



CDMX
CIUDAD DE MÉXICO



SECRETARÍA
DE TURISMO



TALLER DE TÉCNICAS DE CONDUCCIÓN PARA GUÍAS DE TURISTAS

Basado en el EC0072 Y EC0482



Manual del participante

Pertenezco a: _____

Curso diseñado e impartido por: María Dolores González Vicencio

Presentación del curso

¡Bienvenido al curso taller!

Propósito: Servir como herramienta didáctica para el participante, durante el desarrollo del curso y como una guía de consulta después del mismo.

Objetivo general	Al término del curso el guía de turistas será capaz de usar diferentes técnicas de conducción de grupos en sus recorridos turísticos a fin de mejorar las experiencias de los turistas y cumplir con el EC0072 y EC0482
Duración	20 horas
Dirigido a	Guías de turistas generales y locales que deseen refrendar
Contenido temático	<p>1. Comunicación efectiva Objetivo particular: Al término de la actividad el participante será capaz de desarrollar la empatía y tolerancia durante sus interacciones en la conducción de turistas y utilizar un estilo de comunicación enérgica al expresar las instrucciones durante el recorrido turístico.</p> <p>1.1. Empatía, Tolerancia y Comunicación 1.2. Tipología de turistas</p> <p>2. Base teórica sobre las dinámicas de grupos Objetivo particular: Al término del tema el guía de turistas considerará la metodología de la dinámica de grupo durante la conducción de turistas, aplicando técnicas grupales que permitan la presentación, integración y el cierre afectivo logrando que el turista regrese a su país con amigos que esperan su regreso.</p> <p>2.1. ¿Qué es una Dinámica de Grupo? 2.1.1. ¿Qué es un grupo? 2.1.2. Tipos de grupos 2.1.3. Tipos de guías de turistas</p> <p>2.2. Técnicas grupales y vivenciales 2.2.1. De presentación, 2.2.2. Integración y 2.2.3. Actividades lúdicas</p> <p>3. Técnicas y herramientas para la interpretación del patrimonio cultural y natural Objetivo particular: Al término del tema será capaz de analizar las técnicas y herramientas de interpretación del patrimonio cultural y natural, para utilizarlas como técnicas de exposición para el recorrido cultural.</p>

	<p>3.1. Definición y enfoques</p> <p>3.2. Propósitos de la interpretación</p> <p>3.3. Proceso de la interpretación intercultural y participativa</p> <p> 3.3.1. La labor de la interpretación del patrimonio natural y cultural</p> <p>3.4. Tres pilares del proceso interpretativo</p> <p> 3.4.1. Comunicación para la interpretación</p> <p> 3.4.2. Perfil del turista y visitante</p> <p>3.5. Medios y técnicas para la interpretación cultural y natural</p> <p> 3.5.1. Guiado y acompañamiento</p> <p> 3.5.2. La sensibilización a través de los sentidos</p> <p> 3.5.3. Las leyendas, las escenificaciones, los juegos, el humor y el misterio</p> <p> 3.5.4. El uso de tecnologías</p> <p>4. Diseño de la actividad interpretativa</p> <p>Objetivo particular:</p> <p>Al término del tema usted será capaz de elaborar el plan interpretativo de un recorrido de tipo cultural incluyendo los guiones interpretativos para centros y senderos interpretativos.</p> <p> 4.1. Pautas para elaborar el plan interpretativo</p> <p> 4.2. Programas y guiones interpretativos</p> <p> 4.2.1. Diseño del mensaje y el tópico</p> <p> 4.3. Diseño de un sendero interpretativo</p> <p> 4.4. Momentos clave del senderismo interpretativo</p> <p>5. Práctica de conducción en la cd. Con base a los criterios de la EC0072 y EC 0482</p> <p>Objetivo particular:</p> <p>Al término del tema usted será capaz de utilizar el programa y guión interpretativo en la conducción de grupos especiales de turistas o visitantes en recorridos de museos o recintos culturales de acuerdo a los lineamientos del EC0072 y EC0482.</p>
Metodología	Taller vivencial en donde se favorece la práctica, integrando los 3 saberes: SABER, HACER Y SER
Forma de evaluar	Evaluación escrita, de producto (documentos) y desempeño en recintos abiertos y cerrados

Introducción.

“Dos senderos se abrían en el bosque y yo... yo tomé el menos transitado”.
– Robert Frost

Este manual es tuyo, úsalo como manual de trabajo, como guía u obra de consulta en el podrás encontrar los procedimientos, técnicas, herramientas, ideas y sugerencias para la conducción de recorridos turísticos, la idea es que te renueves, te reinventes y logres que tus invitados/ turistas vivan experiencias positivas extraordinarias que los invite a regresar a nuestro país.

La propuesta inicia con desarrollar técnicas de comunicación efectiva pero plena de pasión, tolerancia y empatía.

El ABCD de tus mensajes es que sean atractivos, breves, concretos y directos; cómo lograrlo? esa es la meta; la comunicación para la interpretación debe ser un pato, ¿cómo? ¡Si! Pertinente al perfil del público, ameno, temático, y ordenado. Todo esto es parte de esas técnicas de comunicación que desarrollaremos para la comunicación verbal y no verbal. La proposición es utilizar un estilo enérgico para mantener el orden, respeto y cumplir con las expectativas del turista, cumpliendo con el cuidado, conservación y respeto de nuestra cultura.

¿Cómo lograr experiencias únicas e irrepetibles en tus recorridos? Aplicando el proceso de la dinámica grupal desde la presentación, atravesando por la etapa de cohesión hasta el cierre; con esto practicará diversas técnicas grupales, actividades que le permitirán integrar, romper el hielo para crear un ambiente de calidez, respeto y afinidad.

Con el tema de técnicas y herramientas para la interpretación del patrimonio turístico desarrollará un programa y guiones interpretativos aplicando un proceso que permita a la audiencia aprender, reconocer y valorar la herencia cultural como legado de nuestros ancestros, el propósito es que usted mismo aprenda a descubrir la esencia del lugar como fundamento narrativo, adecuándose a perfiles que nos ofrecen un reto; invidentes, sordomudos, personas con síndrome Down, entre otros.

Y para terminar practicaremos dos procedimientos de conducción en recintos cerrados como museos y en zonas arqueológicas o centros históricos usando dos estándares para desarrollar la competencia en la conducción de turistas. El EC0072 Y EC0482

Lo que no se usa no funciona, decía un viejo comercial. Le invitamos a que haga uso de este modelo basado en competencias laborales y juntos construyamos un aprendizaje efectivo. Este curso se imparte con la modalidad de taller en forma presencial.

Cualquier aportación para la mejora de este material le agradeceré nos lo haga saber.

“Como todos los grandes viajeros, he visto más de lo que puedo recordar, y recuerdo más que lo que he visto”

– Benjamín Disraeli

¡Bienvenido!

1. Comunicación efectiva

Objetivo particular:

Al término de la actividad el participante será capaz de desarrollar la empatía y tolerancia durante sus interacciones en la conducción de turistas y utilizar un estilo de comunicación enérgica al expresar las instrucciones durante el recorrido turístico.

1.1. Empatía, Tolerancia y Comunicación

1.2. Tipología de turistas

La comunicación efectiva es el secreto para ver las necesidades satisfechas.

Es imposible controlar qué es lo que va a escuchar el público, pero el mensaje que se envía sí puede ser manipulado. Esto suena simple, pero muchas personas encuentran dificultades al usar un estilo de comunicación apropiado. El estilo de comunicación más efectivo, sin dudas, es el enérgico. Éste se basa en la habilidad de expresar los pensamientos y sentimientos, a medida que éstos ocurren, sin pisotear los derechos de los demás. Se trata de asumir la responsabilidad de comunicar lo que uno cree, necesita y quiere considerando el perfil de los turistas.



¿Cómo se hace esto?; Sé directo y conciso con la persona que te estás comunicando. Si se está discutiendo un problema, abórdalo con claridad y no esquives el asunto. Sé específico y ofrece ejemplos que ilustren tu punto de vista.

Asimismo, no permitas que las emociones controlen la comunicación. Cuando esto ocurre, uno puede dejarse llevar por las emociones y perder de vista el objetivo del mensaje.

Esta es una fórmula que puede ayudar a enviar un mensaje claro:

“Cuando tú_____. Yo siento_____, y quiero/necesito que hagas_____.”

Un ejemplo con los espacios en blanco completos sería:

“Cuando tú llegas del trabajo y vas directo a la televisión, me siento ignorado; necesito que al menos digas ‘hola’ y me des un abrazo antes de acostarte”.

Así como la comunicación interpersonal, la grupal se refiere a un grupo de más de dos personas que intercambian mensajes. Por ejemplo, una reunión de trabajo o una reunión familiar.

Dentro del grupo de turistas casi siempre existe un líder, el cual persuade a los demás miembros del grupo creándose dentro de éste un poli perspectivismo; o lo que es lo mismo, los miembros del grupo adoptan la postura del líder, pero con otras perspectivas.

Cabe destacar una importante diferencia en cuanto a los líderes de la comunicación grupal y la organizacional, puesto que en esta última el líder es conocido, y en la primera no siempre es así.

Lo que caracteriza principalmente a estos grupos es:

- Racionalización colectiva de las decisiones tomadas.
- Crean estereotipos de los otros grupos y sus líderes.

- Su forma de pensamiento tiene un carácter uniforme.
- Mantienen un respeto hacia su propio líder, procurando guardar la información de los miembros de su propio grupo.

Hablando de las decisiones grupales destacaría:

- Adecuación a los objetivos y a los riesgos asociados a estos, mediante la decisión grupal.
- Descartar las alternativas en las que la mayoría del grupo no está de acuerdo.
- Uso de la información que defienda tanto sus posiciones como conclusiones.

Técnicas de comunicación grupal.

Así como la comunicación interpersonal, la grupal se refiere a un grupo de más de dos personas que intercambian mensajes. Por ejemplo, una reunión de trabajo o una reunión de amigos.

Dentro del grupo de turistas casi siempre existe un líder, (dinámica grupal asevera que por cada seis personas hay un líder) él cual persuade a los demás miembros del grupo creándose dentro de éste un poli perspectivismo; es decir, los miembros del grupo adoptan la postura del líder, pero con otras perspectivas.

Cabe destacar una importante diferencia en cuanto a los líderes de la comunicación grupal y la organizacional, puesto que en esta última el líder es conocido, y en la primera no siempre es así.

Lo que caracteriza principalmente a estos grupos es:

- Racionalización colectiva de las decisiones tomadas.
- Crean estereotipos de los otros grupos y sus líderes.
- Su forma de pensamiento tiene un carácter uniforme.
- Mantienen un respeto hacia su propio líder, procurando guardar la información de los miembros de su propio grupo.

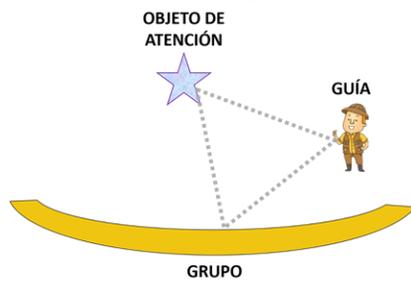
Hablando de las decisiones grupales destacaría:

- Adecuación a los objetivos y a los riesgos asociados a estos, mediante la decisión grupal.
- Descartar las alternativas en las que la mayoría del grupo no está de acuerdo.
- Uso de la información que defienda tanto sus posiciones como conclusiones.

1.1. Empatía, tolerancia y comunicación.

La posición que ocupan los miembros de cualquier grupo turístico influye sobre los procesos comunicativos que se establecen entre ellos y sobre la emergencia de líderes en el grupo. En este caso se tiene en cuenta la posición (central o periférica) que se ocupa dentro de una determinada red de comunicaciones.

La persona situada en la posición central de las redes comunicativas tiene altas posibilidades de ser líder. La explicación se basa en la disponibilidad de la información. >Cuida siempre estar de frente al grupo y siempre visible<



Para iniciar el tópic, habla del contexto del lugar puedes incluir tres fases:

Histórico: Marca etapas y utiliza línea de tiempo para contextualizar al turista con su lugar de residencia habitual. Para este momento explicas como fue en los tres tipos de ambientes: sociocultural (incluyendo la religión, política), en la

naturaleza y en lo económico.

Descriptiva: Interpretación de lo que es actualmente, los acontecimientos importantes, sus diferentes usos y enfoques: religioso, político, económico y sociocultural.



Experimental: Descripción de lo que será. Nos sirve para concientizar de su cuidado y preservación, de qué manera podemos contribuir a su mantenimiento y sensibilizar de su futuro si no lo



protegemos.

Las redes comunicativas determinan el tipo de organización del grupo: en redes con posiciones centralizadas se predispone a una organización centralizada (un individuo resuelve el problema y lo distribuye a los demás), mientras que en redes sin restricción se produce una organización de “cada uno con todos”.

Las redes centralizadas producen un mayor grado de insatisfacción en el grupo que las descentralizadas.¹

Por ello es importante desde un inicio marcar el tipo de comunicación que se quiere tener con el grupo de turistas; en este caso tomaremos en cuenta la comunicación asertiva.

La comunicación asertiva en la prestación del servicio de guianza turística, permite que se promuevan y se presenten los atractivos turísticos de cada región, demostrando que existen valores de identidad, sentido de pertenencia hacia todos los elementos que son parte de las riquezas que posee la región; el guía al comunicar dicha información debe ser coherente y demostrar respeto por los espacios que presenta a los visitantes.²Asigna roles a tus guías colegas, si conduces sólo apóyate de los turistas líderes. El papel de responsable del orden pesa mucho, práctico.

1.2. Tipología de turistas.

¹ Prevención. Documentación Técnica – Dinámica y conducción de grupos--

[http://www2.asepeyo.es/apr/apr0301.nsf/ficheros/PSIO508024%20Din%C3%A1mica%20y%20conducci%C3%B3n%20de%20grupos.pdf/\\$file/PSIO508024%20Din%C3%A1mica%20y%20conducci%C3%B3n%20de%20grupos.pdf](http://www2.asepeyo.es/apr/apr0301.nsf/ficheros/PSIO508024%20Din%C3%A1mica%20y%20conducci%C3%B3n%20de%20grupos.pdf/$file/PSIO508024%20Din%C3%A1mica%20y%20conducci%C3%B3n%20de%20grupos.pdf)

² Comunicación asertiva con turistas; FAVA - Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje SENA - Servicio Nacional de Aprendizaje:

https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/634122_1_VIRTUAL/OAAPs/OAAP8_Fase3/swf/aa2_oa2/oc.pdf

- El criticón

Es una persona que separa el tour y su liderazgo, siempre ha visitado algo más espectacular, se ha alojado en hoteles más finos, comido en mejores restaurantes y viajado con mejores guías. Ignórelo. Personalidades como ésta, eventualmente le chocan a todo el mundo por su cinismo persistente. O pregúntale cosas difíciles que sabes que desconoce.

