

# **UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA**

**UNAN-LEÓN**

**Escuela de Turismo**



**Tesis para optar al título de Licenciatura en Gestión de Empresas  
Turísticas**

**TEMA**

**Importancia del guía intérprete en el desarrollo del  
turismo cultural en la ciudad de León**

**Autores**

**IRMA JOSÉ MÉNDEZ MATAMOROS  
MARIA DE LOS ANGELES MORAGA SANDINO**

**Tutora**

**Lic. Vianney Fornos**

**Julio 2005  
León, Nicaragua**

## **DEDICATORIA**

\* A nuestros padres por el apoyo incondicional y quienes con el sacrificio de su trabajo y con su ejemplo de lucha ante la vida, nos han motivado siempre en nuestra superación personal y profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

\* Al Dr. Máximo Guillermo Alonso por sus sabios consejos, orientaciones oportunas y por suministrarnos información sobre nuestro tema.

\* Al Ing. Hugo Therrien por el tiempo y trabajo que dedico de manera desinteresada en la elaboración de nuestro trabajo monográfico.

\* A nuestra tutora Lic. Vianney Fornos por el tiempo y por la orientación que nos brindó durante la realización de nuestro trabajo monográfico.

\* A nuestros maestros por habernos brindado sus conocimientos y enseñarnos los principios éticos y profesionales

Irma José Méndez Matamoros  
María de los Ángeles Moraga Sandino



**INDICE**

**CAPITULO I**

1. INTRODUCCION ..... 1  
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ..... 2  
1.2 JUSTIFICACION ..... 3

**CAPITULO II**

2. OBJETIVOS ..... 4  
2.1 OBJETIVO GENERAL: ..... 4  
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS: ..... 4

**CAPITULO III**

3. HIPOTESÍS ..... 5

**CAPITULO IV**

4. MARCO CONCEPTUAL ..... 6  
4.1 MARCO TEÓRICO..... 10  
4.2 ¿QUIENES SON LOS GUÍAS DE TURISTAS?..... 10  
4.3 TIPOS DE GUÍAS ..... 10  
4.4 HISTORIA DE LA INTERPRETACIÓN ..... 11  
4.5 LOS PRINCIPIOS DE LA INTERPRETACION PARA EL SIGLO XXI PROPUESTOS POR TILDEN ..... 13  
4.6 EL GUÍA INTÉRPRETE ..... 15  
4.7 FUNCIONES DEL GUÍA INTÉRPRETE DURANTE EL RECORRIDO ..... 17  
4.8 CARÁCTERÍSTICAS ESENCIALES DEL GUÍA INTÉRPRETE ..... 18  
4.9 PERSONALIDAD DEL GUÍA INTÉRPRETE ..... 20  
4.10 CUALIDADES DE UN BUEN GUÍA INTÉRPRETE DE TURISMO..... 21  
4.11 ANIMACIÓN TURÍSTICA ..... 23  
4.12 ACTIVIDADES PARA LAS CUALES DEBE FORMARSE UN BUEN GUÍA INTÉRPRETE ..... 25

**CAPITULO V**

5. IMPORTANCIA DEL GUÍA INTÉRPRETE..... 26  
5.1 TURISMO CULTURAL ..... 27

**CAPITULO VI**

6. METODOLOGIA..... 31

**CAPITULO VII**

7. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A TURISTAS ..... 32  
7.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A GUÍAS TURÍSTICOS ..... 44  
7.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS ..... 58

**CAPITULO VIII**

8. ESTRATEGIAS PARA CONTRIBUIR A IMPULSAR EL DESARROLLO PROFESIONAL DE LOS GUÍAS INTÉRPRETES ..... 63  
8.1 CONCLUSIONES DE LA MONOGRAFÍA ..... 64  
8.2 RECOMENDACIONES ..... 65

BIBLIOGRAFIA..... 67

ANEXOS..... 68



## **1. INTRODUCCION**

La ciudad de León fue fundada en 1524 a orillas del lago Xolotlán, en 1609 la ciudad fue seriamente dañada por un terremoto y posteriores erupciones del volcán Momotombo sepultaron lo que había quedado en pie por lo que la población se trasladó a su actual ubicación.

León, fue la capital de Nicaragua durante más de 200 años, hasta que fue reemplazada por Managua en 1851. Junto a Granada, León constituyo el principal centro político, militar, cultura y religioso del país.

La ciudad de León es reconocida a nivel nacional como un importante centro urbano donde se conjuga historia, patrimonio histórico y cultural de la nación, así como un permanente quehacer político, cultural e intelectual, por su actividad como Ciudad Universitaria (fue sede de la primera Universidad fundada en Nicaragua en 1812 y oficialmente instalada en el año de 1816), además se destaca su arquitectura neoclásica de la época colonial y religiosa, en las que sobresalen 16 Iglesias incluyendo la majestuosa Catedral de la Asunción, la cual guarda en sus entrañas los restos del Príncipe de las letras Castellanas Rubén Darío.

Por tanto León tiene un importante potencial para ser ofertada como una ciudad turística, en la que destaca el turismo cultural, (historia, arquitectura, tradiciones.), es por ende que el presente trabajo es el producto de un proceso investigativo que hace énfasis en la “Importancia del Guía Interprete en el Desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de León”, para contribuir así al conocimiento de la técnica y la aplicación de la misma al desarrollo cultural de la ciudad, partiendo de la importancia del rol que desempeñan los guías locales.

A través de esta investigación pretendemos dar a conocer la importancia del desempeño laboral que poseen los guías, y en particular el guía interprete, ya que ellos son divulgadores y conservadores de nuestra cultura, los cuales juegan un papel muy importante para la sociedad y el turismo y de esta manera contribuir a despertar el interés por conocer más acerca de las actividades que realizan dentro de los destinos turísticos culturales, ya que cada uno de ellos envuelve una historia diferente.



### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El turismo es un sector económico muy importante, que abre unas amplias perspectivas de futuro, es un complejo sistema de negocios que lo convierte en una de las industrias más representativas y prometedoras de la nueva era. Sin embargo, para ello es necesario contar con un buen equipo de profesionales, con sólida y rigurosa formación.

El turismo es una actividad económica que ha tomado mucha fuerza en los últimos años, especialmente en nuestro país. Las preferencias de los turistas que nos visitan apuntan hacia el maravilloso legado histórico y natural que se encuentra en nuestra región. Los turistas demandan calidad en el servicio de guías y en la mayoría de los casos quedan insatisfechos; es aquí donde consideramos que nuestro problema radica en la deficiencia del rol o papel que juega el guía, el cual es la persona que interactúa directamente con los turistas, una vez que es vendido el paquete turístico. El guía intérprete es el responsable de contribuir satisfactoriamente, a través de una buena comunicación y un buen conocimiento del lugar, para que los turistas que lo visitan tenga una buena experiencia del sitio turístico y por ende, es también un agente de publicidad.

Se piensa que el patrimonio cultural que posee la ciudad de León es desaprovechado, debido a la poca capacitación de los guías intérpretes que puedan tener los distintos destinos culturales. Se necesita de la interpretación de un sitio histórico para poder aprovechar el recurso y esto solo se puede lograr con la ayuda de un buen guía intérprete para poder fomentar el sentido del respeto por el patrimonio histórico. Sin la comprensión y el respeto por nuestra herencia lo más probable es que nuestros ciudadanos no valoren la importancia de preservar sitios históricos; por dicha razón pensamos que es de mucha importancia conocer y fomentar la formación profesional de guías intérpretes.

Las nuevas tendencias de la demanda exigen contar con guías intérpretes altamente capacitados por lo tanto es de mucha importancia que tanto las empresas de servicios turísticos como los guías intérpretes cooperen y se integren para lograr un objetivo común que les permita alcanzar por si solos la satisfacción de cada uno de los turistas.



## **1.2 JUSTIFICACION**

Hemos elegido este tema de investigación por considerarlo un aspecto de mucho interés, tanto para los guías intérpretes como para los mismos destinos turísticos, ya que de esta manera los guías adquirirán mayores conocimientos y los destinos turísticos elevarán la calidad del servicio y mejorarán su condición laboral.

Consideramos que la importancia del guía interprete en el desarrollo del turismo cultural de la ciudad de León dará respuesta a las inquietudes que puedan presentarse con respecto al funcionamiento básico que deben tener los guías intérpretes, tanto dentro de los destinos turísticos como con los turistas, puesto que el guía es un participante permanente del programa y debe siempre cumplir con sus respectivas funciones.

Nuestra investigación servirá a las empresas para mostrar mayor interés y preocupación por sus guías y de esta manera estos trabajen con mayor eficacia; también a los estudiantes de la carrera de turismo como documentación de apoyo o bibliográfica en la búsqueda de información y contribuya a poner en práctica los conocimientos adquiridos.

A los turistas, les servirá de manera indirecta, ya que ellos recibirán un mejor servicio y esto hará que nuestro país sea visitado con más frecuencia.

Con nuestro trabajo pretendemos contribuir al desarrollo turístico cultural de la ciudad de León y por ende a nuestra experiencia en la formación profesional.



## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL:**

- Mostrar la importancia del guía intérprete en el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de León.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Destacar la participación del Guía Intérprete en el proceso de desarrollo de la oferta de un Turismo Cultural de calidad en la ciudad de León.
- Valorar la importancia del guía intérprete para el mejor aprovechamiento del turismo cultural en la ciudad de León.
- Aportar información adecuada que sirva de base para el diseño de estrategias que contribuyan a impulsar el desarrollo profesional de los guías intérpretes.



### **3. HIPÓTESIS**

Los destinos culturales de la ciudad de León carecen de Guías Intérpretes para propiciar un buen desarrollo turístico.



#### **4. MARCO CONCEPTUAL**

**INTERPRETACION:** Según Freeman Tilden, la describe como una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones a través del uso de objetos originales, por un contacto directo con el recurso o por medios ilustrativos, no limitándose a dar una mera información de los hechos.

Don Aldridge considera que la interpretación es el arte de explicar el lugar del hombre en su medio con el fin de incrementar la conciencia del visitante acerca de la importancia de esa interacción y despertar en él un deseo de contribuir a la conservación del ambiente.

La Countryside Commission de Inglaterra se refiere a ella como el proceso de desarrollar el interés, el disfrute y la comprensión del visitante por un área, mediante la explicación de sus características y sus interrelaciones.

Paúl Risk indica que la interpretación es lo que la misma palabra quiere decir, la traducción del lenguaje técnico y a menudo complejo, del ambiente a una forma no técnica, para no perder su significado y precisión, con el fin de crear en el visitante una sensibilidad, conciencia, entendimiento, entusiasmo y compromiso hacia el recurso que es interpretado.

*(Jorge Morales Miranda, 1998).*

**GUÍA INTÉRPRETE:** es un servidor público y hace ver a los visitantes que se preocupa por ellos, puede llegar a ser importante en sus vidas y quizás, en las palabras de Strang, parte de lo que trata de imitar sea su amor por la tierra. Se encarga de entregar un mensaje justo al destinatario a través del medio más oportuno en el momento y sitio idóneo, es una forma de comunicación que mezcla hechos y sentimientos para tocar emocional o intelectualmente al destinatario.



Es servir al público, pero no manipularlo para que actúe de cierta forma; debe despertar en el turista el deseo personal de actuar conforme a sus propias inclinaciones a la vista de los hechos y como consecuencia de un proceso reflexivo. El guía intérprete debe ser solo un facilitador, un mediador para un aprendizaje; él motivará y una vez que el proceso de conocimiento ha comenzado, la satisfacción de haber obtenido una mejor comprensión puede conducir a aprender más.

*(Jorge Morales Miranda; 1998).*

**GUÍA:** persona facultada para conducir y recibir a los visitantes en museos, parques temáticos, reservas naturales, ciudades y otros sitios, destacando los aspectos más importantes e interesantes de los mismos; generalmente pertenecen al mismo establecimiento, el cual les otorga la función de revestir importancia turística

*(Gerardo Nove Valencia; 1977).*

**GUÍA DE TURISMO:** persona con profundos conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a lo largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril u otro medio de transporte. Su función es muy amplia: da explicaciones históricas o de otra índole, ayuda a los turistas en los trámites y gestiones aduanales, migratorias y de sanidad, dispone lo relativo a hospedaje y alimentación, planea, organiza y aconseja acerca del viaje, auxilia en el manejo de equipaje y puede también encargarse del cobro del pasaje.

Su acción puede prolongarse más allá del viaje y realizar la labor del guía local, el servicio lo proporciona a través de un contrato celebrado directamente con el turista o por medio de un organismo público o privado. En casi todos los países el ejercicio de la profesión es objeto de reglamentación y expedición de una licencia.

*(Gerardo Nove Valencia; 1977).*



**GUÍA LOCAL DE TURISMO:** persona que asiste y acompaña a los turistas y visitantes en los recorridos por una sola localidad o en las visitas a lugares de interés turístico. Ilustra a los viajeros a través de comentarios o exposiciones en aquellos lugares o monumentos de importancia. Normalmente no acompaña a los turistas en los itinerarios, salvo en los recorridos cercanos.

*(Gerardo Nove Valencia; 1977).*

**GUÍA TURÍSTICA:** expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación, que tienen como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística y de servicio de un lugar.

*(Gerardo Nove Valencia; 1977).*

**TURISTA:** el término turista designa a toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua o religión que esté en el territorio de un estado contratante distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanezca en el 24 horas cuando menos y no más de seis meses, en cualquier periodo de doce meses, con fines de turismo, recreo, deporte, salud, estudios, religiosos, negocios, sin propósito de inmigración.

Persona que permanece en lugar distinto de su residencia habitual ó ausente temporalmente de ésta por más de 24 horas y que invierte en sus gastos recursos que no provienen del lugar visitado; la duración de la estadía, aunque no es igual en todas partes, tiende a fijarse en seis meses.

La persona que viaja fuera de su domicilio con el propósito preponderante de esparcimiento, salud, descanso o cualquier otro similar.

En sentido económico se considera la persona que por motivos de viaje realiza consumo en un lugar diferente de aquel en donde reside habitualmente y obtiene sus rentas de capital o trabajo.

*(Gerardo Nove Valencia; 1977).*



**TURISMO CULTURAL:** es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico. Este artículo argumenta que los procesos de generación de productos culturales conducen a nuevas formas de interpretar la autenticidad y expresar el dinamismo e imaginación de los grupos locales para adaptarse a las exigencias de la demanda.

Adams explica que el turismo cultural es simplemente viajar en busca de un enriquecimiento personal.

El turismo cultural se puede describir en términos generales como la manifestación comercializada del deseo del ser humano de saber como viven otras personas. Se basa en satisfacer las exigencias del turista curioso de ver de cerca otros pueblos en su entorno “auténtico” y poder disfrutar de las manifestaciones de su forma de vida que se reflejan en sus piezas de arte y productos de artesanías, la música, la literatura, la danza, la comida y las bebidas, entre otras.

*(Jafar Jafari; 2002).*

**PATRIMONIO CULTURAL:** el patrimonio engloba en un sentido amplio, la historia y las ideas de un pueblo y/o de un país, los valores y creencias, las construcciones y los monumentos, los lugares en los que tuvieron lugar acontecimientos importantes en el pasado, las artes (la literatura, música, danza, escultura y muchas otras manifestaciones artísticas), los actos y festividades costumbristas y los estilos de vida tradicional.

*(Jafar Jafari; 2002).*



#### **4.1 MARCO TEÓRICO**

El guía es, junto al operador, el gran protagonista del turismo. Combina el “calor humano” con la transición de información en el campo del turismo organizado. En la cadena humana receptora desempeña un papel de crucial importancia por ser la persona más indicada para atender las inquietudes del turista y orientarlo en su idioma durante su estadía.

*(José Avilez; agosto 27-2002).*

#### **4.2 ¿QUIENES SON LOS GUÍAS DE TURISTAS?**

Según Gerardo Nove Valencia, es aquella persona física en posesión de una licencia de guía de turistas, que a cambio de una retribución económica brinda servicios de información en materia cultural, geográfica, histórica, ecológica etc., sobre su país a los turistas. Además se encarga de facilitar la prestación de servicios adicionales solicitados por los visitantes durante un itinerario (atención a parques, restaurantes, etc.).

