

**XIV Congreso Nacional y VIII Internacional de Investigación Turística y
Reunión Regional de las Américas de la Red del Conocimiento de la OMT.**

**“El guía de turistas, gestor cultural y del conocimiento:
aproximación desde la antropología del turismo a su función y
situación dentro del sistema turístico mexicano.”**

Alberto Aveleyra / Artesanos del Tiempo

Guiar por cualquier rincón del territorio mexicano es un arte complejo. La riqueza natural y la profundidad histórica, la diversidad cultural expresada en la gastronomía de todos los días y tradiciones y cosmovisiones multicolores hacen de la aventura de guiar un tour por México, una experiencia que vale la pena investigar.

En el campo de prácticas del guía de turistas y del tour guiado convergen y hacen fricción las esferas del turismo y de la cultura. En la práctica y performance del tour guiado se pone en juego la gestión del patrimonio en una dimensión vital: el encuentro de las personas con los valores implicados en ese patrimonio. En el tour guiado, las geografías y los paisajes culturales son inscritos en los cuerpos de los viajeros a través de su performance conjunto con el guía de turistas, que hace uso de distintas técnicas para crear composiciones tiempo-espaciales que pretenden generar *experiencias memorables* en los viajeros.

Creo que en nuestro país se ha subvalorado la función del guía de turistas, sin embargo, en los últimos años, el campo de prácticas del tour guiado ha sufrido transformaciones importantes. Con el impulso a la gestión cultural cada día son más profesionistas de diversas áreas que incursionan en el campo que por décadas estuvo dominado por el perfil del chofer-guía. Este perfil fue la base para diseñar la normatividad que regula el campo de prácticas. Ante estos cambios observados en el terreno conviene reflexionar y analizar lo que se pone en juego cuando se guía un tour, sobre todo en lo que se refiere a la gestión del patrimonio y la comunicación de sus valores y sentido a las personas, a los ciudadanos, a los seres humanos.

Hoy, el campo de prácticas del guía de turistas y el tour guiado en México es un campo de rápida transformación y con una serie de problemáticas complejas. En la Nueva Era del Turismo este campo de prácticas es clave en el diseño y desarrollo de producto, como estrategia diferenciadora y de valor agregado que

responda a la hipersegmentación del mercado y a viajeros cada vez más experimentados.

El desarrollo del turismo cultural en México jugará un papel clave los próximos años y el campo de prácticas del guía de turistas será fundamental en la transformación del modelo de gestión. Este campo es ideal para estudiar en terreno la convergencia de los sectores de turismo y cultura. Desde este último sector viene un fuerte impulso transformador, especialmente desde los nuevos paradigmas de la gestión cultural y la gestión del patrimonio. El campo de prácticas del tour guiado se convierte en los últimos años en salida profesional y laboral para diversas especialidades, lo que está transformando las formas de diseñar, producir y comercializar los tours. Al mismo tiempo observamos un mercado nacional que poco a poco está más receptivo a este tipo de propuestas para acercarse al patrimonio.

Sin embargo, también detectamos en el ámbito mexicano un déficit en cuestión de gestión del conocimiento, especialmente en lo que se refiere a herramientas y técnicas de interpretación del patrimonio, y en la investigación sobre el quehacer del guía en el contexto nacional. Por otro lado, son pocas las organizaciones o empresas que cuenten con esquemas de formación y capacitación de alto nivel para los guías que contratan, algo que, sumado al relativo aislamiento del guía cuando opera un tour, hace que sea importante reflexionar sobre la transferencia de conocimientos dentro de este campo de prácticas con características tan singulares.

En el contexto internacional ya existe un corpus importante de investigaciones sobre el tema incluida por lo menos una tesis doctoral, pero este corpus es prácticamente desconocido en el contexto nacional. Es importante pensar en estrategias desde México que permitan generar conocimiento que pueda ser aplicado en el campo de prácticas nacional que responde a condiciones muy particulares en comparación con otros destinos.

