





Creando experiencias de calidad y sostenibles para el turista post-covid: la contribución del guía turístico

Creating quality and culturally sustainable experiences for the post-covid tourist: the role of the tour guide

Daniela Buzova ^a, Silvia Sanz-Blas ^b, Fernando Garrigós-Simón ^c y Yeamduan Narangajavana Kaosiri ^d

^aDepartamento de Comercialización e Investigación de Mercados, Universitat de València, , daniela.buzova@uv.es; ^bDepartamento de Comercialización e Investigación de Mercados, Universitat de València, silvia.sanz@uv.es; ^cDepartamento de Organización de Empresas, Universitat Politècnica de València, fgarrigos@doe.upv.es; ^dDepartamento de Comercialización e Investigación de Mercados, Universitat de València, yeamduan.narangajavana@uv.es.

How to cite: Buzova, D.; Sanz-Blas, S.; Garrigós-Simón, F.; Narangajavana Kaosiri, Y. 2022. Creando experiencias de calidad y sostenibles para el turista post-covid: la contribución del guía turístico. In the proceedings book: International conference on innovation, documentation and education. INNODOCT/22. Valencia, November 2nd-7th 2022. <https://doi.org/10.4995/INN2022.2022.16500>

Abstract

The last decade has brought challenges for the tourism sector, related both to the new needs and expectations of tourists brought about by Covid19, and to the growing awareness and concern for the sustainability of tourism. The aim of this paper is to highlight the contribution that tour guides can and should make not only in providing a quality tourism experience to visitors to destinations, but also how their work can positively affect the achievement of sustainability at a socio-cultural level. The paper analyses the evolution of the role of the tour guide over the last century through a review of the literature. The results show how the traditional informative function of the tour guide must nowadays be complemented by a more emotional facet of the role of the guide, who, through his or her actions, must involve tourists in such a way that they co-create the tour experience together. Furthermore, the training of tour guides in the new post-covid era must include sustainability content, in order to impact both the tourist's responsible activities at the destination and their sustainable attitudes and behaviour post-visit.

Keywords: *post-covid tourism, sustainability, tourism destination, tour guide, tourism experience.*

Resumen

La última década ha traído retos para el sector turístico, relacionados tanto con las nuevas necesidades y expectativas de los turistas originados a raíz de la Covid19, como con la creciente concienciación y preocupación por la sostenibilidad del turismo. El objetivo del presente trabajo se centra en poner de manifiesto la contribución que pueden y deben tener los guías turísticos no sólo en proveer una experiencia turística de calidad a los visitantes de los destinos, sino también cómo su labor puede afectar positivamente la consecución de la sostenibilidad a nivel socio-cultural. El trabajo analiza la evolución que ha experimentado el papel del guía turístico en el último siglo a través de una revisión de la literatura. Los resultados evidencian cómo la función tradicional informativa del guía turístico debe completarse hoy en día con una faceta más emocional del papel del guía, que, con su actuación, debe involucrar a los turistas de manera que cocreen juntos la experiencia del tour. Además, la formación de los guías turísticos en la nueva era post-covid debe contemplar contenidos de sostenibilidad, para impactar tanto las actividades responsables del turista en el destino, como sus actitudes y comportamientos sostenibles post-visita.

Palabras clave: *turismo post-covid, sostenibilidad, destino turístico, guía turístico, experiencias turísticas.*

Introducción

En la actualidad, los guías turísticos juegan un papel fundamental en el sistema de cualquier destino y recurso turístico por su función facilitadora de la experiencia de los turistas y visitantes. La Federación Mundial de Asociaciones de Guías de Turismo (2019) ofrece la siguiente definición de guía turístico "una 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 cualificación específica de la zona, expedida y/o reconocida por la autoridad competente". Pero, teniendo en cuenta los cambios ocasionados en el sector turístico a raíz de la crisis de la covid19 y la creciente preocupación por la sostenibilidad de la demanda turística ¿sigue siendo válida y adecuada la definición de la función del guía turístico? ¿debe cambiar el papel que desempeñan los guías turísticos en la nueva era post-covid? Para dar respuesta a estas cuestiones, el presente trabajo trata de analizar la evolución que ha experimentado el papel del guía turístico en el último siglo, así como reflexionar sobre las nuevas funciones que se le atribuyen por los estudios más recientes en la literatura turística.

1. Metodología

La metodología del trabajo consiste en una revisión bibliográfica de las publicaciones sobre guías turísticos en la literatura académica. Concretamente, se consultó la colección principal

de la Web of Science, en el cual se realizó una búsqueda con los términos “tour guide” o “tour guiding”. Dado la cantidad de resultados obtenidos, se seleccionaron solo aquellos artículos pertenecientes al área de conocimiento de “business economics”, ya que la búsqueda inicial de los términos dio resultados irrelevantes para el presente estudio como por ejemplo publicaciones de la tecnología utilizada para la creación de aplicaciones móviles de visitas guiadas. Tras refinar los resultados, se obtuvieron 161 artículos académicos publicados en revistas indexadas en el periodo 2000-2022.