Un profesional que conoce su medio, sus técnicas y sus destinatarios. Es capaz de adaptarse a todo tipo de público y además capaz de trabajar con ellos.

*(Intur-Nic; 26-31 Mayo 2003).*

#### **4.3 TIPOS DE GUÍAS**

Según el lugar en el que se desarrolla el guía se puede clasificar de la siguiente manera: Nacional, Regional o Local, Especializados. También se encuentra clasificado según las modalidades que presenta en la práctica del servicio de guía:

- **GUÍAS FIJOS:** (públicos, privados u oficiales) son los que se limitan a servir en determinados sitios, museos, monumentos, palacios, estadios cinematográficos etc.; en muchos países estos guías están siendo



remplazados por sistemas electrónicos con grabación que funcionan en voluntad del visitante.

- **GUÍA INFORMADORES:** cuya tarea se limita a visitas locales e informar en el idioma nativo, por lo que pueden o no conocer otros idiomas.
- **INTÉRPRETES:** (políglotas) son los que prestan sus servicios al turista en recorridos locales, regionales, nacionales o internacionales.  
(Gerardo Nove Valencia; 1977).
- **GUÍA-CHOFER:** son los que además de conducir el microbús o automóvil, proporcionan la información turística correspondiente a cada lugar visitado.
- **GUÍAS CONDUCTORES:** cuya misión se limita a acompañar en todo momento a un grupo de turistas del que son responsables, ya sea en viajes o recorridos regionales, nacionales o internacionales; la información turística que proporcionan es de orden general.  
(Gerardo Nove Valencia; 1977).

#### 4.4 HISTORIA DE LA INTERPRETACIÓN

La interpretación, lejos de ser un fenómeno nuevo, es una de las prácticas más antiguas de transferencia cultural. La utilización de este término y el desarrollo del concepto esta íntimamente ligado a la historia de los parques nacionales norteamericanos, aunque el que hacer interpretativo, en su esencia, tiene también otros inicios. Aldridge cita dos puntos principales para el origen de la interpretación: los parques nacionales de los EEUU inspirados en las ideas del disfrute público y la conservación de la naturaleza y en los parques de la vida costumbrista escandinavos, cuya finalidad era divulgar la etnología regional del norte de Europa. (Jorge Morales Miranda; 1998).



Enos Mills fue uno de los primeros naturalistas que comenzó a dejar atrás esta denominación, creando lo que el mismo llamó “guía de naturaleza” para referirse a unas personas que explicaban la naturaleza de una forma diferente y hacían surgir emociones e interés por ella.

Ya bien entrados en el siglo XX empieza la profesionalización, creándose cursillos y períodos de entrenamiento para los guías.

*(Jorge Morales Miranda; 1998).*

Posteriormente en los años treinta los programas interpretativos se establecieron en parques estatales como nacionales de los EEUU, especialmente apoyados por organizaciones conservacionistas. Después de la Segunda Guerra Mundial hay un resurgir de las actividades interpretativas; la demanda de visitantes se ve incrementada y la disciplina cobra un gran impulso. A este conjunto de servicio se les denomina INTERPRETACIÓN.

A partir de la propuesta de los seis principios de la interpretación por Freeman Tilden, en su obra clásica INTERPRETING OUR HERITAGE y en la década de los sesenta la interpretación recibe múltiples y sólidas aportaciones provenientes de diversos campos científicos y del conocimiento humano.

El intérprete ahora, con independencia de que sea geógrafo, biólogo o arqueólogo es ante todo un comunicador. Su campo profesional se encuentra también en otro tipo de espacios: zoológicos, museos, jardines botánicos, sitios históricos, yacimientos arqueológicos, etc. Como tiene una sólida preparación en comunicación es capaz de transmitir incluso lo que no está en su formación básica, siendo necesario para ello un estudio profundo y minucioso y una rigurosa experiencia de campo en los dominios que van a constituir su mensaje.



En los años ochenta se creía tener la denominación definitiva en interpretación ambiental con todas las connotaciones del medio físico y biológico que eso conlleva. Ahora se utiliza una nueva palabra: "PATRIMONIO". Así en 1985 en BANFF, CANADA durante el Primer Congreso Mundial de Interpretación del Patrimonio, se consolida este apelativo y se reafirma en 1988 en INGLATERRA y en 1991 en EEUU en el segundo y tercer congresos mundiales respectivamente.

La interpretación tiene ya un lugar reconocido en la gestión de los parques nacionales. Sin embargo, como instrumento de intervención es también una de las principales estrategias para la comunicación con el público en parques naturales y arqueológicos y sitios históricos, contribuyendo a ordenar el flujo de visitantes, los patrones de visita en relación al uso del espacio, disminuyendo el vandalismo y la conducta indeseable en el entorno y promoviendo unas actitudes compatibles con la conservación, tras un proceso definido de comunicación de los valores del lugar a ese público visitante.

*(Jorge Morales Miranda; 1998).*

#### **4.5 LOS PRINCIPIOS DE LA INTERPRETACION PARA EL SIGLO XXI PROPUESTOS POR TILDEN**

1. Para despertar el interés, los intérpretes deben conseguir que los contenidos de sus mensajes se relacionen con la vida de los visitantes.
2. El propósito de la interpretación va mas allá de la entrega de información, consiste en revelar una verdad y un significado profundo.
3. Toda presentación interpretativa al igual que una obra de arte se debería diseñar como una historia que informe, entretenga e ilustre.



4. El propósito del mensaje interpretativo es inspirar y provocar a la gente para que amplíe sus horizontes.
5. La interpretación debería presentar un tema o un planteamiento completo y debería ir dirigida al individuo como un todo.
6. La interpretación para niños, adolescentes y personas de la tercera edad, cuando estos constituyen grupos homogéneos, debería aplicar enfoques diferentes.
7. Todo lugar tiene una historia. Los intérpretes pueden revivir el pasado para hacer que el presente sea más placentero y que el futuro adquiriera un mayor significado.
8. Las altas tecnologías pueden revelar el mundo de diversas formas. Sin embargo la incorporación de estas tecnologías a los programas interpretativos debe realizarse con cuidado y precaución.
9. Los intérpretes deben cuidar la cantidad y calidad de la información a presentar. Bien sintetizada y fundamentada en una buena investigación, la interpretación tendrá más poder que un gran discurso.
10. Antes de aplicar diseños en interpretación, el intérprete debe de conocer las técnicas básicas de comunicación, una interpretación de calidad se fundamenta en las habilidades y los conocimientos del intérprete.
11. Los textos interpretativos deberían transmitir aquello que a los lectores les gustaría conocer, con la autoridad del conocimiento y la humildad.



**12.** La interpretación debería estimular las capacidades de la gente e infundir un deseo de sentir la belleza de su alrededor para elevar el espíritu y propiciar la conservación del rasgo que es interpretado.

**13.** Un programa interpretativo debe ser capaz de conseguir apoyo político, financiero, administrativo, voluntariado.

**14.** Los intérpretes deben ser capaces de promover actividades interpretativas óptimas a través de programas bien concebidos y diseñados

**15.** La pasión es el ingrediente indispensable para una interpretación poderosa y efectiva.

*(Jorge Morales Miranda; 1998).*

#### **4.6 EL GUÍA INTÉRPRETE**

¿Un intérprete? usualmente con este termino se designa a alguien que traduce de un idioma a otro, o a un artista que desempeña un papel en un drama o ejecuta una pieza musical. Un guía intérprete requiere su papel porque aunque los turistas deambulan a través del sitio mirando, percibiendo olores y sonidos, estas experiencias por si solas pueden tener poco significado para ellos.

Con la ayuda del guía intérprete, el turista podrá percibir más y comprender mejor sus observaciones al mostrarle la forma en que su área funciona o la forma como ella se relaciona con problemas actuales.

El uso particular de la palabra "INTERPRETACIÓN" fue inicialmente empleado por Freeman Tilden en 1957 en su obra clásica "INTERPRETACION DE NUESTRA HERENCIA". El describe la interpretación como un servicio publico, una actividad educacional orientada a revelar el significado y relaciones mediante el uso de objetos originales, experiencias directas y medios ilustrados.



Existe pues una clara diferencia entre un maestro y un guía intérprete. El último posee el material original del trabajo: el bosque, las ruinas mayas o el litoral marino. En cambio el maestro depende de conferencias, libros, medios audiovisuales y la imaginación de sus estudiantes. Las muestras llevan a los estudiantes al intérprete porque el puede mostrarles el objeto en sí. El maestro sabe que ningún libro de texto, película o aún las charlas más inspiradas puede producir el impacto que causa el objeto mismo.

El guía intérprete es importante porque se encuentra en sitios de interés y puede ayudar a modificar aquellos sentimientos y actitudes de aprecio por los recursos de la zona. El guía puede demostrar por qué el bosque o el arrecife son críticos para el bienestar de la comunidad local. El guía intérprete puede demostrar directamente como nuevas prácticas de manejo, pueden mejorar la situación.

La interpretación es exitosa cuando los cuatro factores siguientes trabajan en conjunto: la audiencia, el intérprete, el diseño de la actividad y el sitio mismo. El guía intérprete puede tener control sobre cada uno de estos factores. El guía intérprete debe de conocer su sitio, recolectar datos básicos sobre éste y preparar un plan general para su trabajo interpretativo.

Dadas las expectativas de los turistas, es de gran ayuda que los intérpretes se consideren tanto animadores como educadores. El guía intérprete debe de hacer algo más que dar charlas como si estuviera en un salón de clases. El tratar de desarrollar relaciones amistosas con los turistas, a la vez que suministrar información interesante, son parte de su trabajo.

*(Leslie y Dawson; 1999).*



#### **4.7 FUNCIONES DEL GUÍA INTÉRPRETE DURANTE EL RECORRIDO**

- El guía intérprete debe de asegurar que la ubicación del sitio donde se puedan encontrar para el comienzo de las actividades esté claramente demarcada.
- Estar en el punto de partida entre 15 y 20 minutos antes de comenzar. Jamás llegar tarde; eso solo demostraría la falta de profesionalismo de su parte.
- Durante el recorrido el guía intérprete debe de tener en cuenta dos aspectos diferentes, por un lado está lo referido a la conducción del grupo y por otro, todo aquello relacionado con la comunicación. Ambos aspectos son muy importantes y hay que atenderlos simultáneamente.
- En la conducción del grupo hay que tener en cuenta que:
  - Hay que ir siempre adelante.
  - Se debe de respetar el recorrido, pero hay que ser flexibles si el caso lo requiere, si llueve o aparece algo de interés en las proximidades, sugiere que pueden quedarse un poco más; cuando sienta que ya lo han visto todo y están empezando a buscar como continuar, es mejor seguir con el recorrido.
  - Animar a los visitantes a que hagan preguntas y exploren nuevas ideas.
  - Mantener el contacto visual directo con los miembros del grupo.



- No hablar de lo que no se ve o nunca verán los visitantes; solo creara falsas expectativas y contribuirá a su insatisfacción.
- Pronunciar bien, alto y claro, vocalizando pero sin ir muy rápido ni muy despacio. No utilice megáfono.
- Al finalizar el recorrido el guía intérprete debe de preocuparse por los siguientes aspectos:
  - ❖ Que las personas sepan que la actividad ha llegado a su fin.
  - ❖ Resuma el tema, pero hágalo brevemente y desafíe a sus visitantes a que en el futuro asuman alguna forma de responsabilidad en la solución de asuntos que usted pudo haber planeado.
  - ❖ Preguntar a los turistas sobre que tal les pareció la actividad, si se divertieron y otras cosas, pero sin que se note demasiado que se les está evaluando.
  - ❖ Dar las gracias en nombre propio y de la institución o empresa a la que representa.

*(Intur-Nic 26-31 mayo 2003; Leslie y Dawson; 1999).*

#### **4.8 CARACTERÍSTICAS ESENCIALES DEL GUÍA INTÉRPRETE**

Destacar estas características será la clave para proyectar nuestra imagen y demostrar la calidad del servicio que estamos brindando de una manera integral.



- **APARIENCIA PERSONAL**

En la mayoría de los casos las personas nos juzgan por como lucimos, es por eso que debemos de cuidar nuestra apariencia personal de una manera integral, desde el cabello hasta los zapatos, para los demás deben de estar peinados, maquilladas y vestidos de acuerdo con la hora, grupo y lugar. Los caballeros deben de tener el cabello bien recortado, sin barbas exóticas, ni aretes o tatuajes (al menos que no sean visibles), así mismo mantenerse siempre bien aseado, sus axilas bien protegidas y los zapatos muy limpios.

- **APLOMO Y BUEN ALIENTO**

La tranquilidad que debe de transmitir al momento de responder es muy importante ya que de esas respuestas depende el éxito o fracaso de un buen día de trabajo. Al contestar una pregunta sin tener plena seguridad de lo que decimos lo estaremos diciendo en otras palabras al grupo, no sé nada ¡y ya no me pregunten más que estoy nervioso!!! Nunca olvide cuidar mucho el aseo de boca, véalo de esta manera: la boca es la principal herramienta de trabajo, es la que le permitirá llegar tan lejos como desee, por lo que debe de cuidar su higiene bucal visitando así a su dentista al menos cada 6 meses.

- **CORTESIA Y MADUREZ EMOCIONAL**

Siempre mantener la cortesía compartible con todos los visitantes respetando sus puntos de vista, por ejemplo caso de ancianos, con opiniones muy particulares, grupos religiosos u otros. De esta manera se compenetra en el grupo y puede integrarlos perfectamente en actividades.

- **INICIATIVAS Y CREATIVIDAD**

Nunca espere que alguien resuelva por usted las cosas en el camino, cualquier eventualidad que suceda en el transcurso de su trabajo el guía tiene que ser



capaz de tomar la iniciativa y resolverlo lo más pronto posible. Si a esto le sumamos un poco de creatividad los resultados serán sorprendentes.

- **SALUD FÍSICA**

Dado a la naturaleza del trabajo el guía intérprete debe de tener buena condición física a lo que es lo mismo debe ejercitarse con regularidad. En el mercado actual los guías intérpretes que ven su trabajo de una manera integral, cuidan su físico y corporal. El prestar atención a su salud física le brindará al guía más seguridad sobre si mismo y le permitirá formar parte de aquellas actividades como escalar y caminar.

- **MEJORANDO LA MEMORIA**

El recordar es algo muy importante para la vida de un guía intérprete; a nosotros los seres humanos nos hace sentir especiales que alguien nos llame por nuestro nombre, el guía intérprete debe de tener en cuenta los nombres y los rostros de los turistas, muchas veces esto es un poco complicado especialmente cuando son nombres en otro idioma ajeno al nuestro, para decir mal un nombre es mejor no decirlo.

Nunca hay que olvidar contar a los turistas al subir y bajar del autobús, el guía intérprete siempre debe ser el último en subir y el primero de su unidad de transporte.

*(Intur-Nic 26-31 Mayo 2003).*

#### **4.9 PERSONALIDAD DEL GUÍA INTÉRPRETE**

Un sin numero de elementos componen la personalidad de un guía intérprete, de esto depende la opinión que perciban las personas a las cuales se



está dirigiendo, dirán tiene una súper personalidad o no tiene del todo personalidad debería de cambiar de trabajo.

Carisma. ¿Tiene usted carisma? Todos lo tenemos, imagine que al entrar a un salón mira un grupo de conversación muy animada, a usted le atrae y empieza a acercarse, de repente ya es parte de la conversación de otro grupo pequeño, luego observa que una de las personas camina hacia otra dirección y que al cabo de pocos minutos tiene a su alrededor una multitud que le hace pensar en eso. Esa persona tiene muchísimo carisma.

El carisma no es necesariamente algo con lo que esta persona nació, todos los tenemos pero esta esperando ser desarrollado y perfeccionado.

“Carisma” es la habilidad para influir en otros de manera positiva, conectándose con ellos física, mental, intelectual y emocionalmente. Es decir, es lo que haces para que la gente guste de ti aunque ni siquiera conozca de tu persona.

