

## NOTAS SOBRE EL TURISMO EN SANTIAGO DE CHILE Y LA QUINTA REGIÓN DESDE LA OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

**Oleski Miranda**

Universidad de Chile

[oleskimiranda@yahoo.com](mailto:oleskimiranda@yahoo.com)

**Resumen:** El siguiente texto es el resultado de un breve estudio sobre ciertas dinámicas del turismo urbano, entre los guías turísticos y los visitantes extranjeros en la ciudad de Santiago de Chile y la Quinta Región. En este estudio, se aplicó la observación participante como principal técnica de investigación cualitativa, realizándose en el marco de la cátedra “Metodología de la Investigación Cualitativa” del programa *Magister de Antropología y Desarrollo* de la *Universidad de Chile*. Para su ejecución nos basamos en el intercambio y la participación directa, entre un guía profesional turístico, seis turistas norteamericanos que solicitaron el servicio (dos canadienses y cuatro estadounidenses), y un traductor de inglés, quien es el que suscribe estas líneas. En este contexto se intentó investigar, sobre las percepciones y las vivencias de las personas implicadas, en la industria del turismo urbano de esta ciudad.

**Abstract:** The following text is the result of a brief study about certain dynamics of urban tourism, involving tour guides and visiting foreigners in the city of Santiago and Chile's Region V. Participant Observation was applied as the principal technique in this study. This study was realized for the course “Methods for Qualitative Investigation as part of the Master of Anthropology and Development program at the University of Chile. The study's execution is based on the exchange and direct participation between a professional tour guide, six North American tourists (two Canadians and four Americans), and an English translator, who is also the researcher for this investigation. In this context, the study was intended to investigate the perceptions and beliefs of the people involved in the urban tourism industry of the city.

**Palabras clave:** Observación participante. Investigación cualitativa. Turismo. Percepciones. Participant observation. Qualitative investigation. Tourism. Perceptions.

*Si la antropología socio-cultural estuviera basada solamente en la observación silenciosa, no habría nada que la distinguiera de las ciencias naturales.*

Dennis Tedlock

## **Objetivo del Estudio**

El objetivo de la investigación está enmarcado en indagar sobre el tipo de relación –si es estrictamente profesional o si prevalece la informalidad- que puede establecerse entre los turistas foráneos que visitan Chile y los guías turísticos que ofrecen sus servicios en la ciudad de Santiago y la Quinta Región. También se intenta investigar sobre las percepciones de los guías no bilingües sobre los diferentes turistas que visitan Chile.

## **Escenario y Fecha de la Observación**

Las fecha en que se llevó a cabo el estudio, fueron los días Sábado 18 y Domingo 19 del mes de Octubre de 2003. Los lugares visitados y recorridos fueron el Viñedo Cousiño Macul, diferentes puntos de la ciudad de Santiago y de las ciudades Viña del Mar y Valparaíso. Gran parte de las conversaciones se llevaron a cabo en la Van Kia 2000 que sirvió de medio de transporte.

## **Estatus y rol del investigador**

En este caso, el investigador desempeñó el rol de traductor y guía turístico de la ciudad de Santiago. Al no ser este de origen chileno, tuvo que memorizar y revisar diversos temas y datos históricos, geográficos y culturales sobre Chile y específicamente sobre las Regiones Quinta y Metropolitana. La traducción se hizo entre el conductor de la unidad, quien era el guía profesional y los turistas que solicitaron el servicio. Entretanto, el investigador ante cualquier duda, al mostrar sitios de importancia histórica se remitía al conductor. La solicitud para traducir, fue hecha directamente por el investigador a la dueña de la agencia de turismo que tiene su base de operaciones en la comuna de Providencia, Región Metropolitana. El investigador, ya había prestado sus servicios con anterioridad a la misma, ante la falta de un traductor.