- El amante

Éste es un problema particular hoy día, cuando las reglas de conducta sexual son tan flexibles. Asuntos por los que se habría censurado a un individuo en el pasado, ahora son comunes. ¿Qué se puede hacer en un caso como éste? Probablemente nada. Sin embargo, el Guía turístico deberá guardar un comportamiento intachable. No debe prestarse para este tipo de situaciones. Ser cortante y mantenerse firme. Evita dar pautas de aceptación.



- El amargado

No se debe esperar que todo el mundo irradie alegría, pero el gruñón perpetuo es innecesario y no bien recibido. Para él o ella no es una buena mañana, el clima no es agradable y el escenario es feo. Trate de levantarle el ánimo, ignorando así su cólera. Este acercamiento puede ser parcialmente contagioso y si no, lo hará sentirse bien de todas maneras.

- El organizador

Siempre quiere tomar la batuta, piensa que el guía debería estar haciendo esto o lo otro, utilizar otra ruta, ¿salir del hotel a otra hora; estas personas son molestas para el resto del grupo, quienes se mantendrán a la espera para ver cómo maneja este reto a la autoridad. Primeramente, usted debe asegurar a esta persona que todo lo tiene bajo control o, de lo contrario, una charla privada para solucionar el asunto.

- El rebelde

En vez de amoldarse al comportamiento del grupo, éste camina a un ritmo diferente intentando variar el programa establecido. Se debe establecer que el itinerario conlleva todas las seguridades del caso para el grupo de personas.

- El descortés

Dentro de un grupo diverso el comportamiento social debe guardar la mejor forma. Sin embargo, hay personas que no conocen la ínfima regla de etiqueta, la mejor manera de manejar la situación y dado que, normalmente tienen un compañero de viajes, hacerles llegar un mensaje.

- El experto

Es lo que se denomina “mina de desinformación” y es mejor conocido como “experto”, desde el tipo de cambio, datos históricos, pretende saberlo todo. No sólo desorientan, ¿sino que incrementan el número de preguntas; lo ideal es pedirles colaboración y ante tantos errores, corregirlo.³



- Millennials: "No sin mi iPhone"

Están en sus 30 años. Nacieron entre 1980 y mitad de los '90; su mundo está interconectado, es tecnológico y global. Buscan información en tiempo real, consultan 10,2 fuentes distintas antes de reservar, les gustan las experiencias locales y demandan wifi de acceso gratuito y de alta calidad. Se les conoce como los menores de 30 años, egocéntricos, muy listos y preparados académicamente que nacieron bajo el paraguas de la prosperidad económica. Los Millennials ya están viajando para el trabajo con más frecuencia que sus colegas de mayor edad.

- El nuevo viajero de lujo

La palabra “lujo” puede interpretarse de diferentes maneras. El enfoque son los nuevos estilos de vida no ya las “apariencias de riqueza”

“Los nuevos viajeros de lujo no quieren ir a burdeos a ver como se hace el vino, quieren hacer su propio vino”

Viajeros VIP relativamente jóvenes, cosmopolitas y nuevos ricos, que están redefiniendo el turismo de lujo. "Parecen informales, pasean por el hotel en traje de baño... Pero cuando requieren un servicio, lo requieren de forma inmediata" Según un estudio de tophotelprojecs.com se están construyendo en estos momentos 1230 nuevos hoteles de lujo en el mundo de los cuales 770 son en Asia y oriente medio. Definen su concepto de lujo a través de experiencias “share” si se puede compartir, entonces si es lujo. De hecho, marcas como Bulgari, Versace o Armani son marcas de moda del segmento de lujo que ya se consideran “vintage” son considerados como un vestigio de la exuberancia irracional. El lujo “tradicional” aunque ya se van adaptando a los nuevos viajeros.

- Nuevo turismo Gay (Amigable negocio que crece)

Se trata de un segmento que representa ya un 10.3 % del flujo mundial de viajeros y algo más del 15 % del gasto mundial.

España se encuentra entre los cinco países favoritos de viaje de la comunidad de Lesbianas, Gays, Transexuales.

Mexican Business Web: cada turista de este sector gasta 57% más que uno heterosexual, viaja por lo menos tres veces al año y tiene 70% más posibilidades de viajar en cualquier época del año. El turista de este segmento gasta en promedio \$1.550.00 Dólares durante sus vacaciones en México.

³Material didactico Modulo de formación, atención y guiado de turistas San José, Costa Rica Mayo, 2002:

[http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/montana/turismo_general/ATENCION%20Y%20GUIADO%20DE%20TURISTAS%20\(TUAV%20210\).pdf](http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/montana/turismo_general/ATENCION%20Y%20GUIADO%20DE%20TURISTAS%20(TUAV%20210).pdf)

- PANK: tías consentidoras con sobrinos

En Estados Unidos representan un nicho de mercado que reporta 9 mil millones de dólares anuales. En Europa el 20% de mujeres en edad fértil no ha sido madre. Sin mencionar vacaciones de abuelos con nietos, con padrinos o tíos.

Las PANK (Professional Aunt, No Kids) son mujeres profesionales que no tienen hijos pero que se llevan de viaje a sus sobrinos. Es una tendencia al alza que ya se está convirtiendo en todo un nicho de mercado. Las empresas ya tienen a las tías en el blanco como posibles consumidoras.

Son conscientes de que el amor de niño es una calidad de afecto muy especial, que suma mucho a la construcción de su felicidad y ellas están dispuestas activamente a disfrutarlo, desarrollarlo y nutrirlo. Así, las PANK, se convierten en un segmento de mercado de alto potencial para el consumo.

- Familias monoparentales

Un importante cambio sociológico de los últimos años ha sido el incremento de las familias monoparentales (un adulto con hijos) lo que ha generado la necesidad de viajar con niños. El principal reto ha sido en el hotelería para romper el mito de dos adultos con niños en las tarifas. En México la mayor proporción de hogares en México es de tipo familiar (90.5 por ciento). En el país, 18.5% de los hogares familiares son monoparentales. Las entidades con una mayor proporción de hogares monoparentales son el Distrito Federal (24.3%), Morelos (20.9%) y Guerrero (19.7%). Las mujeres encabezan 84% de los hogares monoparentales. La mayoría de los hogares monoparentales son dirigidos por un jefe cuya edad se encuentra entre los 30 y los 59 años; 65.1 son mujeres y 49.6% son hombres.⁴

- 50 y más

Es un segmento de personas mayores de edad (50 a 100 años), que viajan en forma individual o en contingentes. Su clasificación permite relacionar un conjunto muy amplio de variables como la edad, sexo, lugar de residencia, recursos económicos, estado de salud, grado de dependencia, formas de utilización del tiempo libre dedicado al turismo y la recreación.

Ventajas

- ✓ Integrar al adulto mayor a las actividades turísticas regionales nacionales e internacionales.
- ✓ Actualizar y perfeccionar conocimientos, a través de talleres desarrollados en el circuito.
- ✓ Intercambiar experiencias con diferentes personas de la región o extranjeras.
- ✓ Distraer y recrear al adulto mayor, para que no se sienta solo.
- ✓ El adulto mayor posee más tiempo libre, debido a que a esa edad recibe su jubilación y puede realizar cosas que de repente anteriormente no pudo ejercer.

Desventajas

- ✓ Condiciones saludables en la que se encuentre el adulto mayor. (enfermedades que padezcan).

⁴ Artículo "Nuevos tipos de turistas que ya marcan tendencia" del Blog [viajaBonito.mx](http://www.viajabonito.com/2014/10/12-nuevos-tipos-de-turistas-que-ya.html): <http://www.viajabonito.com/2014/10/12-nuevos-tipos-de-turistas-que-ya.html>

- ✓ Olvido de cosas de vital importancia que debe llevar siempre el adulto mayor.
- ✓ Horas adecuadas para que puedan descansar sin de repente poder aprovechar sitios o cosas a una determinada hora.
- ✓ Formas de ser y pensar muy distintas de todos (pasivos, coléricos, amistosos, etc.)
- ✓ Enfermedades contraídas durante el viaje, que impiden de que la persona siga conociendo o cancelar el paseo.
- ✓ El límite de velocidad de un adulto mayor ya no es igual a la de una persona joven.⁵

Conclusión:

Para lograr una comunicación efectiva la sugerencia es un estilo enérgico, pero respetando las características de los turistas.

Tanto la comunicación interpersonal como grupal requieren que los mensajes estén impregnados no solamente de ideas, pensamientos sino también considerar los sentimientos de nuestros interlocutores; se trata de asumir la responsabilidad de nuestras creencias respetando las ideas y sentimientos de los turistas.

Ser empático significa aceptar las emociones de nuestros interlocutores comprendiendo que cada turista trae una carga emocional resultado de estar en un lugar desconocido en el cual su seguridad personal y de sus pertenencias juegan un papel vital en sus relaciones.

Sabemos que ser tolerantes en una ciudad tan grande como es la Ciudad de México no es fácil, pero si asumimos nuestro rol de anfitriones y colocamos al turista como nuestro invitado pensando que su estancia será breve entonces podremos desarrollar una tolerancia a prueba de santos.

2. Base teórica sobre la dinámica de grupo

Objetivo particular:

Al término del tema el guía de turistas considerará la metodología de la dinámica de grupo durante la conducción de turistas, aplicando técnicas grupales que permitan la presentación, integración y el cierre afectivo logrando que el turista regrese a su país con amigos que esperan su regreso.

2.1. ¿Qué es una Dinámica de Grupo?

2.1.1. ¿Qué es un grupo?

2.1.2. Tipos de grupos

2.1.3. Tipos de guías de turistas

2.2. Técnicas grupales y vivenciales

2.2.1. De presentación,

2.2.2. Integración y

2.2.3. Actividades lúdicas

2.1. ¿Qué es una Dinámica de Grupo?

⁵ Artículo en Blog "Tendencias turismo": <http://tendenciasturismo.blogspot.mx/>

“De acuerdo al contexto-educativo, se puede afirmar que la dinámica de grupo es un campo de conocimiento dentro de la Psicología Social, que se ocupa del estudio de la conducta de los grupos como un todo, de sus interacciones y funcionamiento y de derivar un conjunto de técnicas que aumente la operatividad de los mismos”.



Son muchos los factores positivos que promueven estas técnicas; mencionamos algunos:

- Logran captar su atención
- Permite la expresión e intercambio de sentimientos, pensamientos y emociones
- Ayudan a integrarse al grupo y a romper barreras interpersonales
- Permite a los turistas aprender a través de la experiencia personal
- Crean un ambiente agradable, divertido y motivador
- Favorecen climas de aceptación y confianza”⁶

Los aspectos emocionales dentro del grupo se manifiestan normalmente a través de la conducta de los turistas desde el inicio del recorrido, durante y al final con el nivel de satisfacción que siente el grupo. Es decir, la existencia de tensiones y conflictos es un semáforo de emociones.

Las relaciones emocionales del grupo se establecen con base a la confiabilidad de sus miembros, es decir, el grado de confianza que merezcan las personas del grupo. Los individuos ansiosos dentro del grupo presentan un cuadro de inadecuación en las relaciones con los demás.

Es importante considerar que el comportamiento del grupo depende totalmente del rol del Guía de turistas. Un grupo alegre, indiferente, pasivo o conflictivo es el reflejo de su conducta.

Dinámica de grupos.

Desde un punto de vista social un grupo es un número determinado de miembros quienes para alcanzar un objetivo común participan durante un periodo de tiempo prolongado en un proceso relativamente continuo de comunicación e interacción donde se establece un sistema de normas comunes y una distribución de tareas desarrollando un sentimiento de solidaridad.

Procesos de comunicación e interacción lo estudia la dinámica de grupos:



Teoría: habla de los procesos de interacción

Técnicas: experimentación práctica con los grupos.

Se define dinámica de grupo desde el punto de vista teórico: conjunto de fenómenos psicológicos que se producen en el grupo, así como las leyes que lo producen y regulan. Desde este punto de vista es una rama de la

psicología social.

Se define la dinámica de grupos desde el punto de vista de la técnica: Conjunto de procedimientos y medios para ser utilizados en situaciones grupales con el fin de que se

⁶ Artículo “Técnicas de conducción de grupos turísticos y giras de campo” Compilación y Adecuación de Contenido: Félix Omar Zelaya

manifieste de manera más expresa los fenómenos, hechos y procesos grupales que se están viviendo en el seno del grupo en el que se aplican.

Las dinámicas de grupo adquieren un valor específico de diversión que estimula: emotividad, creatividad, dinamismo y tensión positiva.

Dinámica es también la forma o medio de cómo se predisponen los turistas para aumentar su motivación, y estado de ánimo. con la finalidad de obtener una integración afectiva, para cuando el recorrido termine se despidan amigos y no simplemente compañeros de viaje.

Para esto es necesario conocer el proceso en la formación del grupo; sus etapas, es necesario que tengas identificado los roles de cada uno de tus invitados.:



- 1º. Integración: apertura del tour; realiza la presentación, explora expectativas, explica las reglas de operación, y el itinerario. Realiza actividades físicas de integración en círculo, de tal manera que todos estén frente a frente, evita contactos físicos, actividades de competencia, rivalidad y eliminación, usar lenguaje soez; hasta este momento habla siempre de ud, a menos que alguno de ellos te pida romper el turrón. Ejemplos de técnicas de presentación: hablemos con frutas, fiesta de presentación, el cartero, Ejemplo. Sólo puedes decir chistes blancos.
Juegos y actividades de integración: cartero, la tela de araña, el sombrero, etc.
- 2º. Cohesión: Grado de atracción que se debe generar en el grupo. Realiza actividades con cierto contacto físico, ya puedes decir algunos chistes de color rosa, acércate a ellos para preguntar cómo se sienten, sobre todo a los que veas tímidos y solitarios, continúa realizando acciones de integración. Ejemplo: baile de afinidades, lanchas.
- 3º. Despedida: Para este momento del grupo ya puedes contar chistes más colorados, verificando que nadie se sienta ofendido y organizar juegos de competencia y de eliminación. Realiza una actividad emotiva antes del cierre formal del tour. La silla humana y otros.

2.1.1. ¿Qué es un grupo?

El grupo es considerado con un criterio mucho más restringido que involucra ante todo un número reducido de miembros que interactúan "cara a cara" y forman lo que se conoce como grupo primario.

Grupo primario es aquel en el cual todos los miembros interactúan directamente, cara a cara, son conscientes de la existencia del grupo y de su pertenencia, y de la presencia de los otros miembros. Los miembros se hallan ligados por "lazos emocionales cálidos, personales"; poseen una solidaridad inconsciente basada en las reglas del grupo recién integrado.

El grupo secundario, en cambio, mantiene relaciones frías, impersonales, más formales. El grupo en este caso no es un fin en sí mismo, sino un medio para lograr otros fines. Las relaciones se establecen más bien a través de comunicaciones indirectas. Uno de los objetivos de un guía de turistas, es que un grupo secundario se vuelva en uno primario durante el recorrido turístico.