*(Intur-Nic 26-31 Mayo2003).*

#### **4.10 CUALIDADES DE UN BUEN GUÍA INTÉRPRETE DE TURISMO**

- Poseer datos históricos y una amplia cultura general.
- Haber recibido un entrenamiento adecuado en una escuela básica de turismo.
- Conocer la región como la palma de su mano.
- Conocer cabalidad de oferta turística y de servicios públicos.
- Puntualidad y honradez.
- Dominio del idioma en que se va a guiar.
- Tolerancia y cordialidad en el trato.
- Buena presentación, impecablemente vestido, debidamente identificado.
- Asequible por teléfono.



- Haber participado en un curso de primeros auxilios.
- Asumir los principios propuestos por Tilden.

*(José Avilez; agosto 27-2002).*

Así mismo el guía debe de desarrollar cualidades tales como:

- **AMABILIDAD:** la persona desde el mismo momento que decide desplazarse en busca de un profesional que les guía, una de las cosas que mas agradece es la amabilidad con la que contestan preguntas que en ocasiones no tienen ningún sentido para nosotros, una sonrisa o el ofrecer nuestra ayuda nunca va de más.
- **INTERÉS:** para que esto pueda transmitirse a nuestro público primero debemos de sentir pasión por lo que hacemos: cuando tenemos delante a un guía que está explicando como fue construida la catedral etc.... nos damos cuenta si esa persona esta sintiendo lo que esta diciendo o simplemente lo dice por que es parte de un dossier que le dieron para que lo aprendiera de memoria.
- **DEDICACIÓN ABSOLUTA:** muchas personas subvaloran el trabajo de guía intérprete como tal; dedicarse a esto es algo muy difícil, es un compromiso muy grande que no solamente adquiere con uno mismo o con la empresa para la cual trabaja, sino también con su país. Los mejores guías intérpretes son los que están actualizándose constantemente; esto requiere de dedicación absoluta, no solo es cuidar nuestro dientes, manera de vestir, información, salud, entre otros de manera separada, es algo que debe hacerse de una manera integral.

*(José Avilez; agosto 27-2002).*



#### **4.11 ANIMACIÓN TURÍSTICA**

Animación turística es el conjunto de medios o técnicas desplegadas para hacer participar activamente a los miembros de una colectividad en la vida del grupo. Además, esta implica la viveza de las acciones, palabras uso de movimientos y al mismo tiempo implica concursos entre los miembros, teniendo en cuenta las características del grupo de turistas.

La animación turística juega un papel muy importante al momento de trabajar con grupos en los cuales no hay mucha confianza, comunicación etc... A continuación tenemos razones que fundamentan su importancia:

1. Permite una comunicación más rápida y fácil tanto guía – turistas como turistas entre sí.
2. Evita el fácil aburrimiento de los turistas, máximo si son varios días.
3. Ayuda a que las personas tengan un mayor conocimiento sobre algunas cosas y mejoran las relaciones humanas.

No solamente existe animación en los tours, también existen profesionales que trabajan como animadores en grandes parques temáticos o en hoteles; estos últimos además de animar tienen la enorme misión de evitar que los clientes se vayan en busca de algo más, que no es precisamente lo que ellos ofrecen. En el momento que vayamos a hacer una actividad debemos de considerar los siguientes aspectos:

1. Planificación previa.
2. Nunca debemos dejar solos a los turistas.
3. No darles las espaldas cuando están hablando.
4. No hay descanso.
5. Cambiar dinámica si vemos que el grupo no responde o la considera aburrida.



6. Mantener siempre un buen tono de voz.
7. Demostrar siempre más ganas que el turista, de lo contrario se desanimará.
8. No olvidar la buena postura.

La recreación debe de ser:

1. En un tiempo libre.
2. Voluntaria
3. Por placer.
4. Incluye actividades.
5. No autodestructiva.
6. Creativa.

Existen dos corrientes de animación turística:

1. Corriente Americana: son programas pre-establecidos con horarios y actividades estándar para todo el grupo, con actividades principalmente deportivas y de juegos organizados; otros ofrecen algún tipo de entretenimiento nocturno. Esta corriente es un poco rígida ya que los programas ya están establecidos así como el tipo de técnicas que se van a utilizar.
2. Corriente Francesa: es todo lo contrario de lo anterior, los programas y horarios son abiertos y van en dependencia de los gustos de los grupos.  
Tipos de Juegos: activos, reposados, de campo y de carácter educativo.  
*(Intur-Nic 26-31, Mayo 2003).*



#### **4.12 ACTIVIDADES PARA LAS CUALES DEBE FORMARSE UN BUEN GUÍA INTÉRPRETE**

Para lograr la formación adecuada de un guía se ha pensado en una serie de actividades estratégicas, las cuales se dividen en:

- Observación e interpretación de sitios históricos.
- Observación y análisis del grupo de turistas.
- Análisis de mapas, fotos o demás instrumentos.
- Manejo de construcciones de origen y destino y demás instrumentos de estudios del mercado turístico.
- Conocimientos de primeros auxilios, emergencias, sobre- vivencia.
- Capaz de desarrollar actividades recreativas deportivas, culturales, dinámicas de grupo con los turistas.
- Sensibilización turística humana.
- Eliminar todo rasgo y visión fatalista y pretender lograr un nivel critico.

( *Leslie y Dawson; 1999*).



## **5. IMPORTANCIA DEL GUÍA INTÉRPRETE**

La actividad del guía intérprete representa para el turismo, el conducto por el que se da a conocer el patrimonio natural y cultural de los destinos turísticos con los que cuenta el país, ya que la relación que establece el guía con los visitantes y la manera de representar los atractivos turísticos posibilita la repetición y recomendación del país visitado, si la experiencia durante el viaje cumplió con las expectativas de los visitantes.

Es importante porque tiene la misión de informar, dirigir y orientar al turista sobre el punto de vista, los guías intérpretes ayudan a los turistas a solucionar sus problemas que puedan presentarse durante el viaje, ellos nos señalan cada punto del país como: monumentos, castillos, montañas, playas, lagos y sitios históricos.

El guía intérprete también conoce las características de los servicios que presentan sus colegas en la cadena receptora y pueden complementarse unos con otros para lograr un mejor trabajo y de esta manera obtener mejores beneficios; los guías juegan un papel importante en la tarea de persuadir a los turistas para que adquieran servicios suplementarios, tales como excursiones opcionales.

Algo de mucha importancia es el dominio de varios idiomas, ya que es una herramienta de trabajo sin la cual no sería posible entretener y atender debidamente a un turista durante su estadía.

Mientras más idiomas hable correctamente un guía, más trabajo tendrá y más disfrutará del mismo.

*(Jorge Morales, 1998 – José Avilez; agosto 27-2002. –Román Hereter; 2003 – Fernando Amador Ramírez; 2003).*



### **5.1 TURISMO CULTURAL**

Cuando Herodoto de Halicarnoso tuvo ante sus ojos por primera vez las pirámides hace 2700 años, era un turista cultural, sus comentarios sobre los dibujos pintados en los monumentos y sobre los grupos de guías dispuestos para ser contratados dan a entender que Herodoto no era en absoluto el primer turista que visitaba estos monumentos e intentaba adquirir conocimientos sobre las personas que los construyeron. Para buena parte de la historia que está escrita, lo que ahora se considera turismo estaba relacionado con la insaciable curiosidad de la raza humana.

El turismo cultural está relacionado actualmente con la atracción que ejerce “lo que las personas hacen”, sobre los turistas potenciales, incluyendo, como indicaba la anterior definición, la cultura popular, el arte y las galerías, la arquitectura, los eventos festivos individuales, los museos y los lugares patrimoniales e históricos, con el propósito de experimentar la cultura en el sentido de una forma distinta de vida y participar en nuevas y profundas experiencias culturales, tanto en lo estético como en lo intelectual, emocional o psicológico.

El turismo cultural ha abierto una puerta a la democratización del turismo pero ¿significa esto que las élites sociales consumen los mismos productos culturales? Más bien tenemos que tomar en consideración que los destinos han sido adoptados por y readaptados a las nuevas demandas, que los costos se han reducido, que las posibilidades de generar atractivos turísticos han aumentado, que las élites modificarán sus hábitos de viaje según las clases medias vayan ocupando sus lugares de vacaciones. La pretensión de atraer a la gente con alto nivel de gasto hacia destinos basados en la cultura, entendida está como condensación en el patrimonio cultural monumental, artístico, arqueológico e incluso etnográfico, choca con el número de individuos y frecuencias de visitas posibles para rentabilizar la inversión.



Referida al turismo cultural, (turismo cultural, étnico, rural, ecoturismo y otros incluidos en lo que se denomina turismo alternativo), la clientela directa es curiosa por su naturaleza y pese al exotismo que pueda mostrar el destino, necesita tanto como su homónimo de masas, algunos rasgos conocidos que le den confianza e inspire seguridad.

*(Jafar Jafari; 2002- Bento Gonçalves; febrero 04-2005).*

El turismo usa y consume rasgos culturales al tiempo que contribuye a reconstruir, producir y mantener culturas.

Así algunos bienes y servicios son específicamente turísticos y los productos están diseñados en implementar bajo las condiciones impuestas por la demanda presentes y las perspectivas futuras. El caso extremo podría estar representado por los espacios y parques temáticos culturales, en lo que supuestamente todo puede ser controlado, desde el índice de humedad hasta el tiempo de permanencia del visitante en un área dada.

La explotación turística del recurso patrimonial ha posibilitado la incorporación del turismo a las estrategias económicas de unidades domésticas, grupos locales, empresariado e instituciones, muchas veces bajo el marco protector y bien intencionado de la conservación cultural y natural con el beneplácito de los grupos locales. Otras, sin embargo, a espaldas de los habitantes que de esta forma, pasan a ser ciudadanos de burbujas medioambientales-culturales y actores involuntarios de los diferentes escenarios para el turismo nacional-urbano e internacional.

Estas circunstancias son especialmente relevantes en los casos de culturas consideradas como escasas, extrañas y atractivas a la mirada (pueblos indígenas, grupos étnicos específicos y pocos numerosos junto a campesinos y pescadores artesanales), que son mercadeadas tanto o más que lo bienes patrimoniales-monumentales que sirven de conexión directa con el pasado. Repitiendo en gran medida los procesos y actuaciones que se llevaron a cabo por el disfrute del



patrimonio cultural singular por los turistas convencionales, los bienes y espacios cotidianos son transformados en productos de representación y sistemáticamente reorientados, contruidos y/o readaptados para obtener el beneplácito de sus consumidores, satisfacer sus esperanzas y expectativas. La cultura misma o una selección no neutral de la misma, es objetivada y despersonalizada, sacada de contexto, a fin de obtener un producto presentable como auténtico, fuera de tiempo, que debe infundir la idea de experiencia inolvidable y única para su consumidor y a la vez ser repetible y estandarizada para el conjunto.

Una consecuencia directa y no intencionada de esta forma de producción turística-cultural y consumo ha sido su intervención en la reconstrucción de las identidades locales, generando un proceso constante de creación y recreación del sentido de pertenencia, pasado, lugar, cultura y posesión. Una vez más el turismo se desenvuelve como un motor de cambios, que obliga a releer el pasado y el presente, a adaptar los significados no tanto a los hechos supuestamente objetivos como a la consideración que de los mismos tienen sus usuarios permanentes.

El turismo está pervirtiendo aquellas poblaciones en las que se desarrolla. La comercialización de la cultura, del patrimonio cultural en sentido amplio, y los cambios efectuados en las mismas y en la sociedad de acogida, ofrecerían como resultado bien una caricatura de ese grupo y sus recursos tradicionales, bien un estilo de vida clónico de sus habitantes.

Paradójicamente, este tipo de concepciones sobre la cultura alienta las diferencias, predispuesta a exagerar las coherencias internas y excesivamente proclives a limitarlas e individualizarlas, es decir, deshumanizarlas.

La cultura como tal abstracción, refleja un modelo ideal que incluye un conjunto de elementos tanto observables como no observables, que son aprendidos y traspasados, en la medida que los tiempos permitan, de una generación a la siguiente.



Nosotras adoptaremos los principios de la interpretación propuestos por Tilden, ya que estos nos enseñan la manera correcta para interpretar y poner en práctica las cualidades de un buen guía intérprete, principalmente dentro del turismo cultural en la ciudad de León, ya que este (el turismo cultural), necesita de una presentación interpretativa que lleve un mensaje, inspire y provoque al público para que amplíen sus horizontes.

*(Jafar Jafari; 2002- Bento Gonçalves; febrero 04-2005).*



## **6. METODOLOGIA**

Nuestro trabajo consiste en Mostrar la Importancia del Guía Interprete en el Desarrollo del Turismo Cultural en la Ciudad de León. Este será un estudio de tipo descriptivo de corte transversal. La información se obtendrá de datos primarios a través de encuestas con preguntas cerradas, dirigidas a 14 guías turísticos de:

Galería Ortiz Gurdian.

Museo Rubén Darío.

Museo de tradiciones y leyendas Coronel Joaquín de Arechavala.

Museo de Arte Sacro, "Monseñor César Bosco Vivas Róbelo" (Sutiava).

Y a 100 turistas que visiten esos centros en el periodo de dos semanas.

Los datos se tabularan por conteo simple y con ellos se elaboraran la matriz de datos, después se procederá al análisis de los datos por entre cruzamiento simple de variable. Los resultados se expresaran en forma de gráficos y cuadros estadísticos.

Uniendo la teoría y resultado de nuestras encuestas y observación, permitirá llegar a conclusiones sobre interpretación en León y formular recomendaciones acerca de la evaluación del estado actual de interpretación en León.

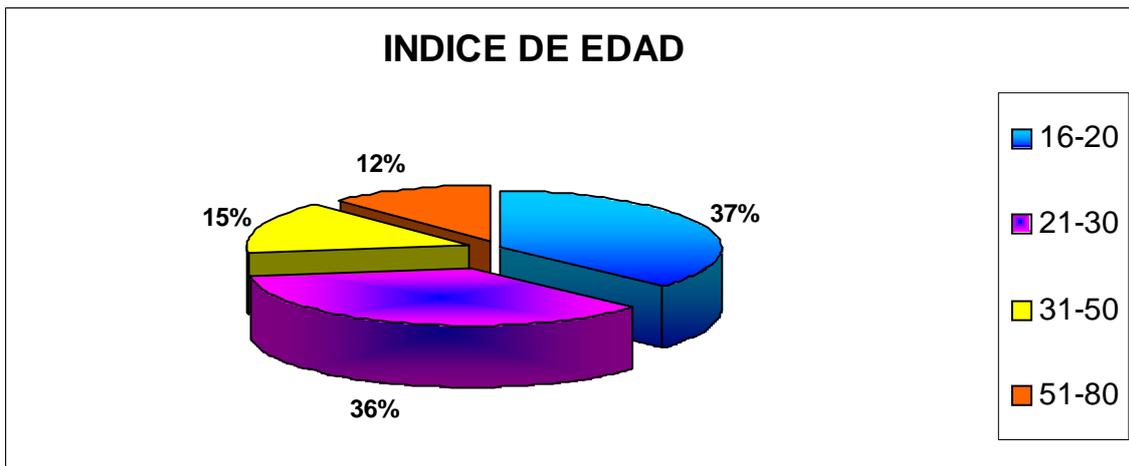


## 7. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A TURISTAS

### Información General

Indice de Edad		
Edad	Nº de Encuestados	%
16-20	37	37%
21-30	36	36%
31-50	15	15%
51-80	12	12%
TOTAL	100	100%

GRÁFICO # 1

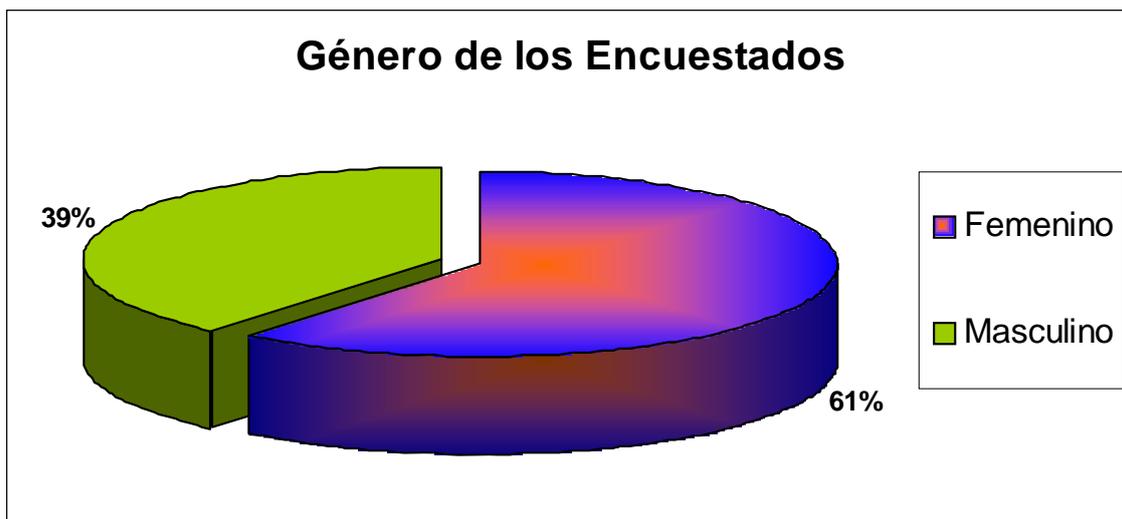


De la encuesta aplicada a 100 turistas, el 37% de los encuestados están entre las edades de 16-20 años, 36% de ellos de 21-30 años, 15% de 31-50 años y 12% de 51-80 años.



GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS		
Sexo	Nº de los Encuestados	%
Femenino	61	61%
Masculino	39	39%
TOTAL	100	100%

GRÁFICO # 2

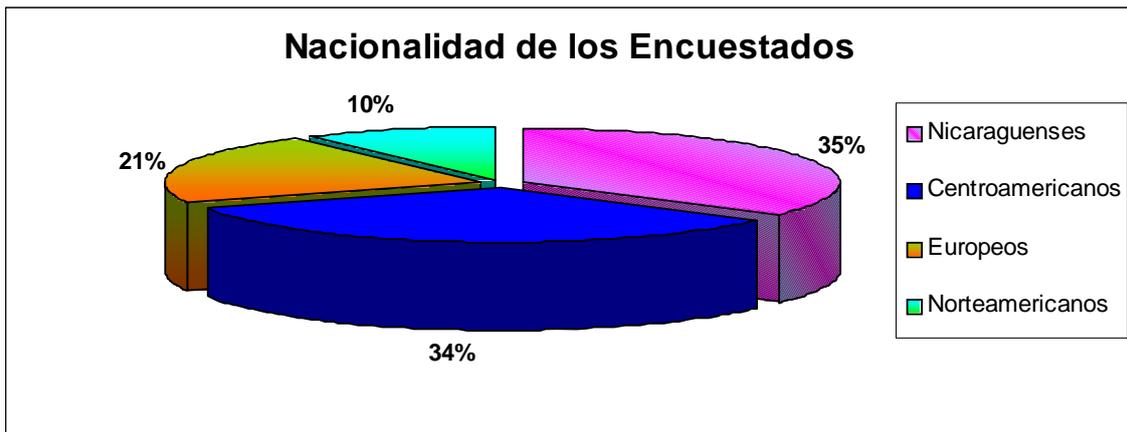


Dentro del género de los encuestados el 61% son del sexo femenino y el 39% son del sexo masculino.



Nacionalidad de los Encuestados		
Nacionalidad	Nº de Encuestados	%
Nicaraguenses	35	35%
Centroamericanos	34	34%
Europeos	21	21%
Norteamericanos	10	10%
TOTAL	100	100%

**GRÁFICO # 3**

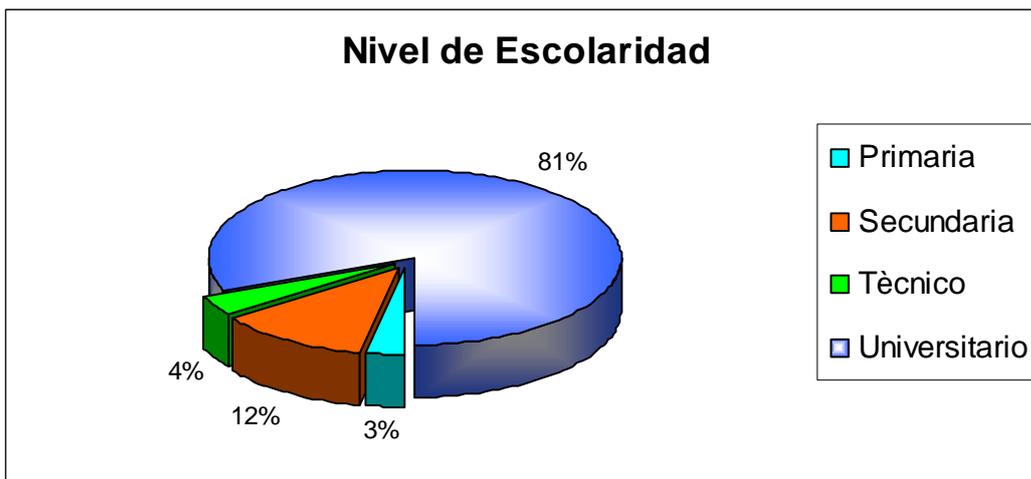


La gráfica nos muestra que de 100 visitantes encuestados el 35% de ellos son Nicaragüenses, un 34% son Centroamericanos, un 21% Europeos y 10% Norteamericanos.



Nivel de Escolaridad		
Nivel	Nº de Encuestados	%
Primaria	3	3%
Secundaria	12	12%
Técnico	4	4%
Universitario	81	81%
TOTAL	100	100%

**GRÁFICO # 4**

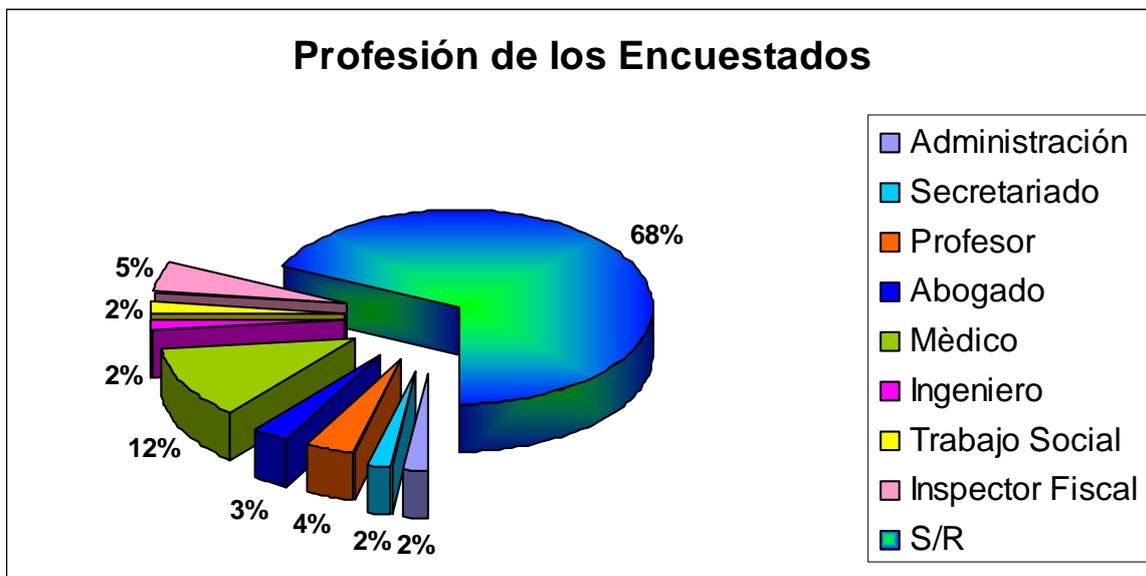


En la gráfica observamos que de 100 encuestados el 81% de ellos poseen un nivel de escolaridad universitario, 12% secundaria, 4% técnico y 3% primaria.



Profesion de los Encuestados		
Profesion	Nº de los Encuestados	%
Administración	2	2%
Secretariado	2	2%
Profesor	4	4%
Abogado	3	3%
Médico	12	12%
Ingeniero	2	2%
Trabajo Social	2	2%
Inspector Fiscal	5	5%
S/R	68	68%
TOTAL	100	100%

GRÁFICO # 5

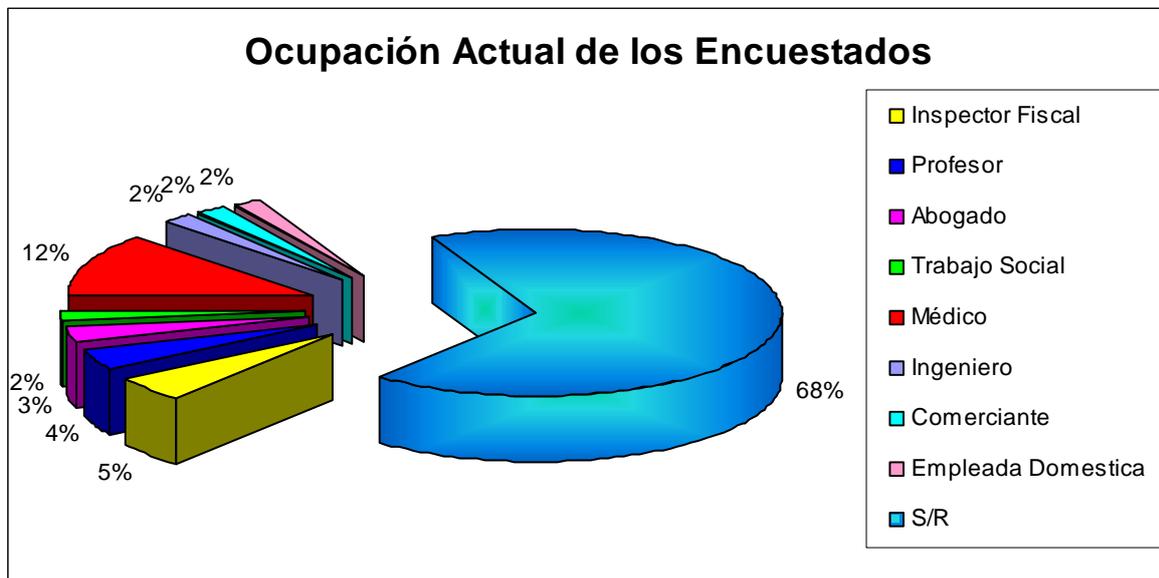


El gráfico nos muestra que de 100 encuestados el 68% no responden a la pregunta, un 12% responden que su profesión es Médico, 5% Inspector Fiscal, 4% Profesor, 3% Abogado, 2% Secretariado, 2% Administración, 2% Trabajo Social y 2% Ingeniero.



Ocupacion Actual de los Encuestados		
Ocupacion Actual	Nº de los Encuestados	%
Inspector Fiscal	5	5%
Profesor	4	4%
Abogado	3	3%
Trabajo Social	2	2%
Médico	12	12%
Ingeniero	2	2%
Comerciante	2	2%
Empleada Domestica	2	2%
S/R	68	68%
TOTAL	100	100%

GRÁFICO # 6



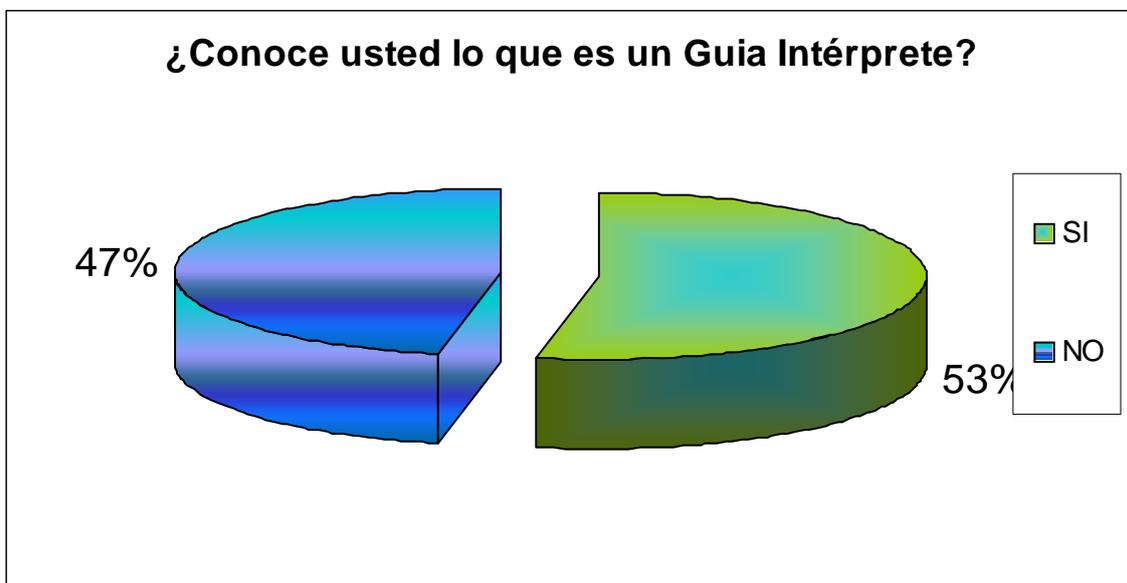
En la gráfica podemos observar que un 68% de los encuestados no responden a la pregunta, 12% de ellos su ocupación actual es Médico, 5% Inspector Fiscal, 4% Profesor, 3% Abogado, 2% Trabajo Social, 2% Ingeniero, 2% Comerciante y 2% Empleada doméstica.



### Conocimiento de Guía Intérprete

Parámetros	Nº de Encuestados	%
SI	53	53%
NO	47	47%
TOTAL	100	100%

GRÁFICO # 7



De 100 visitantes encuestados, 53% de ellos aseguran conocer lo que es un guía intérprete y 47% de ellos desconocen lo que es un guía intérprete, lo cual nos indica que la mayoría de los visitantes conocen el significado de guía intérprete y no tienden a confundirlo con un guía turístico.



### Importancia de la presencia de un guía

Parametros	Nº de Encuetados	%
SI	89	89%
NO	11	11%
TOTAL	100	100%

GRÁFICO # 8



En este gráfico podemos observar que 89% de los visitantes encuestados consideran que es importante la presencia de un guía intérprete al momento de realizar un tour, aunque muchos desconocen el significado de guía intérprete y 11% de ellos opinan que no es importante.



### Actividades guiadas en la ciudad

Parametros	Nº de Encuestados	%
SI	57	57%
NO	43	43%
		0%
TOTAL	100	100%

GRÁFICO # 9



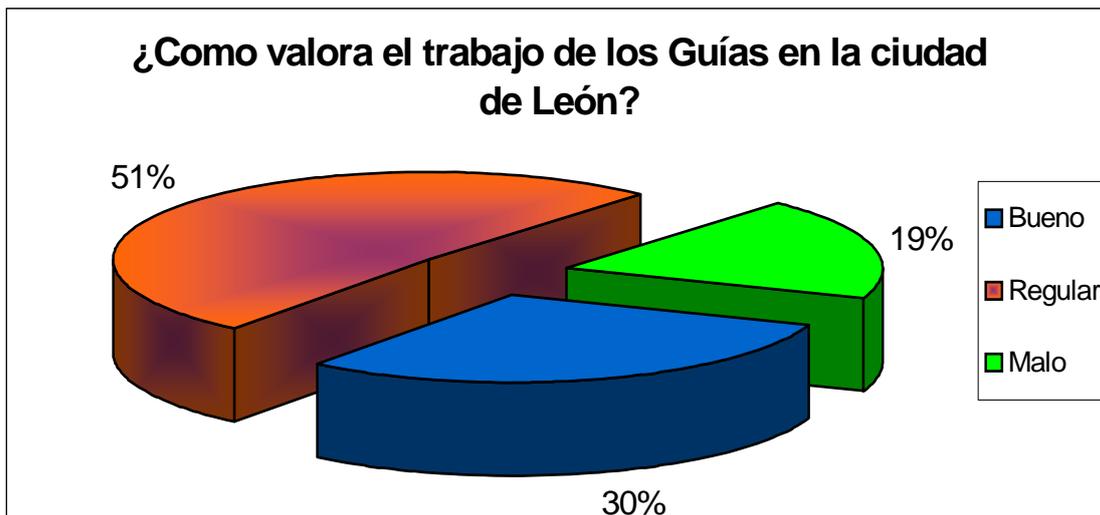
La gráfica nos muestra que 57% de los visitantes encuestados han realizado actividades guiadas por la ciudad y 43% de ellos no han recibido tours guiados en la ciudad.



