alto valor ecológico y cultural, a diferencia de un ejercicio puramente especulativo o de aula, esta experiencia se caracterizó por su anclaje en un territorio específico y por su intención de generar un producto útil, verificable y evaluable. Desde el inicio, el proyecto se estructuró como una investigación-creación, lo que implicó que las fases de indagación teórica, trabajo de campo, análisis de referentes, experimentación gráfica y prototipado no se sucedieran de manera lineal, en ciclos de retroalimentación continua. Por ejemplo, los hallazgos de las encuestas exploratorias a jóvenes turistas (aplicadas en la fase inicial) influyeron directamente en la elección del formato editorial y en el tono de la narrativa visual, y a su vez, las primeras pruebas de ilustración generaron nuevas preguntas sobre la representación del paisaje del Lago de Tota, lo que condujo a una segunda vuelta de investigación documental sobre la flora y fauna local. Esta dinámica iterativa es precisamente la que distingue a la investigación-creación de otros enfoques más rígidos.

En términos concretos, la experiencia desarrollada incluyó varias actividades sustantivas que es necesario reseñar. En primer lugar, se realizó una revisión documental exhaustiva sobre turismo responsable, sostenibilidad ambiental y comunicación visual, con especial atención a autores que vinculan el diseño gráfico con la responsabilidad social, como Victor Papanek (1971), Jorge Frascara (2006) y Ezio Manzini (2015). Esta revisión permitió construir un marco teórico sólido y, al mismo tiempo, identificar un vacío en la literatura: si bien existen numerosas campañas de turismo responsable, muy pocas han sido diseñadas específicamente para públicos jóvenes desde una perspectiva editorial integral. En segundo lugar, se llevó a cabo un trabajo de campo exploratorio en el municipio de Tota, que incluyó observación directa de las dinámicas turísticas en el lago y sus alrededores, así como la aplicación de encuestas semiestructuradas a una muestra de jóvenes entre 18 y 35 años que habían visitado la zona o manifestaban interés en hacerlo. El objetivo de estas encuestas no fue obtener una muestra estadísticamente representativa, capturar percepciones, actitudes y niveles de conocimiento previo sobre el turismo responsable, información que resultó crucial para orientar el enfoque comunicativo de la propuesta

editorial. Por ejemplo, se detectó que la mayoría de los encuestados asociaba el turismo responsable únicamente con “no dejar basura”, pero desconocía impactos más sutiles como la interferencia en ecosistemas sensibles o la descontextualización de prácticas culturales. Este hallazgo orientó la decisión de incluir en la pieza editorial no solo recomendaciones prácticas, también breves explicaciones sobre por qué esas acciones son importantes, apelando a la comprensión más que a la mera prohibición.

En tercer lugar, la experiencia incluyó una fase intensiva de experimentación gráfica y desarrollo de identidad visual, trabajamos en la construcción de un sistema visual que dialogara con el contexto territorial del Lago de Tota, utilizando una paleta de colores inspirada en la región, así como una tipografía legible pero con carácter que pudiera funcionar tanto en títulos como en textos largos. Se exploraron varios estilos de ilustración desde el más figurativo hasta el más esquemático, hasta encontrar uno que equilibrara la belleza estética con la claridad informativa. En cuarto lugar, se produjo un prototipo editorial funcional en fase beta, es decir, una versión incompleta de la guía que podía ser manipulada, leída y evaluada por usuarios reales. Este prototipo incluyó una estructura narrativa que combinaba secciones informativas ¿qué es el turismo responsable?, consejos prácticos de cómo reducir residuos, cómo interactuar con comunidades locales, ilustraciones de la biodiversidad local y espacios para anotaciones personales, pensados para convertir la guía en un objeto de viaje interactivo. Finalmente, se realizaron pruebas de usuario con una pequeña muestra de jóvenes pertenecientes al público objetivo, quienes recibieron el prototipo, lo exploraron y luego participaron en entrevistas semiestructuradas donde evaluaron aspectos como la claridad de los mensajes, la atracción visual, la facilidad de uso y la probabilidad de modificar sus comportamientos a partir de la lectura. Estas pruebas arrojaron resultados mayoritariamente positivos, pero también señalaron aspectos de mejora, por ejemplo, la necesidad de simplificar algunos textos o de incluir mapas más claros que fueron incorporados en una versión revisada del prototipo.

¿Cuál fue el contexto de la situación abordada y cuál fue la pregunta de investigación?

El contexto que dio origen a esta experiencia estuvo estrechamente vinculado al crecimiento acelerado del turismo en territorios naturales de alto valor ecológico y cultural, como es el caso del Lago de Tota en el departamento de Boyacá. Este cuerpo de agua, el más grande de Colombia, no solo es un ecosistema de inmensa riqueza en biodiversidad con especies endémicas de flora y fauna, como el junco y diversas aves migratorias, que también constituye un espacio de profundo significado cultural para las comunidades locales, que durante generaciones han habitado sus riberas y desarrollado prácticas económicas, sociales y simbólicas en torno al lago. Sin embargo, en las últimas dos décadas, el incremento sostenido del flujo de visitantes, atraídos por los paisajes, las actividades náuticas y la promoción turística de la región, ha generado diversas problemáticas ambientales y culturales derivadas de prácticas turísticas poco responsables. Como lo documenta la Escuela Superior de Administración Pública (ESAP, 2025), el Lago de Tota enfrenta una alarmante problemática de deterioro ambiental debido a la insostenible interacción de actividades humanas como la agricultura intensiva, el turismo desorganizado y el uso no regulado de recursos hídricos. Esta afirmación, respaldada por observaciones en terreno y estudios de impacto, evidencia que el turismo aunque valioso económicamente se ha desarrollado sin la planeación y la educación ambiental necesarias, generando consecuencias como acumulación de residuos sólidos, eutrofización de las aguas por

vertimientos domésticos y agrícolas, afectación de ecosistemas sensibles como los humedales aledaños, y pérdida de calidad paisajística. En síntesis, el contexto de partida es el de un destino natural emblemático que enfrenta una tensión creciente entre su vocación turística y su conservación a largo plazo, tensión que no puede ser resuelta únicamente con regulaciones o infraestructura, que requiere también de la participación consciente y educada de los propios visitantes.