El día de hoy, en México tenemos casi 3700 guías de turistas generales acreditados por la Secretaría de Turismo Federal. La distribución de ellos se relaciona con el desarrollo turístico heterogéneo del país, así tenemos que 4 estados concentran al 60% de los guías: Quintana Roo, Guerrero, Yucatán y Jalisco.

Tenemos un segundo grupo de 3 estados que si bien no tienen el volumen del primer grupo, tienen un número significativo de guías distinguiéndose del resto. Se trata de Sinaloa, Baja California Sur y Distrito Federal. Cada uno de los estados de

este segundo grupo tiene alrededor del 4-5% del total de los guías. Existe un tercer grupo que vale la pena considerar por la importancia de atractivos, es un grupo de 4 estados que tienen menos de 100 y más de 70 guías: Guanajuato, Chiapas, Chihuahua y Michoacán. Cada uno de ellos tiene un 2% del total de guías en el país. El resto de los Estados de la República cuentan cada uno de ellos con menos de 70 guías.

Antes de iniciar con una revisión de las principales propuestas para conceptualizar el fenómeno es importante agregar que el gremio de los guías de turistas en México está viviendo un relevo generacional y en ese relevo juegan un papel clave los acreditados en los últimos diez años y que para hacerlo cursaron el Diplomado General de guía de turistas. Es importante fortalecer a esta nueva generación de guías con herramientas que les permitan comprender mejor su labor de manera que puedan adentrarse en la maestría de su arte.

El campo de práctica del guía de turistas y el tour guiado.

Esta investigación la iniciamos hace 8 años cuando Artesanos del Tiempo inició su intervención en el terreno del turismo. En ese momento la idea era hacer un proyecto alternativo de investigación y divulgación del patrimonio, el antropólogo asume el rol etnográfico de guía de turistas, generando experiencias de turismo cultural. En el campo, el antropólogo se encontró con la complejidad de la función que ejercía el guía en el terreno, iniciando una investigación para contextualizarla y hacerse de herramientas para mejorar el desempeño en el terreno. La primera comparación entre el rol etnográfico de guía de turistas y el ámbito de la antropología clásica fue el de la relación antropólogo-informante que se parecía mucho a la de turista-guía.

El empirismo presente en el campo me impresionó, pues lo que se ponían en juego muchos elementos. En mi caso, el entrenamiento consistió en acompañar a un guía en el tour a Teotihuacan, al otro día haría mi primer tour sin ningún tipo de supervisión.

Así, aprendí que en México, el arte de guiar se forja en la práctica, pero que las inercias en el campo generaban una práctica de baja calidad. El primer punto a donde me llevo mi investigación fue a la cuestión del patrimonio y el Turismo Cultural, acercándome paulatinamente al tema de la interpretación del patrimonio.

Posteriormente, el antropólogo ha asumido otros roles etnográficos dentro del sistema turístico que han permitido observar al fenómeno del guía de turistas desde otros ángulos, pero es importante contextualizar lo que aquí se plantea en el trabajo etnográfico realizado en los últimos 8 años, en distintos momentos, como guía de turistas acreditado por Sectur.

En esta ponencia, me enfocaré en presentar las ideas más importantes que se han escrito sobre el tema en las ciencias sociales enfocadas al turismo. De esta manera trazaremos una imagen del fenómeno que nos permitirá abordar algunos puntos importantes en lo que se refiere al caso mexicano.

Siguiendo a Jane Widtfeldt en su tesis doctoral *The Guided Tour – a Co-produced Tourism Performance*, abordaré el fenómeno del guía de turistas y el tour guiado desde la propuesta de Pierre Bourdieu sobre la teoría de la práctica y sus conceptos de *habitus*, *capital* y *campo*. Widtfeldt utiliza la noción de *habitus* para comprender cómo los guías desarrollan sus estrategias de trabajo. Estas estrategias se desarrollan en un proceso de aprendizaje continuo en interacción con los turistas, otros guías y los diversos agentes implicados en los tours guiados. (Widtfeldt 2010:36).