### Valoración del trabajo de los guías en la ciudad de León

Paremetros	Nº de Encuestados	%
Bueno	30	30%
Regular	51	51%
Malo	19	19%
TOTAL	100	100%

GRÁFICO # 10



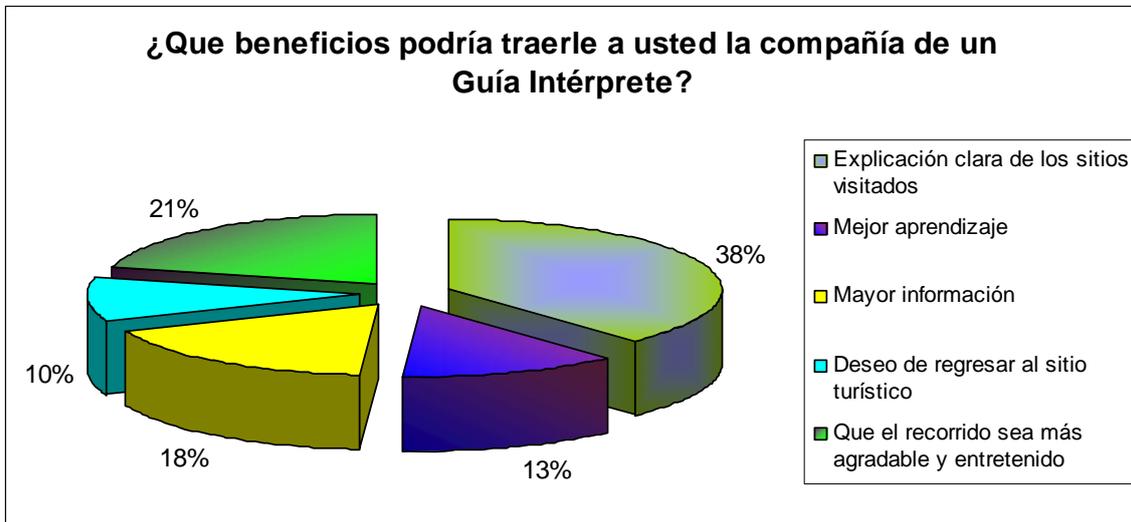
De los visitantes encuestados 51% opinan que el trabajo de los guías en la ciudad de León es regular( no llenan todas las expectativas de lo visitantes), 30 % opinan que es bueno(desempeñan bien su labor) y 19% malo(no están altamente capacitados y no realizan bien su trabajo).



### Beneficios que puede traerle la compañía de un Guía Intérprete

BENEFICIOS	Nº de encuestados	%
Explicación clara de los sitios visitados	38	38%
Mejor aprendizaje	13	13%
Mayor información	18	18%
Deseo de regresar al sitio turístico	10	10%
Que el recorrido sea más agradable y entretenido	21	21%
TOTAL	100	100%

GRÁFICO # 11



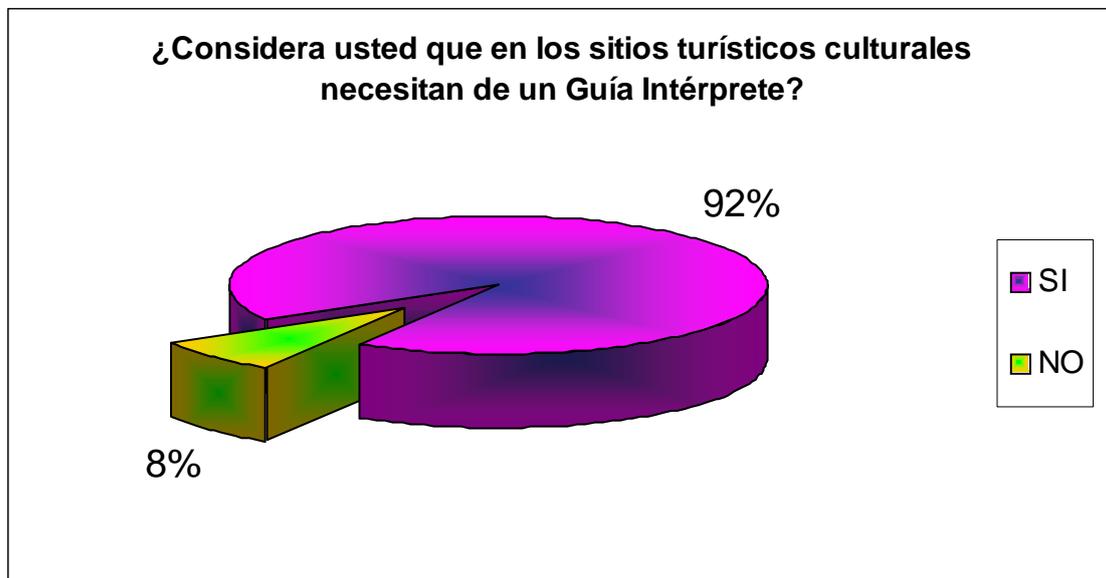
De 100 visitantes encuestados 38% consideran que el mayor beneficio que podría traerle la compañía de un guía intérprete es la explicación clara de los sitios visitados, 21% de ellos que el recorrido se más agradable y entretenido, 18% mayor información, 13 %mejor aprendizaje y 10% deseo de regresar al sitio turístico.



### Necesidad de un Guía Intérprete

Parametros	Nº de Encuestados	%
SI	92	92%
NO	8	8%
TOTAL	100	100%

GRÁFICO # 12



De un total de 100 encuestados 92% de ellos confirman que los sitios turísticos culturales necesitan la presencia de un guía intérprete y 8% opinan que no es importante la presencia de el guía intérprete.

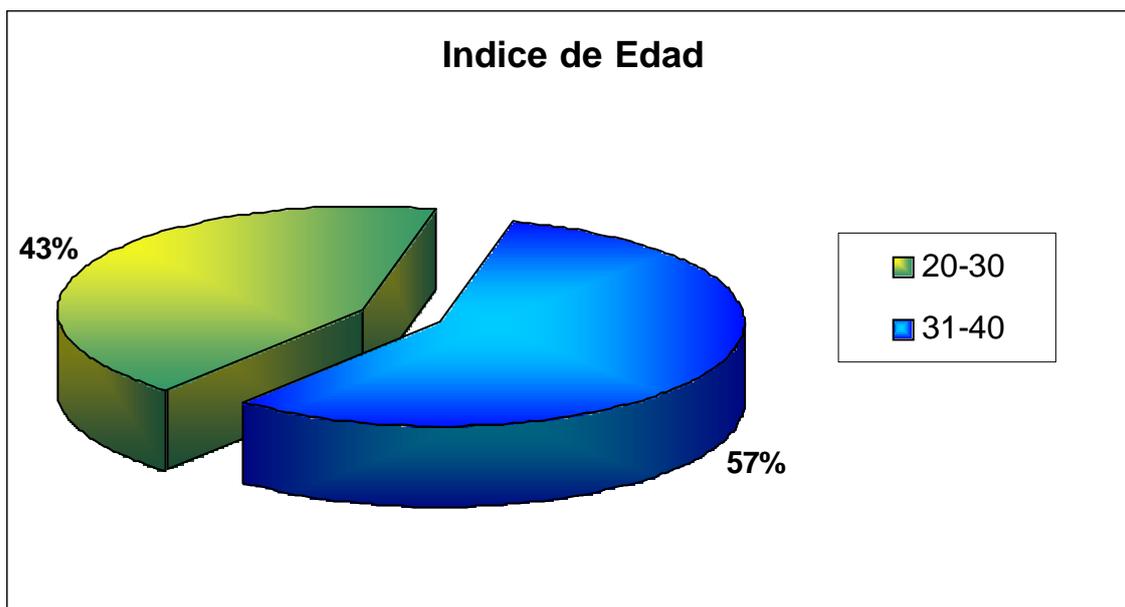


## 7.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A GUÍAS TURÍSTICOS

### Información General

Indice de Edad		
Edad	Nº de Encuestados	%
20-30	6	43%
31-40	8	57%
TOTAL	14	100%

### GRÁFICO # 13

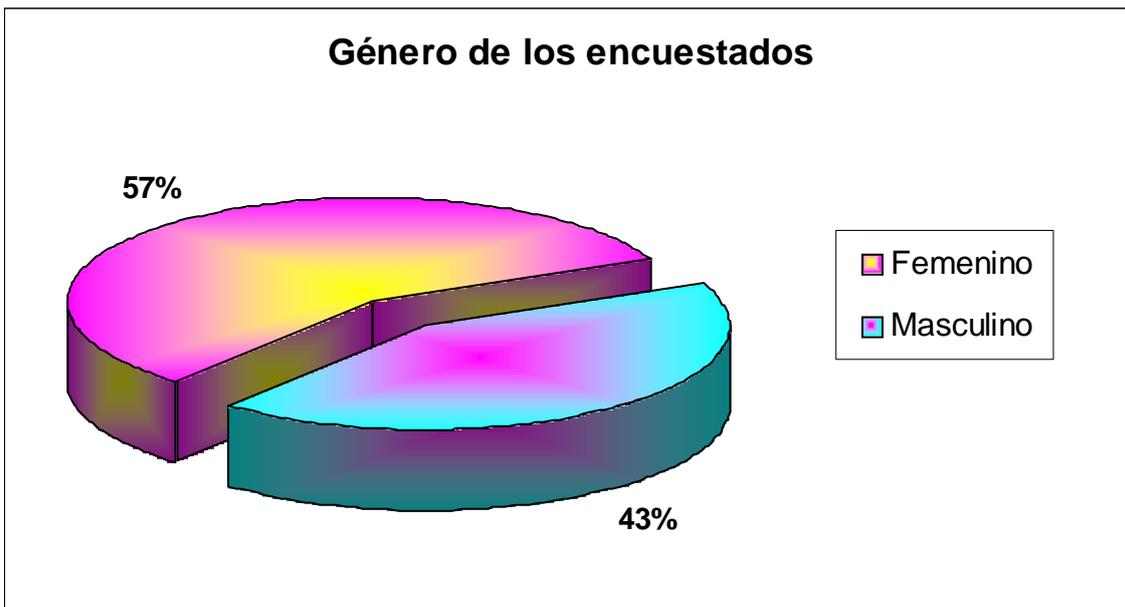


De la encuesta aplicada a 14 guías, 57% de ellos se encontraban entre las edades de 31-40 años y 43% eran de 20-30 años de edad.



Genero de los encuestados		
Sexo	Nº de Encuestados	%
Femenino	8	57%
Masculino	6	43%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 14

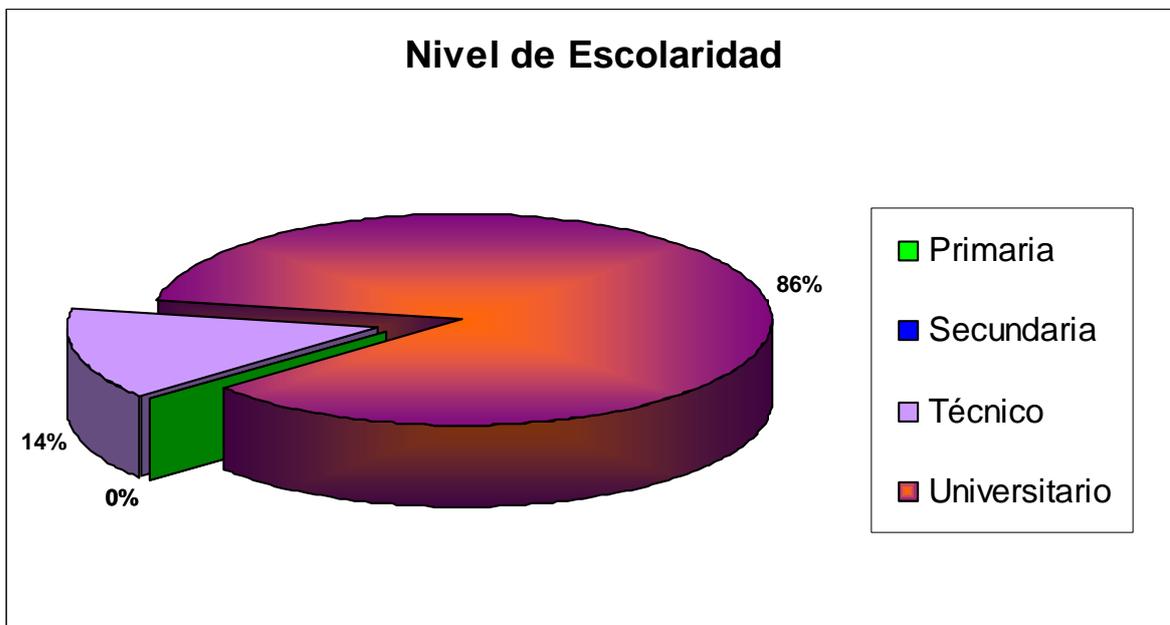


La gráfica nos muestra que de 14 guías, 57% pertenecen al género femenino y 43% al género masculino.



Nivel de escolaridad		
Nivel	Nº de Encuestados	%
Primaria	0	0%
Secundaria	0	0%
Técnico	2	14%
Universitario	12	86%
TOTAL	14	100%

**GRÁFICO # 15**

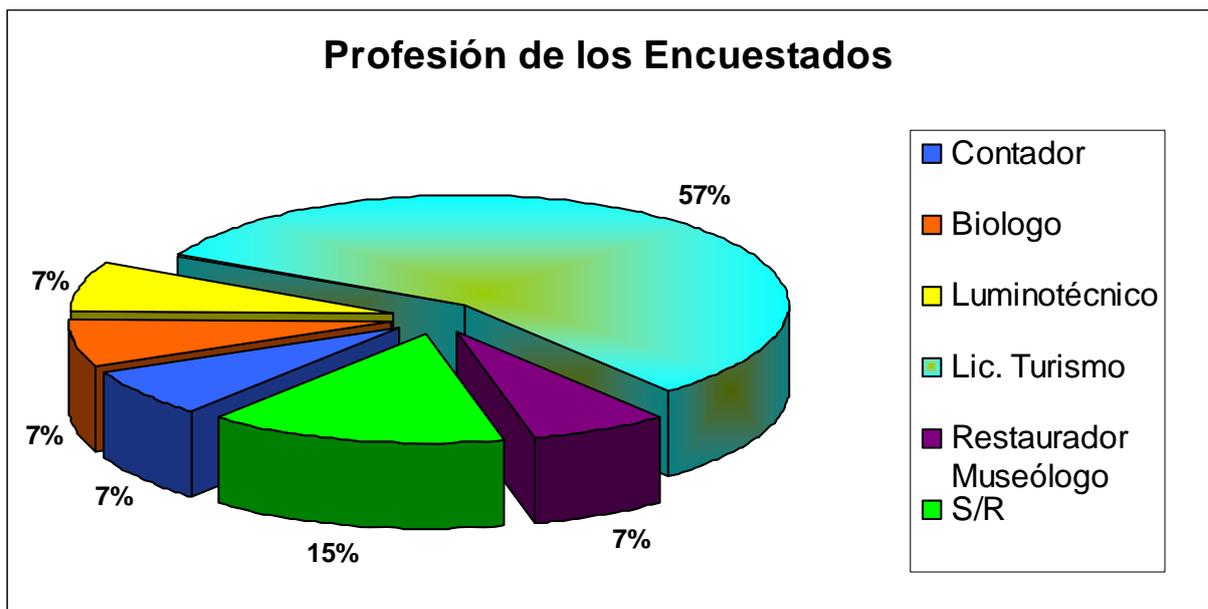


Dentro del nivel de escolaridad de 14 guías encuestados, tenemos que 86% poseen nivel universitario y 14% técnico.