2.1.2. Tipos de grupos

Especializados: son aquellos grupos que realizan tours con características muy específicas. (de salud, seminarios, congresos, convenciones, musical, eventos especiales, etc.)

Generales: son desplazamientos que se realizan con la idea de diversas manifestaciones culturales, naturales, sociales y el producto turístico de un país o zona. (naturaleza, culturales, patrimonio histórico, arquitectónico, etc.)

Fam trips: grupo de vendedores de agencias de viajes que van a un lugar para conocer el producto turístico que ahí se ofrece para ellos a su vez, integrarlo dentro de su catálogo de productos.

A su vez, estos grupos incluyen diferentes tipos de turistas y pueden identificarse los siguientes:

- Los “o sea”: este grupo busca aceptación social y prestigio con un viaje. Buscan destinos de moda y son muy conformistas (característica común a casi todos los grupos).
- Los intelectuales: buscan conocer la cultura del lugar, la gastronomía o aprender el idioma de allá dónde viajan. Dicen que tienen una actitud “receptiva y respetuosa” con los entornos que visitan.
- Los comodones: es el grupo de la gente que busca la comodidad, ante todo. Eligen destinos conocidos o familiares.
- Los estresados: son aquellos que buscan huir de la vida cotidiana con una relación superficial con el lugar visitado.
- El individualista: que busca viajar sin un grupo de gente detrás.
- Los rutinarios: son aquellos que en sus vacaciones mantienen la vida que suelen hacer en sus casas, con los mismos horarios, mismo tipo de comidas, etc.
- El familiar: que aprovecha las vacaciones para visitar a familiares o amigos.
- El aventurero: busca un viaje distinto en cada ocasión y no le influye para su elección “factores externos” como la falta de seguridad, las enfermedades, etc. El estudio dice que este tipo de turistas no suelen limitar su presupuesto para el viaje.



2.1.3. Tipos de guías de turistas

Regla de oro: Preocúpese por el confort del grupo, busque sombra si el día es caluroso, o si se avecina la lluvia, averigüe si el turista desea seguir caminando o guarecerse en algún sitio.

En México se tienen dos grandes tipos de guías profesionales acreditados por la SECTUR:

- Guías Culturales: NOM 08 TUR 2002 a su vez se subdividen en Generales y local con especialidad
- Guías de Naturaleza: NOM 09 TUR 2002

Por sus funciones en:

- Guía coordinador: sus funciones principales son Coordinar la logística y operación de la ruta a seguir ,maneja y organiza los equipos de comunicación, define los lugares en donde se brindara la alimentación, vigila la seguridad de los turistas , organiza el medio de transporte en que se llevara a cabo el programa o ruta, coordina la Información que se va a suministrar sobre la zona a visitar, organiza los grupos de turistas grupos, delega y faculta funciones y responsabilidades y por ultimo controla y evalúa el cumplimiento del programa.



- Guía de ruta: Funciones a desempeñar informa, motiva, sensibiliza, en los recorridos, presenta atractivos, dirige ejercicios de calentamiento, estiramiento y demás necesarios según la ruta, dirige la ejecución de la ruta a seguir, determina los tiempos y espacios de acuerdo con las necesidades físicas, sicológicas de los usuarios, maneja y supervisa los equipos que sean necesarios en el recorrido, coordina y se apoya en los demás guías.
- Guía de cierre (rastrillo): Garantiza que las personas rezagadas en el recorrido puedan llegar a la meta y se asegura que se cumpla la metodología sin dejar rastros cierra puertas y recoge señales dejadas durante el desarrollo de la ruta, debe tener comunicación permanente con el guía de ruta
- Guía paramédico: Maneja técnicas de salvamento, garantiza la disponibilidad de los equipos para cualquier situación de emergencia, evalúa signos y síntomas de salud de los usuarios y aplica primeros auxilios, mantiene contactos con entidades de atención en salud y redes emergencias.
- Guía fijo: (públicos, privados u oficiales) Su ámbito de actuación es un determinado atractivo turístico o lugar de interés como museos, monumentos, palacios, estudios cinematográficos, etc. En muchos países, estos guías están siendo remplazados por sistemas electrónicos con grabación, que funcionan a voluntad del visitante.

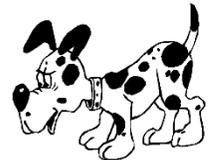
- Guía de ruta: También llamado “tour conductor” o “gerente de viaje”, son los que están a cargo del desarrollo de un viaje en concordancia con el itinerario establecido por la agencia de viajes; dirigen al grupo, coordinan y realizan el control de calidad de todos los servicios que conforman el paquete turístico (como por ejemplo hoteles, restaurantes, empresas de transporte, otras agencias de viajes, guías locales, etc.) y sugieren a los turistas algunos servicios que no estén incluidos en el contrato. También se encargan de las relaciones públicas de la agencia de viajes a la cual representan ante los proveedores y son los que tienen que solucionar situaciones problemáticas imprevistas como, por ejemplo, carreteras bloqueadas.
- Guía interprete: (políglotas), son los que prestan sus servicios al turista en recorridos locales, regionales, nacionales o internacionales.
- Guía chofer: son los que además de conducir el transporte de turismo o automóvil proporcionan la información turística correspondiente a cada lugar visitado.
- Guía conductor: cuya misión se limita a acompañar en todo momento a un grupo de turistas, del que son responsables, ya sea en viajes o recorridos regionales, nacionales o internacionales. La información turística que proporcionan es de orden general.

Por su comportamiento:



- El guía gallina: Es el guía que va adelante del grupo, sin preocuparse si lo siguen o no pensando que todos deben seguirlo. Tiene turistas que no participan, ni escuchan sus discursos.

- El guía perro: Camina alrededor del grupo arreando a los que se quedan atrás para mantener al grupo integrado; dando órdenes y cuidando que no se dispersen. Mantiene a su grupo unido, es muy estricto.



- El guía Búfalo: Su comportamiento es de irresponsabilidad; ante los problemas huye y deja abandonado al grupo. Le falta, responsabilidad, autoridad y liderazgo.

- El guía avestruz: Se esconde, deja que el grupo tome las riendas de la ruta, le falta liderazgo.



- El Guía Águila: Planea, se prepara, observa y aprovecha el perfil de los integrantes, cuida a los niños, a las personas mayores de edad, a las damas; aprovecha los talentos y conocimientos de todos para mantener la integración y el interés del grupo. Su estilo de liderazgo es efectivo.

Normativas técnicas y procedimientos a tomar en cuenta:

- **Proporciona información general al inicio de un tour.** La información tiene que ser corta, precisa y bien clara, Debe ser acorde con las exigencias del grupo de turistas al cual le brindas el servicio.
- **Da un saludo de bienvenida.** Ejemplo: “Buenos días, damas y caballeros, en nombre de ESITUR Viajes quiero darles la más cordial bienvenida a la Ciudad de México, tierra de los tacos. Mi nombre es (María Dolores), nuestro conductor es (Rogelio Sámano) y estaremos con uds. para realizar este recorrido.
- **Proporciona recomendaciones y sugerencias inmediatamente del saludo o bienvenida.** Menciona las cosas que los turistas no deben olvidar (cámara fotográfica, bloqueador, repelente contra insectos, traje de baño, gorra, etc.).
- **Explica el itinerario y menciona los puntos de encuentro.** Define y explica detalladamente cada hora y visita en el programa del día. Además, mencionar los puntos de encuentro, esta información es clave porque te permitirá coordinar los tiempos libres que aprovechan los visitantes para tomar fotografías, caminar por la ciudad, comprar artesanías, etc.
- **Dale un fin a la reunión.** En este momento se establecen cuáles serán los puntos de encuentro para salir o comprar los boletos para determinado recorrido previamente presentado. También se establecen las ultimas directrices (sugerencias de ropa, gorras, sombreros, gafas, etc.).
- **Proporciona una introducción.** Tiene que ser clara y precisa con un orden establecido previamente, sin embargo, debe ser tan adaptable cuanto sea posible por cualquier eventualidad o tema que no esté comprendido en el arranque del día o durante el recorrido.
- **Desarrolla el tour.** Se establece el tema en un orden cronológico, desde el inicio de su historia hasta sus últimos sucesos y eventos ocurridos.
- **Brinda conclusiones.** Se derivan de los temas expuestos y en ellas se comentan las posibles causas de la población, despoblación, estadísticas, etc.



Guía de turismo

El arte de guiar en 8 pasos:

- **Responde adecuadamente las preguntas.** Los turistas siempre tienen muchas interrogantes y la mejor manera de responder es escuchando muy bien la pregunta formulada. Si no la escuchaste bien, pide por favor a la persona que la repita en su totalidad.
- **Usa un tono de voz adecuada al grupo.** Tiene que ser clara y amplia. La respiración adquiere suma importancia porque tiene que utilizarse el diafragma para evitar quedarte sin voz ante el grupo.
- **Saluda adecuadamente.** Sin ser nada fuera de lo común el saludo tiene que ser claro, preciso y concreto porque entre menos palabras se digan, mejor será para los turistas entrar de lleno al tema esperado.
- **Sé atento.** Del 1 al 100 tu atención con los turistas tiene que elevarse hasta el 200% porque solo con una atención de calidad podrás garantizar la satisfacción total.

- **Adquiere experiencia.** Esto te ayudara a determinar tu crecimiento de diario. A través de un auto análisis después de cada recorrido es importante evaluarse y decirse “Estos son mis errores lo puedo mejorar en la próxima ocasión”.
- **Usa tu creatividad.** La creatividad te permite sujetar tu mente a las alas de la ilusión y de las buenas ideas que te permitirán desarrollar elementos adjuntos que impresionen al turista de inmediato.
- **Usa tu memoria.** Su relevancia es mayúscula porque siempre en los recorridos hay algo que no puede satisfacerse de inmediato. Por ejemplo, en el autobús puedes hablarles a los clientes sobre el café de la localidad y ellos tal vez pidan en ese momento comprarlo, entonces el guía le autorizara que inmediatamente lleguen al punto, él se encargara de indicarle donde lo puede comprar (quedara a opción del cliente el lugar en el que quiera obtenerlo).
- **Pon música y utiliza visuales.** Usa temas del folclore mexicano “mariachis si estas en Ciudad de México Marimba en el sur, sones jarochos en Ver., música nortea en el norte para que ellos conozcan las raíces musicales propias del país visitado y las ayudas visuales son un excelente auxiliar para cooperar en el trabajo del guía (mapas, fotografías, frutas, fotos de animales o sitios importantes, etc.).⁷

2.2. Técnicas grupales y vivenciales

Tenemos que diferenciar dinámica de técnica grupal, para ubicar al lector en nuestra intención, la dinámica nos permite conocer los aspectos del grupo en cuanto a movimiento, acción, cambio, interacción, reacción, transformación, según Kurt Lewin, iniciador de la dinámica de grupo en la década de los 30. La técnica grupal nos permite activar los impulsos y las motivaciones individuales y estimula a la dinámica, para que las fuerzas puedan estar mejor integradas y dirigidas hacia las metas del grupo. ¿Conoce usted como guía los requisitos para aplicar las técnicas grupales? ¿Cuenta usted con el dominio suficiente del grupo, para poner en práctica las técnicas grupales?

Para aplicar las técnicas grupales se requiere conocer algunos aspectos que nos permitirán a su vez elegir la técnica grupal adecuada. Estas consideraciones son: Los objetivos que se persiguen, la madurez y entrenamiento del grupo, el tamaño del grupo, el ambiente físico, las características de los miembros y la capacitación del guía.

Dentro de los principios básicos para la acción del grupo, se debe tener en cuenta: Propiciar un ambiente favorable, reducir la timidez de los miembros del grupo, establecer liderazgo, formular claramente los objetivos, mantener una adecuada flexibilidad, estimular las conclusiones por consenso, favorecer la comprensión del proceso y realizar una evaluación continua.

Para lograr una adecuada comunicación con el empleo de las técnicas grupales se requiere que el guía conozca que el turista como miembro del grupo tiene un papel que asumir.

⁷ file:///C:/Users/PROPIETARIO/Downloads/C%C3%B3mo%20guiar%20un%20tour_%2016%20pasos%20-%20wikiHow.html

En lugar de un clima intimidatorio hay un ambiente coordinado. En lugar de una atención centralizada en el guía, hay un inmenso interés centrado en la actividad grupal. En lugar de decisiones siempre tomadas por el guía, hay decisiones propias del grupo.

El cumplimiento de todos los tópicos señalados al aplicar técnicas grupales, permiten al guía lograr una mayor calidad en el proceso de comunicación y guiado, mejorándose la comunicación con el mismo.

Sugerencias sobre técnicas grupales:

1. Cuando inicie la aplicación de una técnica de grupo, tenga en cuenta que los turistas vienen con actitudes, conductas y hábitos formados y tal vez bien arraigados.
2. Observe, estudie y comprenda los mecanismos psicológicos que ponen en juego como "medio de ajuste" o "de defensa", ante la nueva situación.
3. Esfuércese para que no existan motivos de intimidación.
4. Acepte de buen grado que la conducta de los turistas en el grupo sea distinta a la que manifiestan cuando hablan individualmente.

Tenga en cuenta que las actividades a realizar deben estar bien orientadas y especificadas, una buena base orientadora es la clave del éxito. Los turistas deben saber muy bien que pueden hacer, si hay una sugerencia personal del guía por qué hacerlo y por último que no deben hacer y por qué.

Algo Nuevo Y Diferente

Dada la competencia que existe entre las diversas agencias de turismo por tener la mayor cantidad de clientes, ha surgido un nuevo servicio con mucho éxito y gran fuerza para hacer más atractiva la estancia de los turistas en los sitios que estos visitan, la animación turística. Esta tiene el objetivo de ofrecer a los turistas algo nuevo y diferente cada día; los turistas se conforman cada vez menos con el clásico slogan de "sol, playa, comida, alojamiento, noches de casino y discoteca...", entonces es que juega su importante papel la animación turística.

No debemos olvidar que con los adelantos de la ciencia ya es muy común que las personas tengan en casa juegos computarizados, videos, Internet y una buena alimentación, por lo cual para asistir a un sitio turístico que no tenga ninguna de estas comodidades a las cuales están acostumbrados en casa y pagar un caro alojamiento. Los establecimientos turísticos tienen que poseer algo que lo diferencie de lo ofrecido hasta el momento por todos los demás, que a su vez le cause placer y diversión al huésped o turista.

La animación turística es una actividad que tiene sus inicios a mediados de los años 80 y uno de los primeros en utilizarla fue la cadena hotelera Club Mediterráneo (Club Med), por tal motivo hoy en día aún es una de las cadenas hoteleras preferidas por muchos clientes en el mundo.

¿Pero cuál es el concepto de animación?

