

International Journal of Human Sciences Research

PERSPECTIVAS DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA SOCIOCULTURAL

Graciela Rodríguez Castañón

Minerva Esparza Jáquez

Lucía Muñoz Castañón

Amelia del Rocío Carrillo Flores

Rubén Esteban Villegas Aguirre

José Francisco Román Hernández

Mónico Ávila Rodríguez

Acceptance date: 07/07/2025



All content in this magazine is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0).

Resumen: El presente capítulo se enfoca en adentrarse en la conceptualización sobre la animación turística sociocultural, para que pueda ser implementada por los lectores interesados, alumnos e investigadores del turismo, teniendo en cuenta que la animación surge a partir de la necesidad de incrementar el nivel de satisfacción e involucramiento del visitante. El objetivo es proponer una visión reflexiva de la animación turística y sociocultural, a través del análisis de su concepto, de modo que oriente su sentido hacia la interpretación del fenómeno en las ciudades patrimonio. La metodología empleada para esta investigación es de carácter netamente cualitativo, en el que el método hermenéutico sirvió para estudiar diversos conceptos del turismo y su perspectiva disciplinar, para con ello, comprender su realidad conceptual y presentar una postura ontológica de esta actividad humana. Antes de analizar los conceptos, es preciso diferenciar los dos mundos del turismo: óntico (vemos al ente desde fuera) y ontológico (se ve al ente desde dentro), el primero de ellos, es el que permite este ejercicio, real, objetivo, hacerlo un objeto de estudio, consciente de sí mismo. En el segundo caso, la parte ontológica de la Animación Sociocultural del Turismo, que se presenta sin tener en cuenta de la cosa en sí, se trata del instinto viajero y primitivo del ser humano; de su sentido originario, ocioso y errante por naturaleza, así como un proceso de integración y compromiso social, lo que se entiende como la interrelación entre personas y actividades. Aquí se pregunta por el ser mismo de esta actividad turística. Como conclusión se tiene que, el concepto debería referirse a la posibilidad humana de desplazarse voluntariamente y volver a su origen buscando siempre el entretenimiento tratándose de un fenómeno humano. El concepto de animación turística es amplio y tiene diversos significados según el tipo de actividad en el que se aplique. Para esta investigación se revisaron diversos

estudios que abordan la animación turística entendida como un adicional a las actividades tradicionales que se desarrollan en los lugares de recreación y ocio. En este sentido, el presente trabajo lo enfocaremos hacia la vertiente socio cultural, que constituye un elemento indispensable en la creación de productos turísticos, el reconocimiento y aplicación de los elementos culturales en cualquier sociedad y que puede mejorar la experiencia del visitante. Hemos detectado la problemática que versa alrededor de la creación, implementación y desarrollo de productos turísticos en un área de oportunidad como es la animación turística y sociocultural en ciudades declaradas primordialmente culturales.

Palabras clave: Ciudad patrimonio, Animación Turística, Animación sociocultural.

INTRODUCCIÓN

Desde hace varios años, dentro de la investigación turística, los estudiosos del tema se han enfocado a las investigaciones sobre el patrimonio, lo que significa que además de ser un objeto de estudio preponderante y multidisciplinario se ha constituido en un punto de encuentro de investigación y de reflexión. Así en la investigación turística se destaca el valor histórico del patrimonio sin que por ello se pierda de vista el objetivo de convertirlo en un elemento para el disfrute.

Este peculiar patrimonio, está presente en dos ámbitos, el material como las edificaciones, construcciones y objetos, siendo los edificios emblemáticos de las ciudades patrimonio, de nuestro interés como parte de nuestro entorno y el patrimonio inmaterial como lenguas, procesos, técnicas que depara en la tradición y que proyecta nuestra forma de vida.

OBJETIVOS GENERALES

- a) Analizar el concepto de la animación turística sociocultural en las ciudades patrimonio y su aplicación.

b) Fomentar la participación ciudadana y valoración del patrimonio.

c) Mejorar la calidad de vida de la comunidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a) Incrementar el número de visitantes a

b) Promover la recuperación de tradiciones.

c) Fortalecer la identidad local.

JUSTIFICACIÓN

La animación turística y sociocultural en una ciudad patrimonio se justifica por su capacidad para mejorar la experiencia del visitante, ya que la animación transforma la visita a un sitio patrimonial en una experiencia más dinámica y atractiva, permitiendo conectar a los turistas de manera más profunda con la cultura local a través de actividades participativas como visitas teatralizadas, talleres de artesanías o festivales folclóricos.

