

*MILDRED ACUÑA SOSSA*

# TÉCNICAS DE ANIMACIÓN TURÍSTICA

Material complementario

Módulo I

ANIMACIÓN TURÍSTICA: ANTECEDENTES  
HISTÓRICOS, CONCEPTOS Y ESTILOS





Producción académica  
y asesoría metodológica

*Alejandro Lizano Fernández*

*Ana María Sandoval Poveda*

*Gilbert Ulloa Brenes*

Revisión filológica

*Fiorella Monge Lezcano*

*Alejandro Lizano Fernández*

Diagramación

*Ana María Sandoval Poveda*

Encargada de cátedra

*Susan Solís Rosales*

Esta guía de estudio ha sido confeccionada en la UNED, en el año 2011, para ser utilizada en la asignatura “Técnicas de animación turística”, código 5166, que se imparte en el programa de Diplomado y bachillerato en Gestión del turismo sostenible.

*Universidad Estatal a Distancia*

*Vicerrectoría Académica*

*Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades*

## Contenidos

Presentación .....	vi
Descripción del curso.....	viii
Propósito general del curso .....	ix
Objetivos del curso .....	ix
Metodología del curso.....	x
Material didáctico.....	xi
Pautas para la lectura de la guía de estudio .....	xi
Tema I.....	1
Animación turística: antecedentes históricos, conceptos y estilos.....	1
Objetivo general .....	1
Objetivos específicos.....	1
1. Animación turística: antecedentes históricos, conceptos y estilos.....	2
1.1. Antecedentes históricos.....	2
1.2. La animación turística.....	8

Resumen .....	23
Ejercicios y prácticas de autoevaluación.....	26
Lista de referencias.....	28

## **Índice de fotografías**

Fotografía 1.1. Juego del palo encebado .....	15
Fotografía 1.2. Bailes típicos guanacastecos en San Vicente de Nicoya.....	16
Fotografía 1.3. Taller de artesanía en San Vicente de Nicoya.....	17
Fotografía 1.4. Taller de gastronomía en San Vicente, Nicoya.....	19

## Índice de esquemas

Esquema 1.1. Etapas de la animación turística .....	6
Esquema 1.2. Concepto de animación.....	9
Esquema 1.3. Componentes de la actividad turística .....	10
Esquema 1.4. Modalidades de animación turística .....	14

## Presentación

La presente guía de estudio digital fue elaborada por la Cátedra de Turismo Sostenible de la Universidad Estatal a Distancia (UNED) de Costa Rica, con el propósito de apoyarle durante la implementación del curso *Técnicas de animación turística*, perteneciente al Programa de Diplomado y Bachillerato en Gestión del Turismo Sostenible.

El curso *Técnicas de animación turística* tiene como objetivo dotarlo de herramientas y criterios técnicos atinentes al tema, que le permitan realizar propuestas en empresas turísticas sostenibles.

La guía de estudio le ofrece una serie de elementos conceptuales, metodológicos y prácticos, los cuales se complementan con los brindados en el libro de texto *Animación en el ámbito turístico* de Labollita y Farré (2005); este fue seleccionado como material de apoyo. Ambos son una unidad de trabajo durante la implementación del curso.

Aquí encontrará material complementario y aclaratorio de las diferentes temáticas diseñadas en la oferta del curso; así, podrá orientarse en cada uno de los temas propuestos gracias a resúmenes de

ciertos contenidos, notas aclaratorias, enlaces al libro de estudio, así como ejemplos y prácticas de autoevaluación.

Con las nuevas tendencias de la gestión del conocimiento, usted debe ampliar su radio de información y conocimiento mediante la exploración.

Se le sugiere investigar más autores y en diferentes fuentes para complementar su aprendizaje.

Para tal fin, se le recomienda el siguiente procedimiento:

1. Lea la guía de estudio por tema.
2. Lea las páginas y los temas propuestos en el libro de texto. Se sugiere hacerlo según el orden estipulado en esta guía de estudio.
3. Realice las actividades de autoevaluación así como de investigación según lo indica la guía de estudio, con el fin de autoevaluar el aprendizaje o conocimiento adquirido.

## Descripción del curso

El curso de *Técnicas de animación turística* es de carácter teórico-práctico y su duración es de, aproximadamente, cuatro meses. Se estructuró en cinco temas a cada uno de los cuales se les dedicó una unidad para su respectivo estudio.

Los temas son los siguientes:

**Tema I:** Animación turística: antecedentes históricos, conceptos y estilos

**Tema II:** Procesos de la animación turística

**Tema III:** El animador turístico: capacidades y habilidades

**Tema IV:** Técnicas de animación turística

**Tema V:** Proyecto y programa de animación turística

## **Propósito general del curso**

Dotar a los estudiantes de turismo con las herramientas y los criterios técnicos para la implementación de la animación turística, que les permita realizar propuestas en empresas turísticas sostenibles.