Animación: es un conjunto de técnicas derivadas de la recreación que permiten, planificar, organizar y desarrollar diferentes actividades o juegos, con el objetivo de crear un ambiente

favorable en un grupo, contribuyendo al incremento de las relaciones sociales en el mismo y a la satisfacción de los intereses y necesidades de las personas en su tiempo libre.

Este servicio turístico tiene entre sus mayores objetivos que el cliente se sienta satisfecho dentro del hotel o sitio turístico y regrese al año siguiente a pasar sus vacaciones nuevamente en ese mismo hotel o sitio turístico que le ofreció un buen servicio de animación. Esto permite que el hotel o sitio turístico incremente sus ventas en conceptos de diversión. Además, la animación permite una atención diferenciada a niños y personas de la tercera edad.



Es por ello que existen varias formas de animación, como la animación infantil y la animación sociocultural. Esta última permite que el huésped o turista conozca mucho más del país o región porque el animador turístico explica y muestra el patrimonio cultural, histórico, arqueológico, etc.⁸

Las actividades constituyen el conjunto de operaciones o tareas propias de una o varias personas: cargar una pala, prensar ladrillos, hacer facturas o preparar un viaje. Estas actividades requieren para su ejecución de una buena interrelación comunicativa, de consulta hacia los superiores y recepción de instrucciones.

Las interacciones, constituye la dinámica generada entre los miembros del grupo, suelen conducir a sentimientos de simpatías, a charlar entre ellos más de lo normal, o a preparar actividades complementarias como irse juntos de caza los sábados. También se registran en los grupos sentimientos de antipatía que impiden la interacción, incluso cuando se necesita su participación.

En la estructura de los grupos, tanto formales como los informales se persigue el logro de objetivos específicos. Las variables de Roles, status, normas, metas y cohesión, juegan un papel fundamental y entran a fortalecer los grupos.

De acuerdo a lo expuesto en el Manual de Técnicas y Dinámicas de Gómez, M. de J. (agosto de 2007), las técnicas y dinámicas de grupos tienen como objetivos generales:

- Permitir al facilitador presentarse como un integrante más del grupo.
- Permitirles a los miembros del grupo conocerse (aun cuando no se reúnan por primera vez) desde diferentes y nuevas perspectivas.
- Integrarse a un grupo.

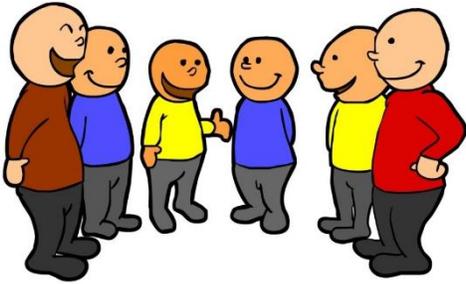
Así que, hasta cierto punto, cualquier tipo de técnica grupal es de gran ayuda para crear esa integración entre el guía, el turista y con los otros turistas. Las dinámicas de la animación para personas y grupos son actividades que tienen como objetivo central crear un ambiente fraterno

⁸ Artículo "Técnicas de conducción de grupos turísticos y giras de campo" Compilación y Adecuación de Contenido: Félix Omar Zelaya

y participativo, deben ser recreativas y que permitan el relajamiento de los pasajeros. En la labor profesional de los guías juegan un rol muy importante dado que permiten el acercamiento entre los distintos pasajeros y dependiendo de la necesidad pueden desarrollarse en diversos ambientes.⁹

2.4.1. De presentación

Comprende las técnicas para “romper el hielo” en los grupos recién integrados. Se busca integrar a los participantes, creando un clima favorable para la conducción de turistas; se utilizan: durante la presentación del recorrido. Entre las técnicas más conocidas y fáciles de aplicar tenemos:



a. Me llamo... y sé hacer...

Sentados en círculo grande. El animador se integra al círculo para iniciar y dice: Me llamo (nombre y apellidos) y se hace (un gesto de expresión corporal trazar los dedos). No vale repetir ningún gesto de los anteriores. Cada uno debe inventarse uno distinto.

b. Los refranes

Esta técnica se usa en combinación con la presentación de los turistas, se reparten mitades de refranes entre todos los turistas y consiste en formar parejas juntando el refrán completo; cuando estén los refranes completos se pide que cada pareja lea e interprete cada refrán.

c. La telaraña

Los participantes se colocan de pie formando un círculo y se le entrega a uno de ellos una bola de mecate; debe inmediatamente decir su nombre y contar cuál es su logro más positivo, posteriormente lo hace llegar a otro compañero que repite la acción y así sucesivamente hasta que todos queden enlazados en una especie de telaraña. Una vez terminada la presentación de todos se invierte el proceso devolviéndose la pelota y el que la devuelve debe hacer una corta presentación del compañero que se la entregó.

d. El cartero

Todo el grupo se pone de pie y en círculo, el guía menciona la frase “el cartero trae una carta para... (se agrega alguna característica del vestuario, lugar del que visitan, estado o país del que son originarios, etc” por ejemplo “el cartero trae una carta para todos los que traen tenis” en ese momento, las personas que cumplan esa condición, cambian de lugar en el que están parados; los turistas pueden participar tomando la voz de mando.

e. La fiesta

⁹Material didáctico, Módulo de formación, atención y guiado de turistas, San José Costa Rica, mayo 2002: [http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/montana/turismo_general/ATENCION%20Y%20GUIADO%20DE%20TURISTAS%20\(TUAV%202010\).pdf](http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/montana/turismo_general/ATENCION%20Y%20GUIADO%20DE%20TURISTAS%20(TUAV%202010).pdf)

La idea es utilizar las iniciales de nombre y apellidos para decir una frase; el propósito es la reunión a una fiesta y decir de dónde son (o inventar un lugar con la inicial de su apellido) y que van a llevar a la fiesta (ej.: soy Rogelio, vengo de Suiza y traigo guayabas)

f. Hablemos con frutas

Se entregan tarjetas con frutas y verduras a cada uno de los turistas.

El guía de turistas inicia con un ejemplo, si el tuviera un babana, diría “toma changa tu banana”

2.4.2. Integración

Estas técnicas pretenden ir logrando una mayor integración de los miembros de los grupos, entendiendo que integración no significa uniformidad, sino que supone siempre la individualidad de cada persona. El objetivo principal es que cada uno sea respetado y valorado en su realidad única. Asimismo, estas técnicas ayudan a identificar dificultades de integración, remover obstáculos para el mutuo aprecio, acelerar el proceso natural que sería demasiado lento, mover relaciones con tendencia a estancarse o solucionar relaciones que se vuelven difíciles, aprender a encontrarse con las demás personas en un nivel más profundo.¹⁰

g. Formación de grupos

Consiste en hacer un círculo

Se dan instrucciones de formar equipos diciendo cualquier número con la condición que nadie quede solo, es importante buscar siempre múltiplos que den la cantidad exacta, por ejemplo, si el grupo es de 15 personas, formas triadas, equipos de cinco personas. Ejemplo: “cuando yo diga tres, todos forman equipos de tres personas.

De acuerdo a sus características: equipos de personas que utilicen tenis, equipos de hombres y mujeres.

La idea es romper los subgrupos.

h. Disparar el nombre

Los turistas se ponen en pie y comienzan a caminar se encontrarán unos con otros. Cuando dos personas se crucen y se miren a la cara deben, a modo de pistolero, gritar el nombre de la persona que tiene enfrente. El primero que lo diga es el que gana, y seguiremos dando vueltas y disparando el nombre hasta que el animador indique.



i. La cuerda en los senderos naturales

El turista con los ojos vendados con un pañuelo, es invitado a caminar en un sendero natural, debe recorrerlo tomado de una cuerda que se instala a una altura que le permita desplazarse

¹⁰ <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL001335.pdf>

lentamente y se le solicita disfrutar del silencio, la pureza del bosque, el canto de las aves entre otros.

j. Baile de afinidades

Los turistas escriben en una hoja de papel o cartulina delgadas frases que identifiquen sus gustos personales, se lo pegan con cinta engomada en la prenda superior (camisa o blusa), se pone música y al ritmo de ésta se baila, dando tiempo para ir encontrando compañeros que tengan frases afines o iguales a las propias.

Conforme se van encontrando compañeros con respuestas similares se van tomando del brazo y se continúa bailando y buscando nuevos integrantes para el grupo. Cuando la música se detiene, se observa cuántos han formado grupo, y si hay muchas personas solas se da una segunda oportunidad para que todos encuentren uno. Cuando la mayoría se haya formado en grupos, se para la música totalmente y se permite el intercambio de opiniones entre sí.

k. Hombre de principios

El guía inicia la dinámica narrando cualquier historia donde se debe empezar con una letra determinada, ejemplo: tengo un tío que es un hombre de principios muy sólidos, para él todo debe empezar con la letra "P", así su esposa se llama (se debe dar el nombre que inicie con P) Patricia debe responder el turista, a ella le gusta comer mucha (nuevamente con P) papa y así por el estilo, el que se equivoca pasa al centro y puede variar la letra si lo desea.

l. "Esto me recuerda..."

Esta dinámica consiste en que el guía recuerda alguna situación en voz alta: por ejemplo, algo que lo relacione con una gallina, así el turista en forma espontánea puede agregar "esto me recuerda huevos", el resto de los participantes manifiestan lo que a cada uno de ellos les hace recordar. Debe hacerse rápidamente el que tarda más de cuatro segundos debe entregar una prenda, la cual recuperará previo cumplimiento de un castigo.

2.4.3. Actividades lúdicas.



La palabra lúdico es un adjetivo que califica todo lo que se relaciona con el juego, derivado en su etimología del latín "ludus" cuyo significado es precisamente, juego, como actividad placentera donde el ser humano se libera de tensiones, y de las reglas impuestas por la cultura.

En el niño, son particularmente necesarias las actividades lúdicas, como expresión de su imaginación y de su libertad, para crecer individual y socialmente, según que el juego se realice solitariamente o se comparta, respectivamente.

En el adulto el juego en general se sujeta a más reglas, aunque éstas siempre son aceptadas con libertad; y tienen la finalidad de evadirlo de la rutina y las preocupaciones habituales.

Los juegos pueden ser variados: incluir actividades físicas, azar, ejercicios mentales, creatividad, fuerza, destreza, equilibrio, reflejos, etcétera.

m. Telegrama en la naturaleza

Se busca con esta dinámica identificar en la naturaleza especies de flora y fauna, el guía en el recorrido hace una estación al frente de alguna especie y explica las características de ella, posteriormente invita a alguno de los pasajeros a que al frente de la misma especie localizada más adelante, ofrezca una corta descripción.

n. Frutas tropicales

Todos los participantes se forman en un círculo. El guía se queda al centro y de pie, con el interés de dar a conocer las diversas frutas del país. A cada turista se le da el nombre de una de ellas, combinado con el nombre del participante, cuando se le señala a cualquiera diciéndole, por ejemplo: piña, debe responder con el nombre del compañero que está a la derecha. Si se equivoca, debe pasar al centro a coordinar la actividad.

Conclusión:

La dinámica grupal es la metodología que nos ayuda a tener un buen inicio y cierre del grupo de turistas, logrando con esto que la experiencia consista en crear amigos y no solamente compañeros de viaje.

Utiliza en cada etapa técnicas grupales que te permitan crear desde la presentación, la integración un ambiente cálido, seguro y confiable hasta el momento del cierre de tal manera que el ambiente provoque el deseo de repetir la experiencia contigo como guía de turistas.

3. Técnicas y herramientas para la interpretación del patrimonio cultural y natural

Objetivo particular:

Al término del tema será capaz de analizar las técnicas y herramientas de interpretación del patrimonio cultural y natural, para utilizarlas como técnicas de conducción de turistas durante sus recorridos turísticos.

3.1. Definición y enfoques

3.2. Propósitos de la interpretación

3.3. Proceso de la interpretación intercultural y participativa

3.3.1. La labor de la interpretación del patrimonio natural y cultural

3.4. Tres pilares del proceso interpretativo

3.4.1. Comunicación para la interpretación

3.4.2. Perfil del turista y visitante

3.5. Medios y técnicas para la interpretación cultural y natural

3.5.1. Guiado y acompañamiento

3.5.2. La sensibilización a través de los sentidos

3.5.3. Las leyendas, las escenificaciones, los juegos, el humor y el misterio

3.5.4. El uso de tecnologías

3.1. Definición y enfoques

Al parecer, la primera vez que se usó el término interpretación fue a fines del siglo XIX, cuando el naturalista John Muir anotó en su cuaderno de apuntes:

“Voy a interpretar las rocas, aprender el lenguaje de las inundaciones, las tormentas y avalanchas. Voy a conocer personalmente los glaciares y jardines silvestres y llegar lo más cerca posible del corazón del mundo”.

Como disciplina, la interpretación del patrimonio natural y cultural ha ido evolucionando a partir de unas primeras definiciones y aplicaciones relativas a lo que se denominaba “interpretación ambiental”, básicamente naturalista.

Interpretar: (RAE)

1. Explicar o declarar el sentido de algo.
2. Traducir de una lengua a otra oral o de forma escrita.
3. Explicar acciones, dichos o sucesos que puedan ser entendidos de modos diferentes.
4. Concebir, ordenar o expresar de un modo personal la realidad



La Asociación de Interpretación del Patrimonio (AIP), organización que reúne a diversos especialistas y líderes de este campo, lo ha definido de la siguiente manera.

“La interpretación del patrimonio

Es el ‘arte’ de revelar in situ el significado del legado natural y cultural al público que visita esos lugares en su tiempo libre”.

Se trata de un proceso creativo de comunicación orientado a conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados del recurso o lugar patrimonial visitado.

La interpretación efectiva es un proceso creativo de comunicación estratégica, que produce conexiones intelectuales y emocionales entre el visitante y el recurso que es interpretado, logrando que los escuchas generen sus propios significados. (Sam Ham y Jorge Morales, 2008)

Interprete

En el ámbito de la interpretación del patrimonio, es la persona capacitada para seleccionar y diseñar medios interpretativos, elaborar mensajes y transmitirlos, sea como guía intérprete o como redactor de textos para ser leídos u oídos, su principal función es conectar los intereses del visitante con los valores del recurso patrimonial

Puede afirmarse entonces que la interpretación es un proceso dinámico a través del cual se busca que diversos grupos de personas (sean visitantes, estudiantes residentes o turistas, nacionales o internacionales) se acerquen a la comprensión y valoración de la naturaleza y las culturas, a partir de sus emociones, sentidos y vivencias personales y grupales.

Puede considerarse un instrumento de gestión, por su capacidad para influir en el cambio de actitudes y comportamientos de las personas y contribuir a la valoración y puesta en marcha de actividades de recuperación y cuidado.

3.2. Propósito y principios de la interpretación



El propósito general de la interpretación es dar a conocer, hacer sentir y valorar un patrimonio natural y cultural para su conservación y protección.

