

EL PAPEL DEL GUÍA TURÍSTICO EN EL CONTEXTO DE LA CONSERVACIÓN Y VALORACIÓN DEL PATRIMONIO TANGIBLE E INTANGIBLE

António Santos Veloso¹

António dos Santos Queirós²

Resumen

El punto de partida de esta reflexión crítica es el concepto dominante en Portugal de guía turístico, hasta la desregulación y la descalificación de 2011:

"El Guía nacional (y el Guía Regional) es el profesional que acompaña a los turistas en los viajes y visitas a lugares de interés turístico, como museos, palacios y monumentos nacionales, transmitiendo información general, histórica y cultural, cuya actividad abarca todo el territorio nacional".

De acuerdo con esta definición, la tradición de las escuelas y la formación profesional de guías de turismo, se centró en la formación generalista orientada a la historia y la historia del arte y en el aprendizaje de un idioma extranjero dominante

1. En este contexto, discutiremos primero si la difusión de los recursos de información multimedia puede equivaler a la función del guía, en particular en su relación directa con la diversificación y expansión del turismo y del turismo cultural.

2. Analizaremos entonces si la formación y capacitación alrededor de esos dos temas a los que añaden la especialización en dos o tres idiomas extranjeros, favoreciendo a lo inglés, corresponde no sólo a la demanda, sino también al gusto de las diferentes capas de la clase media, que constituyen la abrumadora mayoría de los flujos de turismo.

El concepto de «gusto» incluye no sólo la información científica ampliada, sino también los valores estéticos y morales (ética).

3. Examinaremos paralelamente los problemas de comunicación en el turismo, desde el concepto griego de "pedagogo" y cuestionaremos su relación con la retórica (y los medios de comunicación) y el teatro.

4. Buscando caminos nuevos, intentaremos sistematizar no sólo el perfil del guía que corresponde a la ascensión del nuevo paradigma de turismo ambiental (ambiente naturaleza más cultura), sino también establecer una ruta abierta de formación científica diversificada, que abarca todas las artes, pero también la estética y las nuevas éticas, en conjunto con las Ciencias de la comunicación y las artes escénicas.

Palabras clave: Gusto. Comunicación. Pedagogía. Retórica. Teatro. Formación.

¹ Centro de Formación de Profesores (Profesional) de Conimbriga.Cefop.Conimbriga (I&D). E- mail: ajoaveloso@gmail.com

² Centro de Filosofia de la Universidad de Lisboa. CFUL. E-mail: adsqueiros@gmail.com

THE ROLE OF THE TOURIST GUIDE IN THE CONTEXT OF THE CONSERVATION AND VALUATION OF THE TANGIBLE AND INTANGIBLE HERITAGE

Abstract

The starting point of this critical reflection is the dominant categorization of tourist guide in Portugal, until deregulation and disqualification in 2011:

"The national guide (and regional guide) is the professional who accompanies tourists on trips and visits to tourist attractions, such as museums, national monuments and palaces, communicating historical and cultural information, whose activity covers all national territory ". In Spain, the formation of guides talk about usually to cultural tourism.

According to this reducing definition, the tradition of schools and the training of tour guides, settled on general directed to the History and History Art, accompanied with the learning of a foreign dominant language, despite some recent curricula include the first references to the "natural heritage".

1. We will review then if vocational training (and qualification) around these two themes (History and Art History) to which they add the specialization in two or three foreign languages, favoring the English, correspond not only to the currently demand, but also to the “taste” of the different layers of the middle class, which constitute the core business of tourism flows. The concept of "taste" includes not only the interest in expanded scientific information, but also aesthetic and moral values (ethics).

2. In this context, will be debated if the dissemination of multimedia information resources can be equivalent to the Guide performances, particularly in direct relationship with the diversification and expansion of tourism categories (types), Cultural Tourism, Tourism of Nature and Rural Tourism, integrating the new paradigm of Environmental Tourism.

3. We will examine in parallel the problems of tourism communication, from the Greek concept of "pedagogue" and inquiring the relationship of tourism communication with the disciplines of Theatre (and the media) and Rhetoric.

4. Looking for new courses of formation and activity to the guides, we will attempt to systematize not only the guide profile corresponding to the emergence of a new paradigm, the environmental tourism (environment is nature more culture), but also to establish a open pathway to diverse scientific training, encompassing not just science and technology, but also all the scenic arts, the performing arts, sciences of communication, in conjunction with aesthetics and the new environmental ethics.

Key words: Guidance. Taste. Paradigm. Environmental tourism. Scenic arts

1. INTRODUCCIÓN

El concepto del producto turístico y particularmente del producto de turismo cultural, en el período después de la segunda guerra mundial, fue mucho más restringida que la actual. Además de los museos (de arqueología, historia, arte y etnografía), residió en la visita a los monumentos (castillo, palacio, catedral, etc.), a los centros históricos y las ruinas arqueológicas, siendo considerado un nicho no accesible a grandes masas populares. Para ellas sería orientada la expansión del turismo del sol y playa en el occidente, junto con la reconstrucción y la expansión económica y el crecimiento de la clase media. El trabajo del guía también fue reservado para el disfrute de una élite más educada o simplemente más rica.

En Portugal el concepto dominante de producto turístico está totalmente integrado en esta realidad, restringiendo el papel de guía, como puede verse en la definición oficial I³:

“El Guía nacional (y el Guía Regional) es el profesional que acompaña a los turistas en los viajes y visitas a lugares de interés turístico, como museos, palacios y monumentos nacionales, transmitiendo información general, histórica y cultural, cuya actividad abarca todo el territorio nacional”.

Según esta definición, la tradición de la formación profesional de guías turísticos se centró en una formación general orientada a la historia y a la historia del arte y en el aprendizaje de una lengua extranjera.

Esta fue la realidad en el país hasta la desregulación y las descalificación en 2011, que ha liberalizado, sin título profesional, la actividad de guía turístico, al contrario de lo recomienda la norma Europea EN 1809 con respecto a servicios turísticos, a agencias de viajes y operadores de turismo.⁴

En España, se basa la formación de guías, en general, en la importancia creciente del turismo cultural y su objetivo y cuadro legal, es evidenciado en documentos oficiales como el que se reproduce en la nota ⁵ La profesión de guía está asociada con el guionamiento de turismo cultural, y los programas de formación son orientados para esa finalidad:

³ Ver Decreto-Lei 16/71 de 26 de Janeiro.

⁴ La definición que el CEN (Comité Europeo de Normalización) establece para el término guía de turismo en la Norma Europea EN 1809 sobre Servicios turísticos. Agencias de viaje y turoperadores, es:

Persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona, que normalmente posee una titulación específica sobre una zona, por lo general emitido o reconocido por las autoridades competentes.

⁵ DECRETO 5/2016, DE 25 DE FEBRERO, POR EL QUE SE REGULA EL ACCESO Y EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD DE GUÍA DE TURISMO EN LA COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

La actividad profesional de guía de turismo es de gran importancia en el desarrollo y promoción del turismo cultural, con una gran relevancia en la Comunidad de Castilla y León, ya que son los profesionales que se dedican de manera habitual y retribuida a prestar servicios de información y asistencia en materia cultural, monumental, artística, histórica y geográfica a los turistas en sus visitas a museos y a los bienes integrantes del patrimonio cultural.