## **Objetivos del curso**

El curso *Técnicas de animación turística* tiene cinco objetivos específicos.

Cada uno será abordado en su respectiva unidad temática:

1. Reconocer los significados y las características de la animación turística, la animación sociocultural y la animación sustentable.
2. Analizar los componentes organizacionales y el eco-entorno fundamentales para el desarrollo de la animación turística.
3. Identificar las características o cualidades que el animador turístico debe desarrollar para su proceso personal y profesional.
4. Aplicar técnicas de animación turística en general y específicamente la animación turística sostenible para su ejercicio profesional.
5. Crear el programa y el proyecto de animación turística sostenible.

## **Metodología del curso**

Se busca propiciar el aprendizaje independiente y la auto-formación, la cual le invita a reconocer, analizar y experimentar la ecoanimación turística. Se procurará motivar con la concreción de modos y ambientes de animación; es decir, saber integrar a otras personas y a elementos de su localidad, tanto de la naturaleza como de la comunidad, para el logro de ambientes y de la animación turística.

Dada la naturaleza práctica de la asignatura, la metodología está basada en una combinación de reflexión y creatividad de los grupos de trabajo o de las personas. A partir de la creatividad, se organizarán las actividades de enseñanza y aprendizaje y la evaluación del curso. La presente modalidad permitirá poner a prueba el trabajo colaborativo en grupos de aprendizaje y la iniciativa individual.

La animación turística en sí no es una técnica: es una visión y una filosofía que se relacionan entre sí y con la ecología para crear ambientes armónicos y propicios al gozo y la apreciación de la vida. En este curso se pretende desarrollar capacidades y habilidades de comunicación y colaboración en el estudiante, gracias a sus vínculos con turistas nacionales o extranjeros y con la naturaleza.

## **Material didáctico**

Todos los contenidos antes mencionados se encuentran en la guía de estudio y en el libro de Labollita y Farré (2005), que se utiliza como texto del curso.

## **Pautas para la lectura de la guía de estudio**

La finalidad de esta guía de estudio es ofrecerle a usted como estudiante un material que complemente y facilite su aprendizaje y su formación en el tema de animación turística, con el libro de texto respectivo y en el marco de la metodología de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.

La guía está compuesta por cinco temas. Este es el primero. Estas secciones complementan y refuerzan los contenidos del libro de texto. Cada una contiene textos, gráficos, esquemas, ilustraciones y recuadros para facilitar el aprendizaje.

Al final de cada tema hay ejercicios de autoevaluación que corresponden, en algunos casos, a cuestiones concretas y teóricas; en otros, se trata de una propuesta para resolver un caso, una situación o tarea específica como referencia o guía para el estudiante, quien debe formar su criterio y, en lo posible, formular una alternativa propia.

Además, a lo largo del texto usted encontrará una serie de iconos. Estos son recursos didácticos que aportarán distintos contenidos adicionales para su formación académica. Para su fácil utilización se describen los iconos:

Icono	Nombre	Significado
	Exploración	Debe seguir un vínculo para profundizar en algún tema; en general, se trata de una lectura o un video.
	Reflexión	Usted encontrará una pregunta para que analice un tema a partir de lo que ha aprendido.
	Pausa	Cuando encuentre este icono en la guía de estudio, debe leer las páginas indicadas del libro o artículos complementarios.

## **Tema I**

### **Animación turística: antecedentes históricos, conceptos y estilos**

#### **Objetivo general**

Reconocer los significados y las características de la animación turística, la animación sociocultural y la animación sustentable.

#### **Objetivos específicos**

- Identificar los antecedentes históricos de la animación turística, sociocultural y sustentable.
- Identificar las características y estilos de animación turística.
- Definir conceptos de animación turística, sociocultural y sustentable.

# **1. Animación turística: antecedentes históricos, conceptos y estilos**

## **1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

A continuación, se presentarán una serie de acontecimientos que le permitirán conocer los orígenes de la actividad turística; se debe considerar que en aquellas épocas los participantes no tenían noción de estar desarrollando actividades turísticas. Asimismo, la animación turística es un tema novedoso, pues las primeras evidencias se encuentran hace cinco décadas.

### ***1.1.1. Precedentes históricos de la animación turística***

Las principales actividades que se presentaron de forma masiva y que servían de entretenimiento eran las obras teatrales griegas o los espectáculos realizados por los romanos a lo largo y ancho de su imperio, entre otros. También, se ofrecían actividades a cargo de una sola persona, que de igual manera entretenían, por ejemplo:

**Juglar:** “Hombre que por dinero y ante el pueblo cantaba, bailaba o hacía juegos y truhanerías” (Real Academia Española (RAE), 2001).