Es decir, con la interpretación del patrimonio se pretende:

1. Transmitir valores
2. Compartir saberes, experiencias y vivencias
3. Generar alegría, placer, interés, admiración y respeto
4. Promover la reflexión y el pensamiento integrador
5. Ampliar la conciencia y la percepción respecto del mundo natural, las culturas y sus interrelaciones
6. Incentivar el cuidado y la conservación de la naturaleza
7. Promover cambios positivos de comportamiento
8. Propiciar el respeto a las diferencias
9. Fomentar la participación de los visitantes y de los pobladores del lugar

Hace más de 50 años, Freeman Tilden (1957)³ señaló varios principios en todo proceso interpretativo, a los cuales se han ido agregando nuevas ideas.

Quince principios para interpretar la naturaleza y la cultura de Larry Beck y Ted Cable (2011)⁴

1. El Don del Despertar la “Chispa”: para despertar el interés, los y las intérpretes deben conseguir que los contenidos de sus mensajes se relacionen con la vida de los visitantes.
2. El Don de la Revelación: Consiste en revelar una verdad y un significado profundos y no solamente dar información.
3. El Don de las Historias: toda presentación interpretativa –al igual que una obra de arte– se debe diseñarse como una historia que informe, entretenga e ilustre.
4. El Don de la Motivación: Consiste en inspirar e impulsar a la gente a ampliar sus horizontes.

5. El Don de la Integralidad: Debe presentar un tema o un planteamiento completo, y debe ir dirigida al individuo como un todo.
6. El Don de los Programas Específicos: La interpretación para niños y niñas, adolescentes y personas de la tercera edad deben utilizar enfoques diferentes.
7. El Don de Personalizar el Pasado: todo lugar tiene su historia, las y los intérpretes pueden revivir el pasado para hacer que el presente sea más placentero y que el futuro adquiera un mayor significado.
8. El Don de la Iluminación a través de las Nuevas Tecnologías: las tecnologías pueden revelar el mundo de maneras nuevas y apasionantes. Sin embargo, la incorporación de estas tecnologías a los programas interpretativos debe realizarse con cuidado y precaución.
9. El Don de la Precisión: quienes se dedican a la interpretación deben cuidar la cantidad y calidad de la información a presentar (selección y precisión). Bien sintetizada y fundamentada en una buena investigación, la interpretación tendrá más poder que un gran discurso.
10. El Don del Profesionalismo: antes de aplicar diseños en interpretación, los intérpretes deben conocer las técnicas básicas de la comunicación. Una interpretación de calidad se fundamenta en las habilidades y en los conocimientos de quien la realiza, atributos que se deben desarrollar de forma continua.
11. El Don de la Escritura Interpretativa: los textos interpretativos deben transmitir aquello que les gustaría conocer a los lectores, con la autoridad del conocimiento de quien escribe, pero con la humildad y responsabilidad que ello conlleva.
12. El Don de las Relaciones: un plan o programa interpretativo debe ser capaz de conseguir apoyo –político, financiero, administrativo, de voluntariado–, para lograr ponerlo en marcha.
13. El Don de la Belleza: la interpretación debe estimular las capacidades de la gente e infundir un deseo de sentir la belleza de su alrededor, para elevar el espíritu y propiciar la conservación de aquello que es interpretado.
14. El Don del Disfrute: Los intérpretes deben ser capaces de promover actividades interpretativas óptimas, a través de programas y servicios bien concebidos.
15. El Don de la Pasión: la pasión es el ingrediente indispensable para una interpretación poderosa y efectiva: pasión por el rasgo que es interpretado y por aquellos que vienen a inspirarse con él.

3.3. Proceso de la interpretación intercultural y participativa

La esencia (del latín *essentia*) es lo invariable y permanente que constituye la naturaleza de las cosas.

Cada lugar, cada territorio, tiene su propia esencia, que se relaciona con los significados, las identidades, los habitantes y su espiritualidad, esto incluye los lugares, sus aguas, montes, bosques, arenas o vientos.

Al iniciar un proceso de interpretación del patrimonio.

- 1º. Es fundamental buscar aproximarse a la esencia del lugar que va a ser interpretado. se requiere un acercamiento vivencial el nexo vital de los pobladores con su cultura y con la naturaleza, y que aporte a la puesta en valor de los elementos principales de ese territorio.

Cada lugar transmite sensaciones, significados y sentidos, que provienen de esa esencia fundamental. En cada territorio conviven y evolucionan saberes y sociedades, animales y plantas, sucesos naturales, espiritualidad y reflejos de sus procesos e historias.

La búsqueda intuitiva y gradual de la esencia de un lugar permite construir las bases para una buena interpretación. Para ello, es necesario asumir una actitud receptiva que permita absorber detalles, saberes y sentires que no aparecen en las primeras aproximaciones pero que van surgiendo en la medida en que se trascienda de la comprensión de las características naturales y sociales del sitio, hacia un sentimiento clarificador sobre lo fundamental que debe ser expresado y transmitido.

Todo proceso interpretativo, que incluya participación e interculturalidad, debe cumplir básicamente **cuatro etapas**:

1. **Primera etapa:** El descubrimiento de la esencia de los lugares. Se basa en la recopilación de los saberes relacionados con el espacio a interpretar. Se requiere llevar a cabo una serie de actividades de consulta con las comunidades y vecinos, en las cuales se logren diversas aproximaciones a la esencia de los lugares, a las identidades y a los elementos centrales que se desea interpretar, desde la perspectiva local e intercultural. Esta etapa es totalmente participativa.
2. **Segunda etapa:** El análisis de los estudios existentes se incluye aquí la búsqueda y el análisis de documentos, investigaciones e informes que tengan relación con la localidad y con la esencia de los lugares.
En el cual habrá que analizar estudios provenientes de la ecología, la antropología, la arqueología, la historia, la sociología y otras disciplinas relacionadas, así como documentos referidos a las condiciones socioeconómicas de la zona, y detalles históricos y espirituales sobre los pobladores.
3. **Tercera etapa:** La interpretación de la información recopilada y los posibles enfoques del proceso sobre la base de las dos etapas anteriores, se procede a definir los enfoques y mensajes interpretativos, así como las técnicas de comunicación con las cuales se espera llegar a los visitantes. Es preciso, entonces, determinar las estrategias adecuadas para que los mensajes lleguen a las personas, de manera tal que puedan comprenderlos y motivarlos, intelectual y emocionalmente. Esta tarea debe llevarse a cabo teniendo en cuenta una serie de consideraciones que hagan posible la comunicación de la esencia del patrimonio natural y cultural.

4. **Cuarta etapa:** La interpretación propia que realiza el público visitante cada persona o grupo de visitantes recibe los mensajes y los procesa, a través del pensamiento, el sentimiento, la reflexión y el análisis personal.

Es en esta etapa donde se construyen las conexiones más profundas, se elaboran los significados propios y se puede incidir en los cambios de comportamiento, en la mejora de las actitudes y en la posibilidad de que se propicien acciones positivas de cuidado y valoración.

3.3.1. La labor de la interpretación del patrimonio natural y cultural

Interpretar el patrimonio implica facilitar el contacto entre el visitante y el patrimonio a ser explorado. Se trata de “traducir” la información

En síntesis, la labor principal de la interpretación del patrimonio es:

- a) Brindar una primera visión de la esencia de un lugar patrimonial, basada en los saberes locales y en el conocimiento de los hechos y situaciones principales;
- b) Traducir los mensajes a un lenguaje accesible, ameno y claro para que los visitantes lo comprendan y lo aprecien mejor.
- c) Fomentar el pensamiento, la reflexión y la interpretación personal sobre las experiencias vividas.
- d) Propiciar un contacto sensible, emocional y espiritual sobre el lugar, orientado a su cuidado, valoración y conservación.

3.4. Tres pilares del proceso interpretativo

El proceso interpretativo, sustentado en la comunicación con el público que visita un lugar determinado, se debe caracterizar por su capacidad de informar, entretener, emocionar y sensibilizar a las personas y grupos sobre la naturaleza y las culturas del lugar que están visitando, con el propósito de que lo valoren y reconozcan la importancia de su cuidado y conservación.

5. Competencias del Intérprete del Patrimonio



Interpretación del patrimonio:

- a) Conocimiento del recurso (MR)
- b) Conocimiento de la audiencia (CA)
- c) Manejo de técnicas apropiadas (MT)

Conocer el perfil del cliente o del grupo a guiar es fundamental para adecuar nuestro nivel de profundidad en la explicación del tópico.

3.4.1. Comunicación para la interpretación

Al trazar los elementos básicos de la comunicación para la interpretación es preciso considerar 3 circunstancias fundamentales:

1. Las personas
2. Y los lugares de patrimonio natural y cultural donde están ubicados.
3. Los mensajes deben ser atractivos, breves, claros y directos.



Los mensajes se centran en las aproximaciones y los planteamientos referidos a la esencia del lugar en cuanto presentamos el tópico principal y en un tema interpretativo con subtemas seleccionados

En la lingüística, el tópico es el tema sobre el cual se habla o el sujeto al cual se hace referencia, entendiendo sujeto no como persona sino como materia o asunto ejemplo: la casa del general

La casa es el tópico

El tópico interpretativo se refiere a la materia o conceptos a tratar en la interpretación, por ejemplo; la fauna, la flora, las misiones, la agricultura tradicional etc.

Estructura: Las misiones jesuitas

Qué es una misión

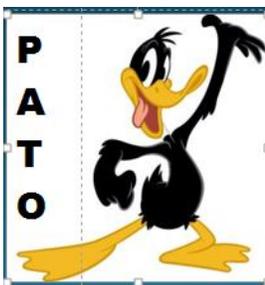
Quiénes la fundaron

Etapas de su construcción

El público reacciona de modo diferente, según el lugar donde se encuentra, bien sea un parque, una iglesia, un restaurante, un museo, un camino o un aula, por ejemplo. La forma de hablar, de caminar, los intereses y el comportamiento del público son distintos en cada lugar o situación.

El intérprete debe estar atento a estas diferencias y peculiaridades para escoger la forma más adecuada de comunicación.

Finalmente, la comunicación requiere un planteamiento visual cuidadoso y una señalética apropiada para el lugar y los visitantes, así como propuestas creativas hacia la sensibilización y el humor, con un uso adecuado de las tecnologías.



La comunicación para la interpretación debe ser, según Sam Ham (1992)

Debe ser **Pertinente** para el público, en dos aspectos:

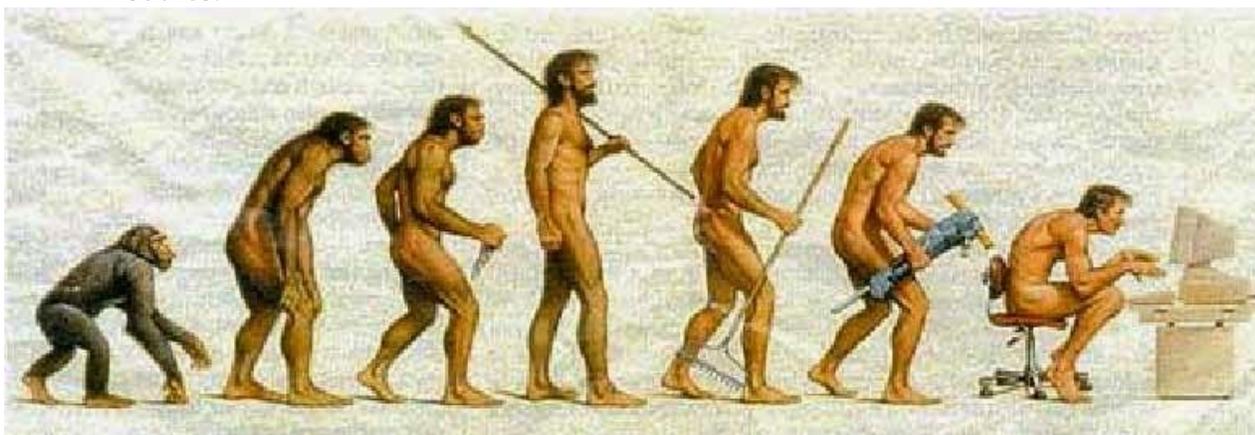
- *Significativa*: con mensajes que sean comprensibles, que evoquen significados claros en la mente y el corazón del público, y.
- *Relevante*: de manera personal para los visitantes, que los involucre y tenga en cuenta sus experiencias personales.

Se puede decir que la interpretación es significativa y relevante cuando el visitante es capaz de relacionar el contenido escuchado con algo que ya conoce o ha experimentado anteriormente, es decir, cuando este contenido es integrado a su "banco de datos"; amplía su conocimiento y va más allá de él, conjugándose con sus experiencias y vivencias personales, hasta encontrar así su propio significado.

Amena, agradable, atractiva, interesante y con poder de captar la atención.

Para lograrlo, se debe proporcionar una atmósfera informal.

- El intérprete debe hablar con un tono agradable, hacer participar a los visitantes y mantener una postura positiva y tranquila.
- La sonrisa y el lenguaje sencillo y claro permiten cierta familiaridad y cercanía con las personas.
- Es deseable que se muestren interrelaciones entre los temas tratados, haciendo referencia a historias, leyendas, situaciones imaginarias, ilustraciones y metáforas visuales.



Son importantes los ejemplos, así como las analogías o comparaciones para facilitar la comprensión. <https://es.wikipedia.org/wiki/Analogía>

Debe ser **Temática**, es decir, el mensaje debe tener un tema claro y definido.

Debe sintetizar la idea principal del mensaje, es la información central que representará el sentido y la esencia de los valores del recurso, y que puede provocar pensamientos más profundos.

Debe ser **Ordenada**, organizada en forma de un guion o esquema conceptual, con un hilo conductor lógico.

	Enunciado de enfoque o TEMA
	DESCRIPCIÓN
	CONECTOR TEMÁTICO "Hilo conductor"
	TRANSICIÓN

De esta forma el visitante puede seguir los planteamientos con facilidad, captando la información y comprendiendo los aspectos centrales.

En las paradas se describe el objeto de interés y se utilizan conectores temáticos entre uno y otro objeto del mismo tema.

Entre un punto y otro que requiera traslado se sugiere narrar algún acontecimiento histórico, leyenda, cuento o decires de la filosofía popular de la época



3.4.2. Perfil del turista y visitante

Para usar adecuadamente las estrategias interpretativas es fundamental saber quiénes son los visitantes, qué traen en sus experiencias de vida y cuáles son sus intereses y preferencias, para realizar los ajustes que sean necesarios es necesario saber:

La edad

El grado académico

La procedencia geográfica,
Su NSE, perfil psicográfico, etc.,

Variables Psicográficas: Personalidad, estilos de vida, intereses, gustos, inquietudes, opiniones, valores. · Variables Conductuales: Lealtad de marca, beneficios buscados (precio, calidad, servicio), tipo de usuario, nivel de uso (heavy / light users), entre otras.