El marco jurídico de la ordenación de la profesión de guía de turismo en Castilla y León, parte de la normativa comunitaria aplicable.

Así, por una parte, en cuanto a la libertad de establecimiento y la libre prestación de servicios es de aplicación la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios

“...son los profesionales que se dedican de manera habitual y retribuida a prestar servicios de información y asistencia en materia cultural, monumental, artística, histórica y geográfica a los turistas en sus visitas a museos y a los bienes integrantes del patrimonio cultural.”

2. CUADRO DE INTERVENCIÓN Y CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL GUIONAMIENTO EN TURISMO

La historia de la gran evolución paradigmática que hoy ha transformado el concepto de producto turístico y turismo y como resultado del guionamiento, tiene como consecuencia que el modelo de "el sol y playa" más comedores y diversión, ya no es dominante. Todavía nuestra reflexión no es dirigida para contar esa historia, este ensayo elige centrarse en la elaboración conceptual de los problemas del guionamiento, basada en los nuevos paradigmas socio-culturales, éticos y estéticos, del Turismo Ambiental, concepto global que integra el Turismo Cultural, el Turismo de Naturaleza y el Turismo en Espacio Rural.

Para discutir el papel que actualmente debe asignarse al Guía, contemplando la conservación y valoración del patrimonio tangible e intangible, donde resultará un cuadro referente a sus maestrías personales y competencias profesionales, tenemos que considerar lo que creemos que debe entenderse por recursos potenciales de patrimonio para convertirse en productos turísticos, tema más desarrollado en otra comunicación al Congreso.⁶ Por las razones que vamos a exponer y discutir en este texto, consideramos imprescindible observar en la comunicación de la actividad turística las siguientes ideas o condiciones

1. La estrategia de planificación, organización y gestión del turismo moderno debe estar conectada con el desarrollo sostenible y con el Código Mundial de Ética para el Turismo.
2. El paisaje cultural, ya sea rural o urbano, constituirá un recurso turístico potencialmente transformable en producto turístico.⁷ Pero el paisaje se vuelve efectivamente un producto turístico con el nivel correspondiente al su valor real y su visita solamente creará disfrute y significará placer, si incorporar una adecuada interpretación (que no es sólo ver sino también sentir, oír... debe ser multisensorial), indispensable para agregar un nuevo valor cultural y económico a la actividad de visitar el patrimonio.

en el mercado interior, que fue incorporada al ordenamiento jurídico español por la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

Por otra parte, también resulta de aplicación específica a la ordenación del acceso y el ejercicio de la actividad de guía de turismo, la Directiva 2005/36/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 7 de septiembre de 2005, relativa al reconocimiento de cualificaciones profesionales, modificada por la Directiva 2006/100/CE, del Consejo, de 20 de noviembre de 2006, que ha sido incorporada al ordenamiento jurídico español por Real Decreto 1837/2008, de 8 de noviembre. Esta normativa de reconocimiento de cualificaciones profesionales, en la regulación de la actividad de guía de turismo, prima sobre la reguladora del mercado interior tal y como establece la Directiva 2006/123/CE.

⁶ Ponencia “Patrimonio material y material: del concepto de paisaje cultural al producto turístico”, de António dos Santos Queirós

⁷ Consultar: Queirós, A (2015). *Cultural tourism and the new economy of heritage*. International Journal of Scientific Management and Tourism. iManagement and Tourism. Vol. 1-2. Córdoba, Spain, (pp. 229-251)

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326.Santos Veloso. A & dos Santos Queirós. A "The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage"

3. Esta interpretación debe considerar la cuestión del gusto, intrínsecamente vinculado a la cuestión de los valores y por lo tanto a la ética y a la moral social y a la estética. La difusión de los valores de la Ética Ambiental y los valores de su filosofía de la naturaleza y del medio ambiente, causaron también un cambio sustancial en el concepto de calidad del producto turístico, certificado de valores que ahora se valora cuando tiene un certificado ambiental, ambiente, no solamente en su material pero también en su dimensión inmaterial.
4. El Turismo Cultural y el Turismo de Naturaleza, incluyendo el Turismo en los Espacios Rurales, tres categorías diferenciadas por sus estructuras orgánicas y distintos productos, pero muy cerca, integran un único concepto, el Turismo Ambiental, porque el concepto de ambiente corresponde a los de naturaleza más cultura; en nuestra época toda la naturaleza ha sufrido la influencia del hombre. Los productos del turismo ambiental tienden a predominar en el gusto de la clase media, integrando el patrimonio material y el patrimonio inmaterial. Y para obtener los efectos deseados de la lectura, comprensión y experiencia por parte del visitante, el guionamento debe integrar la ecología del paisaje (patrimonio material) y su metafísica (patrimonio inmaterial), que constituyen la esencia del producto turístico⁸.

2.2 Marco conceptual del guionamento en turismo ambiental

Así hemos definido el cuadro de los objetivos estratégicos del guionamento turístico y del papel del Guía. Este cuadro parece satisfacer la definición del Comité Europeo de Normalización para el Guía determinada por la norma EN 1809 sobre servicios turísticos, agencias de viajes y operadores turísticos:

"Persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección y interpreta el patrimonio cultural y natural de un área, que generalmente tiene un título específico en un determinada área, generalmente emitido o reconocido por las autoridades competentes".

Y surgirán algunas propuestas nuevas e interesantes sobre lo que podría ser la interpretación del patrimonio en relación con las funciones del Guía Turístico. Elegimos aquella que mejor corresponde a nuestra visión, para comentar y ampliar, integrando en el concepto de patrimonio el patrimonio natural y no solamente el patrimonio cultural:

"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 genere sus propios significados en relación con ese recurso, para lo aprecie y disfrute. (Morales y Ham, 2008:4-7)⁹

Creemos que hay tres aspectos positivos a destacar en esta definición. La primera es que debe ser un proceso creativo de comunicación con una intención estratégica. La segunda es que esta estrategia debe considerar quién es el destinatario de la comunicación, lo que piensa, siente y es capaz de apreciar. La tercera es que esta estrategia buscará producir conexiones intelectuales y emocionales entre el visitante y el recurso que es interpretado, orientando el

⁸ Consultar: Queirós, A. (2013). Cultural agents of change and the sunset of environmental services. And Old farming mountain systems. *The economy and ecology of heathlands*. Published by Alterra (Wageningen-UR (University and Research Centre). INBO (Belgium) KNNV Publishing. Neederland, pp. 49-50 and pp. 31-48.

⁹ Consultar Morales, J.; Guerra, F. J.; Serantes, A. (2009) "Bases para la Definición de Competencias en Interpretación del Patrimonio - Fundamentos teóricos y metodológicos para definir las Competencias Profesionales de Especialistas en Interpretación del Patrimonio en España", pág. 6.

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326.Santos Veloso. A & dos Santos Queirós. A "The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage"

visitante para concebir y interiorizar sus propios significados, lo que constituye una parte importante de su disfrute.