El guía desarrolla un sistema de estrategias generadas por su *habitus* para realizar el intercambio entre su capital cultural y capital económico y para maximizar el tipo de cambio para el capital cultural que ofrece.

Construcción de la práctica según Bourdieu:

$$[(\text{habitus})(\text{capital})] + \text{campo} = \text{práctica}$$

habitus: sistema de disposiciones adquiridas.

estructuras estructuradas y estructurantes.
principio generador y organizador de prácticas.
orden social se inscribe en los cuerpos.
presencia activa de todo el pasado del que es producto.

capital: recursos y competencias, un tipo de valor, conjunto de bienes acumulados.

económico: dinero, bienes, inversiones.
social: relaciones, contactos, membresías.
cultural: información, saberes, conocimiento socialmente validado.
objetivado: libros, archivos, bases de datos.
subjetivado: consumido, apropiado, interiorización de cultura objetivada.
institucionalizado: títulos, certificados, acreditaciones.

campo: espacio de juego social estructurado y estructurante.

red o configuración de relaciones objetivas entre posiciones.
espacio multidimensional de toma de posiciones.
capacidad para valoración, producción, transmisión y conservación de acervo de capitales comunes (riqueza). Estrategias de lucha para apropiarse de ellos.

práctica: producida y organizada por el **habitus** y el **capital**. El sentido práctico es lo que permite, en medio de la acción, captar la situación y dar la respuesta adecuada, ante la ambigüedad y la incertidumbre.

Estructura del Rol del Guía de Turistas

La práctica del guiar es una de las más antiguas en la historia de la humanidad, evidentemente está se ha ido transformando con el tiempo. Holloway comenta que las dos figuras antecedentes al actual guía son el *pathfinder*, literalmente “el que encuentra senderos”, aquel que tiene conocimiento de las brechas y senderos, de los accidentes del terreno y los secretos del camino. Por otro lado, el antecedente sería el de la figura del mentor”, el guía espiritual, conocedor de los caminos interiores (Holloway: 1981).

Aquí vale la pena hacer la referencia a uno de los personajes que comienza a integrar las dos figuras: *el tutor que acompañaba al joven inglés en el Grand Tour*. El tutor era a la vez, conocedor de los caminos externos y de los internos, ubicaba al joven en el paisaje y geografía europea señalando los objetos patrimoniales relevantes, pero también lo ubicaba sobre el sentido del viaje en el contexto de la vida social y cultural de su lugar de origen.

Así tenemos esta doble esfera en el rol del guía, una volcada a lo externo y otra a lo interno. Con base en estas dos divisiones, en 1985 Erik Cohen escribe en la edición especial sobre guías de turistas de los prestigiados *Annals of Tourism Research*, el artículo *El guía de turistas: Orígenes, estructura y dinámica de un rol*. (Cohen, 1985)

En este artículo Cohen plantea la existencia de 4 roles o funciones básicas del guía:

1. Instrumental: relacionada con el suave desempeño del tour como una empresa social en movimiento. Tiene que ver con la dirección, navegación, con el acceso y con el control del grupo.
2. Social: Trata de la cohesión y moral de grupo. El guía trabaja en gestión de la tensión, integración, y en el ánimo general del grupo.
3. Intermediaria. El guía es mediador entre el grupo y la población local, sitios e instituciones, equipamiento e infraestructura turística de los destinos y atractivos visitados.
4. Comunicativa. Normalmente esta es reconocida como la principal función del guía dándosele primacía en la capacitación. Es un rol complejo que comprende:
 - a. Selección: el guía señala objetos de interés, hay una selección de itinerario y lo que se ve en ruta, esta selección estructura la atención del grupo. Verán lo que señala y, a veces más importante, no verán lo que no señala.
 - b. Información: entrega información y esta entrega usualmente no es imparcial, responde a las políticas de capacitación, de la

empresa y del gobierno. Tiene una influencia en las impresiones y actitudes del turista en torno al destino y atractivo.