Incluido en el perfil de los turistas y visitantes están las personas con diversidad funcional (características fisiológicas): para esto será necesario actuar con naturalidad evitar prejuicios; a lo largo de nuestra vida todas las personas presentamos diferentes dificultades motoras, sensoriales o de comunicación, eso no significa que estemos impedidos para el disfrute de la cultura o de la naturaleza con otros sentidos que vamos desarrollando.



El respeto a las personas se traduce en atenderlas con naturalidad permitiendo que ellos decidan sobre las actividades y después consultando a sus acompañantes; consideremos que la diversidad funcional podría provocar en algunos momentos la desconexión con el medio y la ausencia de participación en las actividades interpretativas.

La *discapacidad* o incapacidad es *aquella condición bajo la cual ciertas personas presentan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, y en igualdad de condiciones con las demás.*

3.5. Medios y técnicas para la interpretación cultural y natural

Los medios interpretativos son un conjunto de métodos y procedimientos utilizados para presentar los mensajes interpretativos. Dentro de ellos se incluyen numerosas técnicas participativas o medios interactivos que se eligen de acuerdo con las necesidades y los públicos visitantes.



MEDIOS DE INTERPRETACIÓN	MEDIOS PERSONALES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Guiado o acompañamiento 2. Prácticas de campo 3. Demostraciones 4. Dramatizaciones 5. Carteles, 6. Paneles y letreros 7. Los folletos y las hojas volantes. 8. Itinerarios autoguiados. 9. Videos y grabaciones en idiomas diferentes. 10. Exposiciones y exhibiciones interpretativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recorridos y paseos guiados. • Mecanismos audiovisuales atendidos por personal. • Personal especializado (exposiciones, actividades, conferencias). • Animación (en todas sus variedades). • Otros servicios no tipificados (ayuda espontánea, información y recibimiento, etc.).

Las técnicas interpretativas

Técnica interpretativa: Es la aplicación de una idea, truco, estrategia o estilo, para mejorar la efectividad en la captación del mensaje interpretativo, y conseguir así que este proceso sea más ameno y gratificante para el público. Por ejemplo: invitar a la participación (física e intelectual), estimular el uso de los sentidos, uso del humor, uso de analogías y comparaciones, misterio, suspense, aludir directamente al visitante, etc. En alguna literatura se le denomina también “vehículo”.

(Basado en Pennyfather)

- Comparaciones
- Analogías,
- Actividades prácticas
- Los juegos, además de facilitar la comprensión, están concebidas para inspirar o provocar curiosidad, simpatía, asombro, serenidad o alegría.

Algunos consejos para el guía

El Plan de Guianza Interpretativa Ambiental se sostiene en cuatro exigencias básicas que corren parejas a las buenas prácticas para alcanzar la eficiencia en la prestación del servicio:

1. Cuidado de los detalles del servicio que ofrece, indistintamente del nivel de que se trate, sea entregado al visitante cómo es debido, sin diferencias de nacionalidades.	2. Los materiales informativos impresos, grabados o en la web, deben contener información de alta calidad, de manera que los visitantes y turistas reciban la mejor información, veraz y oportuna.
--	--

<p>3. Los recursos naturales y culturales son elementales; sin embargo, es muy importante no olvidar que se debe mantener el equilibrio de los beneficios sociales, económicos y principalmente beneficios ambientales.</p>	<p>4. Los turistas reconocen lo que es original. Cuando se empieza a caer en imitaciones, debemos cuidar de no caer en la folklorización.</p>
---	---

El Intérprete Ambiental, conoce a fondo sus creencias, y los vínculos existentes entre

- El guía debe ir delante, marcando el ritmo que debe ajustarse a los más lentos.
- Es importante ir controlando el tiempo, y ajustar las paradas, los contenidos y el lenguaje al grupo y al tiempo que precisan.
- No se debe comenzar a hablar hasta que esté todo el grupo reunido.
- Colocar a los turistas de espaldas al sol cuando nos dirijamos a ellos.
- Utilizar situaciones familiares para explicar lo que ocurre en el ENP.
- Hablar de cosas que ven y obviar las que no van a poder observar.
- No utilizar tecnicismo ni términos que las personas no conozcan su significado.
- Intentar que las personas participen, utilicen sus sentidos (observen, huelan, toquen, prueben...).
- No utilizar equipos de megafonía o con volumen alto y con claridad.
- Cuando los participantes hagan preguntas, parar para responderle a todo el grupo o aplazar la respuesta hasta la siguiente parada, y dirigirla también a todo el grupo.
- Utilizar preguntas para incitar a la participación y reflexión.

Momentos de la guiada:



Interpretar un mismo retablo a diferentes hrs de día, resulta interesante y muy diferente si conjugamos el sentido de la vista; si vamos al bosque después de un fuerte aguacero podemos apreciarlo sensorialmente con la vista, el olfato, el tacto, y escuchar como los animales se mueven en todos lados; el espectáculo es muy diferente si acudimos en la tarde noche cuando los animales están llegando a los árboles a dormir el concierto de canto es disímil que en la mañana y podríamos observar como las hojas de los árboles se cierran con la oscuridad; o antes de que los primeros rayos del sol empiecen a salir, la fauna y flora empieza también a moverse, las hojas se abren y empiezan a desprender olores.

3.5.1. Guiado y acompañamiento

APERTURA

- Preparar un buen inicio del recorrido y una introducción atractiva al tema.



- Buscar un nivel básico de familiaridad, cercanía y simpatía con el grupo, pero manteniendo el respeto hacia cada persona.

Antes de empezar

- a) Haga una breve presentación personal
- b) Informe sobre el itinerario del recorrido,
- c) La duración y la hora estimada que estarán saliendo del sendero, y donde termina el recorrido.
- d) Mencione elementos que le sirvan de referencia, por ejemplo: a mitad del recorrido haremos un descanso en ...10 minutos, para refrescarnos y luego continuamos. En este momento se debe indicar los requerimientos físicos, si hay que subir pendientes, las condiciones del camino. Recomendar abrir los sentidos, ir dispuestos a escuchar, a respirar, a ver y sentir en la piel la naturaleza que les rodea.

DESARROLLO

Durante la guiada interpretativa: Preferiblemente los recorridos en los senderos terrestres se pueden hacer con dos guías. El guía principal va adelante, a la cabeza del grupo. El otro guía, va detrás, asegurándose que el grupo permanece completo y sirve de apoyo en caso de atender a los visitantes en las paradas y también si se presenta alguna emergencia. Se pueden turnar en las exposiciones y las revelaciones interpretativas que vayan realizando en el camino. En las caminatas, el ritmo constante sirve como estimulante cardíaco, el paso muy lento, puede alargar innecesariamente el recorrido; sin embargo, deje un poco de tiempo para la toma de fotos y para los elementos curiosos del recorrido. Muestre sensibilidad al grupo que está guiando, deje espacio para las preguntas, dé respuestas según sus conocimientos. Estos últimos son valiosa herencia cultural, que le sirve para transmitir su visión del mundo que le rodea.

- a) Contar con elementos de apoyo visuales o referenciales, para diversos momentos.
- b) Hacer aportes, charlas, comentarios o informes solamente en los momentos adecuados durante el recorrido, y siempre cuando el grupo esté completo (evitar informar solo a algunos miembros del grupo, dejando a otros sin esos datos).
- c) Propiciar las consultas y la participación de cada uno de los miembros del grupo, acorde con los posibles intereses, edades y niveles formativos, propiciando las preguntas.
- d) Tener en cuenta todos los detalles para la seguridad en el sendero o recorrido, evitando los riesgos.
- e) Ir delante del grupo cuando sea importante indicar la ruta, o detrás del grupo cuando sea preferible cuidar los detalles y evitar algunos posibles desvíos o pérdidas.
- f) Controlar adecuadamente el tiempo de caminatas, descanso, consultas y juegos, sin ejercer presión.
- g) Realizar las paradas en los sitios indicados, buscando el interés y la participación del grupo en el tema y en las actividades previstas.

CIERRE:

Durante la última parada, haga preguntas de evaluación, anime a los visitantes a hacerle preguntas. Luego de dar las gracias, en nombre de la comunidad, charle un poco con su grupo.

Al llegar al final del recorrido, despídase amablemente, invítelos a seguir conociendo su comunidad, y agrádezcales haber seleccionado Los Cabos para sus vacaciones.

Conclusiones del itinerario:

- h) Concluir el recorrido reafirmando la idea o mensaje central, y aportando elementos para el recuerdo y la sensibilidad.
- i) Agradecer a los visitantes por su presencia, de forma amistosa y esperando volver a verlos.
- j) Para concluir una excursión también es importante abrir un espacio para que los participantes compartan sus experiencias con el resto del grupo, lo que estimulará la reflexión sobre lo vivido

Herramientas para la interpretación:

a) Estimulación:

En la charla introductoria, se muestran las huellas que se pueden observar en el sendero, estimule con un premio a los que localicen correctamente las pisadas de fauna silvestre.

b) Creación de un clima adecuado: cuente chistes que el público acepte; cuente leyendas y anécdotas, mientras se hace la estación de descanso ofrezca al visitante agua o cualquier otro alimento, aproveche para hacer conciencia sobre la protección de la fauna y flora, recogiendo la basura generada. Al reiniciar el recorrido.

c) Personificación: En el Sendero se pueden explicar las bondades de vivir en un ambiente sano; para ello pueden ir mostrando los árboles que están disponibles en el sendero y explique cómo es su cotidianeidad.

d) Provocación: los sentimientos, la admiración, la sorpresa, el miedo contando anécdotas o platicando sucesos del lugar en donde se encuentra.

e) Misterio: En el Sendero se puede contar los mitos y leyendas, los secretos y misterios que encierra, como se prepara para lograr el éxito, en el amor, en los negocios, en el cierre de tratos ventajosos. El mito de los duendes que habitan en los bosques y los cuidados que hay que tener para protegerse de ellos, es también una buena fuente de inspiración para evocar alguno de los misterios.

La interpretación cultural se puede realizar de varias formas:

- ✓ Aleatoria de acuerdo a los intereses del turista, seleccionado por escalas de valoro y por disponibilidad de tiempo
- ✓ Cronológica de acuerdo al grado de aparición en la historia
- ✓ Por salas o plazas en el caso de los museos o zonas arqueológicas
- ✓ Por objetos de estudios: historia, arquitectura, por la religión, por el contexto natural, etc.

3.5.2.- La sensibilización a través de los sentidos

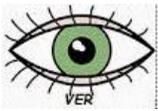


El tacto: El simple hecho de tocar la corteza y abrazar el tronco de un árbol puede ser una motivación especial para lograr una primera comunicación con la naturaleza. Tocar cuidadosamente una roca grabada, sintiendo y siguiendo sus trazos, o cerrar los ojos y adivinar lo que se está tocando: arena, hojas secas,

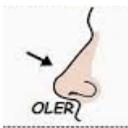
pedrecillas del camino, ramas, puede despertar la sensibilidad del visitante. Es una buena oportunidad para mencionar que el tacto lo tenemos distribuido en toda la piel, aunque se concentre en las manos.



La mejor fórmula para sensibilizar a través de este sentido es solicitando silencio al grupo. El silencio abre grandes oportunidades de interpretación del lugar: escuchar los sonidos del agua, la música del entorno, las pisadas, los insectos, la respiración de cada persona. Si, además, se solicita que cierren los ojos, se produce el efecto de la agudización del oído, de la mayor concentración ante los sonidos: la maravilla de saber escuchar, disfrutando.



Muchas veces se mira un lugar, pero solo se ve la superficie y no lo importante. Ejercitarse en una mirada de detalle, por ejemplo, de las hojas o el paisaje, o poner a prueba lo que podemos recordar segundos después de haber mirado algo, son pruebas interesantes. También se puede promover la confianza con una dinámica en la que otra persona nos oriente para llegar a un lugar desconocido o que nos diga lo que podríamos mirar y que nosotros no vemos. Es interesante, además, propiciar el uso de algunos instrumentos, como binoculares, para observar detalles a distancia, o espejos, para apreciar el entorno de manera distinta.



Oler las plantas, percibir el aroma que se desprende de una panadería, reconocer olores de la infancia, son placeres que tienen amplia aplicación interpretativa. Puede aprovecharse el momento para plantear la importancia de una buena respiración, pedir que se realicen respiraciones profundas y se sienta el agrado de la mejor oxigenación y serenidad.



Probar una fruta recogida en el camino, saborear un manjar hecho por pobladores locales, disfrutar de nuevos sabores, sentir las diferencias de sabores y texturas en los cereales, en las semillas. Es un buen momento para hacer referencia a la diversidad de productos de la alimentación, a los aportes de las poblaciones a la riqueza gastronómica y la relación con sus saberes.



Probamos por medio de la lógica, pero descubrimos por medio de la intuición.

(Henri Poincaré)

La intuición: Este llamado “sexto sentido” es utilizado con poca frecuencia.

Se conoce también como un “sentido femenino”, pero en realidad es de todos los seres vivos, incluyendo las plantas y los animales. Implica mirar hacia dentro de uno mismo. Se puede

traducir como una corazonada, o como una sensación referida a algún suceso, sin previo razonamiento.

Proceso:

- 1º. Realizar actividad de tipo concientizador ambiental.
- 2º. Eliminar todo rasgo y visión fatalista de lo ambiental y pretende lograr un nivel crítico.
- 3º. Iniciar con el objetivo informativo ambiental amplio y detallado.

Al hacer un viaje fuera del entorno habitual, se busca conocer paisajes y culturas diferentes, es aquí cuando la identidad cultural de la comunidad hace la diferencia ante otros puntos turísticos, por esto se debe inventariar la forma de vida de la comunidad. Pues el resaltar nuestra riqueza cultural, es lo que nos dará la pauta para ofertar servicios turísticos en la comunidad.



PRÁCTICA

Realiza el ejercicio de sensibilización indicado por tu monior.

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

3.5.3 Las leyendas, las escenificaciones, los juegos, el humor y el misterio

Durante el proceso de búsqueda de la esencia del lugar que va a ser interpretado, encontrarás muchas historias relevantes y percepciones comunitarias que se refieren a sucesos, anécdotas, leyendas o mitos, que dan pie a diversas actividades; conocer el origen de los nombres siempre resulta interesante, porque comunidad de San Dionisio; los jesuitas la bautizaron así porque a los primeros pobladores se les llamaba los dió inicios jajajajaj

Las narraciones deben prepararse de manera cuidadosa, calculando los tiempos y la secuencia temática, pero incorporando improvisaciones y gestos alusivos, cuando sea pertinente, a la manera de los contadores de cuentos.

Las leyendas. Conocer por qué un lugar se llama de tal modo, saber cuándo aparecieron por primera vez los duendes o seres mágicos, explicar las consecuencias del irrespeto a esos seres, todo ello lleva a un conocimiento diferente sobre el lugar, a un acercamiento respetuoso, cultural y fantástico, con su dosis de misterio, que aporta significativamente al interés y amplía las posibilidades de interpretación del patrimonio.