Así mismo, según nuestra propia perspectiva, el guía debe respetar tanto los valores materiales como los valores inmateriales del patrimonio, así como la persona del visitante, con la finalidad que estime y disfrute el patrimonio.

Como ha sido escrito en otro contexto:

".. el paisaje no es un libro abierto. Es necesario conocimiento científico, de la Estética y de la Ética para conocerla en profundidad en el presente y en su evolución, y reciben competencias para la interpretar. "

Incorpora, progresivamente, una dimensión científica plural, no sólo aquella que tiene origen en la ecología tradicional, una ciencia de la relación de los seres con el medio ambiente, sino también una amplia gama de otros dominios científicos, la geografía y la historia cuando estudian la humanización de grandes cuadros naturales, la biología que revela la importancia de la diversidad de los seres vivos, la geología que conduce al reconocimiento de las condiciones paleo ambientales las cuales generaran los ciclos de extinción y de expansión de la biodiversidad, las matemáticas al crear modelos de evaluación y gestión de los sistemas ecológicos, la física y la química implicada en el análisis de los fenómenos de contaminación y el cambio climática... al mismo tiempo que se refiere a la necesidad de evaluar nuestro modo de crecimiento en los planes de la ética y de la moral.

Ecología del paisaje (humanizado). Entiendo que, en nuestra definición, es una visión estructural y sistémica, que abarca los grandes cuadros naturales, caracterizados y distinguidos por los distintos dominios de la ciencia _ que van de las Ciencias Exactas a las Ciencias Ambientales; quiere también por el trabajo del hombre agricultor, pastor y arquitecto de paisaje. Y por lo tanto, también la necesidad de recurrir a la competencia de las Ciencias Históricas y de las Humanidades.

Pero la interpretación del paisaje, en la perspectiva de la filosofía de la naturaleza y del medio ambiente, estaría incompleta sin el uso de otra categoría, que se define como:

Metafísica del paisaje, que es del dominio de la "espiritualidad", del "alma" de las cosas, de las categorías, las emociones y sentimientos estéticos de "bello" y "hermoso", o "sublime", "maravilloso" y "misterioso", del "monumental", del "dramático", "épico" y "trágico".(Queirós:2013)¹⁰

Esta conexión estratégica crea la necesidad la integración de las políticas de salvaguarda del patrimonio con el desarrollo de las 7 de Cadenas de Valor de la economía del turismo¹¹ y al estudio en paralelo de las categorías estéticas y morales del paisaje en el contexto de la ética ambiental y del Código Mundial de Ética para el Turismo. Y conduce a su apropiación por las diferentes capas de la clase media que es el cuerpo central de clientes que configura un destino turístico según el paradigma emergente de turismo ambiental.

¹⁰ Consultar: Queirós, A. (2013). Cultural agents of change and the sunset of environmental services. And Old farming mountain systems. *The economy and ecology of heathlands*. Published by Alterra (Wageningen-UR (University and Research Centre). INBO (Belgium) KNNV Publishing. Neederland, pp. 49-50 and pp. 31-48.

¹¹ As 7 Cadeias de Valor da economia do turismo ambiental são o Alojamento, a Restauração, as Lojas e o Merchandising, a Animação, os Transportes e o Agenciamento.

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326. Santos Veloso, A & dos Santos Queirós. A "The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage"

Este concepto de turismo ambiental, en conformidad con la hermenéutica de elaboración, también está intrínsecamente asociado con los nuevos conceptos de Gusto y Paisaje Cultural, como resultado del desarrollo planteado por la ciencia y la ética ambiental contemporáneas, por una educación más amplia y profunda de las poblaciones, en el contexto del desarrollo de la clase media, lo que, por supuesto, provocó no solamente una modificación profunda de los conceptos de arte y cultura, pero también amplió su disfrute con el desarrollo de actividades culturales encuadradas por el turismo ambiental.

En el actual contexto de crisis ambiental, el turismo cultural y el turismo de naturaleza, más el turismo en las zonas rurales, están en el corazón de la fenomenología del turismo como actividad económica sostenible y son objeto de normas establecidas por el Código Mundial de la Ética para el Turismo, que recientemente dejaron de ser meras recomendaciones para convertirse en obligatorios principios de extensión de la Carta de las Naciones Unidas.¹²

La formación de guías turísticos y su desempeño profesional hoy no puede ignorar la aparición en el mercado mundial de este nuevo paradigma de turismo ambiental y sus imperativos éticos.¹³

2.3 Los límites de las nuevas tecnologías y la importancia estratégica de información y guionamento por el Guía Turístico

Cualquier información sobre el producto turístico que se puede visitar y disfrutar, alguna sugerencia para el análisis y la contemplación del patrimonio, incluso si transmitida por un medio técnico que añade un mejor conocimiento, que pueda contribuir para interpretar el producto y aumentar la satisfacción y disfrute del visitante, valora la visita y el producto turístico. Este guionamento que es promovido gracias al uso de tecnologías, humanizadas con un discurso informativo o mismo un video que indica, el producto turístico o mismo un video incluyendo información con detalle, aumentará el valor añadido al producto turístico. Pero sólo el guionamento hecho por un guía profesional cualificado y conocedor del patrimonio será posible combinar la información personalizada y la información por la tecnología para lograr comunicación, que quiere decir:

- Hacer una presentación adaptada a los destinatarios: a su generación, educación, cultura y gusto;
- Ayudar cada visitante a ir haciendo la interpretación y disfrute del producto, no utilizando el Guía su autoridad profesional, pero si una información sugestiva, empática, y respondiendo a las preguntas o hipótesis formuladas por el visitante. Por supuesto esta calidad del guionamento

¹² Después de haber sido aprobado por unanimidad en la Asamblea General de la Organización Mundial del turismo (OMT), realizada en Santiago de Chile, en octubre de 1999, veintisiete años después de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente celebrada en Estocolmo (1972), que representa el reconocimiento mundial de la crisis ambiental y el establecimiento de los principios ético-político que deben conducir a un cambio de paradigma del desarrollo y de la economía, y sin embargo ningún imperativo y carácter obligatorio, el Código ha adquirido el estado de Convención Internacional solamente en 2017: "The member States of the World Tourism Organization (UNWTO) approved today a historical document - the UNWTO Framework Convention on Tourism Ethics. The Convention, approved at the 22nd UNWTO General Assembly transforms the Code of Ethics for tourism into an international convention, the first in the life of the Organization. Madrid, Spain, 15 September 2017." La conciencia ambiental tardó a llegar a los responsables del turismo.

¹³ Hasta hoy, en Portugal, ningún curso de turismo incluyó en su programa el estudio de los principios del Código Global de Ética para el Turismo y los problemas de su aplicación a la actividad turística, con la excepción de los trabajos en esta área realizados por los autores, que no se congratulan con esta situación.

