

Facultad de Turismo y Urbanismo
Guía Universitario en Turismo
Práctica III
Clase 3- Año 2025

LA COMUNICACIÓN EN EL SERVICIO DE ASISTENCIA Y GUÍA

La comunicación es un factor fundamental en las técnicas de asistencia y guía de grupos. Después de haber visto como posicionarnos en los vehículos, es necesario poner un énfasis especial en cómo hacerlo. Para ello, es imprescindible profundizar en las técnicas de comunicación. Una de las atribuciones esenciales de cualquier guía es la de informar. Por esta razón, todos aquellos que ejercen esta profesión deben ser buenos comunicadores. Esto implica ser conscientes de su comportamiento al hablar y plantearse cuestiones como las siguientes:

¿Hablo lo suficientemente fuerte para ser oído por todos?

¿Intento evitar la monotonía?

¿Ajusto mi ritmo de habla en función de lo que tengo que decir?

¿Adapto mi expresión gestual al sentido de las frases?

¿Soy suficientemente claro/a? ¿Me están entendiendo?

¿Funciona correctamente el micrófono?

¿Ha ocurrido algo que está captando la atención de mis pasajeros?

¿Voy adecuadamente vestido y peinado?

El autor señala que, si no se presta atención a estos detalles, no se está comunicando como se espera de un guía, sino que simplemente se están pronunciando palabras.

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Para detectar posibles errores en la tarea del comunicador, se analiza el proceso de la comunicación en cuatro niveles:

Primer nivel: El emisor (guía)

Es quien tiene la responsabilidad de transmitir información a sus clientes. Para ello, elabora un mensaje a partir de fuentes de documentación, experiencias, conocimientos, etc., seleccionando lo que considera relevante. Una vez decidido el contenido, lo codifica (es decir, lo expresa en palabras) y finalmente lo emite a través del habla.

Segundo nivel: El receptor (cliente)

Es quien recibe la información emitida por el guía. Escucha el mensaje, lo decodifica, le otorga significado e interpreta lo que se ha dicho.

Tercer nivel: El mensaje

Es el contenido de la comunicación, cuyo significado debe ser comprendido por los clientes.

Cuarto nivel: Las circunstancias

Se refiere al contexto o momento en el que se produce la transmisión del mensaje, lo que puede influir en su recepción y comprensión.

Por lo tanto, la comunicación debe ser considerada como un todo, en el que es fundamental valorar:

- Quién lo dice y cómo lo dice: el emisor.
- Lo que se dice: el mensaje.
- A quién y en qué circunstancias se dice: el receptor y las circunstancias.

CÓMO TRANSMITIR EL MENSAJE: EL EMISOR

En la comunicación, no solo importa el contenido del mensaje, sino también la forma en que se transmite. La imagen de quien habla es tan relevante como el propio mensaje: su peinado, vestimenta y maquillaje influyen en la percepción del público.

Al emitir un mensaje, se espera que el significado que le asigne el interlocutor sea lo más cercano posible al que el emisor quiso transmitir. Por esta razón, es fundamental dominar el idioma para evitar errores en la codificación del mensaje.

El tono de voz también juega un papel clave, ya que suele delatar los sentimientos y el estado emocional del hablante, incluso sin que este lo note. Es importante cuidar la entonación para motivar la escucha. Además, el mensaje debe ser creíble: para captar la atención e interesar al cliente, es necesario que haya un componente afectivo en el estilo. Los gestos faciales y el lenguaje corporal comunican tanto o más que las propias palabras.

Un error frecuente es que aquellos que no se escuchan a sí mismos tampoco logran hablar bien. Esto se nota y genera desinterés en el cliente. Los comunicadores eficaces son aquellos que priorizan la comprensión por parte del oyente, en lugar de centrarse únicamente en la estética del lenguaje. Es preferible transmitir un mensaje claro y comprensible antes que construir un discurso perfecto pero difícil de entender.

La comunicación es un sistema bidireccional que requiere retroalimentación constante. Es fundamental evaluar la reacción del público ante las palabras del emisor, ya que existen distintos tipos de audiencias: algunas apasionadas por ciertos temas, otras más agresivas, etc. La comunicación debe ajustarse a las reacciones de los oyentes.

La retroalimentación puede ser de dos tipos:

Verbal: Prestar atención a las preguntas formuladas (especialmente su tono) y a los comentarios del público.

Visual: Observar los gestos y expresiones de los oyentes: si asienten constantemente, si muestran signos de aburrimiento o cansancio, si se acomodan de manera distraída o si miran repetidamente el reloj.

Una comunicación unidireccional se limita a brindar información sin garantizar la participación del receptor, lo que puede hacer que el mensaje pase desapercibido. El guía, aunque su tarea principal sea transmitir información, no debe olvidar que no es un

cassette. Cuanto más logre comunicarse en lugar de simplemente informar, mayor será la satisfacción del cliente.

A QUIÉN Y EN QUÉ CIRCUNSTANCIAS SE EMITE EL MENSAJE: EL RECEPTOR Y LA CIRCUNSTANCIA

El receptor y la adaptación del mensaje

A la hora de transmitir un mensaje, el guía debe considerar diversos factores: el tipo de cliente, el tiempo disponible, el momento del día, la dinámica del grupo y los factores ambientales.