Diversos estudios sobre turismo sostenible han señalado que el aumento del turismo en ecosistemas frágiles puede generar impactos acumulativos e irreversibles si no se desarrollan paralelamente estrategias de educación y sensibilización dirigidas a los visitantes. Weaver (2006) ha argumentado que la sostenibilidad turística requiere integrar procesos educativos que permitan a los viajeros comprender el impacto de sus acciones en el territorio y desarrollar una actitud de cuidado que trascienda el momento puntual de la visita. De manera complementaria, Butler (1980) advierte, a través de su modelo del ciclo de evolución de un área turística, que cuando un destino alcanza las fases de estancamiento o declive como podría estar ocurriendo con el Lago de Tota la capacidad de carga social y ecológica se ve superada y las estrategias reactivas resultan insuficientes; por tanto, la intervención debe ser preventiva y formativa. Desde el campo del diseño gráfico, Manzini (2015) ha destacado el potencial del diseño para generar procesos de innovación social y transformación cultural, especialmente cuando se orienta a la comunicación de problemáticas ambientales mediante experiencias significativas y narrativas visuales. Así, el contexto de deterioro del Lago de Tota planteaba, a la vez, un desafío ambiental y una oportunidad para que el diseño gráfico demostrara su capacidad como herramienta de mediación entre el conocimiento experto y las prácticas cotidianas de los viajeros jóvenes.

Fue precisamente a partir de este diagnóstico contextual que surgió la necesidad de explorar estrategias de comunicación visual que permitieran sensibilizar a los visitantes sobre la importancia de conservar los ecosistemas naturales y culturales, y que al mismo tiempo resultaran cercanas a las formas de consumo de información de las audiencias contemporáneas. El público joven entendido como personas entre 18 y 35 años constituye un segmento cada vez más relevante en el turismo actual: viaja con mayor frecuencia, es especialmente receptivo a contenidos visuales, narrativos y experienciales, y suele valorar positivamente las iniciativas que vinculan el ocio con la responsabilidad social. Sin embargo, las campañas institucionales disponibles en el territorio generalmente carteles, folletos informativos o anuncios en redes sociales emplean formatos y lenguajes que no logran conectar de manera profunda con este grupo, ya que priorizan la transmisión de datos y prohibiciones por encima de la generación de vínculos emocionales y reflexivos. Frascara (2006) plantea que el diseño de comunicación efectivo no se limita a informar, que debe facilitar procesos de comprensión y generar modificaciones en la percepción y el comportamiento de los usuarios, lo cual exige un conocimiento fino de las motivaciones, los códigos culturales y las prácticas cotidianas de la audiencia destinataria. Por tanto, la pregunta que guió toda la investigación no podía limitarse a indagar sobre el contenido de los mensajes, que debía abordar también la forma, el soporte, la narrativa y la experiencia de uso.

¿Cómo puede el diseño gráfico, mediante una estrategia de comunicación visual de carácter editorial, sensibilizar y promover prácticas de turismo responsable en jóvenes turistas que visitan el Lago de Tota en Boyacá?

Esta pregunta sintetiza el contexto problemático descrito y establece el eje de todo el proceso de investigación-creación. No indaga si el diseño puede hacer algo dado que la hipótesis de partida asume que sí, cómo puede hacerlo, lo cual implica desplegar un trabajo metodológico que combine teoría, análisis de usuarios, experimentación gráfica y evaluación de resultados. Además, la pregunta especifica el medio (estrategia de comunicación visual), el formato (de carácter editorial) y la población objetivo (jóvenes turistas), lo que permite acotar el alcance y la pertinencia de la respuesta. Al formularla de esta manera, el proyecto se aleja tanto de las soluciones genéricas como de las intervenciones puramente intuitivas, y se inscribe en una tradición de diseño basado en investigación, donde cada decisión creativa debe poder justificarse a partir de los hallazgos contextuales y teóricos. Así, la pregunta de investigación se convirtió en el faro que iluminó cada etapa del proyecto: desde la selección de referentes bibliográficos hasta la elección de la paleta cromática, pasando por la estructura narrativa del prototipo editorial y los criterios de evaluación con usuarios. Sin esta delimitación, la experiencia de diseño habría carecido de dirección y de criterios para valorar sus propios resultados. Con ella como guía, pudimos mantener la coherencia entre el problema identificado, los objetivos propuestos y las soluciones generadas, asegurando que la propuesta editorial **Sumare: Cuidar al viajar** fuera una respuesta fundamentada a una necesidad real del territorio y de sus visitantes.

Plan de sistematización

¿Para qué se quiere realizar esta sistematización?

La sistematización del presente proyecto tuvo como propósito analizar y reflexionar sobre el proceso de investigación y creación desarrollado durante el diseño de la propuesta editorial **Sumare: Cuidar al viajar**, con el fin de identificar los aprendizajes significativos, las decisiones metodológicas y las estrategias de diseño que permitieron abordar la problemática del turismo responsable en el Lago de Tota.

En relación con el objetivo general del proyecto, la sistematización buscó comprender cómo el diseño gráfico, a través de una estrategia de comunicación visual de carácter editorial, puede contribuir a sensibilizar a los jóvenes turistas sobre la importancia de adoptar prácticas responsables durante sus experiencias de viaje, de esta manera, el proceso permitió reconocer los aportes del diseño editorial como herramienta de mediación entre la información ambiental, el territorio y los visitantes.

¿Qué aspectos centrales de la experiencia nos interesa sistematizar?

El eje central de la sistematización se enfoca en el proceso de investigación y creación que permitió transformar una problemática ambiental y cultural real, el impacto del turismo poco responsable en el Lago de Tota en una propuesta editorial de sensibilización dirigida específicamente a jóvenes turistas de entre 18 y 35 años. Dentro de este amplio eje, se han identificado cinco aspectos centrales que serán analizados en profundidad.

Primer aspecto: la articulación entre la investigación diagnóstica y las decisiones de diseño. Interesa sistematizar cómo los hallazgos de la fase exploratoria (revisión documental, observación de campo, encuestas y entrevistas a jóvenes) influyeron en las decisiones de diseño. Por ejemplo, al detectar que la mayoría de los encuestados asociaba el turismo responsable únicamente con “no dejar basura”, se decidió incluir explicaciones causales

sobre cada recome. Este aspecto permite responder a preguntas clave sobre la utilidad de la investigación para el diseño.

Segundo aspecto: el proceso de experimentación gráfica y construcción de identidad visual. Se sistematizará el recorrido desde los primeros bocetos hasta la identidad visual definitiva. Por ejemplo, la paleta de colores evolucionó de tonos vibrantes a una gama inspirada en los tonos naturales del lago (azules, verdes, marrones), tras comprender que la conexión emocional se lograba mejor a través de la evocación paisajística. También se documentarán la selección tipográfica (fuente legible para textos largos y otra más expresiva para títulos), el estilo de ilustración (trazo orgánico con texturas suaves) y la construcción de un sistema de íconos para acciones como “mira cada especie endémica” o “respetar senderos”.

Tercer aspecto: la capacidad de la propuesta para generar conexiones emocionales y reflexivas. A partir de las pruebas de usuario, interesa analizar indicadores como la atracción inicial, la inmersión en la lectura, el recuerdo de mensajes, la identificación personal y la disposición a modificar comportamientos. También se identificarán los elementos más efectivos: si las ilustraciones de fauna y flora local generaron empatía, si las historias cortas fueron más persuasivas que los datos estadísticos, o si el formato de bolsillo fue valorado como útil y no intrusivo.