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326.Santos Veloso. A & dos Santos Queirós. A “The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage”

también tiene que ver con el tamaño, comportamiento y uniformidad del grupo. Y puede mostrar bajo qué circunstancias la visita en grupo tendrá mayor calidad;

- Aprovechar los momentos de mayor placer que pueden ser proporcionados por los patrimonios_ o las narrativas asociadas, un detalle, una historia, un mito, un leyenda_ patrimonio como escenario o, más correctamente, como el personaje principal del momento de la visita que se convirtió en una escena dramatizada;
- Únicamente con el contacto personal puede funcionar la empatía, la capacidad para motivar la audición y la interpretación dialogante que son aspectos que aumentan el disfrute transformando recursos en productos turísticos. También se trata de la única forma de embarcarse en interpretaciones más complejas, admisibles sólo cuando los interlocutores tienen cultura y disponibilidad necesaria para su comprensión y apreciación;
- Sólo con un guionamiento personalizado es posible demostrar a los visitantes de la región la importancia de las rutas y circuitos para revelar la coherencia de las culturas, los campos y de las sociedades, los asentamientos y el patrimonio natural y cultural, conseguir una más completa comprensión y disfrute de los hábitats, paisajes, patrimonio, tradiciones y costumbres, artes, historia y tradiciones, transformando los excursionistas en turistas.
- Desarrollar, también partiendo de la experimentación indispensable, la preferencia del turista por las visitas y el consumo de productos turísticos diversos será uno de los medios más eficaces para transformar recursos en productos turísticos y los excursionistas en turistas, promoviendo un crecimiento muy fuerte en los ingresos ya que el turismo potenciará los comedores y el alojamiento y, probablemente, otras variantes de las Cadenas de Valor: tiendas y merchandising, entretenimiento, transporte y agencias de viaje. Por ello hemos concluido que es importante que la formación de guías turísticos logre instruirlos en las competencias prácticas y capacidad de investigación sobre los significados y orígenes del patrimonio, de los paisajes culturales "semisalvajes", una práctica que cualificará para el guionamiento pero también proporcionará los conocimientos y maestrías para la creación de rutas y circuitos y el diseño de los guiones de visita.¹⁴

2.4.¿Qué competencias deben tener los Guías Turísticos? Del perfil del Guía de Turismo Cultural al perfil de Guía de Turismo ambiental. Guías nacionales, regionales y locales de Turismo Ambiental

Lo que es esperado de los guías, en conformidad con la síntesis presentada, ya nos revela las orientaciones generales sobre cuál debe ser su conocimiento de orden científico, su nivel cultural, su capacidad de investigación y creatividad. También es importante pensar sobre cuáles debieran ser sus capacidades, maestrías y valores como comunicadores, en algunos casos incluso de animación, actores, dada la necesidad pedagógica de presentar a distintos públicos diferencias no sólo descripciones, sino también el espíritu o trascendencia de las culturas que exponen el patrimonio.

En este contexto y dada la dimensión interdisciplinaria y el sistema de equivalencias característicos de la educación superior, el acceso a la profesión de guía nacional puede estar basada no sólo en la frecuencia de una titulación en turismo, sino también en el reciclaje de

¹⁴ Hemos utilizado la palabra guion, pues en la circunstancia de un circuito bien elaborado y dirigidas a un público exigente, se entienden que un guía (texto de guionamiento) merece el epíteto de secuencia de guion..

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326.Santos Veloso. A & dos Santos Queirós. A “The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage”

titulaciones orientadas tradicionalmente a otras profesiones, sobre la base de extensión de la actividad de guionamento del patrimonio natural del patrimonio cultural.

Con respecto a la formación en la Universidad su importancia será más valorada si capacitar el guía para investigar, experimentar, reflexionar, a aprender el conocimiento científico y empírico para mejor comunicar. Cualquiera que sea su formación básica, para introducir cada patrimonio específico, el guía tendrá que investigar, aprender a conocer y a crear modos y temas que apoyan la presentación con profundidad cultural o incluso lúdico, el patrimonio, exceptuado cuando se trate de saberes y vivencias tradicionales en el caso del turismo en espacios rurales, o temas etnográficos (artesanía, música y costumbres...). Por supuesto, dependiendo de los contextos, a menudo mismo en estos casos el saber etnográfico no es prescindible y puede ser transportado recorriendo a diferentes tipos de medios de comunicación, texto, sonido y imágenes en tableros de mensajes o videos.

Con respecto a la formación en la Universidad, es claro que en el caso de la presentación del patrimonio de arte o relacionado, si el guía tiene un curso dirigido a cualquier tipo de arte o historia del arte, tendrán más conocimientos y saberes para hacer un mejor guionamento de este tipo de patrimonio, conforme a las normas mencionadas. En el caso de ruinas o sitios arqueológico será ventajoso formación en arqueología, o por lo menos en historia, en particular al nivel de guía nacional.

Ya en la presentación de los paisajes “naturales” o cualquiera de los temas del turismo de naturaleza (ecoturismo) será esencial tener sólidos conocimientos de la biología y, en muchos casos, conocimientos básicos de geología y geomorfología. Además, más allá de los titulados en biología, otros cursos forman en este campo, en particular la ingeniería agrícola (agronomía, forestal y jardinería). El titulado en arquitectura tendrá una ventaja en los contextos de arquitectura y urbanismo, en la interpretación de los paisajes urbanos, incluso contextos históricos; así como el titulado en geografía en contextos específicos de paisajismo, de economía y sociología regional o local, en un contexto de turismo en espacio rural.

Cuando hablamos sobre los diferentes temas de la oferta del patrimonio, no nos referimos exclusivamente a los museos, pero parece evidente que en la mayoría de los casos, exceptuando los contextos de paisajes y ruinas arqueológicas, los temas de estos museos están relacionados con la referencias a las formaciones especializadas a que aludimos anteriormente. Una nota para el guionamento en los museos de ciencia y tecnología, para evidenciar que la formación base sus guías tienen mucho en común con la formación científica de los ingenieros, arquitectos, sociólogos y científicos. Pero los museos, así como los centros de interpretación, ofrecen muchas otras oportunidades de guionamento además de la actividad de los guías profesionales. En estos casos hay varios tipos de audio guías que permiten hacer guionamientos interesante y detallado, pero también aquí se pierde la posibilidad de diálogo, el cuestionamiento de los expertos, mucho enriquecedor de las visitas.

Este tipo de medios técnicos auxiliares no debe reemplazar a los guías profesionales, deben ser utilizados de manera complementaria. Creemos que es importante hacer hincapié que en los centros de interpretación, por ejemplo de un parque natural, monumento, centro histórico, no puede prescindir de la visita guiada, aunque la información presentada por medios tecnológicos sea imprescindible para determinadas presentaciones. Pero la visita es siempre valorada si un guía con formación en museografía pueda responder a la curiosidad y a las dudas, con el conocimiento científico o tecnológico intrínseco. El guía será importante, al menos al principio, para aconsejar cómo hacer mejor uso de la distribución de la información y de los módulos del programa museográfico o, cuando la visita termina, aclarar cualquier perplejidad o

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326.Santos Veloso. A & dos Santos Queirós. A “The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage”

indagación. Las visitas de grupos de niños o jóvenes siempre deben ser acompañadas por tutores o asesores de grupo, en particular profesores.