- c. Interpretación: es la función comunicativa que distingue al guía bien entrenado. Existen brechas culturales entre el viajero y el patrimonio que se visita. El acto de interpretación es un acto de intermediación cultural. Traducción de la otredad de una cultura extraña en algo culturalmente familiar para los viajeros. (Cohen, 1984,)
- d. Fabricación: Se trata de una función negativa del rol del guía en donde este fabrica una especie de simulacro sobre el patrimonio visitado a falta de capital cultural de calidad.

El mismo autor plantea que estos 4 roles se pueden clasificar en dos ámbitos del *performance* del guía: la esfera de liderazgo a las que corresponden las funciones instrumental y social, y, por otro lado, la esfera de mediación a la que corresponden la función de intermediación y la comunicativa. Finalmente, clasifica las 4 funciones en las que están dirigidas al ámbito externo, la instrumental y la de intermediación, y las dirigidas al ámbito interno, la función social y la comunicativa.

4 esferas de acción del Guía de turistas		
	Externo	Interno
Esfera de liderazgo	Instrumental	Social
Esfera de mediación	Intermediación	Comunicativa

Ilustración 1. Tabla con las 4 esferas de acción del Guía de turistas según Erik Cohen

Este esquema permite explorar el rol del guía de turistas desde varias perspectivas, históricamente, por ejemplo, podemos ver una evolución que apunta desde la función instrumental predominante en los primeros guías hacia un desarrollo cada vez mayor de la función comunicativa, del guía-intérprete.

El esquema ayuda a comprender como interviene el guía de turistas en su campo de prácticas haciendo un excelente análisis de lo que se pone en juego en el tour guiado, ayudando a comprender la complejidad del fenómeno.

Las funciones clave del Guía de turistas.

Desde 1979 que se escribe el primer artículo sobre el tour guiado, los diversos autores han observado y propuesto diversos roles o funciones de los Guías de turistas. Cohen sienta las bases para enmarcar estas funciones en su esquema.

Sobresale, la esfera comunicativa del campo de acción del guía, todos los autores identifican como función principal la de intérprete. El ámbito de la interpretación conecta el quehacer del guía con el tema del patrimonio y por esta razón resulta doblemente importante, pues es en su vínculo con el patrimonio que la práctica del guía queda inmersa en el campo cultural. Como intérprete, el guía se vuelve en un gestor del patrimonio, que co-participa con los diversos organismos y agentes responsables de su protección y conservación.

Funciones clave del Guía de Turistas																	
Funciones del Guía	Schmidt (1979)	Holloway (1981)	Cohen (1985)	Almagor (1985)	Hughes (1991)	Weller & Davis (1993)	Pond (1993)	Gurung, Simmons, Devlins (1997)	Haig (1997)	Bras (2000)	Howard, Thwaites, Smith (2001)	Bellantyne, Hughes (2001)	Salazar (2004)	Aveleyra (2005)	Brunner (2005)	Jonsson (2009)	Widtfeldt (2010)
Intérprete/educador	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Entrega información	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Lider		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓					✓	✓	✓
Motivador de valores de conservación/ rol-modelo	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	
Rol social/ catalizador	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓				✓
Navegante/protector	✓	✓	✓	✓				✓		✓	✓	✓			✓	✓	✓
Mediador cultural	✓	✓	✓		✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Gestor del tour y del grupo / organizador			✓		✓	✓			✓	✓					✓	✓	✓
Relaciones públicas/ representante de la organización		✓	✓				✓			✓							
Facilitador de acceso a zonas de accesos restringido			✓						✓	✓	✓						
Artesano de experiencias														✓			
Co-productor de experiencia														✓	✓	✓	✓
Co-productor de composiciones tiempo-espaciales																	✓

El tour guiado, una actividad icónica del fenómeno turístico.

Como nos dice Jane Widtfeldt, el tour es una actividad icónica del turismo, que en la vida diaria, usualmente es representada con imágenes y frases que la ridiculizan o estereotipan. La autora en cuestión reconoce 3 razones importantes por las que a pesar de esta representación estereotipada del tour, este sigue teniendo éxito como experiencia para viajar y conocer los destinos. Una es el poco tiempo de los turistas, otra es que ellos no poseen conocimiento local del terreno y la otra es que al participar en un tour, el turista participa en una actividad de ocio. (Widtfeld, 2010, p.).