Cuarto aspecto: las tensiones y aprendizajes metodológicos del proceso. Se abordarán las dificultades y dilemas atravesados: la tensión entre profundidad informativa y ligereza editorial (cómo equilibrar conceptos complejos con un formato ágil), la tensión entre representación fiel del territorio y libertad estilística (cómo evitar estereotipos), la tensión entre la voz del diseñador y la de las comunidades locales, y las dificultades logísticas como la coordinación de visitas de campo.

Quinto aspecto: la replicabilidad y escalabilidad de la propuesta. Finalmente, interesa sistematizar qué elementos dependen estrechamente del contexto del Lago de Tota y cuáles son fácilmente adaptables a otros destinos. Se abordarán preguntas sobre los recursos necesarios para producir una pieza similar, los aspectos metodológicos esenciales y la posibilidad de complementar la propuesta con formatos digitales que amplíen su alcance.

En síntesis, el eje de la sistematización es múltiple y abarca desde la articulación investigación-diseño hasta la replicabilidad de la propuesta. Cada aspecto será analizado con las fuentes y procedimientos descritos, con el fin de extraer aprendizajes significativos para el diseño gráfico comprometido con la sostenibilidad.

¿Qué elementos habría que tomar en cuenta en la recuperación histórica?

Para llevar a cabo la recuperación histórica de la experiencia, se consideraron una serie de hitos temporales y decisiones clave que marcaron el desarrollo del proyecto. En primer lugar, recuperamos los momentos iniciales de identificación del problema, cuando las investigadoras realizaron una primera aproximación al municipio de Tota y al Lago, identificando las problemáticas ambientales y culturales asociadas al turismo a través de lecturas preliminares y conversaciones con actores locales. En segundo lugar, documentamos el proceso de construcción del marco teórico, incluyendo la búsqueda y selección de autores en diseño gráfico (como Papanek, Frascara, Munari, Manzini, Vilchis y

Arciniegas-Andrade) y en turismo sostenible (como Butler, Weaver y Rivera Mateos), así como la forma en que estas lecturas dialogaron con las necesidades del proyecto.

En tercer lugar, registramos el trabajo de campo exploratorio: las observaciones realizadas, las encuestas aplicadas a jóvenes turistas (incluyendo el diseño del instrumento, la muestra y los principales hallazgos cualitativos y cuantitativos). También se tomaron en cuenta las condiciones específicas del terreno, como la disponibilidad de los visitantes para participar en las encuestas. En cuarto lugar, la recuperación histórica abarcó el proceso de experimentación gráfica, con sus diferentes fases: bocetación inicial, definición de la identidad visual, producción de ilustraciones, maquetación editorial, impresión de prototipos y pruebas de usuario. Cada una de estas fases fue acompañada de decisiones responsables y justificaciones, lo que permitió reconstruir la evolución de la propuesta.

En quinto lugar, se registraron las reflexiones surgidas durante el proceso, tanto las individuales (contenidas en bitácoras personales) como las colectivas (reuniones de equipo, tutorías con docentes). Estas reflexiones resultaron fundamentales para comprender los ajustes y las correcciones que se introdujeron a lo largo del camino. Finalmente, la recuperación histórica incluyó los momentos de evaluación y cierre: las pruebas de usuario con sus resultados, los ajustes realizados al prototipo y las conclusiones preliminares que se extrajeron antes de la redacción final de la sistematización. También se consideraron los imprevistos y las dificultades logísticas, como los retrasos en la impresión de los prototipos o la reprogramación de algunas visitas de campo debido a condiciones climáticas. Solo considerando todos estos elementos se pudo reconstruir de manera fiel y comprehensiva la evolución del proyecto, desde su origen hasta su estado final, asegurando que ningún hito relevante quedara fuera del análisis.

¿Qué elementos habría que tomar en cuenta para ordenar y clasificar la información?

Para organizar la información recolectada durante el proceso de sistematización fue necesario clasificar los materiales según las diferentes etapas del proyecto: investigación, análisis, conceptualización y desarrollo de la propuesta editorial. Dentro de cada etapa se pudieron identificar categorías relacionadas con los hallazgos de la investigación, los referentes teóricos y visuales, las decisiones de diseño y las reflexiones metodológicas.

Asimismo, la información pudo organizarse a partir de tipos de registro como documentos de investigación, bocetos, pruebas de diseño, avances editoriales y reflexiones del proceso creativo. Esta clasificación permitió estructurar de manera clara el análisis de la experiencia y facilitar la comprensión de las relaciones entre investigación, aprendizaje y creación.

¿Qué elementos interesa abordar en la interpretación crítica?

En la interpretación crítica se buscó analizar de qué manera el proceso de investigación y diseño permitió comprender la problemática del turismo responsable y traducirla en una propuesta editorial significativa para el público objetivo. En este sentido, se reflexionó sobre el papel del diseño gráfico como herramienta de comunicación social y su capacidad para sensibilizar a los usuarios frente a problemáticas ambientales.

También se analizaron las fortalezas y limitaciones del proceso desarrollado, así como los aprendizajes obtenidos durante la construcción de la propuesta. Este análisis permitió

reconocer las oportunidades que ofrece el diseño editorial para generar experiencias comunicativas que integren información, narrativa visual y reflexión ambiental.

¿Qué fuentes de información vamos a utilizar y cuáles necesitaríamos elaborar?

Para la sistematización de la experiencia, se emplearon tanto fuentes primarias como secundarias, y además se elaboraron algunos registros específicos que no existían en su forma original. En cuanto a las fuentes secundarias, se utilizaron documentos teóricos ya publicados: libros y artículos académicos sobre diseño gráfico con responsabilidad social (Papanek, 1971; Frascara, 2006; Manzini, 2015; Vilchis, 2014; Arciniegas-Andrade, 2023), textos sobre turismo sostenible y capacidad de carga (Butler, 1980; Weaver, 2006; Rivera Mateos, 2012), metodologías de investigación cualitativa (Hernández Sampieri, 2018; Denzin & Lincoln, 2018; Jara Holliday, 2018) y referencias sobre diseño editorial y narrativas visuales (Haslam, 2014; Lupton, 2012; Heller & Vienne, 2012). También se consultaron informes institucionales y periodísticos sobre el estado del Lago de Tota y las problemáticas turísticas, como los documentos de la Escuela Superior de Administración Pública (ESAP, 2025) y artículos de prensa digital como los de Infobae (2025).