Teniendo en cuenta los tres niveles de intervención territorial de los guías _ niveles local, regional y nacional, es aceptable menos requisitos de escolaridad y formación profesional para las áreas más restringidas, en particular el local, al menos durante un período, aunque largo, de adaptación e instalación de estas actividades profesionales. Pero cabe señalar en relación con el nivel de educación de los turistas que los guías acogen cada vez más visitantes con formación en la universidad¹⁵; por lo que parece aceptable que los guías tengan también una educación académica del nivel superior educación, excepto en el caso del patrimonio local, en las zonas rurales en particular (por ejemplo, guías de caminantes, de aldeas, de granjas o bodegas) o de las actividades artesanas, es importante para los turistas escuchar las personas que representan esa cultura artesana y tradicional, tales como recorridos por las rutas del vino, visitas a los talleres de artesanía, participación en el cultivo de los campos...

3. CONTEXTOS IDEOLÓGICO Y PEDAGÓGICO DE LA FORMACIÓN DE LOS GUÍAS. CONCEPTO DE GUIONAMIENTO¹⁶

Cómo pensar en una formación muy amplia y simple en materia de la comunicación de los Guías Turísticos, además de las técnicas y conceptos científicos tradicionales? La primera idea que nos iluminó fue el teatro. ¿Por qué?

La experiencia personal y empírica, pero evaluada con métodos científicos durante 30 años, las actividades de Guía en el yacimiento de Conimbriga _ Portugal, (ruinas de una ciudad romana, con Museo Monográfico y el paisaje del *oppidum* pobladas de *villas*), con una audiencia nacional y internacional, representativa de todas las clases sociales y niveles de edad, ha conducido a asociar esta actividad de guionamiento al teatro, mientras recurso de reconstitución de la ciudad, de sus característica políticas, económicas y sociales de sus habitantes, del imaginario de costumbres, mitos y expresiones artísticas; una guía también tiene algunas semejanzas con la función de los actores.

En el caso del turismo en los espacios rurales, debe ser actitud de guías investigar, en particular utilizando las entrevistas los últimos representantes de la agricultura y del modo de vivir vivo tradicionales, conocer los hábitos del cotidiano, así como los juegos y fiestas, costumbres, como el intercambio de trabajo en actividades de riego y pastoreo, así como las historias y leyendas. De estas encuestas, convirtiéndose el guía en animador, o incluso en actor o director de escena, pueden ser criados múltiples y interesantes productos turísticos _al mismo tiempo formas de animación de la gente de los pueblos_ así como cómo entretener y enseñar a los niños de los turistas, niños y jóvenes que también es posibles jugar y divertirse sin ordenador, sólo con la imaginación y la competencia, desde la cabra ciega, jugar a la escondite, jugar a la sardina, saltar el eje, a la macaca... También se puede llamar de nuevo a los contadores de historias y leyendas de brujas y moras encantadas. Asimismo puede ser posible el renacimiento de las fiestas y de los usos tradicionales, compartir con los turistas el trabajo en la granja, en particular las cosechas y las celebraciones asociadas. Por último, la revelación de los cotidianos,

¹⁵ Las estadísticas sobre el perfil de los turistas internacionales en España muestran que la mayoría ya tienen formación superior.

¹⁶ Usamos el concepto de guionamiento en lugar de guiar, para distinguir el acto de conducir en un camino abierto y limitado a sus orillas, del acto de apertura de un camino siempre renovado llamada guionamiento

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326.Santos Veloso. A & dos Santos Queirós. A "The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage"

dramas y problemas, los poemas y canciones, y su representación escénica. De todo esto se puede evidenciar la importancia que puede tener en la formación del guía la enseñanza práctica, experimental, del teatro y de sus componentes, con destaque para la representación y escenificación.

Más allá del Teatro, también se asoció a las necesidades de formación y comunicación de los Guías la que fue una de las principales disciplinas de las escuelas clásicas, la Retórica. Según el diccionario, del latín *retorica*, originado en el griego *rhêtorikê*, literalmente, el arte/técnica de bien hablar. El sustantivo *rhêtôr*, "orador", significa el arte de utilizar la lengua para comunicarse de manera efectiva y persuasiva. También era conocido como un "arte dedicada a resolver discursivamente un asunto que requiere una decisión mediante el uso de estrategias de persuasión deliberadas dirigidas a un conjunto determinado de personas, con el objetivo de transformar un situación (y problemas) gracias a la adopción de nuevas formas de pensamiento y acción". Pero hay técnicas de comunicación modernas, ya sea oral, o escrita, utilizadas en la formación de locutores y presentadores que pueden dar contribuciones más importantes que la retórica para la formación de los Guías.

Intentamos procurar afinidades de la formación de los guías turística con la enseñanza superior de periodismo y comunicación social, en particular del periodismo de investigación, incluso por aspectos ideológicos y éticos que deben estar asociados con esta función y la respectiva formación. Hay en los medios de comunicación y en el periodismo métodos de investigación que son esenciales en la carrera de los guías de turismo, como la investigación de la información, el estudio de temas relacionados con la actividad en su contexto, para concluir en el aprendizaje de la escritura periodista y de la locución, dirigidas a un público más o menos determinado.

En los tres casos (Teatro, Retórica y Comunicación) creemos que las podemos considerar, en el contexto de la actividad de guía turístico, como las artes escénicas, en que el desempeño profesional en la escritura y en el discurso público es decisivo.

Obviamente esta visión debe ser transportada al currículo formativo, donde consideramos tres tipos de formación donde el componente práctico, experimental, es muy importante.

Vamos analizar estas tres opciones de paradigmas formativos de los guías y veremos si el lector crítico también entiendo que si ninguna es perfectamente compatible los con objetivos y contextos de la formación de guías turísticos, también su análisis detallada, incluyendo la bibliografía respectiva, lleva importantes contribuciones para el diseño de la estructura, disciplinas, metodologías o pedagogías apropiadas a la formación de distintos niveles y especialidades de guías turísticas.

Finalmente entendemos lícito añadir que estas tres funciones performativas podrían integrarse no sólo en una estructura curricular horizontal _ cursos de varios niveles hasta el topo de la titulación, y al mismo tiempo seguir un posgrado de estructura vertical de los 2 ° y 3 ° ciclos de la educación superior _ cursos de especialización, master, doctorado y post doctorado _ destinados a las artes escénicas y de la comunicación. Adelante al desarrollo curricular.

3.1 Contexto Teatral

Hay, como hemos intentado demostrar, grandes afinidades entre la planificación (escenificación /realización) y desempeño de la actividad teatral y la planificación y actividad (performance) del guía turístico.

Pero también hay grandes diferencias. En el teatro es un grupo de artistas que contra-actúan de forma prevista y articulada para poner en escena una dramaturgia, cuya representación es el objetivo del espectáculo, aunque los defensores del teatro como verdad (de la vida?) entiendan lo que es verdaderamente importante es el actor, la suya performance, su verdad y el público, cuando hay teatro real, contra-actúa, al menos emocionalmente, quizá filosóficamente, con el actor, este siendo también un intermediario entre el dramaturgo, el director escénico y el público.