## **Estrategias de Observación**

Las anotaciones sobre papel, constituyeron el medio más adecuado para registrar el desarrollo del trabajo. Se realizaron preguntas sobre la base de una entrevista no-estructurada. En este sentido, se uso primordialmente parámetros de la antropología dialógica de Tedlock. La cual infiere, que el dialogo antropológico (del investigador con sus informantes) crea un mundo, o más bien crea una comprensión de las diferencias que existen entre las personas que participan en ese diálogo cuando comienza su conversación.<sup>1</sup> Como dato importante, todas las personas implicadas fueron debidamente informadas sobre el propósito y desarrollo de este estudio.

## **Contexto de la investigación**

Las siguientes notas son un compendio de la observación participante de la que fui parte aquel fin de semana.

---

<sup>1</sup> Ver Reynoso, Carlos (compilador) "El surgimiento de la antropología Postmoderna" C. Geertz, J. Clifford y otros. Gedisa, Barcelona 1998, pp. 39.

## I. Parte

La observación comenzó el día Sábado 18 a las 7:00am cuando el conductor y guía turístico al que llamare *Mauro*, un señor de unos cuarenta años pero de espíritu joven, me recogió para ir a dos importantes hoteles de la comuna Las Condes a buscar a los 6 turistas extranjeros que deseaban un city tour.

La primera impresión de *Mauro*, no se hizo esperar, después de intercambiar algunas palabras me preguntó lo siguiente mientras hablaba por celular:

-¿Tú no eres chileno, verdad?-

-Tanto como las empanadas- replique entre risas, que *Mauro* también compartió.

Después del ligero intercambio de nombres y de las formalidades concernientes, me habló del itinerario y de los posibles cambios que podrían darse en el transcurso del día. Al llegar al primer hotel, una familia estadounidense nos esperaba. Una pareja entrada en edad, (podría decirse que cada uno tenía más de 50), pero lo más notable era que el mayor de sus hijos una niña, no pasaba de los 12 años, mientras que el niño tendría unos 10. Al pasar un rato confirmé las edades. La otra pareja era de origen canadiense y tenían las mismas características, pero a diferencia de la primera lucían más atléticos y más vivos, notándose en ellos un espíritu de aventureros, lo cual se vio confirmado luego que me dijeran que habían tomado un autobús desde Lima para llegar a Santiago. No andaban acompañados.

Al principio las dos parejas y los dos niños se mantenían discretos y callados, luego de haber pasado un buen rato después del saludo y las bienvenidas iniciales, uno de los primeros percances se presentó al llegar a la viña Cousiño Macul. Allí, no se nos permitió la entrada por llegar 45 más temprano de lo pautado, lo que aparentó ser un error de la empresa turística. Sin más, tuvimos que hallar la manera de mantener a los clientes entretenidos. El experto conductor sugirió de inmediato ir al mercado más cercano a tomar café y sodas para los niños, lo cual fue aceptado de inmediato por todos. El tiempo pasó más rápido de lo pensado y en cuestión de minutos ya estábamos dentro la Viña. En el momento en que fuimos a buscar café, las conversaciones entre los clientes y yo se había hecho informal y mucho más sueltas. Allí hablamos de los países visitados por ellos, entre los cuales hasta ahora Chile estaba dejando una maravillosa impresión. Cuando pregunte al turista canadiense sobre lo que más le atraía de Chile y específicamente de Santiago, éste me respondió textualmente: “*is well organized, pretty clean, and also has good transportation*”.

Una vez dentro de la Viña, nuestros clientes se unieron a los demás que habían llegado con otras empresas y particulares. Así, comenzaron el tour; *Mauro* y yo nos dedicamos a leer el periódico mientras esperábamos. En ese momento, hablamos de las cosas en la que estaba interesado en investigar, él sin prestarme mucha atención o simplemente fastidiado, dijo que no había problema al respecto. Lo primero que noté fue la poca competencia que existe entre los que se dedican a este trabajo. Había un mínimo de 4 guías que habían traído clientes extranjeros al mismo tiempo que nosotros. Ellos apenas advirtieron mi presencia, el cual pasaba por un verdadero desconocido ante la camaradería reinante. Pregunte ha alguno de ellos sobre sus clientes, estos variaban entre alemanes, españoles, neozelandeses; canadienses y estadounidenses, pero para ellos, hasta cierto punto, todos eran gringos. Todos estos guías mostraban conocimiento de su trabajo, pero me habían hecho saber que a veces rentaban sus vehículos para transporte privado de fiestas y eventos o cualquier tipo de actividad que les ofreciera algo de dinero extra.