En cuanto a las fuentes primarias, se utilizaron todos los registros generados durante el desarrollo del proyecto: notas de investigación, bitácoras de diseño, diarios de campo, encuestas exploratorias (cuestionarios aplicados a jóvenes turistas), entrevistas semiestructuradas (grabaciones y transcripciones), registro fotográfico del proceso de creación (bocetos, pruebas de impresión, prototipos intermedios), archivos digitales de diseño (archivos de Illustrator, InDesign y Photoshop), actas de reuniones de equipo y tutorías, y los resultados de las pruebas de usuario (cuestionarios de evaluación, comentarios, observaciones). Todas estas fuentes primarias fueron recopiladas y organizadas para su posterior análisis.

Adicionalmente, fue necesario elaborar algunos registros que no se produjeron en su momento o que se encontraban dispersos. En concreto, se elaboró una matriz de análisis de contenido que sistematizó las respuestas de las encuestas y entrevistas, identificando categorías emergentes y frecuencias. También se construyó una línea de tiempo visual del proyecto, que permitió ubicar temporalmente cada hito y decisión importante, desde la primera aproximación al territorio hasta la entrega final del prototipo. Finalmente, se redactaron memorias analíticas de cada fase del proceso, a modo de síntesis interpretativa que complementó los registros crudos y facilitó la identificación de aprendizajes significativos. Todas estas fuentes, tanto las ya existentes como las que se elaboraron ad hoc, fueron debidamente referenciadas y se pusieron a disposición en los anexos de la sistematización, garantizando así la transparencia y la trazabilidad del análisis.

¿Cómo se va a realizar esta sistematización?

La sistematización se desarrolló siguiendo un procedimiento estructurado en cuatro grandes etapas, cada una de las cuales empleó técnicas específicas.

En la primera etapa, denominada recuperación de la experiencia, llevamos a cabo una búsqueda exhaustiva y recopilación de todos los registros generados durante el proceso de investigación y creación. La técnica principal fue la revisión documental sistemática de los archivos físicos y digitales, complementada con entrevistas de memoria entre las propias integrantes del equipo para recuperar información que no había quedado registrada por escrito. El producto de esta etapa fue un inventario ordenado de todos los materiales

disponibles, que incluía desde las primeras notas de campo hasta las versiones finales de los prototipos editoriales.

En la segunda etapa, de organización y clasificación de la información, aplicamos un sistema de clasificación basado en dos criterios: las etapas del proyecto (exploración, análisis, creación, evaluación) y el tipo de registro (documentos teóricos, instrumentos de recolección, datos primarios, materiales gráficos, registros audiovisuales y reflexiones escritas). Se utilizaron técnicas de análisis de contenido y categorización, y se elaboró una base de datos en hoja de cálculo que permitió etiquetar y filtrar los materiales. Esta etapa fue realizada colaborativamente por las tres estudiantes, asignándose a cada una la responsabilidad de clasificar los materiales correspondientes a una o dos fases del proyecto.

En la tercera etapa, de análisis e interpretación crítica, aplicamos técnicas de análisis cualitativo como la identificación de patrones, la triangulación de fuentes (contrastando lo dicho en las bitácoras con los resultados de las encuestas y las pruebas de usuario) y el análisis de discurso de los materiales reflexivos. Se realizaron sesiones de trabajo colectivo de discusión y reflexión, en las que cada integrante expuso sus interpretaciones y se buscó consenso sobre los aprendizajes significativos. También se empleó la técnica de la “caminata retrospectiva”, que consistió en recorrer mentalmente el proceso identificando momentos críticos y decisiones clave. En esta etapa se contó con el acompañamiento de la tutora del proyecto, quien actuó como par crítica y ayudó a validar las interpretaciones.

Finalmente, en la cuarta etapa, de síntesis y documentación de resultados, redactamos el informe final de sistematización, siguiendo la estructura solicitada por la guía. Se utilizaron técnicas de escritura académica y de visualización de datos para presentar gráficamente algunos hallazgos. Cada integrante redactó una sección específica del informe, para luego integrarlas y revisarlas en conjunto. El cronograma previsto para estas cuatro etapas fue de aproximadamente ocho semanas, con reuniones semanales de seguimiento.

Productos que deberían surgir de esta sistematización

Es importante aclarar que los productos que se mencionan a continuación no surgieron directamente del proceso de sistematización como si este fuera una fase productiva independiente; más bien, la sistematización permitió analizar, organizar y dar sentido a productos que ya existían o que emergieron del proceso de investigación-creación. Dicho esto, como resultado del proceso de sistematización se obtuvieron los siguientes productos.

En primer lugar, se elaboró un documento final de sistematización (el presente texto) que integró de manera coherente y argumentada el análisis de la experiencia, los aprendizajes significativos extraídos, la descripción detallada de la propuesta proyectual y las reflexiones teóricas pertinentes. Este documento cumplió con los estándares académicos solicitados por la Universidad Santo Tomás y sirvió de base para futuras investigaciones.

En segundo lugar, se consolidó la propuesta editorial ***Sumare: Cuidar al viajar*** en su versión prototipo final (fase beta), debidamente documentada y analizada. Esto incluyó los archivos digitales de diseño y una memoria explicativa de las decisiones creativas adoptadas a lo largo del proceso.

En tercer lugar, se desarrolló un sistema de identidad visual completo del proyecto, que comprendió un manual de uso, la paleta de color definitiva, las tipografías seleccionadas, los elementos gráficos y sus aplicaciones. Este sistema quedó como evidencia del proceso creativo y como herramienta para posibles replicaciones en otros contextos.

En cuarto lugar, se organizó un registro sistemático de las piezas editoriales e ilustraciones que conformaron la experiencia de lectura. Dicho registro se presentó en un anexo visual que permitió apreciar la evolución de las propuestas, desde los bocetos iniciales hasta las versiones finales.

En quinto lugar, se produjo una bitácora o diario de campo ampliado que contuvo los registros del proceso creativo, incluyendo bocetos, exploraciones visuales, pruebas de usuario, fotografías del proceso y reflexiones personales de cada integrante, todo ello organizado cronológicamente y con comentarios analíticos.

Finalmente, se elaboró una matriz de aprendizajes significativos que sintetizó en forma de tabla los principales hallazgos, las decisiones clave, los errores cometidos y las correcciones aplicadas, de modo que sirviera como guía rápida para otros diseñadores. Todos estos productos fueron entregados en formato digital y, cuando correspondió, también en formato impreso para su evaluación.

Plazos y cronograma de la recopilación de la experiencia a modo de diario de campo

La recopilación de la experiencia se organizó a partir de un cronograma estructurado en seis fases, cada una de las cuales fue registrada de manera sistemática en una bitácora o diario de campo. Este diario funcionó como una herramienta clave para el seguimiento del proyecto, permitiendo documentar tanto los hallazgos como las reflexiones surgidas durante su desarrollo.

Fase 0. Inicio del proceso y registro en bitácora. Esta fase correspondió al momento en que se dio inicio al proyecto y se comenzó el registro sistemático de la experiencia a través de la bitácora. En esta etapa se documentaron las primeras aproximaciones al problema, las ideas iniciales, las decisiones preliminares y los avances del proceso de investigación–creación. La bitácora se alimentó semanalmente con notas personales y colectivas.