Una historia bien contada proporciona elementos importantes para lograr la cercanía de los visitantes a la cultura y la naturaleza del lugar.

Las escenificaciones: Estas leyendas o mitos, además de ser narradas, pueden ser escenificadas, incorporando vestuario y diálogos entre varios personajes. Es importante, en ese caso, realizarlo de manera adecuada, es decir, con sencillez y talento.

También pueden hacerse escenificaciones de detalles referidos a la historia local, o bien recrear situaciones imaginarias, con personajes de la fauna o la flora del lugar, quienes pueden brindar consejos, aportar anécdotas o comentarios originales.

Los juegos: Jugar en espacios naturales no solo permite un acercamiento a la naturaleza, sino que también puede convertirse en una forma agradable de conocer otras culturas, relacionarse con otros visitantes y recuperar parte de las alegrías y sorpresas de la infancia.

En el marco de la búsqueda de la esencia de los lugares, de sus valores y saberes, pueden aparecer juegos que se realizaban antiguamente y que vale la pena recuperar y difundir en la interpretación.

Los juegos pueden clasificarse según sus objetivos:

- ✚ De presentación para romper el hielo
- ✚ De contacto con la naturaleza,
- ✚ De intercambio cultural,
- ✚ De confianza en el grupo, etc.

Al inicio de un recorrido interpretativo se puede plantear algún juego colectivo, para que el grupo se sienta bien y se establezca un ambiente de alegría y confianza.

Se pueden aplicar aquí numerosas técnicas interpretativas de acción colectiva o apertura temática.

Ejemplo:

Un sencillo juego de inicio es el referido a las ruedas de comunicación. Se forma un círculo con todos los participantes, a quienes previamente se les ha entregado un palo, de manera que.

Comiencen a pasárselo de mano en mano con diversos ritmos. Posteriormente, se pide que el grupo comience a dar vueltas, con lo cual los intercambios resultan más difíciles, y se cambia el sentido del giro en cualquier momento, complicando así la situación, lo que genera sorpresas y risas. Al finalizar, se sientan todos en el suelo y se hace una breve reflexión sobre la necesidad de comunicarse, sobre los cambios y la necesidad de estar atentos a los compañeros y compañeras.

Otro juego de inicio puede ser el de la mutua confianza y orientación. Se organizan parejas, y a una de las personas se le vendan los ojos. La otra sirve de lazarillo y la lleva hasta un lugar cercano, cuidando que no tropiece, hasta que toque un árbol y trate de identificarlo. Regresan juntos al lugar inicial, y se intenta que la persona que estaba vendada, ahora con los ojos descubiertos, vuelva a recorrer el mismo camino y encontrar el árbol.

También es interesante el llamado “juego de los fotógrafos”, que es también en parejas. A una de las personas, que tendrá los ojos cerrados o vendados, se le pide que vaya hasta un lugar determinado, junto con su pareja. Al abrir los ojos o sacarse la venda, se le da medio minuto para que mire el lugar y detecte los aspectos principales. Posteriormente debe describir lo que vio de la manera más detallada posible, con lo cual se comenta sobre el grado de atención y concentración de las personas al mirar-observar la naturaleza.

También se pueden realizar juegos que se relacionen con la conducta de algunos animales del lugar, propiciando la competencia y desarrollando el conocimiento sobre los comportamientos de la fauna.

El humor, el misterio y más: Todas las actividades referidas anteriormente pueden y deben estar acompañadas con ligeros toques de humor. De un humor sano, sencillo, grato e inteligente, usando ironías, analogías o comparaciones. También puede considerarse poner un poco de misterio al explicar algunos de los temas, o al contar las historias. Puede hacerse uso de refranes o de citas de autores conocidos, para complementar algunas actividades ideas, y facilitar así las explicaciones, propiciando que los visitantes comenten también sobre personajes, refranes o citas que conocen.

En síntesis, el arte y sus diversas expresiones tienen un lugar fundamental en los procesos interpretativos. Conjuguar ingenio y creatividad, humor y magia, es la clave para que las visitas resulten gratas e inolvidables.

3.5.5. El uso de tecnologías

En los recorridos, pueden emplearse equipos de sonido personal o para vehículos, (no recomendable en las reservas de bosques porque ahuyentará a los animales) que orientan a los visitantes, de manera individual o grupal, sobre las características de los lugares por los que se transita.

Lo recomendable es usarse en interiores.

La ventaja es que no necesitan la atención directa de un intérprete, proporcionan una presentación uniforme de la información que se desea transmitir y pueden ser adaptados a diversas situaciones en caminatas o en exposiciones. Pero no permiten que el visitante tenga una interacción personal con un intérprete, haga preguntas o se acerque de manera más sensible y emocional a los lugares. Además, pueden resultar costosos.

El uso de medios audiovisuales o visuales, como películas, videos, fotos o dibujos, pueden complementar una presentación oral o una charla, también pueden ser utilizados en los centros de interpretación, específicamente en estos lugares, pueden emplearse presentaciones interactivas, con apoyo de computadores y pantallas. También se pueden utilizar puntos de escucha o repetidores de mensajes, que pueden ser accionados directamente por el público en paneles ubicados estratégicamente en senderos, centros o miradores. Estos medios pueden ser alternativas o complemento a la lectura de folletos, hojas de rutas, mapas interpretativos, así como ser usados en senderos adaptados para personas con deficiencias visuales. En estos puntos, se puede reproducir, por ejemplo, el canto de algunas aves o los sonidos de algunos otros animales, para ser identificados por los visitantes.



EJERCICIO 1.-

Narra una leyenda, escenifica una historia, relata algo misterioso como práctica.

Conclusión:

Interpretar significa develar ante los ojos de tu invitado el misterio de tu patrimonio, hacerlo de forma interesante, divertido usando el factor sorpresa, pero sobre todo que aprenda, que reflexione y que logres moverlo para que actúe; es un compromiso, si no lo usas en tu dialéctica no sabrás jamás si funciona. Tienes una gama impresionante en tu memoria de anécdotas, fábulas, chistes, leyendas que has escuchado, conocimientos sobre tu patrimonio; implementa un buen vocabulario, haz uso de las referencias bibliográficas, de la comunicación, oral, corporal y de los sentidos para lograr que tu invitado viva una experiencia inolvidable.

4. Diseño de la actividad interpretativa

Objetivo particular:

Al término del tema usted será capaz de elaborar el plan interpretativo de un recorrido de tipo cultural y natural incluyendo los guiones interpretativos para centros y senderos interpretativos.

- 4.1. Pautas para elaborar el plan interpretativo
- 4.2. Programas y guiones interpretativos
 - 4.2.1. Diseño del mensaje y el tópico
- 4.3. Diseño de un sendero interpretativo
 - 4.3.1. Momentos clave del senderismo interpretativo

4.1. Pautas para elaborar el plan interpretativo

La planificación interpretativa es un proceso orientado a identificar las oportunidades y necesidades de interpretación de los valores naturales y culturales en un lugar o espacio determinado, y ofrecer alternativas relacionadas con las instalaciones, los medios y los posibles mensajes.

El plan debe incluir:

- Las opciones de gestión del sitio
- Las necesidades de infraestructura y personal
- Los procesos comunicacionales requeridos para que los mensajes puedan llegar adecuadamente a los visitantes.

Etapas de un plan interpretativo:

- Primero. Definir participativamente el lugar a interpretar, por su interés como patrimonio natural y cultural.
- Segundo. Fijar los objetivos generales del plan interpretativo, en función de las necesidades de gestión, infraestructura y comunicación.
- Tercero. Identificar la esencia del lugar mediante una investigación de campo, en las comunidades, recopilando saberes y conocimientos técnicos y científicos.
- Cuarto. Identificar las características del público potencial que acudirá a disfrutar del patrimonio natural y cultural.
- Quinto. Determinar el mensaje: Tópico principal, tema interpretativo y subtemas.
- Sexto. Establecer los sitios de interés con potencial interpretativo para afinar el mensaje central.
- Séptimo. Escoger las técnicas interpretativas adecuadas.
- Octavo. Establecer los elementos principales de infraestructura y medios que se requieren (centros, senderos, miradores, señalética, etc.).
- Noveno. Analizar la necesidad de establecer uno o más programas interpretativos dentro del plan general.
- Décimo. Definir los recorridos y/o los senderos interpretativos.
- Undécimo. Elaborar las pautas para los guiones interpretativos.
- Duodécimo. Establecer los costos relacionados con el inicio y la puesta en funcionamiento del plan.

4.2. Programas y guiones interpretativos

El plan interpretativo general puede identificar la importancia de desarrollar diversos programas, que se enfoquen en distintos aspectos del patrimonio natural y cultural. Por ejemplo, en un determinado lugar, puede diseñarse un programa referido a aspectos generales, como la conservación del bosque y el rol de las culturas kumiai, paipai, cucapá y kiliwa, a lo largo de la historia.

Con su respectivo guión y un sendero adecuado. Pero en el mismo lugar patrimonial puede crearse otro programa, orientado principalmente a la observación de aves, lo cual implica un recorrido especial, así como un guión interpretativo propio.

La ruta de las misiones incluyendo la visita a alguna comunidad

Interpretación espontánea: Actividad en la que un intérprete establece contacto con el público de tal forma que ese encuentro parece casual, y a partir de una conversación informal realiza interpretación en un tono familiar y distendido, en unos pocos minutos. Puede ser el intérprete quien inicie el contacto con los visitantes, o ser ellos quienes que se acerquen al intérprete.

Exposición interpretativa: Es la representación de ideas y hechos mediante la utilización de soportes ilustrativos, gráficos, participativos o con efectos especiales. Son aparatos, artilugios o escenificaciones que pueden contener objetos reales o réplicas (a diversa escala), y siempre transmiten un mensaje atractivo, breve, claro y directo, por sí mismos o mediante textos,

mensajes grabados, o la intervención de personas (que forman parte de la exposición). Exposición es un término utilizado indistintamente para referirse a una unidad expositiva (una exhibición o módulo) o al conjunto de unidades expositivas dentro de un recinto. Muchos tratamientos museográficos son equivalentes a exposiciones interpretativas.

Los guiones interpretativos son documentos orientadores, que aportan los elementos principales de una ruta o un sendero interpretativo.

El sustento se encuentra en el mensaje que desea transmitirse, con la definición muy clara del tema interpretativo y los diferentes subtemas, que corresponden a cada una de las paradas o sitios de interés.

El guión debe incluir una descripción de los tipos de visitantes y la duración total del recorrido, y debe explicar el enfoque general del proceso Interpretativo a realizar, basado en la esencia, la información y el conocimiento del lugar, desde el punto de vista natural y cultural. Asimismo, debe incorporar los requerimientos de medios, técnicas y señalética, así como las posibles actividades y juegos.

A continuación, el guión debe realizar una descripción narrativa que explique los detalles del recorrido, señalar cómo se llevará a cabo la bienvenida y el inicio del recorrido, y especificar el número de paradas. Posteriormente, cada parada debe ser caracterizada, incluyendo los subtemas que han sido definidos y los medios y técnicas apropiados para transmitirlos.

Para concluir, el guión debe indicar cómo realizar el cierre del recorrido y la despedida. Puede insertarse allí los mecanismos evaluativos que se consideren necesarios para el mejoramiento futuro de la actividad interpretativa.

4.2.1. Diseño del mensaje y el tópico

El mensaje interpretativo:

Según Jorge Morales en su blog; son todos los contenidos y conceptos que queremos que los visitantes aprehendan, comprendan e interioricen para conseguir en ellos una determinada actitud después de pasar por un programa interpretativo.

Para crear un mensaje ORIENTADOR es importante definir en primer término:

El asunto o tópico

Para lograr que este tópico incentive el pensamiento y desarrolle una actitud de respeto y cuidado por el lugar visitado

Puede mencionarse como un asunto general, en una o dos palabras, y agregar un detalle específico, que lo sitúe en el lugar y/o le otorgue una primera connotación.

Sobre esta base, se define el tema interpretativo principal, que debe expresarse a través de una oración (llamada en ocasiones oración-tema) que refleje lo más fielmente posible el mensaje que desea transmitirse. Es una oración corta, que contiene una idea completa, con sujeto, verbo y predicado.

4.3. Diseño de un sendero interpretativo

Los senderos interpretativos son espacios diseñados o caminos aptos para ser transitados, que permiten el contacto directo de los visitantes con los valores naturales y culturales de un determinado lugar patrimonial acerca del cual se desea transmitir un mensaje.

Caminar o recorrer un sendero e interpretarlo permite que el visitante tenga una visión directa y personal, con la cual puede descubrir nuevos significados, y sentirse identificado con el lugar y sus valores naturales y culturales.

Al igual que en el caso de las visitas los senderos pueden ser:

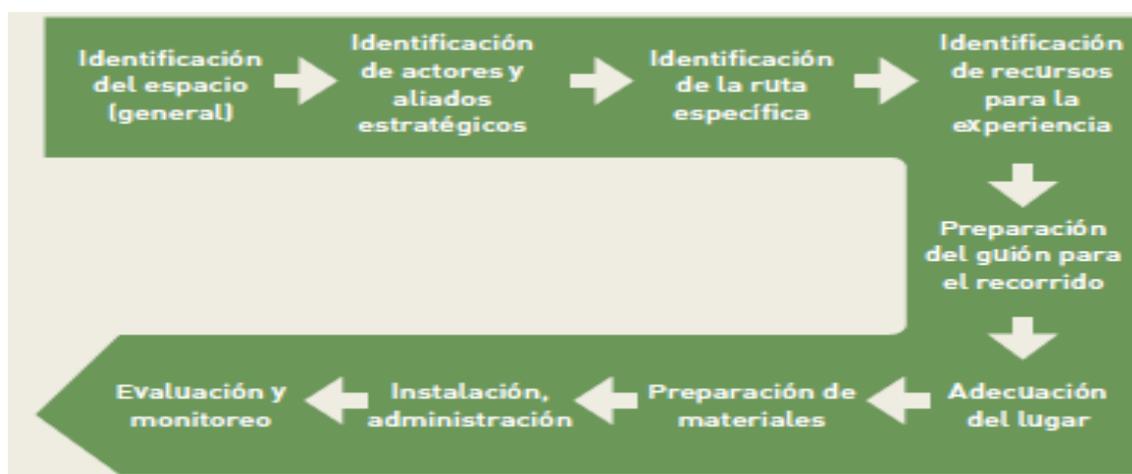
- Senderos guiados y
- Autoguiados

Aquí nos referiremos sólo a los senderos guiados

Un sendero guiado requiere la presencia de un intérprete para poder visitarlo. El intérprete debe cautivar al público y estimularlo a la observación, experimentación y reflexión del tema interpretativo presentado. La ventaja de esta modalidad es que hay un intercambio directo entre el intérprete y el público, permitiendo adaptaciones por parte del intérprete, pero sobre todo estimula el diálogo y el intercambio de experiencias.