Uno de los conductores que esperaba igual que nosotros y casualmente bilingüe, (había vivido en USA por 8 años hasta que decidió regresar hace dos años), me comentó que a él le gustaba arrendar su Van a los evangélicos, porque que son respetuosos y no ensucian, siendo lo único malo, los cantos que a veces nunca terminan. Para este conductor/guía, los turistas

que más le gustaban eran los canadienses y estadounidenses, ya que los europeos no solían dejar propina alguna.

Después de una hora *Mauro* me dijo que fuera a buscar a los clientes, cuando me acerque a las instalaciones la escena que encontré fue un grupo de extranjeros en fila india, listos para desembolcillar una buena cuota de dólares e invertirlos en vinos y otros *souvenirs* que se vendían como pan caliente después del tour, al rato el canadiense que estaba con nosotros ofreció comprarme una copa de vino.

-You're not going to drive today... right? preguntó.

Al principio me negué, pensando que no estaba bien, pero luego *Mauro* me dijo sin reparos que aceptara, ya que era mucho mejor que parecer descortés, y agregó entre risas y guiñando el ojo:

-¡Deja e güeiar y tomate el vino! Además tú no tenís que manejar. Lo peor que te puede pasar es que se te enrede la lengua.

El canadiense soltó una carcajada cuando le traduje lo que *Mauro* había dicho. Al final de tour nos dieron 6 dólares...

## II. Parte

La otra familia era menos expresiva, pero el largo viaje a la Quinta Región fue propicio para un mejor intercambio entre los clientes, el guía conductor y el traductor. Estos clientes (termino usado constantemente por *Mauro*) eran la típica familia de clase media norteamericana, con la diferencia de que sus hijos no iban a la escuela convencional, estos toman clases particulares, por eso la flexibilidad de viajar en esta época del año.

Armados con una cámara Sony digital, llegamos a Valparaíso y entre cerros y funiculares recorrimos algunos lugares turísticos, como cerro alegre, donde los niños obligaron a los padres a gastar buen dineros en recuerdos y artesanías, así como la típica y exótica fotografía con la adiestrada llama. Las preguntas variaban entre los nombres de los lugares visitados hasta los diferentes tipos de comidas que se podían degustar en esta zona.

La cámara había grabado desde avisos publicitarios rodantes (os que disponen los autobuses) hasta accidentes de tránsito, pasando por un par de carabineros a caballo. Los niños no dejaban de mostrar su aburrimiento, el menor se mantenía ocupado con un ruidoso gameboy. Hasta cierto momento, el viaje podría haber pasado por tedioso, pero hubo una pelea entre los niños que terminó involucrando a los padres. Uno de ellos se quejaba por que su padre no le había comprado la pulserita de cobre que vendían en el restaurante, mientras el otro no le gustaba el gorro azul eléctrico que su padre compró a un vendedor en las playas de Viña del Mar. Uno de los momentos más agradables fue cuando nos detuvimos a observar a los leones marinos que reposaban cerca de unas rocas en *Rancagua*. Los niños realmente disfrutaron del espectáculo. Al regresar a Santiago, nos pidieron que los lleváramos a los *Dominicos*, habían leído algo de este lugar en la guía Lonley Planet. También preguntaron por el *Majestic*, restaurante hindú ubicado en el barrio Brasil. A la despedida nos dieron 10 dólares a *Mauro* y a mí.