Se revitaliza el patrimonio al poner en valor al patrimonio cultural, de forma creativa y atractiva, así la animación sociocultural ayuda a preservar y difundir las tradiciones, costumbres y manifestaciones culturales de la ciudad, evitando su desaparición y fomentando su conservación para las futuras generaciones.

También se fomenta la participación ciudadana involucrando a la comunidad local en la creación y desarrollo de actividades turísticas, promoviendo su participación activa en la gestión y promoción de su patrimonio, lo que a su vez fortalece el sentido de identidad y pertenencia.

Se contribuye al desarrollo económico local ya que la animación turística puede generar un impacto positivo en la economía local al atraer más visitantes, aumentar el gasto turístico y crear nuevas oportunidades de empleo y emprendimiento en el sector turístico y cultural.

Y por último se crea un destino turístico diferenciado porque permite diferenciar un destino turístico de patrimonio, ofreciendo experiencias únicas y memorables que atraen a un público más amplio y exigente, lo que a su vez aumenta la competitividad del destino.

Así al integrar actividades lúdicas, culturales y educativas, se crea un ambiente más atractivo y enriquecedor para los turistas, al tiempo que se promueve un sentido de pertenencia, identidad y orgullo entre los habitantes.

MARCO TEÓRICO. ANÁLISIS DE LOS DIFERENTES ENFOQUES SOBRE ANIMACIÓN TURÍSTICA SOCIOCULTURAL

De acuerdo con Tavares y Fernández (2017) la animación surge como proceso de integración y compromiso social, búsqueda de relaciones, descubrimiento de diferentes culturas y formas de vida y participación en actividades locales, que proporcionan desarrollo personal y la ruptura con las obligaciones sociales y profesionales; es un proceso de integración y compromiso social, lo que se entiende como la interrelación entre personas y actividades.

Llevado al ámbito turístico, involucra al visitante con su entorno y esto contribuye a que éste reconozca y valore el patrimonio, favoreciendo así de alguna manera las relaciones que surgen entre la sociedad y los visitantes de un lugar, pues contribuye a la valoración real del lugar que visita y a la comprensión de la información recibida y trasmisión, haciéndolo partícipe de algún proceso o actividad que es llevada con responsabilidad y cuidado hacia el patrimonio, y por lo tanto hacia la sociedad receptora.

La animación es la participación de diferentes culturas, es decir, de personas de distintas sociedades y realidades, que realizan determinadas actividades relacionándose y participando en comunidad. La animación

turística busca aprovechar los recursos con los que cuenta un producto para a partir de ello mejorar la experiencia social.

Para Mogrovejo (2019), la animación turística actual está presente en el diseño de los productos turísticos por ser considerada una herramienta necesaria de satisfacción de la necesidad del cliente, como una potencial ventaja competitiva empresarial. Las actividades de animación turística tienen contenido lúdico, deportivo o cultural, es decir cada actividad es diseñada según el ambiente en donde se realizará. Un punto importante al momento de diseñar un programa de actividades de animación turística es que deben estar basadas en el disfrute de quienes las realicen, promoviendo la participación que ayudará a establecer vínculos entre los visitantes.

Según el Plan de formación para la empleabilidad y la promoción empresarial y el emprendimiento, PRODETUR (2018) del departamento de Promoción de Desarrollo Económico y del turismo de España: “la animación tiene como objetivo principal que la persona sea un agente activo de su propia formación”.

Para Togán (2018), el objetivo de la animación turística como estrategia de socialización del patrimonio cultural es orientar a los guías para la utilización de actividades de animación turística dentro de los recorridos turísticos de tal manera que garanticen un recorrido interesante acercando al turista a la cultura y creando experiencias irrepetibles.

Otra obra de reciente creación y que es fundamental para el presente trabajo, es la que refiere a *La Animación Turística y Sociocultural. Fundamentos y experiencias que agregan valor a las empresas y destinos turísticos* (José Luis, Isidor 2021) partiendo del aporte que nos realiza la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1985) quien señala que la animación turística es “toda acción realizada en o sobre un grupo, una colectividad o un me-

dio, con la intención de desarrollar la comunicación y garantizar la vida social”, se puede entonces afirmar que la animación turística y sociocultural es la experiencia que agrega valor a los destinos turísticos, y en este sentido los estudiosos del tema como José Luis, Isidor, Onésimo Cuamea y Víctor Manuel Castillo (2021) han llegado a la conclusión de que la animación turística y sociocultural se entiende como el conjunto de actividades planeadas inteligentemente de carácter integrador, que promueve el intercambio de experiencias mediante un proceso de comunicación y permite la socialización y el aprendizaje lúdico, a través de técnicas y métodos bajo la luz de la sociopedagogía, potencia el crecimiento y desarrollo humano integral en un ámbito cultural donde el descubrimiento del entorno es la premisa fundamental.