Fase 1. Recolección inicial de información. En esta fase se recopilaban los insumos generados durante el proceso de investigación–creación, incluyendo documentos teóricos, antecedentes sobre turismo responsable, registros de observación del territorio, encuestas exploratorias y entrevistas realizadas a jóvenes turistas. Esta etapa permitió consolidar la base informativa del proyecto y se extendió durante las primeras cuatro semanas del cronograma.

Fase 2. Organización y clasificación de la información. Posteriormente, la información recolectada fue organizada según las etapas del proyecto: investigación, análisis, conceptualización y desarrollo editorial. Se clasificaron los materiales en categorías como hallazgos de investigación, decisiones de diseño, referentes visuales y registros del proceso

creativo. Esta fase se realizó a lo largo de dos semanas, con sesiones de trabajo colaborativo.

Fase 3. Análisis de la experiencia. En esta fase se realizó un proceso de revisión crítica de la información, identificando patrones, aprendizajes significativos y relaciones entre la investigación y las decisiones de diseño. Se analizaron las estrategias utilizadas para traducir la información ambiental en una propuesta editorial. Esta etapa demandó aproximadamente tres semanas de trabajo intensivo, con reuniones semanales de discusión y reflexión.

Fase 4. Interpretación y reflexión. A partir del análisis, se desarrolló una reflexión profunda sobre el papel del diseño gráfico como herramienta de sensibilización. Se evaluaron los alcances del proyecto, sus limitaciones y su impacto en la comprensión del turismo responsable. Esta fase se llevó a cabo en paralelo con la redacción de los primeros borradores de la sistematización, durante dos semanas adicionales.

Fase 5. Síntesis y documentación. Finalmente, se consolidó la información en el documento de sistematización, estructurando los aprendizajes, el análisis de la experiencia y la propuesta desarrollada, evidenciando la relación entre investigación, creación y resultado proyectual. Esta fase ocupó las últimas cuatro semanas del cronograma, e incluyó la revisión final por parte de la tutora y los ajustes de estilo.

Análisis de la experiencia, aprendizaje significativo y propuesta proyectual

El desarrollo del proyecto permitió evidenciar que el diseño gráfico, más allá de su función estética, desempeñó un papel fundamental como herramienta de comunicación social y sensibilización ambiental. A lo largo del proceso de investigación–creación, se identificó que los jóvenes turistas presentaban un conocimiento limitado sobre el impacto de sus acciones en territorios como el Lago de Tota, lo que reforzó la necesidad de estrategias comunicativas más cercanas y significativas. En consecuencia, uno de los aprendizajes más relevantes fue comprender que la información ambiental, cuando se presenta únicamente de forma informativa, no genera necesariamente cambios en el comportamiento de los usuarios.

Por el contrario, la construcción de una experiencia editorial con narrativa visual e ilustración permitió generar una conexión emocional con el contenido, facilitando así la apropiación del mensaje. Se observó que los jóvenes valoraban especialmente las ilustraciones de la fauna y flora local, el formato de bolsillo y los espacios para anotaciones personales, elementos que convirtieron la guía en un objeto de viaje interactivo y no en un mero instructivo. Asimismo, el proceso evidenció la importancia de la coherencia entre el sistema de identidad visual y el contexto territorial, ya que los elementos gráficos debían responder a las características culturales y ambientales del lugar para lograr una comunicación efectiva.

Otro aprendizaje significativo surgió de las pruebas de usuario realizadas con el prototipo beta. Estas pruebas demostraron que los mensajes acompañados de explicaciones causales (“por qué es importante no dejar residuos”) resultaron más persuasivos que las simples prohibiciones. Además, se identificó que el tono narrativo en primera persona

generaba mayor identificación que el tono institucional o autoritario, hallazgo que confirmó la pertinencia de alejarse de los formatos tradicionales de las campañas oficiales.

Como resultado de estos aprendizajes, se consolidó la propuesta proyectual **Sumare: Cuidar al viajar**, concebida como una experiencia editorial orientada a sensibilizar a los visitantes sobre la importancia del turismo responsable. Esta propuesta integró diseño, narrativa y contenido ambiental en un mismo sistema comunicativo, y se materializó en un prototipo editorial funcional en fase beta, el cual fue validado positivamente por los usuarios.

Tema de reflexión y discusiones académicas

A partir del análisis de la experiencia sistematizada, el tema central de reflexión se orientó hacia el papel del diseño editorial como herramienta de sensibilización en contextos de sostenibilidad ambiental y turismo responsable. Esta reflexión partió de la necesidad de volver sobre el objetivo general del proyecto, que buscó diseñar una estrategia de comunicación visual basada en una propuesta editorial para promover prácticas de turismo responsable entre jóvenes visitantes del Lago de Tota. Para ello, se estableció un diálogo entre tres ejes fundamentales: el turismo, la estrategia de comunicación y el diseño gráfico, con el fin de comprender cómo estos se articulan y potencian mutuamente en la construcción de mensajes significativos.

En primer lugar, en relación con el turismo, se reconoció que este sector enfrenta el desafío de equilibrar el desarrollo económico con la conservación ambiental y cultural. El aumento del flujo de visitantes en destinos de alto valor ecológico, como el Lago de Tota, ha generado impactos negativos que requieren estrategias de educación y sensibilización dirigidas a los viajeros. En este sentido, autores como Butler (1980) y Weaver (2006) han señalado la necesidad de integrar procesos educativos que permitan a los turistas comprender el impacto de sus acciones y adoptar comportamientos responsables. Sin embargo, las campañas institucionales tradicionales suelen emplear formatos informativos que no logran conectar con las audiencias jóvenes, lo que evidencia la urgencia de desarrollar enfoques comunicativos más atractivos y efectivos.

En segundo lugar, en cuanto a la estrategia de comunicación, se partió de la premisa de que el diseño gráfico informa, que también puede influir en la percepción y el comportamiento de los usuarios. Como lo planteó Jorge Frascara (2006), el diseño de comunicación tiene la capacidad de facilitar procesos de comprensión y generar cambios en la forma en que las personas interpretan la información visual, especialmente cuando se orienta hacia fines educativos o de sensibilización social. En esta línea, la propuesta editorial **Sumare: Cuidar al viajar** se concibió como una experiencia de lectura que integra narrativa visual, ilustración y contenido ambiental, buscando generar una conexión emocional con los jóvenes viajeros. Se observó que el formato editorial, por su materialidad y su carácter perdurable, permite una inmersión más profunda que los medios efímeros, favoreciendo la reflexión y la memoria. Además, la inclusión de espacios para anotaciones personales transformó la guía en un objeto interactivo, lo que potenció la apropiación del mensaje y la disposición al cambio de comportamiento.