El recorrido de los senderos, sean guiados o autoguiados, debe tener una secuencia lógica de puntos y paradas, con inicio, medio y final, relacionados con el tema interpretativo principal y los subtemas.

Para el diseño de un sendero, es importante considerar los siguientes pasos:



La identificación general del espacio debe realizarse de manera participativa, con los pobladores y los aliados estratégicos en el lugar.

Con ellos también se identifica la ruta específica que seguiría el sendero, y las necesidades básicas que se deben cubrir para que este recorrido pueda realizarse, teniendo en cuenta

aspectos como la accesibilidad, las cualidades para ser interpretado y el potencial interés para diversos grupos de visitantes.

Se definen:

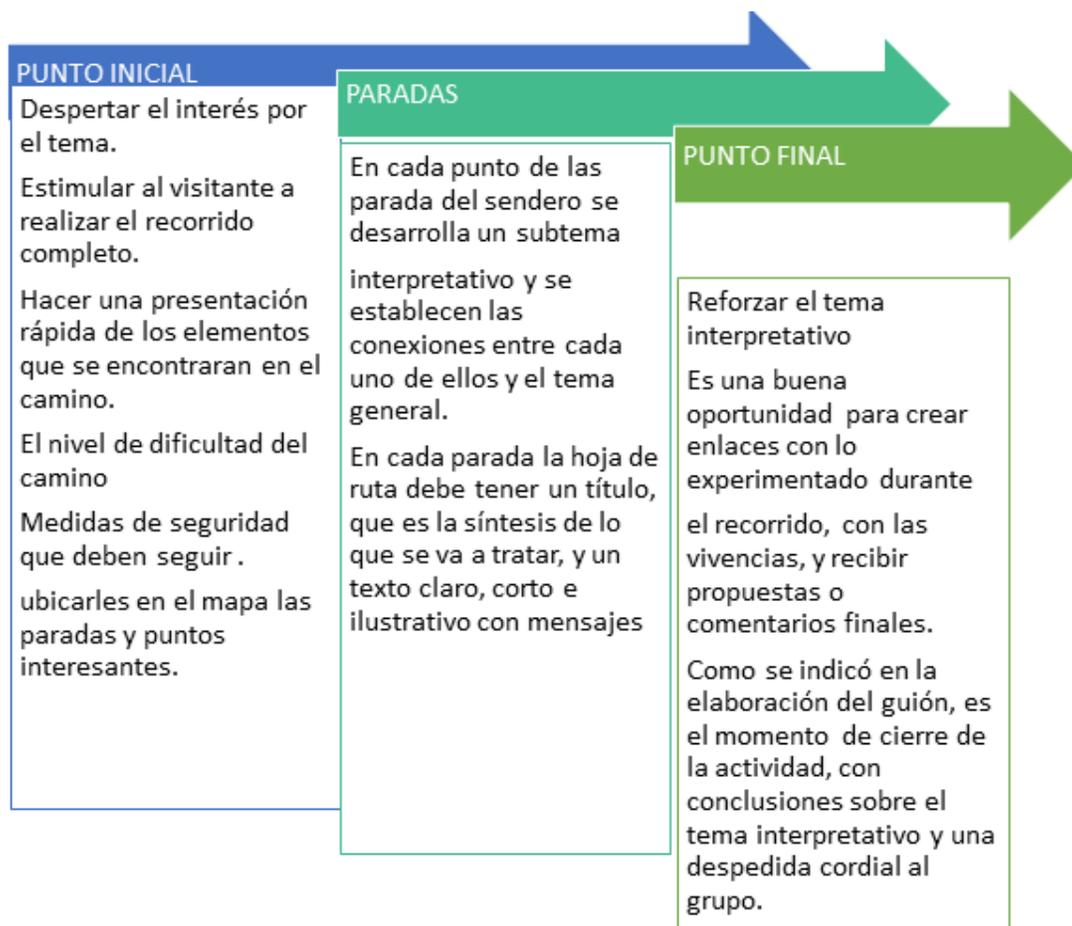
- Las paradas
- Los tiempos
- Los recursos necesarios, tales como paneles, señalización, barandas de protección, lugares de descanso, etc.

Con esta información, se puede elaborar el guion interpretativo.

Posteriormente, de acuerdo con las premisas del guión, se procede a realizar las adecuaciones del lugar, realizar las instalaciones necesarias y elaborar los materiales para la interpretación. Para concluir, se establecen las pautas referidas a los aspectos de instalación y administración, monitoreo y evaluación.

Para evaluar y monitorear el impacto del sendero interpretativo, se requiere establecer un sistema, que puede consistir, por ejemplo, en buzones o paneles de sugerencias o bien en brindar un tiempo para intercambio de informaciones y experiencias de los visitantes al final de la ruta.

4.4. Momentos clave del senderismo interpretativo:



El número de las paradas depende del tema interpretativo y de los subtemas, de la extensión del recorrido, del interés del público y de la flexibilidad y percepción del intérprete con relación a las necesidades de su público visitante. Es importante incluir puntos de descanso y contemplación, eventualmente con bancos y mesas.



PRÁCTICA FINAL

En equipos realizar la práctica final cada uno de ustedes realizará una parte de la interpretación

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Conclusión:

¿Qué tan importante consideras la técnica interpretativa como metodología en la conducción de recorridos turísticos?, segura estoy que muchas de estas propuestas las llevas a cabo durante tus recorridos, la tarea que te propongo es que ahora de manera consiente elabores programas y guiones interpretativos adaptado a diferentes niveles psicográficos de turistas; la propuesta es que elabores estos programas para incluir a grupos especiales como: Invidentes, sordomudos, niños y adultos con síndrome Down, adultos mayores y discapacitados entre otros.

5. Práctica de conducción en la ciudad con base a los criterios de la EC0072 y EC0482.

Objetivo particular:

Al término del tema usted será capaz de utilizar el programa y guión interpretativo en la conducción de grupos especiales de turistas o visitantes en recorridos de museos o recintos culturales de acuerdo a los lineamientos del EC0072 y EC0482.

Para finalizar el curso, realizaremos una práctica de campo en la cual aplicarás los criterios del estándar EC0072 Atención in situ al visitante durante recorridos turísticos y el EC0482 Interpretación en museos/ instituciones culturales para grupos especiales como son: personas con síndrome Down, adultos mayores, niños en edad preescolar y primaria, jóvenes adolescentes.

- ✓ La tarea consiste en elaborar un programa y guión interpretativo de un museo o recinto cultural.
- ✓ Aplicar los criterios del EC0072 para hacer la conducción de un grupo especial.

El EC0072 nos pide guiar grupos de turistas, proporcionar información y orientación durante recorridos turísticos.

Algunos de los desempeños que el participante debe cumplir son:

- Se presenta al grupo antes de iniciar el recorrido.
- Determina la aptitud de los visitantes para realizar el recorrido.
- Proporciona a los participantes el material de apoyo para realizar el recorrido.
- Realiza el recorrido con el grupo.
- Mantiene el liderazgo, ritmo e interés del grupo durante su recorrido.
- Despide a los visitantes del recorrido.
- Solicita a los visitantes llenen la hoja de evaluación, sugerencias y quejas.
- Ofrece al visitante información sobre los atractivos del recorrido.
- Orienta a los visitantes sobre las medidas de conservación del lugar.
- Brinda retroalimentación a los visitantes sobre aspectos de interés del lugar durante el recorrido.
- Atiende al visitante sobre los requerimientos de información.
- Propone al visitante alternativas de actividades a su alcance.
- Verifica la pertinencia de la orientación proporcionada a los visitantes.

Así como tener conocimientos principales aspectos de interés de los lugares visitados durante el recorrido turístico como: Arquitectura, historia, personajes relacionados, aspectos artísticos. Igualmente, generalidades sobre atractivos culturales del destino turístico como: Monumentos históricos, arquitectónicos y arqueológicos, gastronomía, artesanía, folklore, museos y galerías, centros culturales, ferias, exposiciones y festivales.

Por su parte, el EC0482 describe el desempeño del guía de turistas como intérprete para lo cual debe utilizar el programa o guión interpretativo de un museo o institución cultural, adecuándose al perfil de grupo a atender.

También establece los conocimientos teóricos, básicos y prácticos con los que debe de contar un aplicador para realizar su trabajo, así como las actitudes relevantes en su desempeño.

Los desempeños que debe cumplir el guía son:

- Se presenta con los visitantes
- Proporciona datos del museo/ institución cultural
- Vincula los intereses/ experiencias/ opiniones de los visitantes con la idea rectora/ mensajes secundarios del proceso de interpretación
- Cierra el proceso de interpretación

Debe demostrar habilidades de comunicación verbal y no verbal en el proceso de interpretación, características del proceso de interpretación, idea rectora durante la

interpretación, recursos de interpretación, elementos que conforman los mensajes secundarios en el proceso de interpretación, entre otros.

Para este ejercicio siga las indicaciones de su monitor de curso.

Conclusiones generales:

Después de experimentar algunas técnicas de conducción, vivir las etapas de la dinámica grupal y expresar sus ideas en un programa interpretativo, la responsabilidad recae en ud.; ¿cómo adaptarlas a su estilo de conducción?, ¿cómo reinventar su función de guía de turistas? es decisión propia ser o no ser mejor es un compromiso personal.

La competencia afuera es feroz, solo sobreviven los que se adaptan y cambian sus propios paradigmas.

Las posibilidades de mejora son infinitas, sólo atendimos algunas áreas de oportunidad para su propia mejora.

Le deseo éxito y prosperidad en todo lo que emprenda.

Fuentes:

- Prevención. Documentación Técnica – Dinámica y conducción de grupos--
[http://www2.asepeyo.es/apr/apr0301.nsf/ficheros/PSI0508024%20Din%C3%A1mica%20y%20conducci%C3%B3n%20de%20grupos.pdf/\\$file/PSI0508024%20Din%C3%A1mica%20y%20conducci%C3%B3n%20de%20grupos.pdf](http://www2.asepeyo.es/apr/apr0301.nsf/ficheros/PSI0508024%20Din%C3%A1mica%20y%20conducci%C3%B3n%20de%20grupos.pdf/$file/PSI0508024%20Din%C3%A1mica%20y%20conducci%C3%B3n%20de%20grupos.pdf)
- Comunicación asertiva con turistas; FAVA - Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje SENA - Servicio Nacional de Aprendizaje:
https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/634122_1_VIRTUAL/OAAPs/OAAP8_Fase3/swf/aa2_0a2/oc.pdf
- Material didactico Modulo de formación, atención y guiado de turistas San José, Costa Rica Mayo, 2002:
[http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/montana/turismo_general/ATENCION%20Y%20GUIADO%20DE%20TURISTAS%20%20\(TUAV%20210\).pdf](http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/montana/turismo_general/ATENCION%20Y%20GUIADO%20DE%20TURISTAS%20%20(TUAV%20210).pdf)
- Artículo en Blog “Tendencias turismo”: <http://tendenciasturismo.blogspot.mx/>
- Artículo “Técnicas de conducción de grupos turísticos y giras de campo”
Compilación y Adecuación de Contenido
- Material didáctico, Modulo de formación, atención y guiado de turistas, San José Costa Rica, mayo 2002:
[http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/montana/turismo_general/ATENCION%20Y%20GUIADO%20DE%20TURISTAS%20%20\(TUAV%20210\).pdf](http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/montana/turismo_general/ATENCION%20Y%20GUIADO%20DE%20TURISTAS%20%20(TUAV%20210).pdf)
- file:///C:/Users/PROPIETARIO/Downloads/C%C3%B3mo%20guiar%20un%20tour_%2016%20pasos%20-%20wikiHow.html
- <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL001335.pdf>
- <http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001/File/GruposT%C3%A9cnicasDin%C3%A1micasClima.pdf>
- <http://ayura.udea.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/1006/1/CC0561.pdf>
- http://www.cualtos.udg.mx/programas/psicologia/Dinamica_grupos.pdf
- <http://www.tourismtheories.org/?p=449&lang=es>
- <https://apeadero.es/2008/07/losxxxtiposdexturistas/>
- <http://tiposdeguiasdeturismo.blogspot.mx/>
- <http://enah.edu.ni/files/uploads/biblioteca/816.pdf>

Índice.

Presentación del curso.....	2
Introducción.....	4
1. Comunicación efectiva.....	5
1.1. Empatía, tolerancia y comunicación.....	6
1.2. Tipología de turistas.....	7
2. Base teórica sobre la dinámica de grupo.....	11
2.1. ¿Qué es una Dinámica de Grupo?.....	11
2.1.1. ¿Qué es un grupo?.....	13
2.1.2. Tipos de grupos.....	14
2.1.3. Tipos de guías de turistas.....	14
2.2. Técnicas grupales y vivenciales.....	18
2.4.1. De presentación.....	21
2.4.2. Integración.....	22
2.4.3. Actividades lúdicas.....	23
3. Técnicas y herramientas para la interpretación del patrimonio cultural y natural.....	24
3.1. Definición y enfoques.....	25
3.2. Propósito y principios de la interpretación.....	26
3.3. Proceso de la interpretación intercultural y participativa.....	27
3.3.1. La labor de la interpretación del patrimonio natural y cultural.....	29
3.4. Tres pilares del proceso interpretativo.....	29
3.4.1. Comunicación para la interpretación.....	29
3.4.2. Perfil del turista y visitante.....	32
3.5. Medios y técnicas para la interpretación cultural y natural.....	32
3.5.1. Guiado y acompañamiento.....	34
3.5.2.- La sensibilización a través de los sentidos.....	36
3.5.3. Las leyendas, las escenificaciones, los juegos, el humor y el misterio.....	38
3.5.5. El uso de tecnologías.....	40
4. Diseño de la actividad interpretativa.....	41
4.1. Pautas para elaborar el plan interpretativo.....	41
4.2. Programas y guiones interpretativos.....	42
4.2.1. Diseño del mensaje y el tópico.....	43
4.3. Diseño de un sendero interpretativo.....	45
4.4. Momentos clave del senderismo interpretativo:.....	46
5. Práctica de conducción en la ciudad con base a los criterios de la EC0072 y EC0482.	47
Fuentes:.....	50
Índice.....	51

Diseñó: Selene Gutierrez Acevedo y Rogelio Sámano García

Revisó: María Dolores González Vicencio

Aprobó: María Dolores González Vicencio

Instructores titulares: Lic. María Dolores González Vicencio
Dr. Gerardo Delgado Valdivieso
Lic. Rogelio Sámano García
Lic. Selene Gutierrez Acevedo

Estrategia Internacional en Turismo
ESITUR

Av. Insurgentes Norte 1894 desp. 705, col Lindavista, deleg. Gustavo
A. Madero, Ciudad de México C.P. 07300

Tels: (0155) 65 67 94 92 / 67 21 87 34

WEB: www.esitur.com.mx

Correo: esitur07@gmail.com

Facebook: Estrategia Internacional En Turismo ESITUR México

Twitter: @esiturmexico