2.Resultados

2.1. El papel de los guías turísticos en el siglo XX

A pesar de que la primera referencia de la búsqueda bibliográfica realizada en la Web of Science data del año 2000, el trabajo seminal de Cohen (1985) es uno de los primeros intentos de abordar las multifacéticas funciones del guía turístico. El autor clasifica las funciones del guía en cuatro grupos: función instrumental, social, interactiva y comunicativa. La función instrumental implica la dirección y el acceso físico a la zona visitada. La función social del guía implica la responsabilidad de la cohesión del grupo, la gestión de la tensión y la animación. El ámbito mediador se divide en función interactiva y comunicativa: mientras que la primera se centra en facilitar el contacto entre los turistas y la población, la segunda se refiere a la transmisión de información y la interpretación. La función comunicativa se considera la más crítica entre las cuatro funciones identificadas, considerada además la esencia del "guía profesional".

2.2. Ampliación de las funciones del guía turístico a principios del siglo XXI

A la luz de la nueva función de los guías turísticos del siglo XXI, Weiler y Walker (2014) afirman que los guías intermedian las experiencias a través de cuatro medios: acceso físico, encuentros, comprensión y emoción. En cuanto al asegurar el acceso físico, se incluye también la escenificación de la experiencia mostrando a los visitantes el "escenario principal" del lugar visitado. Además, los guías pueden crear oportunidades para que los visitantes experimenten la comida o la música local (Weiler & Yu, 2007), lo que contribuye a mejorar la experiencia global. Los guías turísticos también median en los encuentros facilitando las interacciones entre los miembros del grupo y las comunidades locales (Hansen y Mossberg, 2017).

La tercera forma en la que los guías facilitan las experiencias turísticas consiste en mediar en la comprensión de los lugares visitados. Esta función está asociada a las habilidades de interpretación y ha sido el área más investigada en la literatura (Kuo et al., 2016; Xu et al., 2013). Cabe destacar que este rol debe ir más allá de la transferencia de conocimientos, al considerar los turistas como cocreadores de la experiencia.

El último ámbito, y el menos investigado, de la intermediación de los guías en las experiencias turísticas está relacionado con la transmisión de empatía y emociones. Durante las visitas guiadas, los turistas pueden experimentar varios tipos de resultados afectivos:

sentimientos positivos y la mejora de la actitud hacia los lugares recorridos, empatía hacia las comunidades locales (Alexiou, 2018; Weiler & Smith, 2009). Los resultados afectivos dependen del trabajo emocional del guía (Carnicelli-Filho, 2013). Recientemente, Buzova et al. (2022) han evidenciado el papel de las emociones para ofrecer una experiencia de visita guiada de calidad: el guía debe facilitar la co-creación de las emociones surgidas mientras dure la visita, en línea con el nuevo paradigma de la lógica dominante del cliente (CDL).

2.3. La función de los guías turísticos en la época post-covid19

La última reivindicación del rol de los guías turísticos en el ecosistema de cada destino se relaciona con su contribución a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Ya a finales del siglo XX, Weiler y Davis (1993) detectaron una importante limitación de las cuatro funciones propuestas por Cohen: no tenían en cuenta el impacto del tour guiado en las comunidades locales y los destinos. Por ello, los autores ampliaron el marco inicial incluyendo una función adicional: la gestión de recursos en el destino. El papel del guía en este ámbito consiste, por un lado, en garantizar que los visitantes actúen de forma responsable en el destino y, por otro, en mejorar su apreciación del lugar mediante la interpretación. A pesar de que la propuesta de los autores se centraba en el contexto del turismo de naturaleza, la idea de la utilización de los guías turísticos como facilitadores de la consecución de los ODS ha ido cobrando fuerza con los años, de manera que, en 2014, Weiler y Black definen de forma pormenorizada todos los ámbitos en los que los guías pueden contribuir. Cabe destacar que su actuación se resume en tres ejes: (1) mejorar la comprensión y la apreciación de las comunidades locales, las culturas y sus entornos; (2) modificar el comportamiento del turista en el destino; (3) mejorar las actitudes y el comportamiento post-visita de los turistas. A pesar de la escasez de datos sobre la contribución real del guía en la consecución de los ODS, el trabajo de Alazaizeh et al. (2019) evidencia el impacto positivo de la actuación del guía turístico en el comportamiento sostenible del visitante. Sin embargo, Pereira y Mykletun (2017) detectan una pronunciada falta de su incorporación en la mayoría de los programas formativos de los guías turísticos. Si bien la idea de encargar al guía turístico la difícil tarea de velar por el cumplimiento de los ODS en la medida de sus posibilidades es relativamente reciente, los estudios de la demanda turística post covid19 indican que el turismo sostenible marcará el nuevo orden en el panorama turístico (Galvani et al., 2020, Sharma et al., 2021; Yang et al., 2021).

De esta forma, a modo de resumen de la evolución del papel del guía turístico tras la revisión de la literatura, se presenta la figura 1 en la que se muestran las cuatro principales funciones de los guías turísticos propuestos por los autores en las últimas décadas y la inclusión de dos nuevos ámbitos de actuación del guía post-covid19 centrados en la co-creación de la experiencia y emoción para garantizar una experiencia de calidad, todo ello contemplando el cumplimiento de los ODS.