Aportaciones que sin duda potencian la conceptualización y da fundamento al andamiaje sobre el que se desarrollará la presente investigación. Los autores detallan la definición de Animación Turística, como el conjunto de técnicas y acciones realizadas por una o varias personas con fines recreativos, comunicativos y de interacción sociocultural; promovidas y organizadas por el personal del establecimiento turístico, a fin de lograr un ambiente adecuado y satisfactorio para los clientes en su tiempo libre.

Señalan que así la animación turística logra, por un lado, satisfacer las necesidades de “entretenimiento” de los clientes y, por otro, incrementar la economía del establecimiento. Esto se debe a que muchos clientes pueden alargar su estancia, recomendar el establecimiento o repetir la experiencia en futuras visitas. La animación turística es más que un juego de cartas, un partido de voleibol de playa, ejercicios en la piscina o actividades similares, como es reconocida habitualmente, en destinos de sol y playa; así trasciende la animación turística al área cultural para enriquecer los espacios y las tradiciones.

Con acierto mencionan que actualmente los turistas quieren obtener ese valor agregado a su periodo vacacional, mediante el contacto real con otras culturas, descubriendo y experimentando la historia y la evolución del lugar que visitan. De esta manera obtienen experiencias diferentes y unas vacaciones más productivas y enriquecedoras, mediante las actividades de animación sociocultural.

Por lo que podemos concluir que la animación turística sociocultural es un conjunto de acciones y técnicas dirigidas a motivar, promover y facilitar una mayor y más activa participación del turista en el disfrute de su tiempo vacacional en el ámbito cultural; también se concluye que es importante contar con un manual de animación turística dirigida a los profesionales del turismo, para que éstos lo utilicen y desarrollen de la mejor manera.

MODALIDADES DE ANIMACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL ANIMADOR TURÍSTICO: (PRODETUR, 2018)

Aunque existe la animación en hoteles, parques temáticos o es aplicable al turismo juvenil, turismo rural etc., como se mencionó anteriormente cada actividad de animación turística, será moldeada según la necesidad y rubro al que se aplique. Para el presente trabajo tomaremos con mayor énfasis la animación sociocultural de las ciudades patrimonio y para llevar a cabo una correcta animación turística y buen desarrollo de actividades es necesario contar con un buen animador turístico, que para muchos casos será el mismo guía, quien realizará y orientará las actividades de animación.

Características del animador turístico y socio cultural según el plan de formación para empleabilidad y la promoción empresarial y el emprendimiento (2025).

1. Facilidad de crear contactos humanos
2. Mandar sin imponer
3. Viveza intelectual, imaginación y capacidad resolutiva
4. Alta resistencia física y psíquica
5. Sentido organizativo
6. Control emocional
7. Cierta habilidad manual
8. Autoridad y Capacidad de decisión
9. Espontaneidad

Estas características, son importantes para poder llevar adelante un programa de actividades de animación, se debe recordar que se trabaja con personas de diferentes realidades, es importante el trabajo y control emocional, además que cada cliente se presenta con requerimientos específicos; lo importante es poder realizar sin dificultad las actividades y lograr la satisfacción del visitante.

Competencias del animador turístico y socio cultural según plan de formación para empleabilidad y la promoción empresarial y el emprendimiento.

- a) Competencia general.
 1. Programar, organizar y evaluar intervenciones de animador turístico y sociocultural, promoviendo la participación activa de las personas y grupos destinatarios y coordinando las actuaciones de los profesionales y voluntarios a su cargo.
- b) Competencias específicas.
 1. Obtener información, utilizando recursos, estrategias e instrumentos de análisis de la realidad.
 2. Elaborar proyectos de intervención social.
 3. Diseñar espacios, estrategias y materiales de promoción.
 4. Organizar departamentos, programas y actividades.
 5. Crear, dinamizar y supervisar equipo de monitores.