Escenarios, sonido y luz son medios auxiliares del poner en escena, con distintas importancias al largo de la historia del teatro. Pero, deben considerarse como una oportunidad para ayudar a la tarea del guía. Texto y imágenes que se presentan en los circuitos y rutas turísticas son idénticos sistemas auxiliares idénticos a los escenarios del teatro. Incluso en los senderos al aire libre los guías utilizan con éxito imágenes impresas o en formato digital. Música luz y sonidos, son auxiliares del guía, en particular en contextos museológicos. En el paisaje, especialmente en el campo y el mar, hay olores, cantos y voces de los entes y cosas naturales_ melodías del viento, de las aguas corrientes o agitadas, las tormentas en el cielo, paletas de colores, sonidos de rebaños, canto de los pájaros y las voces de los animales salvajes... materias que el guía tradicional aún no conoce, reduciendo su función a ver, leer, interpretan..

Aunque la preparación de la dramaturgia y de la performance pueda parecer más importante y requerir más tiempo en el teatro que en la guionamento, toda esa planificación debe ser llevada a cabo también para el ejercicio cualificado del guionamento, sobre todo cuando se pretende una actividad profesional con alta calidad de contexto y forma, así como para lograr la vinculación emocional e intelectual de los turistas.

Pero en el guionamento, como regla general, sólo existe un actor. Podemos objetar que en el teatro también se representar monólogos. Pero hay algo en guionamento, que al contrario del teatro, es más importante que el actor: el patrimonio que el guía va a presentar, de la mejor manera posible. Es, de hecho, el objetivo principal del guionamento. Este patrimonio es tan importante que, en una comparación con el teatro, podemos considerarlo equiparado a la "dramaturgia" de la obra teatral. Pero el actor no puede tomar el protagonismo en detrimento del patrimonio. El papel de la guía no es se valorar a sí mismo como un actor, quién debe estar en el centro de atención en el escenario es el patrimonio y sus componentes materiales e inmateriales. El papel de la guía es exactamente de valorar el patrimonio, sus componentes, sus cualidades, su historia y en la medida que mejor sea su desempeño más saldrá valorado de la "escena".

Es posible evaluar este desempeño "midiendo" la apreciación del público con respecto a dos aspectos: el valor que se asignó después del guionamento al patrimonio y la puntuación que el público concede a la performance del guía turístico, más allá de buena o mala, siguiendo una red de evaluación cuantitativa y cualitativa.

Para completar esta evaluación sintética: la contribución de las pedagogías y metodologías del teatro, de la escenificación y de los respectivos medios auxiliares, para la preparación y aplicación de las actividades de guionamento será tanto más significativa cuando más exigente fuer la exigencia de calidad en cada guionamento.

Esta lógica se aplica a la determinación de la importancia de los componentes del teatro en la planificación y pedagogía de la formación profesional de los guías.

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326.Santos Veloso. A & dos Santos Queirós. A “The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage”

Examinemos el caso particular de la escenografía en los contextos de guionamento y de la museología.

Escenografía en el teatro o en el cine ayuda a la representación y es esencial para la vivencia, para la dramatización de la escena. Llevando esta idea para el guionamento turístico, postulamos la necesidad del guía de turismo ambiental recurrir a aspectos que ayuden a presente/interpretar el patrimonio, a lograr una mejor comprensión y vivencia de su información oral, como por ejemplo: mapas que ayuden a localizar, plantas, alzados y secciones, imágenes, dibujos, esquemas, acompañados de textos cortos. Estos medios auxiliares que tanto pueden ser transportadas por la guía si son fácilmente transportables, como existieren en el lugar a visitar (museo, jardín botánico, paisaje, etc.) que el guía puede usar.

Cuando hay guionamento el más importante son las fotos, dibujos y diagramas que ayudan al guía. La información existente sobre el patrimonio puede ayudar el trabajo del guía, condicionar o dificultar a visita. Los museólogos, por esta razón, deberían escuchar los guías en estos aspectos. El desempeño de las funciones de guía es eficaz en el análisis de la oportunidad y calidad de la información existente en el material editado o en los carteles.

La existencia de música apropiada, presentada y seleccionada con gusto, puede ser apropiada en las pausas de la visita o como contexto musical de fondo, para ayudar a crear o recordar un ambiente. La luz también es muy importante. En la presentación de grabados rupestres al aire libre, por ejemplo, el ángulo del sol es la clave para revelar los dibujos escritos. Ya en las cuevas y dentro de los museos la iluminación es una técnica esencial a la revelación, respetuosa, de la arte.

Evolucionando en este discurso, entramos en la museología y dejamos de hablar solamente de guionamento. Cuando se trata de promover una comprensión más profunda de la información de temas científicos por la revelación de aspectos más detallados a los visitantes que no son especialistas, entramos también en el campo de los Centros de Interpretación¹⁷, que cuando orientados para el auto guionamento, la exploración orientada individual o en grupo pequeños, la información disponible construida como proceso de investigación, teóricamente dispensa el guionamento. Pero no dispensa la presencia de alguien del personal para dar una u otra explicación deseada, ayudar ante las dificultades de los visitantes, animar personas más perezosas, ejemplificando lo que es “el premio” de la exploración de los módulos y equipamientos del centro de interpretación.

Si nos fijamos en el centro de interpretación como un escenario que casi llega a representar la obra de teatro por sí mismo, puesto que el visitante busca y haga su selección entre varias alternativas, tenderemos a no valorar la necesidad de guionamento. Todavía, especialmente en el caso del analfabetismo electrónico, concluiremos que es necesaria la actividad de un actor para simplificar y ayudar al visitante a explorar los equipamientos de la museografía, sin lo cual, solos, no serán capaces de lo hacer. Antes los visitantes que no demuestran suficiente capacidad o motivación, es imprescindible la presencia de este alentador con conocimiento de la materia y del sistema, dotado de capacidad pedagógica.

¹⁷ La distinción entre los museos y los centros de ciencia se puede hacer por la existencia en los museos de una colección de objetos con valor patrimonial, en contrapartida, en los centros de ciencia predominan los módulos y equipamientos que desmaterializan a los objetos.

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326.Santos Veloso. A & dos Santos Queirós. A "The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage"

Muchos aspectos del patrimonio cultural necesitan urgentemente ser revelados con medios eficaces para atingir a sus públicos específicos. Según lo indicado por Manuel de Lacerda¹⁸

"Comunicar el patrimonio cultural implica conocer, cada momento y en cada contexto, lo que queremos comunicar y a quién, seleccionando los medios y sobre todo, saber la razón por qué lo hacemos." (Lacerda, 2015:3)

En la actualidad, esto se aplica a todo lo que tenga injerencia con el desarrollo sostenible, la conservación y rehabilitación del patrimonio, recursos naturales y biodiversidad, patrimonio cultural y patrimonio natural.

3.2. La Retórica

El paralelismo con la retórica es menos importante, porque actualmente hay una devaluación general del arte de la oratoria, confundida con falaces discursos de los políticos y la pompa de la oratoria tradicional. El guía moderno no debe usar estilos, manías y silogismos de oratoria, pero un lenguaje claro y accesible, tan fluido y honesto como sea posible.

Sin embargo algunos métodos de oratoria no deben ser desperdiciados, aunque no directamente aplicables, sino como aspectos, modos de ver, que pueden ayudar a calificar la enseñanza de los guías. Éstos también deben tener un lenguaje correcto, fluido y comprensible.