Es fundamental conocer las características del grupo al que se asistirá:

- Edad
- Nivel cultural
- Nacionalidad
- Intereses y conocimientos previos sobre el tema

Por ejemplo, ¿por qué abrumar a los clientes con una información exhaustiva si no son especialistas en el tema? Es clave preguntarse:

¿Qué quieren saber?

¿Qué necesitan saber?

¿Qué información no es relevante para ellos?

Cuanto más se ajusten los mensajes a las experiencias mentales y emocionales de los clientes, mayor será la efectividad de la comunicación. No se explica lo mismo a un grupo de estudiantes que a un grupo de jubilados.

Si el guía presta atención a las características del grupo, podrá intuir sus intereses y preferencias. Por ejemplo, si detecta que disfrutan de la gastronomía, es probable que valoren una parada para degustar un dulce o una bebida típica.

No obstante, cuando aún no se tiene mucha experiencia, el uso de estereotipos puede llevar a errores. No todos los turistas encajan en los clichés, por lo que es importante evitar suposiciones apresuradas.

OBSTÁCULOS EN LA COMUNICACIÓN

Para establecer una comunicación efectiva, es necesario identificar los obstáculos que pueden surgir y distinguir *cuáles son controlables* y *cuáles no*.

La percepción y la realidad

Las personas no se comportan según la realidad objetiva, sino según su percepción de los hechos. Dado que la comunicación se basa en cuatro elementos (emisor, receptor, mensaje y circunstancias), los problemas pueden surgir en cualquiera de ellos.

1. Obstáculos relacionados con el emisor (guía)

Son generalmente controlables, e incluyen:

- Falta de entusiasmo.
- Tono de voz inadecuado (afónico, monótono).
- Falta de vocalización o pronunciación clara.
- Hablar demasiado bajo o demasiado rápido.
- Uso excesivo de muletillas, lo que lo hace poco preciso y aburrido.
- Falta de fluidez expositiva.
- No usar inflexiones para resaltar aspectos clave del mensaje.
- No hacer pausas adecuadas, lo que genera monotonía.
- Uso incorrecto de gestos.
- No adaptar el mensaje al tipo de cliente.
- No detectar las reacciones y necesidades del público (falta de feedback).
- Mala codificación del idioma.

2. Obstáculos relacionados con el receptor (cliente)

Son generalmente incontrolables, e incluyen:

- Problemas auditivos (sordera parcial o total).
- Falta de atención o distracción por factores externos.
- Cansancio, hambre o sed.
- Necesidad de ir al baño.
- Mala decodificación del idioma.
- Grupos poco receptivos que buscan dificultar la comunicación.
- Clientes que intentan adelantarse a las explicaciones o "hacer de guías".
- Las preguntas que interfieren

Algunas preguntas de los pasajeros pueden afectar el discurso del guía. Hay preguntas que suman y enriquecen la experiencia, pero otras pueden ser obstáculos:

- Preguntas con respuesta incluida: El pasajero no busca información, sino demostrar lo que sabe o poner a prueba al guía.
- Preguntas de interés personal: Como preguntar el nombre de una calle porque conoce a alguien que vive allí.
- Preguntas evaluadoras: Buscan medir el conocimiento del guía en lugar de aportar valor a la explicación.

En cambio, hay preguntas que complementan y enriquecen el discurso del guía. Estas deben ser aprovechadas para integrar respuestas que aporten valor a la narración

3. Obstáculos relacionados con el mensaje

Aunque el mensaje es un factor controlable, a veces la comunicación falla porque:

- No es lo suficientemente claro.
- Es demasiado largo, complejo o poco objetivo

Concepto a investigar: Palabras fuerza (cómo elegir palabras clave para mejorar el impacto del mensaje).

4. Obstáculos relacionados con la circunstancia

Algunas circunstancias pueden ser controladas, otras no:

- Problemas técnicos: Mal funcionamiento del micrófono.
- Interferencias acústicas: Ruidos de obras, músicos callejeros. En estos casos, es mejor buscar un lugar más tranquilo para hablar.
- Interferencias visuales: Artistas callejeros, manifestaciones que distraen al público.
- Espacios grandes o alejados: Dificultan la audición del guía.
- Factores climáticos:

Si hace frío o calor extremo, se pueden dar explicaciones dentro del autobús si cuenta con calefacción o aire acondicionado.

En caso de lluvia o sol fuerte, los clientes pueden mojarse o quedar encandilados, lo que afecta su atención.

CONSEJOS PARA HABLAR EN PÚBLICO

A medida que adquieran experiencia, los futuros guías podrán desenvolverse con éxito. Sin embargo, para facilitar los primeros momentos, especialmente al usar un micrófono, aquí hay algunos consejos útiles:

Ensayo previo:

- Practicar en casa hablando en voz alta, grabarse o hablarle a alguien.
- Ordenar las ideas y detectar irregularidades en la exposición.
- Evitar discursos con demasiados sinónimos, ya que denotan falta de profesionalismo.

Tener seguridad en el contenido:

- Preparar un guion claro.
- Un buen guion brinda confianza al expresarse.



Ejercitar la expresión corporal: Practicar frente a un espejo para mejorar gestos y lenguaje corporal.

Descansar bien: Dormir lo suficiente para tener un aspecto fresco y una voz descansada.

Cuidar la alimentación antes de hablar en público: Evitar comidas pesadas si los nervios afectan la digestión.

Cuidar la imagen personal: La presencia influye en la percepción del mensaje.

Aceptar el miedo escénico como algo natural: La adrenalina puede ser útil para mejorar la exposición.