6. Diseñar, implementar y evaluar actividades lúdicas, culturales y físico recreativas.
7. Dinamizar grupos.
8. Aplicar protocolos de emergencia y seguridad.
9. Programación y organización de actividades
10. - Selección, creación y preparación de espacios, instalaciones e instrumentos.
11. - Manejo, mantenimiento y control de los medios técnicos y materiales utilizados en las actividades.
12. - Ejecución y desarrollo de las actividades programadas.

LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ANIMACIÓN: PROPIUESTA DE EJERCICIOS PRÁCTICOS Y ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN TURÍSTICA EN CIUDADES PATRIMONIO.

1. **Narraciones:** Se propone realizar breves narraciones didácticas para un segmento específico, por ejemplo niños, muchos colegios acuden en grandes grupos a realizar visitas, y la información que se brinda es de historia, datos de años y fechas, que usualmente son difícil de recordar, por tal motivo se propone que pequeñas partes de la información brindada se haga llegar a manera de narración, de manera más dinámica, como contando un cuento, brindar información con un lenguaje sencillo y fácil de recordar.
2. **Escenificaciones:** Se proponen ayudantes del guía que puedan caracterizarse y narrar leyendas de la época colonial o de personajes históricamente representativos y de ésta manera captar y entretener a los visitantes. Se pretende de que estén caracterizados para realizar la actividad de animación turística,

continúen su explicación caracterizados para hacer más representativa la información que brindan y con ello conseguir una experiencia más vivencial del visitante.

3. **Reproducción de cánticos franciscanos:** Es conocido, que estos cánticos no se escuchan en la actualidad, es por ello, que para uniformizar esta experiencia y brindarla a todos los asistentes de manera responsable, se propone reproducir los cánticos franciscanos en volumen moderado en la sala durante la explicación, solo así todos los visitantes podrán decir que escucharon los cánticos y es una información más completa. Los cánticos podrían reproducirse desde un dispositivo o parlante a volumen moderado que manejara el guía, para que acompañe el guiado pero sin interrumpirlo ni distraer al visitante y que sirva como herramienta de apoyo en la explicación del guía.
4. **Actividades participativas:** Talleres, rutas guiadas temáticas, juegos de descubrimiento, representaciones teatrales, exposiciones interactivas, eventos culturales.
5. **Actividades de sensibilización:** Charlas, conferencias, proyecciones audiovisuales, campañas de difusión, creación de materiales educativos.
6. **Actividades de desarrollo comunitario:** Promoción del emprendimiento cultural, creación de espacios de encuentro.
7. **Animador de veladas y espectáculos:** Se genera un ambiente festivo y entretenido en eventos sociales, corporativos y culturales.

8. Mejorar la interacción entre guía y visitantes:

Se propone enfatizar el trabajo del guía, para que este no se enfoque en solo dar información a manera de monólogo. Se respeta el trabajo profesional que realizan, sin embargo, aquí se muestra una lista para ayudar a mejorar la interacción con el visitante.

Existen actividades de Animación Turística, que de acuerdo con Chávez y Meza (2001) son el conjunto de acciones y técnicas dirigidas a motivar, promover y facilitar una mayor y más activa participación del turista en el disfrute de su tiempo vacacional, así se pueden encontrar ejercicios variados y prácticos aplicables en ciudades patrimonio, como:

Rutas patrimoniales: Se organizan visitas guiadas a pie o bicicleta e incluso en mini autobuses por los sitios históricos, con narraciones y anécdotas sobre los lugares.

Talleres de artesanías: Enseñanza de técnicas tradicionales de artesanía local (cerámica, tejido, cestería, etc.)

Representaciones teatrales callejeras: Creación de pequeñas obras de teatro basadas en la historia y leyendas de la ciudad, representadas en espacios públicos.

Concursos de fotografía y video: Animar a los participantes a capturar imágenes y videos del patrimonio local y crear un producto audiovisual colectivo.

Juegos de mesa temáticos: Diseñar juegos de mesa que involucren la historia, la geografía y las tradiciones de la ciudad. (2022)

CONCLUSIONES

La animación turística sociocultural en una ciudad patrimonio, puede ser una estrategia integral para promover el desarrollo sostenible, la revalorización del patrimonio y la mejora de la calidad de vida de sus habitantes mediante la oferta de actividades culturales y recreativas, ofreciendo opciones de ocio y entretenimiento.