## Interpretaciones Generales

Las siguientes notas representan las conclusiones a las que llegamos en torno a nuestro objetivo de investigación.

a) *Mauro* entiende que no ser bilingüe es una desventaja en comparación a los que si lo son. Sin embargo, esta desventaja no impide establecer una buena relación entre los

clientes y él. Para *Mauro*, son importantes otras cosas como la cordialidad, buena atención y puntualidad. Algunos clientes dijeron sentirse cómodos con un guía no bilingüe, lo cual puede permitir la práctica de su español. Sin embargo, reconocen que en muchas situaciones podrían presentarse algunos inconvenientes y malentendidos.

b) Los turistas extranjeros (estadounidenses y canadienses) mostraron satisfacción con la calidez y trato de los guías, ya que al hacer la comparación, el resultado es que de vuelta en Estados Unidos la gente que trabaja en el área de servicios generalmente lo hacen para recibir la propina.

c) La preferencia de algunos guías por alguna nacionalidad específica, no solo se debe a la posibilidad de recibir alguna retribución espontánea, sino también al trato y respeto que generalmente se muestra con la procedencia. Ellos prefieren a los norteamericanos, ya que los europeos con alguna excepción no suelen dejar ningún tipo de propina y en algunos casos a quejarse con la empresa, -sobre este caso se hizo referencia a los franceses-, aunque hayan manifestado al guía el haber estado satisfecho con el servicio.

d) La relación entre el guía y los clientes, tiende a cambiar notablemente con variables como la edad. Los adultos mayores son los que generalmente necesitan más atención. En este sentido el guía más allá de traducir o mostrar los espacios de interés cultural e histórico de los lugares visitados, ayuda y previene para evitar posibles accidentes o percances. Los niños y jóvenes (adolescentes) son los clientes con los que se tiene la relación más distante. En el caso de estos últimos, los adolescentes que vienen acompañado de sus padres; son los que menos parecen disfrutar los tours, por lo que presentan mayor nivel de predisposición.

### Otras Observaciones

Los guías pueden comer gratis en los restaurantes a los cuales llevan clientes hambrientos.

Los guías reciben un porcentaje de lo gastado en algunas tiendas de la Quinta Región.

Los guías siempre están dispuestos a flexibilizar los itinerarios de acuerdo a la disposición de los clientes. No necesariamente se remiten a las mismas rutas o lugares.

Los guías observados no mostraron competitividad entre ellos, más bien un alto nivel de confianza y amistad.

La nacionalidad de los clientes, suele influir en el tipo de relación establecida entre clientes y guías.

Brasileros, norteamericanos y australianos suelen romper el hielo después de algunos minutos, mientras que gran parte de los turistas japoneses y en menor medida los provenientes de Europa del norte, generalmente mantienen la distancia y son pocos comunicativos.

### Aprendizajes y Errores

Uno de los aprendizajes más importantes sobre este ejercicio, tiene que ver con el registro de la información, el cual hubiese sido más adecuado si se hubiera coordinado a priori para no interrumpir la espontaneidad y fluidez del diálogo, así como del trabajo prestado (traducción) en este caso específico.

Los errores, podrían delimitarse en el poco tiempo puesto en la preparación para memorizar diferentes datos, fechas y nombre; además del desconocimiento del investigador sobre vinos y platos nacionales, lo cual es un referente importante en el área de servicios y en toda la industria del turismo en Chile.

### Material de Apoyo

Aguirre Baztán, A. (1995) "*Etnografía. Metodología cualitativa en la investigación socio-cultural.*" Ed. Boixareu Universitaria. Barcelona.

- Bernhardson, Wayne (2000) “*Santiago de Chile*” Lonely Planet Publications, Australia
- Reynoso, Carlos (compilador) (1998) “*El surgimiento de la Antropología Postmoderna*” C. Gertz, J. Clifford y otros. Gedisa, Barcelona.
- Tedlock, Dennis (Entrevista) (1987) “*Journal of Anthropological Research*”, vol. 43, pp. 325-344.