La retórica apela a la audiencia en tres frentes: *logos*, *pathos* y *ethos*. La preparación del discurso y su exposición requieren atención a cinco dimensiones que se complementan entre sí (los cinco cánones o momentos de retórica): la invención, la selección de los contenidos del discurso; diseño, organización de los contenidos en un todo estructurado; elocución, expresión adecuada de los contenidos; memoria, la memorización del discurso y la declamación del discurso, en que la modulación de la voz y los gestos deben estar en línea con el contenido (esto 5 momento no siempre se considera).

Pero se entiende que quizás la mayor contribución de la retórica para el guionamiento es o puede ser la enseñanza que cualquier "intervención" debería ser preparada, aunque en guionamiento no debe ser leída y en vez de enfática, pomposa, sino ser natural y convincente. El guía debe mostrar cultura, capacidad de comunicación, entusiasmo por el patrimonio que presenta para lo valorar.

3.3. Comunicación Social

Los medios de comunicación social, como anteriormente postulamos, integran actividades que también son esenciales en la carrera de los de la guías de turismo, como la búsqueda de información, el estudio o investigación de temas relacionados con la actividad, para completar en el aprendizaje redacción periodística y de la locución.

En muchos aspectos este tipo de formación está pensado para sustituir la retórica, porque el "lenguaje" de los medios de comunicación, adaptados a los conceptos y costumbres actuales, sustituye la retórica.

4. PERFIL DEL GUÍA TURÍSTICO

¹⁸ Ver el Editorial de la revista nº 3 de la Dirección General de Patrimonio Cultural, de Portugal, 2015.

Pensando en las expectativas de aquellos que buscan el turismo cultural y el turismo de naturaleza, así como el turismo en los espacios rurales y en lo que será un buen circuito y un buen guionamiento realizado por un guía turístico especializado, creemos que ambos (circuito y guionamiento) deben valorar y vivenciar el patrimonio.

Pensando también en lo que es una estrategia de desarrollo de turismo sostenible, estaremos en una posición para ser capaces de proponer un perfil profesional adecuado para el guía turístico.

Hay tres ejes fundamentales para la definición de este perfil:

el conocimiento científico y cultural, multidisciplinario y transdisciplinario;

el conocimiento y el arte de comunicar;

y el entendimiento de lo que es el fenómeno turístico, su importancia a la cultura, la sociedad y la economía y los principales aspectos relacionados con la sostenibilidad de la actividad y a la conservación del patrimonio.

Sin dejar de destacar la importancia de todos los atributos contenidos en la red mencionada, para los guías del turismo cultural, del turismo de naturaleza y del turismo en los espacios rurales, reflexionaren sobre los resultados de diferentes técnicas y estrategias utilizadas, la comunicación en turismo, el arte de la comunicación con los diferentes grupos es clave para satisfacer lo que propone la definición de Morales y Ham: "Es un proceso creativo de comunicación estratégica, que produce conexiones intelectuales y emocionales entre el visitante y el recurso que es interpretado, logrando generar sus propios significados en relación con ese recurso, para lo aprecie y disfrute".

En resultado de nuestra investigación, pesquisando el origen de los conceptos relacionados, volvemos a Atenas y al siglo de Pericles, para asistir al nacimiento de la designación de pedagogo que era el esclavo que acompañaba y guardaba los niños y jóvenes cuando iban a la escuela. Después de reflexionar que estos maestros no podían utilizar cualquier medio punitivo, todavía eran totalmente responsables por las escoltar en paz y seguridad, la imagen del guía de turismo emergió como una aparición. Al igual que sucede con el guía, que no es un esclavo, pero abrumados ante la regla comercial que “el cliente siempre tiene razón”, quiere ese esclavo, quiere el guía, tienen que ser investidos de una autoridad reconocida, gracias a la calidad de su postura, su conocimiento y su desempeño. ¿Por consiguiente, cuestionamos si las astucias inventadas por estos esclavos cultos, no estuvieran en el origen de las ciencias de la educación? Y entendemos por qué tal título (pedagogo) fue dado a los esclavos cultos griegos que educaban a la nobleza romana.

Estamos convictos que los conocimientos científicos y técnicos y maestrías, incluyendo las competencias en comunicación propuestos en este perfil de guía turístico (aquí nos referimos especialmente a las guías nacionales y regionales) crean una tal exigencia que dudamos pueda ser satisfecha totalmente adquiriendo una titulación normal de 3 años prevista en el Acuerdo de Bolonia. En lo itinerario formativo que proponemos, el guía debe buscar la formación científica de base en una titulación de la universidad (o escuela técnica superior) reorganizada o reciclada para la iniciación en el nuevo paradigma del turismo ambiental y en los problemas de comunicación en el turismo.

Como conocimiento científico de base para la interpretación de los paisajes humanizados y semisalvajes, definidos como paisajes culturales, la formación puede seguir distintas opciones

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326.Santos Veloso. A & dos Santos Queirós. A “The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage”

dependiendo del tipo de recursos turísticos de su mercado concreto de trabajo, de la biología, geología, geografía, ingeniería agrícola...a la arquitectura del paisaje. Todas estas titulaciones incluyen el conocimiento de varias ciencias necesarias para la interpretación de estos tipos de paisajes.

Los aspectos antes mencionados de los conocimientos y competencias específicas relacionadas con las funciones de guía turístico también serían objeto de cursos de posgrado.

Parece claro que las características personales y conocimientos en materia de comunicación, y los conocimientos científico necesarios, no serán exactamente los mismos para diferentes tipos de patrimonio, es decir, para quien guía en la naturaleza, o que guía en un museo de arte o que guía en un museo de ciencias, Pero no parece factible promover cursos a nivel universitario para la formación en cada tipo de guionamento. De hecho ni una certificación sólo destinada a guías de turismo será capaz de responder a todas las necesidades de formación. Por lo tanto la necesidad de formación continuada y de nivel superior.

Sin embargo es obvio que en cada contexto del patrimonio y cada contexto museológico, habrá lugar para una formación específica de menor duración o incluso cursos de postgrado, con investigación y producción de tesis.

Todo lo que se dice nos conducirá a un perfil más amplio de competencias y funciones del guía de turismo ambiental. Esto significa que el guía de lo presente y del futuro, debe tener su plan de estudios curricular, no sólo de los componentes de la lectura y interpretación del patrimonio, sino también para rehabilitar, conservar y gestionar. Esto significa probablemente que desarrollará tres tipos de trabajo determinados por las fluctuaciones de la demanda y estacionalidad: guiar, gestionar los patrimonios de forma sostenible y crear pequeñas empresas (un restaurante, un pequeño alojamiento). Estos temas importantes, por razones obvias, no se pueden desarrollar en el ámbito de este artículo.

En conclusión queremos decir que consideramos que el enfoque que evaluamos a los temas de esta comunicación como un proceso en desarrollo. Son sólo pasos iniciales, en un itinerario que debe ser desarrollado con la investigación y experimentación, así como el intercambio de ideas y experiencias, que es un reto para cualquier persona que se dedica a estos temas muy importantes, ya sea el desarrollo sostenible turismo, de las artes escénicas performativas y de comunicación que lo puede servir.