Esta autora, como varios otros investigadores, especialmente los que han practicado ser guía de turistas, ven al tour guiado como un performance que se hace en interacción con los turistas y otros agentes del sistema, es decir, se trata

de un performance turístico co-producido (Widtfeldt, 2010, p.9). Este performance usualmente tiene lugar en algún tipo de espacio público. El tour, como escenario móvil, se va desplazando por el espacio público y existe toda una constelación de actores-agentes que entran y salen de la escena del tour mientras este se desplaza por el espacio público. Todos estos actores tienen influencia y le dan forma al performance del tour guiado. (Widtfeldt: 2010:10).

Siguiendo con la metáfora del escenario, según Widtfeldt, el guía contribuye a lo que Dean McCannell llamó la *autenticidad escenificada*, al señalar, nombrar, enmarcar, enaltecer y consagrar los elementos clave del paisaje patrimonial. Al mismo tiempo, los viajeros son parte activa del *performance*, negociando y dándole forma de acuerdo a sus hábitos y circunstancia. (Widtfeldt: 2010:10)

Edward Brunner, antropólogo que ha hecho observación etnográfica como guía de turistas, comenta que *el tour guiado tiene el formato de una interacción dialógica entre el intérprete y un pequeño grupo de turistas*. Comenta que el resultado es un formato muy abierto, más como una discusión, que como una conferencia. El formato del tour permite la improvisación y faculta el proceso constructivista del conocimiento (Brunner 2000, p. 166, p14).

El paisaje se construye en *el performance de ese paisaje* (Tucker: 2007) mientras los viajeros se mueven a través de él, interactuando con el intérprete, se van construyendo varias narrativas en diversos planos.

Las estrategias del guía son informadas por su *habitus*, ese sistema general de disposiciones basadas en su formación y capacitación, la experiencia que construye a través de *performances* repetidos con los turistas, su posición específica en el campo, y por supuesto, el *habitus* generado por el curso total de su vida. (Widtfeldt, 2010: 35)

Por otro lado, Mikael Jonasson, desde la geografía humana, concibe el guiar como *un performance en el que se ponen en juego animaciones de elementos conocidos y desconocidos, de antes y ahora, de aquí y de allá, de adentro y afuera. El guiar como proceso que despliega composiciones creativas de tiempos-espacios*. (Jonasson, 2010, p.2)

Según este autor, cuando el guía opera o interviene en el campo junto con el grupo, señalando lugares y desempeñándose en ellos, el grupo-tour guiado produce *lugares* a través de una co-producción y co-creación de momentos de experiencia compartida.

Jonasson concibe el guiar como una práctica de representación, creación y co-producción, que permite des-localizaciones, conexiones, intersecciones e híbridos entre diferentes tiempo-espacios que convergen en el presente del tour guiado.

Guiar es un proceso de intervención territorial, una práctica situada, que consiste en la representación e interpretación de lugares, es un proceso de creación de marca de lugar y por eso la importancia estratégica sobre los mensajes que el guía comunica sobre el destino en la producción de experiencias paisajísticas memorables.

Jonansson describe el guiar como una actividad que involucra cuerpos en movimiento, es decir, involucra ritmos corporales y el movimiento y desplazamiento de grupos de cuerpos en espacios definidos por dinámicas y limitantes de muy diversa índole.

“Una *guiada* de calidad se logra cuando se intensifica la comprensión de un evento y un lugar a través de señalar, narrar, caminar, sincronizar y colocar a los cuerpos de los viajeros en relación a los objetos-clave del paisaje.

Guiar consiste en una serie de actividades desempeñadas, incorporadas y situadas que apuntan a la producción de tiempo-espacios, *narrativas* que despliegan, inscribiéndose en los cuerpos de los viajeros, nuevas dimensiones de comprensión tanto de los lugares y espacios públicos visitados, como del propio ser del viajero.