Profesión de los Encuestados		
Profesión	Nº de Encuestados	%
Contador	1	7%
Biologo	1	7%
Luminotécnico	1	7%
Lic. Turismo	8	57%
Restaurador Museólogo	1	7%
S/R	2	15%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 16

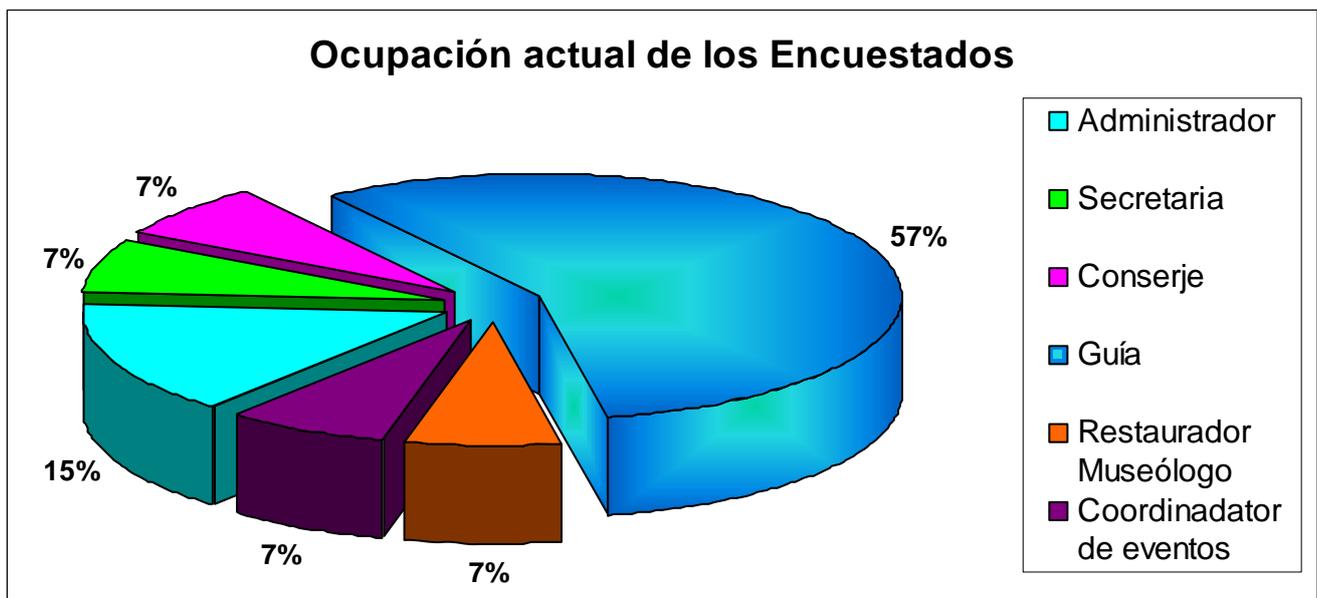


En la gráfica podemos observar la profesión de 14 guías encuestados, 57% Lic. Turismo, 7% contador, 7% biólogo, 7% luminotécnico, 7% restaurador museólogo y 15% sin respuesta.



Ocupación actual de los Encuestados		
Ocupación	Nº de Encuestados	%
Administrador	2	15%
Secretaria	1	7%
Conserje	1	7%
Guía	8	57%
Restaurador Museólogo	1	7%
Coordinador de eventos	1	7%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 17



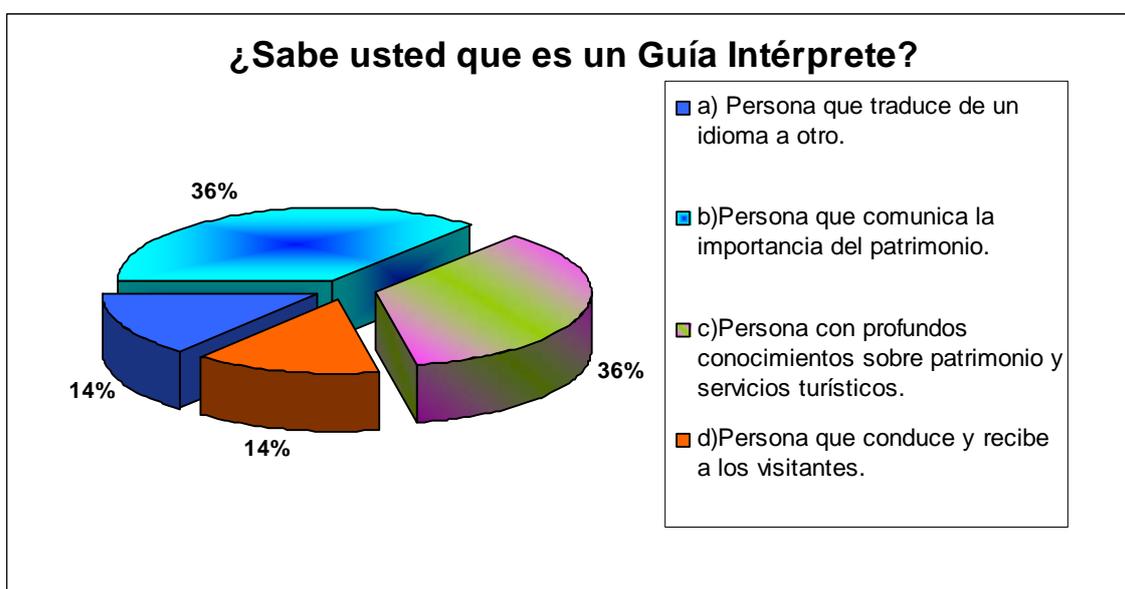
La profesión que ocupan actualmente los 14 guías encuestados son: 57% guías, 15% administrador, 7% secretaria, 7% conserje, 7% restaurador museólogo y 7% coordinador de eventos.



### Conocimiento de Guía Intérprete

Parametros	Nº de Encuestados	%
a) Persona que traduce de un idioma a otro.	2	14%
b) Perosna que comunica la importancia del patrimonio.	5	36%
c) Persona con profundos conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos.	5	36%
d) Persona que conduce y recibe a los visitantes.	2	14%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 18



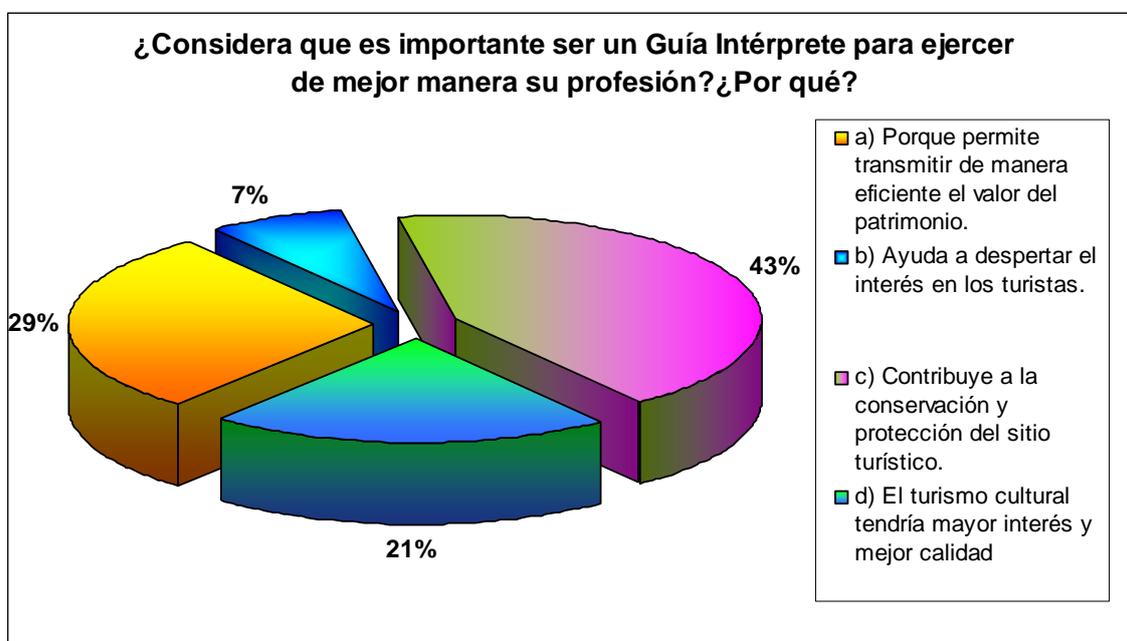
La gráfica nos muestra que 36% de los guías encuestados opinaron que un guía intérprete es aquella persona que comunica la importancia del patrimonio. Otros 36% encuestados opinan que es aquella persona con profundos conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos. Otros 14% encuestados dicen que es aquella persona que traduce de un idioma a otro y 14% mas dicen que es aquella persona que conduce y recibe a los visitantes.



### Importancia de Guía Intérprete para ejercer mejor la profesión

Parametros	Nº de Encuestados	%
a) Porque permite transmitir de manera eficiente el valor del patrimonio.	4	29%
b) Ayuda a despertar el interés en los turistas.	1	7%
c) Contribuye a la conservación y protección del sitio turístico.	6	43%
d) El turismo cultural tendría mayor interés y mejor calidad	3	21%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 19



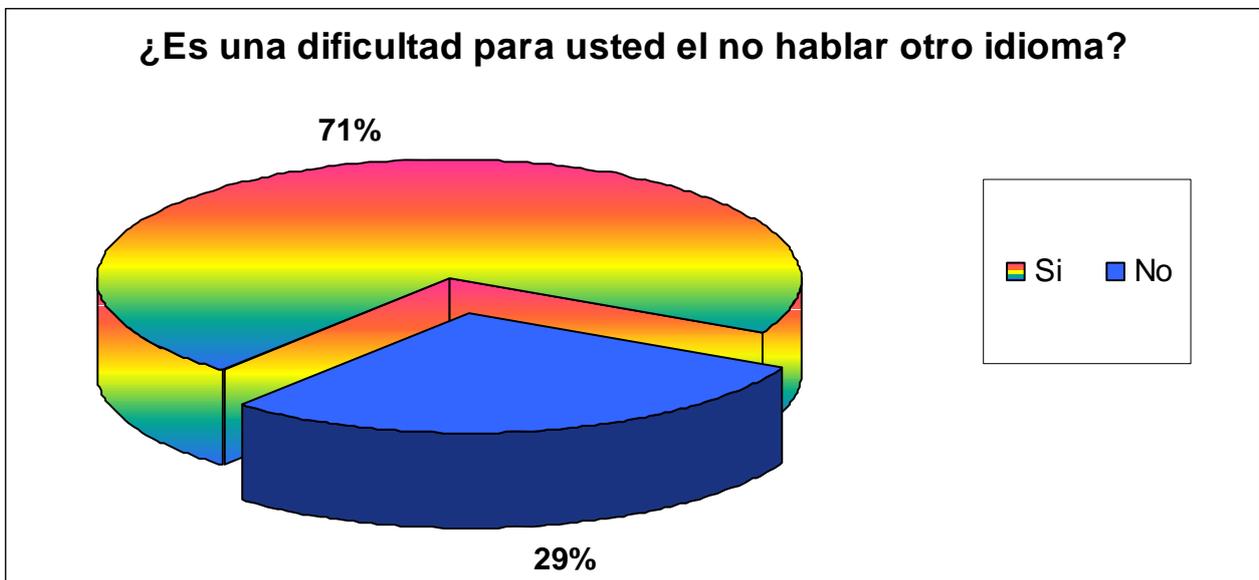
De 14 guías encuestados 43% respondieron que es importante ser un guía intérprete para ejercer de mejor manera su profesión porque: contribuye a la conservación y protección del sitio turístico, 29% respondieron porque permite transmitir de manera eficiente el valor del patrimonio, 21% dicen que el turismo cultural tendría mayor interés y mejor calidad y 7% dice que ayuda a despertar el interés en los turistas.



### Dificultades por no hablar otro idioma

Parametros	Nº de Encuestados	%
Si	10	71%
No	4	29%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 20



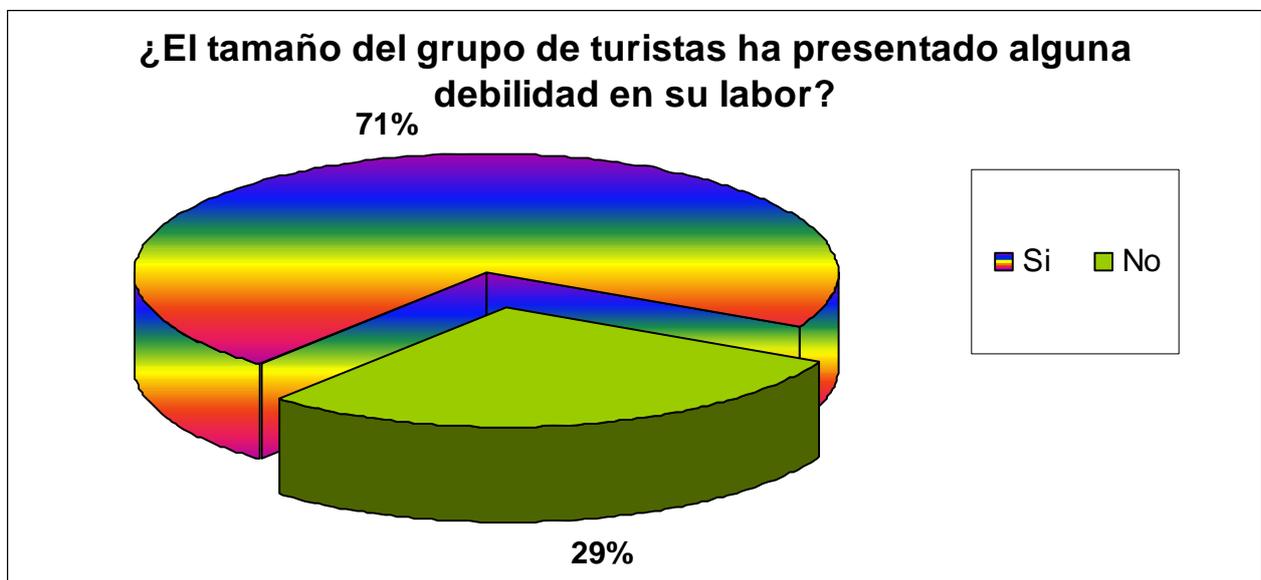
La gráfica nos muestra que 71% de 14 guías encuestados aseguran tener dificultades por no hablar otro idioma y 29% respondieron que para ellos no es una dificultad debido a que ellos hablan otro idioma.



### Debilidad por el tamaño del grupo de turistas

Parametros	Nº de Encuestados	%
Si	10	71%
No	4	29%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 21



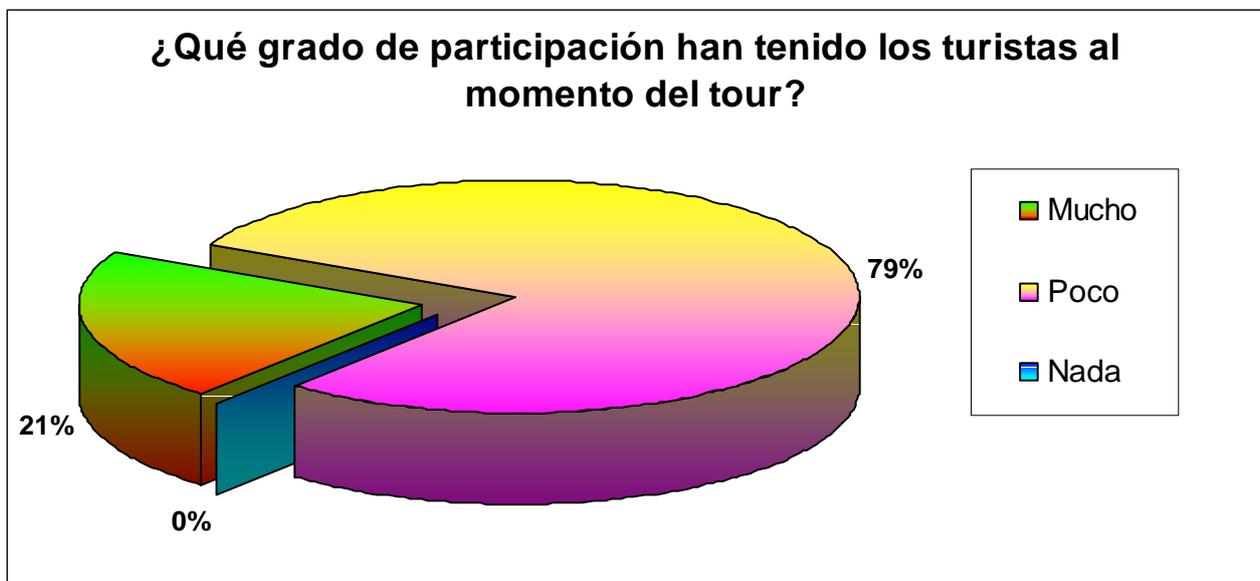
De 14 guías encuestados 71% respondieron que el tamaño del grupo ha sido una debilidad (tamaño promedio del grupo, hasta 27 personas) y 29% dicen que no ha sido una debilidad ya que ellos no reciben grupos grandes.