Así como se mencionó en los objetivos de la presente investigación se analizó el concepto de la animación turística sociocultural en las ciudades patrimonio y su posible aplicación que fomentara la participación ciudadana y valoración del patrimonio para mejorar la calidad de vida de la comunidad.

El patrimonio cultural ha llegado a impulsar al turismo, reconociendo las mejores experiencias, rutas y destinos que sugiere una oportunidad para ofertar la calidad y variedad de productos y atractivos, pero sobre todo, la participación ciudadana en la apropiación y gestión del patrimonio cultural local y la generación de recursos para su protección y conservación. El reto ante el intercambio cultural es conservar la autenticidad y fortalecer la identidad comunitaria, ante esta idea de que los estados patrimonio son impulsores del turismo cultural y patrimonial, sin olvidar que es un área en la que se deben trabajar en conjunto académicos, empresarios y gobierno, para el crecimiento del sector. Esta tarea logrará incrementar el número de visitantes a sitios patrimoniales, promoviendo la recuperación de tradiciones y fortaleciendo la identidad local.

La propuesta de incorporar actividades de animación turística en las ciudades patrimonio es algo muy positivo para la experiencia del visitante, aprende de historia y se divierte, se debe buscar que el visitante tenga una grata experiencia y pueda recomendar la visita, como un tour innovador donde cada visitante es parte del recorrido y puede aprender a través de su visita.

En una ciudad patrimonio se complementan la animación turística, enfocada en crear experiencias memorables para los visitantes y la animación sociocultural que busca involucrar a la comunidad local en la revalorización y disfrute de su patrimonio y así ofrecer a los visitantes una conexión única con la historia, la cultura y las tradiciones del lugar, al mismo tiempo que promueven el desarrollo sostenible y el bienestar social.

REFERENCIAS

- _ Alberta, F. (2017). Turismo de carretera en el Perú. Oportunidades y desafíos. Lima, Perú.
- _ DATATUR, Análisis integral del turismo. (Revisado 20 noviembre 2019). Glosario, definiciones usadas por la OMT. Recuperado de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- _ Elaboración de un plan de animación sociocultural y ejercicios prácticos en ciudades patrimonio 2022. Recuperado de : <https://www.google.com/search?q=Elaboraci%C3%B3n+de+un+plan+de+animaci%C3%B3n+sociocultural+y+ejercicios+pr%C3%A1cticos+en+ciudades+patrimonio&oq=>
- _ Gorbea, S. (2006). Trascendencia del paradigma cuantitativo en la investigación bibliotecológica y de la información. Recuperado de file:///C:/Users/Valeria/Downloads/4114-4044-0-PB.pdf
- _ Isidor, J.L., Cuamea, O., Castillo V.M. (2021). La Animación Turística y Sociocultural. Fundamentos y experiencias que agregan valor a las empresas y destinos turísticos. México. Universidad de Guadalajara.
- _ Miño, M. (2001). Población, ciudades y economía, siglos XVII y XVIII. México, F.C.E.
- _ Mogrovejo, A. (2019). La animación turística y su incidencia en la presentación de servicios turísticos. Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- _ Organización Mundial del Turismo, <https://www.google.com/search>
- _ Plan de Formación para la empleabilidad, la promoción empresarial y el emprendimiento (2025) recuperado de <https://www.prodetur.es/prodetur/www/formacion/plan-formacion-de-prodetur/>
- _ PRODETUR, Promoción del desarrollo económico y del turismo, (2018). Plan de formación para la empleabilidad, la promoción empresarial y el emprendimiento. Animación Turística. Recuperado de <http://www.prodetur.es/prodetur/AlfrescoFileTransferServlet?action=download>
- _ Sancho, A. (2019). Introducción al turismo. Recuperado de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRO-DUCCION-ALTURISMO-OMT.pdf>
- _ Tabares, E, y Fernandes, P. (2017). La contribución de la animación turística en la elección y la experiencia turística. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires, Argentina.
- _ Togán, L, (2018). La animación turística como estrategia de socialización del patrimonio cultural del centro histórico de Quito. Universidad Central de Ecuador, Quito, Ecuador.
- _ UNESCO, (2019). Indicadores Unesco de cultura para el desarrollo .Manual metodológico. Paris, Francia.
- _ Organización Mundial de Turismo, OMT, (2019). Código Ético Mundial para el Turismo. Recuperado de https://www.usil.edu.pe/sites/default/files/codigo-etico-mundial-para-el_turismo.pdf