En tercer lugar, desde el campo del diseño gráfico, se reflexionó sobre su dimensión social y su responsabilidad ética. Autores como Victor Papanek (1971) sostuvieron que el diseño

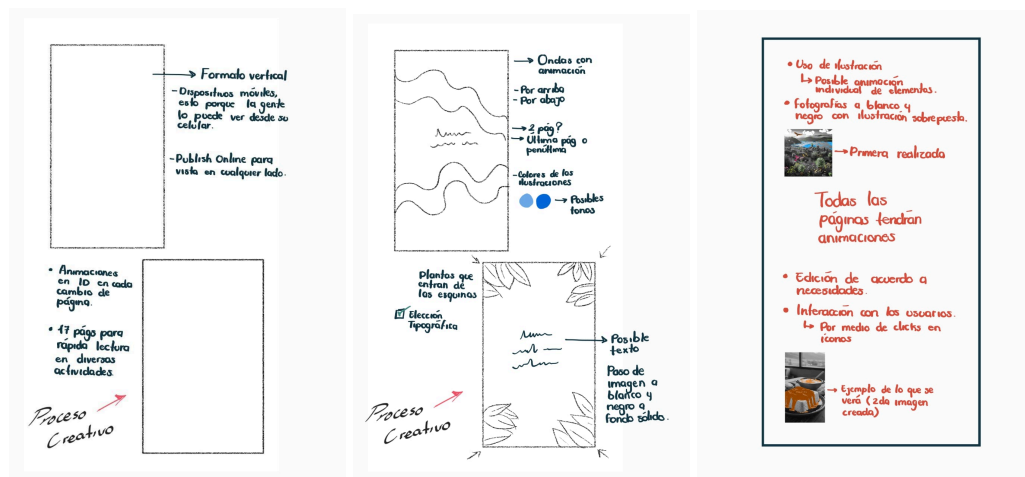
debe asumir una responsabilidad social y ambiental, contribuyendo a la resolución de problemáticas contemporáneas relacionadas con el entorno y la sostenibilidad. De manera complementaria, Ezio Manzini (2015) destacó el potencial del diseño para generar procesos de innovación social y promover cambios culturales mediante estrategias de comunicación y experiencias significativas para los usuarios. En el caso de **Sumare: Cuidar al viajar**, el diseño editorial se configuró como un dispositivo de mediación entre la información ambiental, el territorio y los visitantes, demostrando que la práctica creativa puede convertirse en un agente de transformación cultural. Asimismo, Arciniegas-Andrade (2023) señaló que el diseño gráfico sostenible se ha consolidado como una práctica que integra la creatividad con la eficiencia material y la pertinencia social, valores que fueron plenamente asumidos por este proyecto.

Finalmente, la discusión académica derivada de esta experiencia permitió reconocer que la intersección entre diseño, comunicación y sostenibilidad es un campo fértil para la investigación-creación. El proyecto **Sumare: Cuidar al viajar** evidenció que el diseño editorial puede aportar a la construcción de una cultura de turismo responsable mediante estrategias visuales que integren información, narrativa y experiencia. No obstante, también se identificaron limitaciones, como la dificultad de medir el impacto real en el comportamiento de los viajeros a largo plazo y la necesidad de incorporar más activamente las voces de las comunidades locales en el proceso de diseño. Estas reflexiones abren nuevas líneas de indagación para futuros proyectos, como el desarrollo de aplicaciones móviles complementarias, la realización de estudios longitudinales sobre el cambio de actitudes o la adaptación del modelo editorial a otros destinos turísticos con problemáticas similares. En síntesis, la experiencia sistematizada reafirmó que el diseño gráfico, cuando se ejerce con rigor conceptual y sensibilidad contextual, puede convertirse en un aliado estratégico para promover formas de viajar más conscientes y respetuosas.

Desarrollo de la propuesta de mejora o prototipo

El desarrollo de **Sumare: Cuidar al viajar** integró investigación, conceptualización y producción editorial en cinco fases secuenciales que permitieron construir una propuesta fundamentada tanto en el contexto territorial del Lago de Tota como en las necesidades comunicativas del público objetivo. Las evidencias visuales de este proceso bocetos, esquemas de identidad y pruebas tipográficas se encuentran sistematizadas en la bitácora del proyecto, la cual puede consultarse en el enlace. De igual manera, los resultados finales de la propuestas tipograficas y visuales se sintetizan en el póster. Ambos recursos constituyen documentos complementarios a este texto y permiten una comprensión más completa del recorrido metodológico y visual del proyecto.

Figura 1



Nota. Bocetos del proceso de conceptualización y desarrollo editorial de Sumare: Cuidar al viajar. Elaboración propia.

La documentación completa del proceso puede consultarse en la bitácora del proyecto (véase <https://indd.adobe.com/view/637f2292-9681-4746-9251-293a6a50d8d5>)

Figura 2



Nota. Sistema de identidad visual de Sumare: Cuidar al viajar, que incluye logotipo, símbolo, paleta de colores y tipografía. Elaboración propia.

La primera fase, de definición conceptual, estableció los conceptos clave del proyecto turismo responsable, sostenibilidad y apropiación del territorio y definió un tono narrativo en primera persona orientado a generar empatía en los jóvenes lectores. También se determinó que el contenido debía equilibrar la información con una presentación visual atractiva y accesible.

En la segunda fase se construyó la identidad visual: una paleta inspirada en el municipio de Tota (Rojo, verdes de junco y marrones de la tierra), una selección tipográfica que combinó legibilidad y expresividad, un estilo de ilustración de trazo orgánico con texturas suaves, y pictogramas.

La tercera fase, de desarrollo editorial, organizó el contenido en una narrativa que alternaba texto e imagen, con secciones informativas, páginas de mayor carga visual y espacios para anotaciones personales, manteniendo siempre coherencia con el sistema gráfico definido en la fase anterior.

En la cuarta fase de evaluación con usuarios, permitió valorar la comprensión del contenido, la claridad visual y la efectividad del mensaje con personas del público objetivo. A partir de los resultados se realizaron ajustes como la simplificación de algunos textos y la mejora en la jerarquía visual de ciertas páginas. El resultado fue un prototipo editorial funcional en fase beta, capaz de comunicar de manera integrada prácticas de turismo responsable, la identidad cultural y natural del Lago de Tota, y una experiencia reflexiva y emocional con el territorio.

Propuesta que evidencie el análisis y aporte de la experiencia, así como la relación con los autores y referencias consultadas

La propuesta editorial ***Sumare: Cuidar al viajar*** constituyó el resultado tangible del proceso de investigación-creación y, al mismo tiempo, evidenció de manera clara el análisis de la experiencia sistematizada, así como la articulación con los autores y referencias consultadas a lo largo del proyecto. En este sentido, cada decisión de diseño adoptada respondió a los hallazgos obtenidos en las fases de exploración, conceptualización y validación con usuarios, y se apoyó en los planteamientos teóricos que orientaron el trabajo. De esta forma, la propuesta no fue un producto arbitrario o meramente estético, sino una respuesta fundamentada en las necesidades y percepciones reales de la audiencia objetivo, así como en un sólido marco disciplinar.