### Participación de los turistas

Participacion	Nº de Encuestados	%
Mucho	3	21%
Poco	11	79%
Nada	0	0%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 22



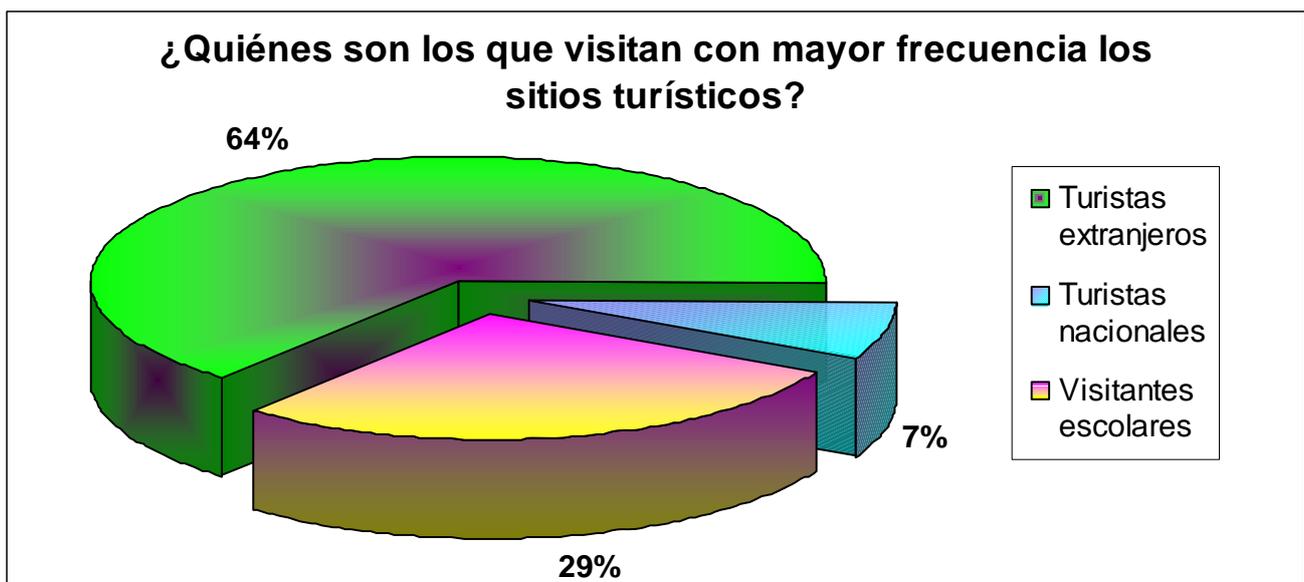
En este gráfico podemos observar que 79% de los guías encuestados confirman que el grado de participación que tienen los turistas al momento del tour es poco y 21% dicen que es mucho.



### Visitantes de mayor frecuencia

Tipo de Turistas	Nº de Encuestados	%
Turistas extranjeros	9	64%
Turistas nacionales	1	7%
Visitantes escolares	4	29%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 23



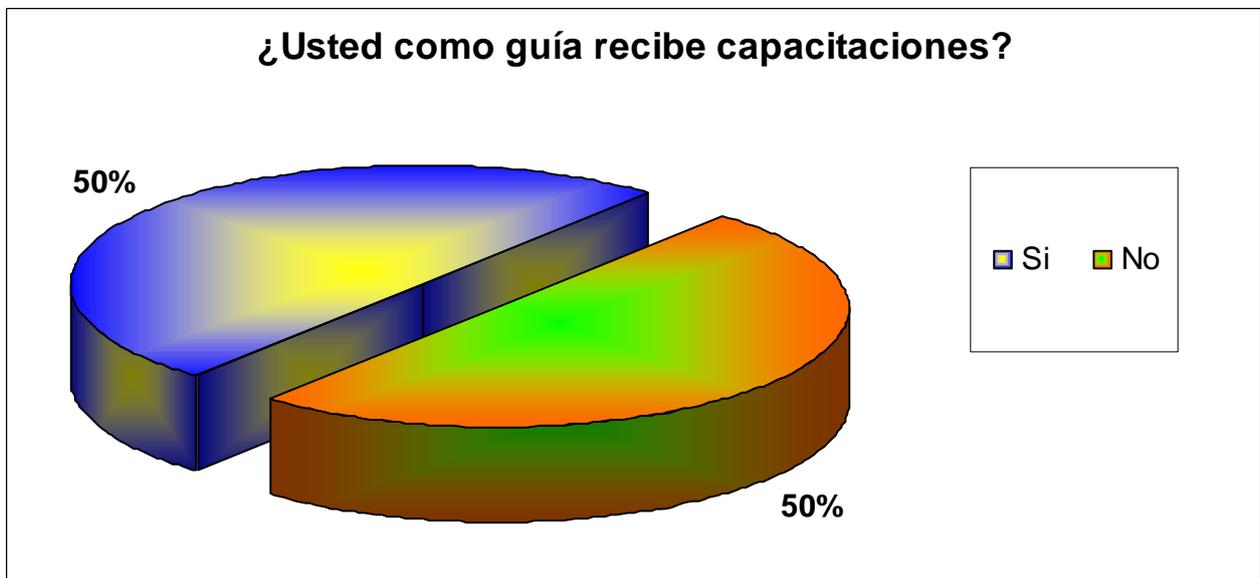
La gráfica nos muestra que 64% de los guías encuestados aseguran que los turistas que visitan con mayor frecuencia los sitios turísticos son los turistas extranjeros, 29% de los guías dicen que los visitantes escolares y 7% guía dice que turistas nacionales.



### Capacitaciones

Parametros	Nº de Encuestados	%
Si	7	50%
No	7	50%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 24



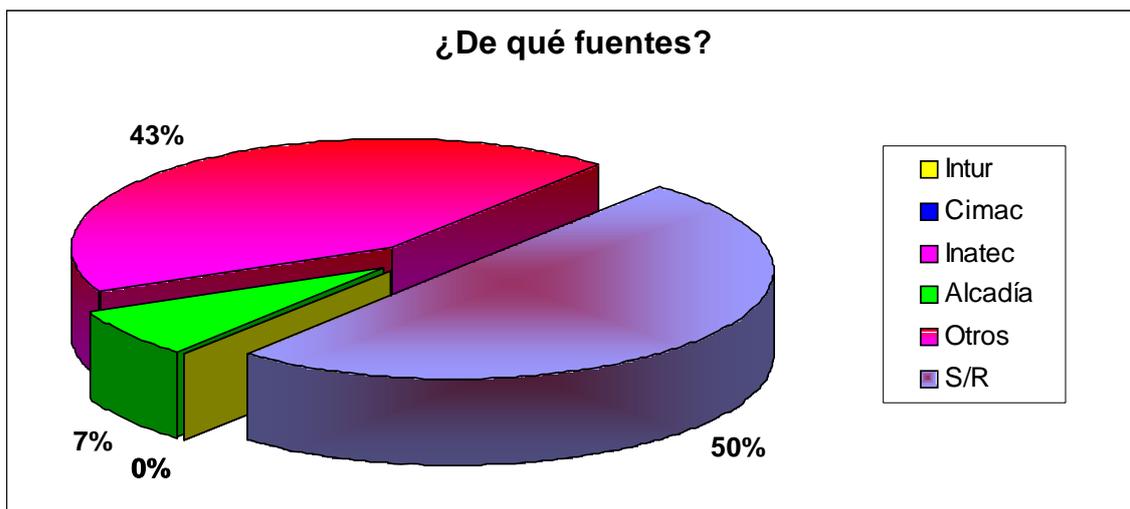
De 14 guías encuestados 50% confirman recibir capacitaciones y 50% aseguran no recibir capacitaciones.



### Fuentes

Fuentes	Nº de Encuestados	%
Intur	0	0%
Cimac	0	0%
Inatec	0	0%
Alcadía	1	7%
Otros	6	43%
S/R	7	50%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 25



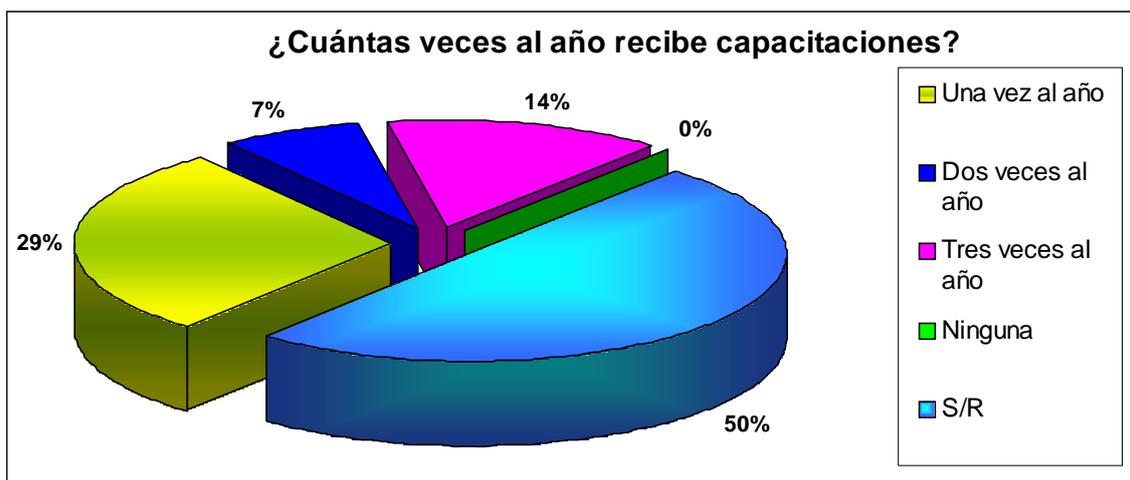
En la gráfica podemos observar que 50% de los encuestados no responden a la pregunta, 43% reciben capacitaciones por parte del mismo sitio turístico como por ejemplo Asociación Amigos del Teatro y Palacio de la Cultura (Managua) y 7% recibe capacitaciones por parte de la alcaldía.



### Veces al año

Veces al año	Nº de Encuestados	%
Una vez al año	4	29%
Dos veces al año	1	7%
Tres veces al año	2	14%
Ninguna	0	0%
S/R	7	50%
TOTAL	14	100%

GRÁFICO # 26



El gráfico nos muestra que 50% de los encuestados no respondieron la pregunta, 29% responden que reciben capacitaciones una vez al año, 14% responden tres veces al año y 7% dos veces al año.



## **7.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

En el marco de estas encuestas, basadas en la “Importancia del guía intérprete en el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de León”, hemos aplicado 114 encuestas con el fin de recopilar datos para nuestra investigación monográfica, dirigidas 100 encuestas a turistas que visitaban nuestra ciudad y 14 encuestas a guías encontrados en los museos, iglesias y galerías donde se hacen circuitos turísticos cerrados, dicha encuesta se realizó en los meses de Marzo y Abril.

De los resultados de dichas encuestas y la teoría en que basamos nuestra investigación, obtuvimos el siguiente análisis que hace referencia principalmente a los aspectos que más se destacan en el estudio realizado y que consideramos de mucha importancia, ya que contiene las perspectivas de ambos grupos encuestados y las relaciones teóricas que nos permitirán llegar a resolver la hipótesis.

La muestra de turistas encuestados está conformada por un grupo relativamente joven oscilando las edades entre los 16 y 80 años de edad.

El grupo estudiado de guías se encuentra entre los rangos de edades de 20 a 40 años de edad.

Dentro del grupo de turistas encuestamos a 61 personas del sexo femenino y 39 sexo masculino. De los guías encuestados 8 personas eran del sexo femenino y 6 del sexo masculino.

Las nacionalidades de los turistas encuestados, dieron como resultado un mayor predominio de turistas nacionales, seguido de Centroamericanos, Europeos y Norteamericano.

El nivel de escolaridad de los turistas se concentra entre la educación superior predominantemente. La mayoría son universitario, seguido de un nivel secundario, luego técnico y primaria. Dentro del nivel de escolaridad de los guías tenemos mayormente universitarios y luego técnico.

La mayoría de los turistas encuestados son profesionales de los siguientes campos de la ciencia y de un nivel de formación técnica, tales como: médicos, inspector fiscal, profesor, abogado, administradores, secretarías y luego técnico. Los encuestados generalmente laboran en su campo profesional, pero también encontramos, que algunos no ejercen su profesión.

En el caso de los guías, encontramos que no necesariamente tienen una formación profesional en ello, sino más bien se han formado en otras materias como por ejemplo: contabilidad, biología, electricidad, entre otras, muy específicas como: Restaurador museólogo; sin embargo encontramos que la mayoría son



licenciado en Turismo. Los encuestados laboran en su campo profesional, pero también ejercen el cargo de guía que se les da, de lo cual podemos deducir que deben conocer técnicas básicas del comportamiento de un guía turístico al menos, lo que no es igual a decir que sean guías intérpretes.

En relación al conocimiento que tienen los turistas con respecto al guía intérprete, encontramos que la mayoría de ellos marcaron SI y el resto no muy alejado de la mitad dijo NO.

En el caso de los guías: la mayoría marcó la opción b) Persona que comunica la importancia del patrimonio, seguido de ellos marcaron la opción c) Persona con profundos conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos, luego marcaron la opción a) Persona que traduce de un idioma a otro y por último marcaron la opción d) Persona que conduce y recibe a los visitantes.

Dicho resultado nos indica que tanto los turistas como los guías conocen las características del Guía Intérprete, lo que es de mucha importancia ya que el guía es un servidor público y hace ver a los visitantes que se preocupa por ellos y tanto los turistas como los guías sabrán cuales son las obligaciones que tienen ambos. Lo difícil es llevarlo verdaderamente a la práctica.

Referente a la importancia de la presencia de un guía intérprete al momento de realizar un tour obtuvimos que la mayoría de los turistas opinaron SI y el resto de ellos dijo NO, esto nos demuestra que la mayoría de los turistas prefieren realizar el recorrido con un guía intérprete, ya que ellos los guía intérpretes los motivan al aprendizaje, les dan mayor información y explican de mejor manera el patrimonio, obteniendo los turistas la satisfacción de haber facilitado una mejor comprensión, lo que conduce a un mayor aprendizaje.

En el caso de los guías si están concientes de la importancia del guía intérprete para ejercer de mejor manera su profesión, porque, en los resultados obtuvimos que los encuestados marcaron la opción c) Contribuye a la conservación y protección del sitio turístico, seguido la opción a) Porque permite transmitir de manera eficiente el valor del patrimonio, luego la opción d) El turismo cultural tendría mayor interés y mejora calidad y por último marcaron la opción b) Ayuda a despertar el interés en los turistas.

Esto nos demuestra que con la ayuda de los guías podría llegar a realizarse el sentido de conservación y protección del patrimonio en los turistas, ya que los guías son los encargados de transmitir a los turistas la importancia, los valores y creencias del sitio que visitan además de ser el patrimonio cultural de la ciudad de León un gran potencial turístico que debe de ser aprovechado con responsabilidad y respetado para preservar el destino.