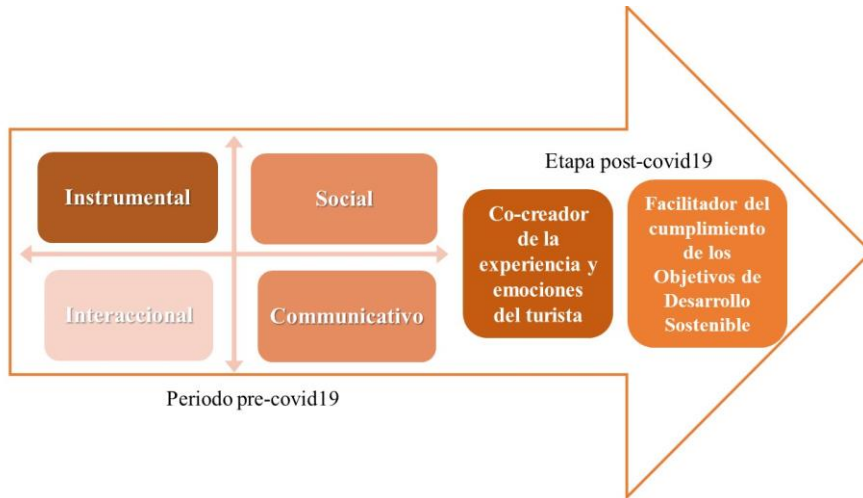


Fig. 1 El nuevo papel del guía turístico en la era post-covid. Fuente: Elaboración propia a partir de Cohen (1985) y Weiler y Black (2014)

Conclusiones

Tras la revisión bibliográfica realizada, se puede afirmar que el papel del guía turístico está evolucionando, pasando de ser un comunicador principalmente instrumental y unidireccional a un cocreador de la experiencia turística de calidad y facilitador de la consecución de los ODS en el destino. La función ampliada de los guías turísticos se ve respaldada tanto por la adopción del paradigma de la economía de la experiencia por parte del sector turístico, como por los cambios acarreados en la demanda turística a raíz de la pandemia mundial de covid19.

Referencias

- ALAZAIZEH, M. M., JAMALIAH, M. M., MGONJA, J. T., & ABABNEH, A. (2019). "Tour guide performance and sustainable visitor behavior at cultural heritage sites" en *Journal of Sustainable Tourism*, 27(11), 1708-1724.
- ALEXIOU, M. (2018). "Modeling guided tour participants' experiences" en *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(3), 257-276.
- BUZOVA, D., SANZ-BLAS, S., & CERVERA-TAULET, A. (2022). "Co-creating emotional value in a guided tour experience: the interplay among guide's emotional labour and tourists' emotional intelligence and participation" en *Current Issues in Tourism*, 1-15. DOI: 10.1080/13683500.2022.2064837.
- CARNICELLI-FILHO, S. (2013). "The emotional life of adventure guides" en *Annals of Tourism Research*, 43, 192-209.
- COHEN, E. (1985). "The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role" en *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.

- FEDERACIÓN MUNDIAL DE GUÍAS TURÍSTICAS (2019). *What is a tourist guide?* Retrieved from <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide>
- GALVANI, A., LEW, A. A., & PEREZ, M. S. (2020). "COVID-19 is expanding global consciousness and the sustainability of travel and tourism" en *Tourism Geographies*, 22(3), 567-576.
- HANSEN, A., & MOSSBERG, L. (2017). "Tour guides' performance and tourists' immersion: facilitating consumer immersion by performing a guide plus role" en *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(3), 259-278.
- KUO, N., CHANG, K., CHENG, Y., & LIN, J. (2016). "Effects of tour guide interpretation and tourist satisfaction on destination loyalty in Taiwan's Kinmen Battlefield Tourism: perceived playfulness and perceived flow as moderators" en *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33, 103-122.
- PEREIRA, E. M., & MYKLETUN, R. J. (2012). "Guides as contributors to sustainable tourism? A case study from the Amazon" en *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 74-94.
- SHARMA, G. D., THOMAS, A., & PAUL, J. (2021). "Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework" en *Tourism Management Perspectives*, 37, 100786.
- WEILER, B., & SMITH, L. (2009). "Does more interpretation lead to greater outcomes? An assessment of the impacts of multiple layers of interpretation in a zoo context" en *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 91-105.
- WEILER, B., & WALKER, K. (2014). Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 90-99.
- WEILER, B., & YU, X. (2007) "Dimensions of cultural mediation in guiding Chinese tour groups: Implications for interpretation" en *Tourism Recreation Research*, 32(3), 13-22.
- XU, H., CUI, Q., BALLANTYNE, R., & PACKER, J. (2013). "Effective environmental interpretation at Chinese natural attractions: The need for an aesthetic approach" en *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 117-133.
- YANG, Y., ZHANG, C. X., & RICKLY, J. M. (2021). "A review of early COVID-19 research in tourism: Launching the Annals of Tourism Research's Curated Collection on coronavirus and tourism" en *Annals of Tourism Research*, 91, 103313.