Guiar implica la creación de nuevos tiempos-espacios, lo que quiere decir la creación de nuevas dinámicas y pautas sociales que involucran movimientos emotivos, narrativos, sensitivos, gestuales, vocales y rítmicos que no se pueden reducir a los objetos que se conocen o visitan durante el tour guiado. (Jonasson: 2010:12)

Los grupos guiados producen sus tiempos-espacios particulares convirtiendo, des-localizando e intercalando otros tiempo-espacios dentro del presente del tour.

Cuando se guía, con los procesos de *señalar* y *hacer referencia*, se crean nuevos ensamblajes de materialidades y vínculos narrativos, a través de un proceso dialéctico que señala *materialidades-objetos* y *hace referencia* a lo social/cultural/económico. (Jonasson, 2010, p.15)

Método de *señalar* y *hacer referencia*



Nuevos ensamblajes de materialidades y vínculos narrativos que se inscriben en los cuerpos viajeros como experiencias memorables

Es con este doble proceso de señalar y hacer referencia como se producen las composiciones de tiempos-espacios. Los objetos de patrimonio condensan múltiples significados y sentidos que el guía despliega haciendo referencia a lo social-cultural-económico, intercalando el pasado con el presente, conectando un espacio con otro, transformando lo invisible en visible, trazando paisajes culturales en la imaginación de los viajeros de tal forma que si lo hace con cierto ritmo, cadencia e intensidad se encontrará en posibilidad de inscribir en los cuerpos de los viajeros una experiencia memorable.

Esta perspectiva del *tour guiado como fenómeno complejo* todavía no está presente en el campo de prácticas mexicano. La dimensión de la función del guía es bastante limitada dentro del propio gremio y en los sectores turístico y cultural. No hemos logrado empalmar los planteamientos teóricos sobre lo que hace el guía y el quehacer en el terreno. Básicamente, la mayoría de los guías se conciben a sí mismos y de manera limitada como *dadores de información* y así se concibe fundamentalmente su rol desde el sector turismo, algo que se manifiesta en la Norma 08.

Sin embargo, desde hace más o menos 15 años hay cambios importantes en el campo donde incide el guía. Desde el ámbito internacional de la UNESCO y sus organismos consultores como el ICOMOS, la sostenibilidad en la relación con el turismo se considera uno de los temas claves de la gestión del patrimonio. La

Carta Internacional de Turismo Cultural de 1999 y la Carta Ename de Interpretación en Sitios Patrimonio del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios inciden plenamente en el campo de prácticas del guía pero los principios de estos documentos son casi desconocidos en el contexto mexicano. Esto va cambiando poco a poco.

Ya estamos en el punto de tener más claro que el guía más que informador es *intérprete*, e interpretar, como nos dice Freeman Tilden, no es sólo informar sino una práctica que *revela significados*. Todavía no creamos los esquemas necesarios para proveer a los guías de manera eficiente con estas y otras herramientas interpretativas.

En el Diplomado de Guías, saturamos a los jóvenes con información arqueológica, histórica, etnográfica pero no les enseñamos como hacer uso de ese capital cultural en el campo de prácticas, no les enseñamos las bases del sistema turístico de forma que puedan contextualizar su *performance* y así poder integrarse mejor a la cadena de valor del destino. Poco a poco hay cambios, en la ENAH se dio un módulo de interpretación del patrimonio por primera vez en el Diplomado de Guías en 2009.

Tenemos mucho camino que recorrer, el libro clásico de la interpretación del patrimonio fue escrito en los años cincuenta del siglo XX. El título es *Interpreting our Heritage* y su autor es el estadounidense Freeman Tilden, que desarrolla su propuesta con base en su trabajo en los Parques Nacionales de los Estados Unidos. Tilden propone seis principios básicos de la interpretación. Este libro y sus principios han tenido un impacto importante en el campo de prácticas en diversas partes del globo. Con base en ellos se funda en Estados Unidos la National Association for Interpretation, que asocia a intérpretes de diversos países, los capacita y certifica además de divulgar conocimiento e investigación sobre la interpretación y sus diversas vertientes a través de diversas publicaciones, congresos, seminarios y conferencias. En México existen varios guías miembros de la Asociación y, existe por lo menos un guía certificado a través de su proceso.