En primer lugar, la propuesta reflejó el análisis de la experiencia al incorporar los aprendizajes extraídos de las encuestas exploratorias y las pruebas de usuario. Durante la fase inicial de investigación, se aplicaron encuestas a jóvenes turistas entre 18 y 35 años que habían visitado el Lago de Tota o manifestaban interés en hacerlo. Los resultados mostraron que la mayoría de los encuestados asociaba el turismo responsable únicamente con el manejo adecuado de residuos, desconociendo otros impactos igualmente relevantes, como la afectación a ecosistemas sensibles, la interferencia en la fauna y flora local, o el respeto por las dinámicas culturales de las comunidades ribereñas. En consecuencia, se incluyó listas de recomendaciones prácticas, también breves explicaciones causales que ampliaron esa visión inicial, abordando temas como la eutrofización del agua, la importancia de no arrancar plantas acuáticas y la necesidad de respetar los senderos establecidos. Asimismo, las pruebas de usuario realizadas con el prototipo beta mostraron que el formato de bolsillo era valorado por su portabilidad, que las ilustraciones de flora y fauna local

generaban empatía y deseo de conservación, y que los espacios para anotaciones personales fomentaban una relación activa con el objeto editorial. Todos estos elementos fueron integrados y refinados en la versión final del prototipo, demostrando así que la propuesta editorial fue moldeada de manera iterativa por la retroalimentación de los propios jóvenes viajeros.

En segundo lugar, la propuesta editorial estableció una relación directa y explícita con los autores y referencias consultadas a lo largo del proyecto. Siguiendo los planteamientos de Papanek (1971), el diseño asumió una responsabilidad social y ambiental, alejándose de la mera producción estética para convertirse en un agente de sensibilización y cambio cultural. Desde la perspectiva de Frascara (2006), la propuesta buscó incidir en la comprensión y el comportamiento de los usuarios mediante una comunicación visual clara, emotiva y educativa, evitando tanto el tono autoritario como la mera transmisión de datos fríos. Por su parte, la elección del formato editorial impreso tomó como referencia los trabajos de Haslam (2014) y Lupton (2012), quienes destacan la capacidad del libro-objeto para generar vínculos afectivos, facilitar la inmersión reflexiva y perdurar en la memoria del usuario más allá del momento de lectura. Manzini (2015) orientó el enfoque hacia la innovación social, entendiendo el diseño como un medio para promover cambios culturales sostenibles en el ámbito del turismo. Las referencias sobre turismo sostenible, en particular Butler (1980) y Weaver (2006), respaldaron la necesidad de educar a los visitantes para mitigar los impactos negativos en destinos frágiles, justificando así la pertinencia de una estrategia comunicativa dirigida específicamente a los jóvenes.

En conclusión, la propuesta **Sumare: Cuidar al viajar** integró coherentemente el análisis de la experiencia sistematizada y el diálogo con los referentes teóricos, demostrando que el diseño gráfico puede traducir conceptos abstractos en artefactos comunicativos efectivos, pertinentes y éticamente comprometidos con la conservación del patrimonio natural y cultural. El prototipo editorial final constituyó un producto funcional en fase beta, también una evidencia documentada de cómo la investigación.

Conclusiones

El proceso de sistematización de la experiencia desarrollada en el proyecto **Sumare: Cuidar al viajar** permitió extraer un conjunto de conclusiones significativas que responden a la pregunta de investigación planteada, cumplen con los objetivos propuestos y ofrecen aportes relevantes para el campo del diseño gráfico aplicado al turismo responsable. Estas conclusiones se organizan en torno a los aprendizajes disciplinares, los alcances del proyecto, las limitaciones identificadas y las proyecciones futuras.

En primer lugar, se concluyó que el diseño gráfico, mediante una estrategia de comunicación visual de carácter editorial, sí puede sensibilizar y promover prácticas de turismo responsable en jóvenes turistas, siempre que dicha estrategia integre de manera coherente la investigación diagnóstica, la construcción de una identidad visual anclada en el territorio, una narrativa emocionalmente conectada con la audiencia, y un proceso iterativo de validación con usuarios. La propuesta editorial **Sumare: Cuidar al viajar** demostró que los jóvenes viajeros que están dispuestos a recibir información sobre turismo responsable, que valoran positivamente los formatos que combinan belleza estética, utilidad práctica y reflexión ética. Las pruebas de usuario evidenciaron que las ilustraciones de la fauna y flora

local, los espacios para anotaciones personales y las explicaciones causales de las recomendaciones fueron los elementos que generaron mayor conexión emocional y disposición al cambio de comportamiento. Por lo tanto, se confirmó la hipótesis de partida: el diseño editorial, cuando se ejerce con rigor conceptual y sensibilidad contextual, puede actuar como un dispositivo de mediación efectivo entre la información ambiental y las prácticas cotidianas de los viajeros.

En segundo lugar, se alcanzaron los objetivos específicos planteados al inicio del proyecto. Se analizó la situación actual del turismo en el municipio de Tota, identificando problemáticas como la acumulación de residuos, la presión sobre ecosistemas sensibles y la descontextualización de prácticas culturales, todo ello respaldado por fuentes documentales y observación de campo. Se identificaron y aplicaron referentes teóricos tanto del diseño gráfico (Papanek, Frascara, Manzini, Munari, Vilchis, Arciniegas-Andrade, Haslam, Lupton) como del turismo sostenible (Butler, Weaver, Rivera Mateos), lo que permitió construir un marco conceptual sólido y pertinente. Finalmente, se desarrolló una propuesta editorial interactiva en fase beta, que integra identidad visual, ilustración, narrativa gráfica y validación con usuarios, cumpliendo así con el objetivo general de diseñar una estrategia de comunicación visual orientada a sensibilizar a los jóvenes turistas.

En tercer lugar, la sistematización de la experiencia permitió reconocer varios aprendizajes significativos que trascienden el caso particular del Lago de Tota. Uno de los más relevantes fue comprender que la información ambiental, cuando se presenta únicamente de forma informativa o prohibicionista, no genera necesariamente cambios en el comportamiento de los usuarios; por el contrario, es necesario construir experiencias editoriales que apelen a la emoción, la identificación y la reflexión personal. Otro aprendizaje clave fue la importancia de la coherencia entre el sistema de identidad visual y el contexto territorial: los colores, las tipografías y las ilustraciones deben dialogar con el paisaje, la biodiversidad y las tradiciones locales para lograr una comunicación auténtica y respetuosa. Además, se aprendió que el prototipado temprano y las pruebas iterativas con usuarios son herramientas indispensables para ajustar los mensajes y los formatos a las necesidades reales de la audiencia, evitando así el riesgo de diseñar desde el escritorio sin contacto con la realidad.