En cuanto a los turistas si han realizado actividades guiadas en la ciudad, la mayoría opinaron SI y seguido de ellos dijo NO, confirmando que los turistas



buscan a un guía para satisfacer las inquietudes y necesidad de conocer nuestra cultura y de esta manera aprender de ella.

En relación a la dificultad que tiene el guía por no hablar otro idioma obtuvimos que la mayoría respondió SI y una minoría dijo NO, lo que nos demuestra que la mayoría de los guías no hablan otro idioma y es una dificultad para ellos ya que no están suficientemente preparados para interactuar con los turistas de manera directa, puesto que necesitan de un traductor.

Referente a la valoración del trabajo que realizan los guías en la ciudad de León, obtuvimos que:

La mayoría respondió regular.

Luego respondieron bueno.

Y por último contestaron malo.

Esto nos demuestra que los turistas han observado y sentido que los guías no están altamente capacitados y que no han recibido un entrenamiento adecuado para un buen desempeño laboral.

Con respecto al tamaño del grupo de turistas que usualmente manejan los guías encuestados. Estos respondieron que si reprecisa alguna dificultad, la cual generalmente es circunstancial, obtuvimos así que la mayoría de los guías encuestados respondieron que SI es una dificultad a la cual se enfrentan con frecuencia Y una minoría marcó la opción NO, reflejando que no es una dificultad para ellos manejar aun grupo grande durante los recorridos guiados. Los guías encuestados comentaron que las principales dificultades que enfrentan en cuanto al manejo de grupo son debido a que muchas veces los grupos son grandes y algunos de los turistas no les escuchan, esto se debe a que ellos ya no pueden esforzar mas su voz o algunas veces a que algunos de los visitantes se alejan de los guías.

En el caso de los beneficios que podría traerle al turista la compañía de un guía obtuvimos que:

La mayoría marcó la opción N° 1. Explicación clara de los sitios visitados.

Seguido de ellos marcaron la opción N° 5. Que el recorrido sea más agradable y entretenido.

Luego marcaron la opción N° 3. Mayor información.

Luego la opción N° 2. Mejor aprendizaje.

Y por último la opción N° 4. Deseo de regresar al sitio turístico.

Con esto determinamos que los turistas se muestran mayormente interesados en obtener una buena información y explicación del patrimonio turístico ya que para ellos es muy importante conocer otras culturas, costumbres y tradiciones que pueda tener el lugar, para poder intercambiar conocimientos y pensamientos con otras culturas.



Con respecto a los guías y el grado de participación que han tenido los turistas al momento del tour:

La mayoría respondió Poco.

Seguido de ellos Mucho.

Y luego Nada.

Lo que nos indica que los turistas no están motivados por realizar preguntas y que los guías respondan a sus inquietudes.

Con respecto a si los turistas consideran que en los sitios turísticos culturales se necesita de un guía intérprete obtuvimos que la mayoría respondió SI y la minoría dijo NO, vemos que para los turistas el guía intérprete es esencial en el sitio turístico ya que de él depende la estadía y regreso de los turistas al lugar visitado, el guía intérprete es una forma de comunicación que mezcla hechos y sentimientos para tocar emocional o intelectualmente al destinatario y de esta manera da a conocer el patrimonio turístico cultural. (Ver Pág. # 7 Concepto de Guía Intérprete)

En el caso de los guías preguntamos quienes son los que visitan con mayor frecuencia los sitios turísticos:

La mayoría respondió Turistas Extranjeros.

Luego Visitantes Escolares.

Y por último Turistas Nacionales.

Lo que podemos notar que los turistas extranjeros son los que se sienten mas motivados por conocer la cultura, costumbres y tradición del pueblo de León.

Referente a si el guía recibe capacitaciones obtuvimos que la mitad respondió SI y la otra mitad dijo NO, lo que nos demuestra que la mitad de los destinos turísticos visitados que realizan circuitos guiados, se muestran interesados por sus guías, que ellos este capacitados para dar un buen servicio a los turistas y una buena imagen al sitio mismo, por otro lado vemos que la otra mitad no esta interesada por mejorar la calidad del servicio de sus guías y del patrimonio cultural, lo que perjudica a los guías ya que estos no mejoraran la calidad de su servicio y no sabrán cuales son las preferencias de los turistas.

Siguiendo con lo guías preguntamos de que fuentes reciben dichas capacitaciones obtuvimos que:

La mitad sin respuesta.

Seguido de otros.

Y la minoría responde la alcaldía.

Los que marcaron otros, reciben las capacitaciones por parte del mismo lugar como por ejemplo:

Asociación Amigos del Teatro (Teatro José de la Cruz Mena).

Palacio de la Cultura Managua (Museo de tradiciones y leyendas Joaquín Arrechavala).



Lo que nos demuestra que las entidades involucradas con el turismo se muestran desinteresadas por el bienestar y desarrollo del patrimonio turístico cultural.

En relación a cuantas veces al año reciben capacitaciones  
La mayoría no responden a la pregunta.  
Luego responden una vez al año.  
Seguido de este, tres veces al año.  
Y la minoría dos veces al año.

En algunos casos se promueven cursos, talleres y capacitaciones, para los guías de los sitios de interés cultural, pero no se da el adecuado seguimiento, ni se actualizan los programas y mucho menos se propicia la investigación documental, e histórica, la cual consideramos sería de gran importancia para que los guías locales tengan una mayor incidencia en la tarea de promover la riqueza patrimonial que poseemos.

En este caso vemos nuevamente que es necesaria e importante la unidad y voluntad política de las entidades involucradas.

En estos resultados se basa nuestra investigación, "Importancia del guía intérprete en el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de León", que bien nos muestran que nuestra hipótesis se confirma, lo que es de mucha preocupación ya que el patrimonio turístico cultural de la ciudad de León necesita ser ofertado como un destino nuevo que brinde un buen servicio y esto solo se puede lograr con la calidad que presten con su trabajo los guías de la ciudad.



## **8. ESTRATEGIAS PARA CONTRIBUIR A IMPULSAR EL DESARROLLO PROFESIONAL DE LOS GUÍAS INTÉRPRETES**

1. Diseñar un plan de formación continua par los guías turísticos con el fin de que ellos puedan interpretar los sitios culturales de la ciudad de León, con el propósito de transmitir correctamente el mensaje del Patrimonio.
2. Proponer a las diferentes instituciones involucradas (Alcaldía, Intur, Universidades, Ministerio de Educación), un sistema de coordinación para desarrollar dicho plan de educación continua.
3. Solicitar a las diferentes empresas y a los mismos sitios turísticos apoyo técnico, de instalación y financiamiento en las distintas actividades que los sitios de interés cultural puedan desarrollar.
4. Motivar a los administradores de los destinos turísticos culturales que asuman las capacitaciones de los guías intérpretes, principalmente en el aprendizaje de otro idioma.
5. El Intur debe de impartir capacitaciones periódicas y actualizadas dirigidas a los guías y administradores de los centros de turismo cultural de la ciudad con la finalidad de propiciar intercambios de ideas e inquietudes que beneficien el desarrollo de los mismos.
6. La Alcaldía y el Intur deben coordinar actividades que propicien el desarrollo turístico de la localidad, para obtener mejor funcionamiento y desempeño; lo cual contribuye a incrementar el flujo turístico en la ciudad.



### **8.1 CONCLUSIONES DE LA MONOGRAFÍA**

- La hipótesis reflejada dentro de nuestra monografía se confirma, lo que es preocupante, ya que el patrimonio turístico cultural de la ciudad de León engloba en un sentido amplio la historia y las ideas de un pueblo y/o de un país, valores y creencias que necesitan ser ofertados y esto solo se logrará con la calidad que prestan con su trabajo los guías de la ciudad.
- El turismo cultural en la ciudad de León, posee un alcance internacional debido a su riqueza histórica, el cual puede ser aprovechado para una buena oferta turística.
- Dentro de los turistas encuestados se puede apreciar que existen diferencias en la consideración acerca del dominio y calidad de la información de los guías. Se necesita el manejo personal y de mucha capacidad para superar las expectativas del visitante.
- Es necesario hacer énfasis en la ayuda que pueden obtener los guías y el patrimonio cultural para mejorar la imagen y la presentación de ambos.
- El patrimonio turístico cultural puede tener uso comercial, pero siempre se deben considerar los principios de conservación y protección del mismo.
- El rol que juega el guía intérprete dentro del turismo cultural debe de contribuir a un mejor aprovechamiento histórico existente, ya que esto ofrece indicaciones concretas para la mejora de la gestión turística.
- El estudio reveló en las encuestas, la carencia de guías turísticos bilingües, a través del proceso de observación y encuestas realizadas a los mismos guías. Cuando se observó a los traductores estos no pertenecían al equipo de guías que prestan el servicio en los lugares turísticos.
- En general se confirmó que la calidad del servicio de guías dentro del patrimonio cultural de la ciudad de León es regular, ya que se necesita mejorar, sobre todo en la complementariedad y dominio de la información.



## **8.2 RECOMENDACIONES**

### **A los sitios de interés cultural de la ciudad de León.**

- Que los encargados del mantenimiento de los museos, galerías e iglesias en donde se practican circuitos turísticos, mejoren las instalaciones y las exhibiciones para que sean más atractivas a los visitantes.
- Que las capacitaciones estén dirigidas tanto a los guías como a los administradores de los centros turísticos de la ciudad para que así puedan realizarse intercambios de ideas e inquietudes para el desarrollo de ellos mismo.
- Que los administradores de los centros turísticos se interesen porque sus guías aprendan otro idioma ya que esto ayudará para que el guía intercambien distintos puntos de vista y el turista pueda tener un mejor servicio.

### **Intur**

- Apoyar a los centros turísticos de la ciudad para mejorar las condiciones materiales y considerar la cultura popular como atractivo turístico para un segmento importante que compone la actividad turística de la ciudad.
- Que tengan un amplio seguimiento de los centros turísticos que ofrecen actividades turísticas guiadas; para que así estos den un servicio de calidad que ayude al desarrollo y progreso de estos y la ciudad misma.
- Promover campañas educativas en centros escolares.
- Que brinden capacitaciones, poniendo en práctica los principios propuestos por Tilden.
- Formar grupos de trabajo en pro de conservar y divulgar los aspectos relacionados con la cultura y tradición leonesa.



### **Escuela de Turismo de la UNAN-León**

- Involucrar a los estudiantes a que realicen prácticas profesionales en el dominio de los contenidos y en la ampliación de la información del patrimonio histórico y cultural de Centroamérica.
- Establecer vínculos con los museos para que así exista mayor práctica profesional de la teoría dada y poder desarrollar mejor en los estudiantes actitudes para ser un buen guía intérprete.
- Apoyar y desarrollar programas de educación y formación cultural, para favorecer cambios de actitudes en la población, que contribuyan a promover la participación y apoyo de la sociedad leonesa.
- Enseñar estudios de casos de buenas prácticas nacionales e internacionales, para un mejor aprendizaje, conocimiento y desarrollo de los guías intérpretes.
- Que gestionen financiamientos con ONG para desarrollar programas de apoyo para la divulgación de los valores del patrimonio cultural e histórico leones.

### **Alcaldía Municipal de León**

- Establecer relaciones con Intur o propiciar actividades coordinadas con en el mismo, para realizar programas de desarrollo turístico y mejorar el funcionamiento y desempeño del turismo y de esta manera ayudar al progreso de la ciudad.
- Involucrar a los medios de comunicación (Revistas, Radios, TV), para que estos transmitan mensajes publicitarios en pro de la conservación y conocimientos de los valores patrimoniales de la localidad.



### **BIBLIOGRAFIA**

- Avilez José; El guía de Turismo.  
www.monografias.com, Agosto 27 2002.
  
- Gonçalves Bento; Turismo Cultural, Culturas Turísticas.  
www.scielo.br/scielo.php, febrero 04 2005.
  
- Hereter Roman; Guía del Viajero por el Mundo.  
Editorial Everest, S.A. 1ª edición 2003.
  
- Intur-Nic; I Curso de Guías Turísticas  
26-31 Mayo 2003.
  
- Jafari Jafar; Enciclopedia del Turismo.  
Editorial Síntesis S.A. II volumen 2002.
  
- Leslie y Dawson; Como Interpretar Recursos Naturales e Históricas.  
Editorial Turrialba, Costa Rica 1999.
  
- Morales Jorge; Guía Practica para la Interpretación del Patrimonio.  
1ª edición 1998.
  
- Ramírez Fernando Amador; Guías del Turismo Activo.  
www.delrioabogados.com/espeleolex, 2003.
  
- Valencia Nove Gerardo; Diccionario General del Turismo.  
Editorial Diana, México 1ª edición Febrero 1977.



# ANEXOS

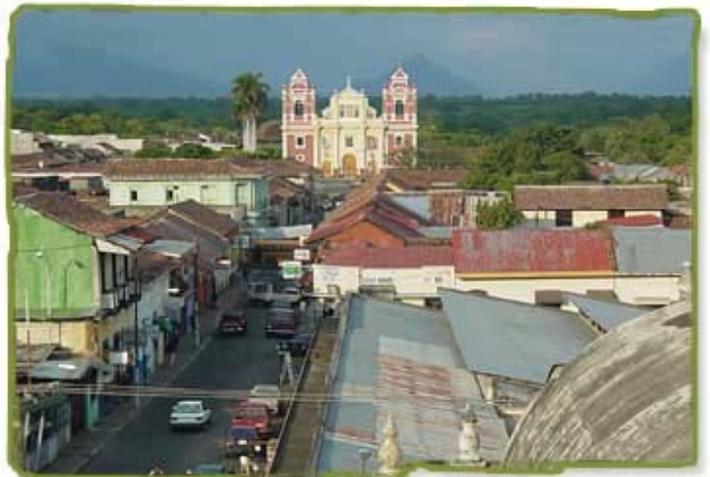
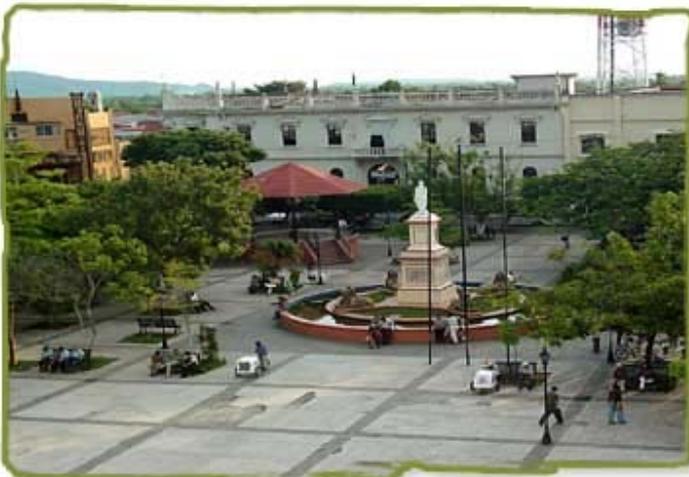


## GALERÍA DE ARTE





# LEÓN





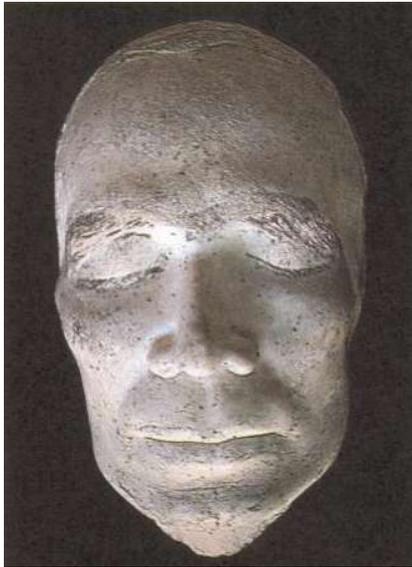
## MUSEO Y ARCHIVO RÚBEN DARÍO



Cama en la que paso su agonía Rubén Darío



Primera Sala: Aposento o Dormitorio de Doña Bernarda



Segunda sala o sala de tertulias del Coronel Félix Ramírez Madregil y Doña Bernarda.



Traje diplomático, usado por Rubén Darío en la corte de Alfonso XIII de España



Retrato al óleo de Rubén Darío en el traje Diplomático, original del Maestro Rodrigo Peñalba