Así llegamos a otro de los temas importantes en el campo de práctica de los guías en México: no existe una asociación que congregue y organice a la mayoría de los guías y mucho menos una que cumpla las funciones de gestión del conocimiento que ejerce la NAI en Estados Unidos. Existen diversas asociaciones, sindicatos y grupos, pero el sector está atomizado. En parte, esto se debe al carácter insular del trabajo del guía, un trabajo que se hace en solitario.

Paradójicamente, a pesar de que la materia prima con la que trabaja el guía es su capital cultural no hay una gestión eficiente del conocimiento dentro del campo, algo que fortalecería de manera definitiva al sector.

No es fácil socializar el conocimiento en este campo ya que en general el guía trabaja de manera independiente con su grupo, existe poca transferencia de conocimiento y pocos esquemas para hacerlo de manera eficiente, aunque existen ciertas pautas o formas de trabajo que cualquiera que entra al campo está obligado a aprender si quiere acceder al capital disponible de forma competitiva.

Aprendiendo de otros guías y de los choferes con experiencia en tours el guía novato accede a los usos y costumbres del gremio, los tiempos, los itinerarios, los restaurantes y tiendas, entradas y salidas, baños, estacionamientos, el conocimiento de la esfera instrumental y de intermediación, pues si no tiene esto bien resuelto su labor en las otras dos esferas, la social y la comunicativa, no podrá desempeñarla plenamente.

Este es un conocimiento que actualmente sólo se adquiere en el terreno y en general en las empresas turoperadoras no existen esquemas definidos de formación para acceder a ellos. Es raro por ejemplo, que un guía haga un recorrido completo con otro guía. Tal vez se escuchen de repente entre ellos trabajando *in situ*, pero faltan esquemas que fomenten la socialización de conocimientos desde una perspectiva integral que se podría basar en el esquema de Cohen presentado anteriormente.

En el campo de prácticas mexicano un buen número de guías tiene un *habitus* envuelto en una serie de inercias negativas que han desacreditado al gremio. Ha existido un problema en la calidad de la información e interpretación del guía, que ha abusado de la *estrategia de fabricación*, revelando un déficit importante en su *capital cultural*.

La reacción ante esta tendencia negativa del *habitus* dentro del campo del guía de turistas fue la intervención gubernamental regulando el campo. Podemos decir que la regulación existente, por un lado ha mejorado el *habitus* del campo de prácticas pero, por otro, el proceso de acreditación tal vez esté limitando el ingreso a agentes mejor calificados, además de que necesita una reformulación tendiente a formar intérpretes y gestores culturales.

El día de hoy, uno de los principales elementos dinamizadores del campo del guía ha sido la entrada de nuevos perfiles que se aproximan desde el ámbito profesional: arqueólogos, historiadores, antropólogos, gastrónomos, arquitectos, biólogos, licenciados en turismo, historiadores del arte, etc.

El esquema actual de capacitación está enfocado en proveer al futuro guía de información histórica y cultural, un pequeño módulo sobre conducción de grupos y también sobre normatividad, pero no se ha diseñado un esquema eficiente de formación en interpretación del patrimonio y gestión cultural, herramientas que son elementales para el campo de prácticas el día de hoy si México quiere competir a nivel internacional. Dotando de estas herramientas a los agentes del campo se pueden detonar procesos de innovación, que vinculen el desarrollo de empresas culturales a los mercados turísticos.

El tema de la gestión del conocimiento en el campo de práctica nos ayuda a comprender la interacción entre el sector turístico y el cultural. En la práctica del guía de turistas interactúan las tres fases de gestión del conocimiento, generación, diseminación y aplicación, en formas complejas.