5. CONCLUSIONES

Las definiciones y conceptos expuestos en los capítulos anteriores nos parecen contener suficientes explicaciones que demuestran la necesidad de la existencia de un guionamento interpretativo, que requiere guías capacitados con las habilidades y competencias apropiadas, lo que no excluye el uso de nuevas tecnologías que tienen un valor auxiliar.

Estableció su encuadramiento estratégico, proponemos entonces nuestra visión al respecto del perfil del guía bajo el nuevo paradigma, descrito anteriormente, el turismo ambiental:

1. Maestrías relacionales y comunicacionales. Debe poseer formación y competencias de base, vacacionadas para dedicarse a una profesión exigente en el campo de la comunicación y relación con públicos muy diferentes y desconocidos;

2. La formación científica y tecnológica básica, incluyendo las artes, referentes a temas o productos que presentan para ser capaces de comprender y interpretar;
3. Capacidad y conocimientos de investigación, análisis y síntesis a fin de profundizar los temas y conocimientos sobre el tema/producto (idéntico a los del periodismo de investigación) y sobre su transmisión;
4. Conocimientos de la ecología, desarrollo sostenible y ética del turismo;
5. Conocimiento de la historia de la evolución de la economía del turismo e del turismo como actividad social y cultural, de los cambios actuales en la economía y en las características socio-culturales del turismo, en el ámbito nacional y internacional, incluyendo:
 - a. El nuevo paradigma del Turismo Ambiental (integrando el Turismo Cultural, el Turismo de Naturaleza y el Turismo en los Espacios Rurales) y la Ética y la normativa del turismo sostenible;
 - b. Los conceptos de "gusto" no sólo en materia de información científica, sino también asociado a los valores estéticos y morales (éticos).
6. Formación en disciplinas y en las artes de la comunicación y de la relación:
 - a. Conocimientos y competencias para conocer públicos: su cultura, literacia y interés o motivación;
 - b. Conocimientos y competencias para seleccionar temas y modos de presentación adecuados a la evaluación productos a interpretar y a las características de la audiencia, para producir conexiones intelectuales y emocionales entre el visitante y el producto que se interpreta, lo que le permite generar sus propios significados sobre el producto, para lo aprecie y disfrute;
 - c. Para lograr los resultados propuestos en el párrafo anterior, la existencia de una formación pluridisciplinaria, con capacidades transdisciplinarias en áreas como la investigación periodística, la capacidad de comunicación y persuasión, de la pedagogía y retórica, la capacidad de "usar" un personaje y, as veces, una lectura dramatizada, como en el teatro o en el cine. Incluyan, cuando apropiado o posible, la capacidad de presentar el producto turístico, el paisaje, como telón de fondo o como un personaje con el fin de producir en la audiencia una vivencia personal y emocional.

El guía de turismo ambiental será un profesional de guionamento de los patrimonios, cultural y natural, material e inmaterial. También va a ser un gerente de la sustentabilidad del patrimonio; y puede ser un promotor de las pequeñas empresas creadas a partir de su "*terroir*".

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326.Santos Veloso. A & dos Santos Queirós. A “The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage”

6. BIBLIOGRAFÍA

Books

Kuhn, T.S. (1962). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.

Morales, J.; Guerra, F. J.; Serantes, A. (2009) *Bases para la Definición de Competencias en Interpretación del Patrimonio - Fundamentos teóricos y metodológicos para definir las Competencias Profesionales de Especialistas en Interpretación del Patrimonio en España*. Seminario Permanente de Interpretación del Patrimonio, Centro Nacional de Educación Ambiental - CENEAM, España.

Queirós, A., (2009). Programa de Investigação sobre Turismo Cultural e de Natureza e desenvolvimento sustentável. Relatório Final. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial (DEGEI). Universidade de Aveiro (“*Research programme on Cultural Tourism and Tourism of Nature and Sustainable Development.*” Post-doctoral Research. University of Aveiro)

Swarbrooke, 2002. *Sustainable Tourism Management*, New York: CABI Publishing.

Ward, B., Dubos, R (1972). *Nous n'avons qu'une terre*. Trad.fr. Paris: Editions Denoël.

Ziffer, K.A. (1989). *Ecotourism: The Uneasy Alliance*. Washington DC: Conservation International.

Papers, Scientific Revues

Lacerda, M. (2015). Revista nº 3 de la Dirección General de Patrimonio Cultural, Portugal (p.6)

Larrère, C. (2006). Éthiques de l'environnement. Revue Multitudes, nº 24. (Ethics of the environment) Edition virtuelle. Internet Sources, accessed in 03.02.2015

Queirós, A (2015). *Cultural tourism on a changing paradigm*. International Journal of Scientific Management and Tourism. iManagement and Tourism. Córdoba, Spain, (pp. 179-216)

Queirós, A (2015). *Cultural tourism and the new economy of heritage*. International Journal of Scientific Management and Tourism. iManagement and Tourism. Vol. 1-2. Córdoba, Spain, (pp. 229-251)

Con formato: Fuente: Color de fuente: Negro, Francés (Francia)

Con formato: Fuente: Color de fuente: Negro

Con formato: Fuente: Color de fuente: Negro

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº4 pp. 308-326.Santos Veloso, A & dos Santos Queirós, A. “The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage”

Queirós, A (2017). Tourism Management of human heritage on a changing paradigm of Environment Tourism. International Journal of Scientific Management and Tourism. iManagement and Tourism. Vol. 3-4. Córdoba, Spain, (pp.37-59)

Book chapters

Berleant, A. (2011). Changing Landscapes, Keynote lecture at “*Transition Landscapes/ Paysages en Transition,*” International Conference, Lisbon, Portugal

Fennell, D. (2011). Ethics and Tourism. *Philosophical Issues in Tourism*, Edited by John Tribe. Bristol: Channel View Publications, pp. 211-226.

Queirós, A. (2012). *Landscape tourism. Manual of philosophy and Landscape Architecture. A handbook.* Coordination of Adriana Veríssimo Serrão. Edition CFUL, pp. 177-187.

Queirós, A. (2013). Cultural agents of change and the sunset of environmental services. And Old farming mountain systems. *The economy and ecology of heathlands.* Published by Alterra (Wageningen-UR (University and Research Centre). INBO (Belgium) KNNV Publishing. Neederland, pp. 49-50 and pp. 31-48.

Data and internet sources

Ecotourism. Principles of Ecotourism, The International Ecotourism Society [TIES] (2011), [<http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>] Internet Sources, accessed in 03.01.2019

Global Code of Ethics for Tourism. WTO (2001) [http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Ing.pdf] Internet Sources, accessed in 03.01.2019

http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/docs/2016/03/24/RP3-WEB_1-6.pdf, accessed in 03.01.2019

<https://www.cen.eu/Pages/default.aspx>, accessed in 03.01.2019

UNCHE (1972). Action Plan for the Human Environment. B.5. Development and Environment. United Nations Conference on the Human Environment A/CONF.48/14/Rev.1 -June 1972 Stockholm, Sweden, accessed in 03.01.2019