En cuarto lugar, se identificaron algunas limitaciones del proyecto que es importante señalar para futuras investigaciones. La principal limitación fue el alcance temporal reducido, que no permitió realizar un seguimiento a largo plazo del impacto real de la propuesta editorial en los comportamientos de los jóvenes turistas más allá del momento de la prueba. Las evaluaciones realizadas midieron la comprensión, la atracción visual y la disposición al cambio declarada, pero no fue posible verificar si los usuarios efectivamente modificaron sus prácticas durante sus viajes posteriores al Lago de Tota. Otra limitación fue la dificultad de acceder a una muestra más amplia y diversa de jóvenes turistas, especialmente aquellos de otras regiones del país o con menor nivel de formación ambiental, lo que podría haber enriquecido la validación del prototipo. Asimismo, se reconoce que las voces de las comunidades locales del Lago de Tota no fueron suficientemente incorporadas en el proceso de diseño, lo que abre una línea de mejora para futuras versiones del proyecto.

En quinto lugar, a partir de estas limitaciones, se plantean varias proyecciones y recomendaciones para trabajos futuros. Se sugiere realizar un estudio longitudinal que

evalúe el impacto de la guía editorial en el comportamiento real de los jóvenes turistas, mediante encuestas de seguimiento semanas o meses después de la visita al territorio. También se recomienda ampliar la muestra de usuarios a otras edades y perfiles socioeconómicos, así como incorporar de manera activa a las comunidades locales en el proceso de diseño, ya sea a través de talleres participativos o entrevistas en profundidad. Otra línea de desarrollo futuro es la adaptación de la propuesta editorial a formatos digitales complementarios, como una aplicación móvil interactiva o una versión web con recursos audiovisuales, que permitan llegar a un público más amplio y ofrecer actualizaciones periódicas de la información. Finalmente, se propone replicar el modelo metodológico de **Sumare: Cuidar al viajar** en otros destinos turísticos de alto valor ecológico y cultural en Colombia, como la Sierra Nevada de Santa Marta, el Parque Nacional Natural Tayrona o el Desierto de la Tatacoa, adaptando la identidad visual y los contenidos a cada contexto particular.

En sexto lugar, desde una perspectiva disciplinar más amplia, este proyecto contribuye a posicionar al diseño gráfico como una forma legítima y rigurosa de producción de conocimiento, como un oficio técnico o decorativo. La sistematización de la experiencia demostró que el diseño puede ser investigado, documentado, analizado y mejorado a partir de la reflexión crítica, y que sus productos pueden evaluarse en términos de su efectividad comunicativa y su impacto social. Esto es especialmente relevante en un contexto donde el diseño gráfico en Colombia está consolidándose como una disciplina académica con creciente producción investigativa. Asimismo, el proyecto aporta a la línea de investigación en diseño y sostenibilidad de la Facultad, al ofrecer un caso concreto y documentado de cómo el diseño editorial puede incidir en la conciencia ambiental de las audiencias jóvenes.

Finalmente, se concluye que **Sumare: Cuidar al viajar** no es solo un prototipo editorial funcional, sino una experiencia de aprendizaje profundo para las diseñadoras-investigadoras involucradas. El proceso permitió integrar teoría y práctica, investigación y creación, reflexión individual y trabajo colaborativo, todo ello orientado a un propósito socialmente valioso: contribuir a la conservación del Lago de Tota a través de la sensibilización de sus visitantes. Este proyecto demuestra que el diseño gráfico, cuando se ejerce con rigor conceptual, sensibilidad contextual y compromiso ético, puede convertirse en un agente efectivo de transformación cultural, promoviendo formas de viajar más conscientes, respetuosas y responsables con el patrimonio natural y cultural de los territorios.

Referencias bibliográficas

Diseño Gráfico y Comunicación Visual (Sostenibilidad, Ética y Metodología)

Arciniegas-Andrade, S. E. (2023). Diseño gráfico sostenible: impacto ambiental y soluciones creativas. *Polo del Conocimiento*, 8(9), 616-625.

Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Ediciones Infinito.

Haslam, A. (2014). *Creación, diseño y producción de libros: Una guía práctica para autores, editores y diseñadores*. Editorial Gustavo Gili.

Heller, S., & Vienne, V. (2012). 100 ideas that changed graphic design. Laurence King Publishing.

Lupton, E. (Dir.). (2012). Intuición, acción, creación: Graphic design thinking. Editorial Gustavo Gili.

Manzini, E. (2015). Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation. MIT Press.

Munari, B. (2016). Diseño y comunicación visual: Contribución a una metodología didáctica. Editorial Gustavo Gili. (Obra original publicada en 1968).

Papanek, V. (1971). Design for the real world: Human ecology and social change. Pantheon Books.

Pérez Peña, N. C. (2024). La semiótica pragmatista como referente conceptual filosófico para un análisis del proceso creativo en diseño gráfico. Un modelo en construcción. Universidad Santo Tomás. <http://hdl.handle.net/11634/71618>

Vilchis, L. del C. (2014). Crear y transformar críticamente: responsabilidad y compromiso del diseño. Revista Internacional de Ciencias Sociales, 3(2), 63-68.

Frayling, C. (1993). Research in art and design. Royal College of Art Research Papers, 1(1), 1-5.

Godin, D., & Zahedi, M. (2014). Aspects of research through design: A literature review. Proceedings of the Design Research Society Conference 2014. <https://dl.designresearchsociety.org>

Costa, J. (2004). La imagen de marca: Un fenómeno social. Paidós. (nota: el libro de Costa más cercano al tema es de 2004, no de 2011 — debes verificar cuál consultaste)

Turismo Sostenible y Responsable

Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo sostenible: importancia en el cuidado del medio ambiente. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 8(1), 50-56.

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. Canadian Geographer, 24(1), 5-12.

Rivera Mateos, M. (Coord.). (2012). Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario. Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba.

Weaver, D. (2006). Sustainable tourism: Theory and practice. Elsevier Butterworth-Heinemann.

Contexto Local: Problemáticas del Lago de Tota

Corpoboyacá. (s.f.). Diagnóstico de la problemática ambiental del Lago de Tota.

ESAP. (2025). Impacto ambiental y estrategias de mitigación en el Lago de Tota. Repositorio Institucional ESAP.

Infobae. (2025, octubre 12). Desagradable, así se ve ahora una de las lagunas turísticas más importantes del país. Infobae.

Metodología de la Investigación y Sistematización

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). The SAGE handbook of qualitative research (5th ed.). SAGE Publications.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill.

Jara Holliday, O. (2018). La sistematización de experiencias: práctica y teoría para otros mundos posibles. CINDE.