El guía es un gestor que difunde y aplica conocimiento generado en el sector cultural dentro del sistema-turismo. Él adquiere este conocimiento o capital cultural interactuando y enlazando su práctica con procesos de gestión del conocimiento desarrollados en el ámbito cultural.

En el campo de prácticas del guía se transfiere conocimiento del sector cultural al turístico. Las principales fuentes de información y conocimiento del guía de turistas provienen de agentes del sector cultural, como la Escuela Nacional de Antropología en lo que se refiere al Diplomado de Guías o la Revista Arqueología Mexicana como una importante herramienta de fácil acceso a conocimiento de recursos arqueológicos, indispensables en el campo de práctica mexicano.

Sin embargo, a pesar del Diplomado, el flujo de conocimiento desde el sector cultural a los guías es mínimo y no especializado en lo que se refiere a la *práctica*, a pesar del importante acervo de información disponible y que permitiría al guía hacer mejor su trabajo.

El campo del guía de turistas refleja las tensiones y conflictos entre turismo y cultura. Revela una relación que poco a poco tendrá que fortalecerse si queremos un gestión sostenible del patrimonio e innovación en el diseño y desarrollo de producto.

Una estrategia desde el sector cultural que incida en el campo de prácticas del guía tendría que considerar a este como un socio-estratégico en la *gestión del patrimonio*. Esa estrategia tendría como uno de sus ejes el tema de la interpretación y buscaría crear puentes más eficientes entre el ámbito de la investigación y el de la interpretación. En el trabajo de campo realizado hemos detectado que si el guía conociera mejor los procesos de investigación del patrimonio la calidad de su desempeño incrementaría.

Por eso los nuevos perfiles que están ingresando al campo abren un nuevo espectro de posibilidades y están generando nuevas dinámicas que transformarán el *habitus* predominante en el campo. Es un perfil con alto nivel de capital cultural y muchos de ellos integran los procesos de investigación e interpretación del patrimonio en su quehacer lo que incrementa la capacidad para generar experiencias de calidad.

Gestión del conocimiento en sistema-turismo: el **guía de turistas** como gestor del conocimiento.



El guía de turistas trabaja con la palabra, el espacio, el tiempo, su cuerpo y el de los viajeros que guía. El tour guiado es un *performance* que realizado con el ritmo e intensidad necesarios, con interpretaciones de calidad, puede detonar procesos de autoconocimiento en la interacción de los viajeros con el patrimonio.

Como intermediario cultural, el guía se sitúa en una frontera donde convergen alteridades, si es hábil en su *performance* será capaz de crear en esa frontera nuevos paisajes culturales, que se inscribirán en los cuerpos viajeros con los que co-produce un tipo singular de *artesanía*.

El guía es así un *artesano de experiencias*, su materia prima es el capital cultural: el suyo, el del patrimonio visitado y el del viajero. En la transacción de capitales de estas tres fuentes se forja una artesanía que si es bien horneada será una experiencia memorable de alta calidad. Al guiar a turistas internacionales, el guía exporta un servicio, en esta breve ponencia he tratado de esbozar un planteamiento sobre la práctica del guía que apunta hacia el tipo de artesanías que como artesanos de turismo cultural los guías de turistas tienen que exportar desde México cada vez más.

Bibliografía.

Barré, Hervé. World Heritage Cultures: UNESCO and Tourist Guides: common goals?

Cohen, Eric. The Tourist Guide. The Origins, Structure and Dynamics of a Role. In Annals of Tourism Research, 1984.

Fine, Elizabeth, Speer Jean. Tour Guide Performances as sight sacralization. In Annals of Tourism Research, 1984.

Holloway, Cristopher. The Guided Tour. A sociological approach. In Annals of Tourism Research, 1981

Jonasson, Mikael. City guiding and the production of time-spaces. 2010

Schimdt, Catherine. The Guided Tour. Insulated adventure. 1979

Wallace, Tim. Tourism, tourist and anthropologists at work. NAPA Bulletin 32, 2005.

Widtfeldt, Jane. The guided Tour: a co-produced tourism performance. PhD Thesis 2010