En la Europa medieval los juglares eran personas que se dedicaban al entretenimiento. Tenían habilidades para el canto, tocar instrumentos, recitar poesías, así como relatar historias y leyendas.

**Trovador:** “Es un poeta provenzal (región de Francia) de la Edad Media, que escribía y trovaba en lengua de oc” (RAE, 2001).

La *lengua de oc* es el francés antiguo, o sea lengua hablada antiguamente en Francia, específicamente al norte del Loira (RAE, 2001).

**Saltimbanqui:** “Persona que realiza saltos y ejercicios acrobáticos, generalmente en espectáculos al aire libre” (RAE, 2001).

Muchas de estas actividades quedaron plasmadas en escritos, en obras de arte encontrados por los arqueólogos. Uno de los más importantes fue en el de las tradiciones de Pompeya, cuna del ocio de la humanidad.

Con la colonización y el descubrimiento de nuevos mundos, los europeos transfirieron algunas de sus tradiciones y costumbres como las llamadas *kermésferias*. Un ejemplo en Costa Rica son las fiestas patronales que, hasta la fecha, se celebran en las diferentes comunidades con el fin de festejar el día del santo o la santa a la que está dedicado el pueblo.

Como el evento se desarrollaba en las iglesias y en muchas ocasiones la gente no cabía, se acostumbró a iniciarla con una o varias procesiones por la comunidad, lo que permitió mayor participación y observación por parte de esta. Luego optaron por instalar, en los alrededores de las iglesias o plazas, chinamos para la venta de comida y juegos lúdicos como: lanzar argollas, derribar objetos, lanzar dardos, entre otros.

### ***1.1.2. Inicios de la animación turística en Francia***

César Blitz, un francés de origen judío que combatió a los nazis en la Segunda Guerra Mundial, es reconocido como uno de los pioneros en desarrollar la animación turística. Blitz, sin distinción de clases sociales, ofrecía descanso y entretenimiento a sus clientes: tienda de campañas y alimentación estilo buffet, tipo “todo incluido”. Donde instalaba su club, lograba realizar actividades diurnas que permitían la interacción de sus clientes; luego, finalizaba con una cena y una fiesta general.

En la década de 1950, Blitz llegó a España y lanzó al mercado un folleto llamado *Trident*, en el cual plasmaba las anécdotas o experiencias vividas por sus clientes.

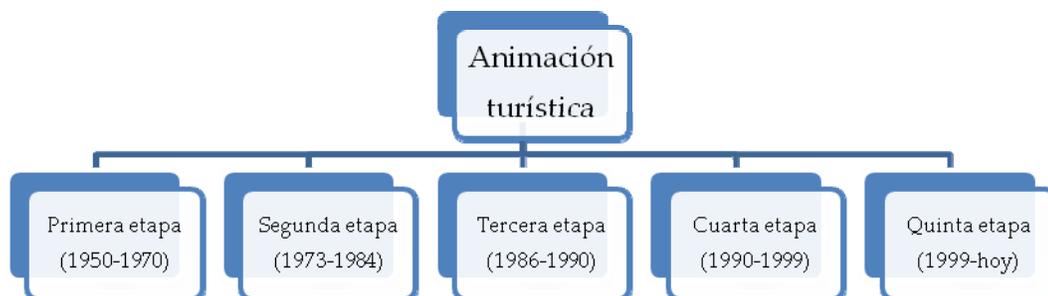
En 1954, Gilbert Trigano, un francés que dispensaba artículos para el club y que compartía los ideales Blitz, trabajó para este último como administrador. A partir de esa fecha, ambos continuaron innovando y expandiéndose: en Suiza instalaron un club de montaña de invierno y al año siguiente se convirtieron en sociedad anónima.

En 1961, al darse una caída importante de la economía, Edmond Rothschild inyectó su fortuna en el club y se perdieron los principios implantados por Blitz, quien en 1963 abandonó el proyecto; entonces, Trigano asumió la presidencia y junto a Rothschild continuó expandiendo su negocio a otras regiones.

Como se mencionó, durante varios años después de la Segunda Guerra Mundial hubo un auge en las economías europeas y se instauraron diferentes lugares dedicados al esparcimiento.

El *Club Méditerranée* (empresa internacional de origen francés), desde inicios de los años sesenta es pionera en la implementación de la “animación turística” como un elemento más de esparcimiento interno del lugar.

Según lo que establecen Labollita y Farré (2005), la evolución de la animación turística se puede clasificar en cinco etapas:



**Esquema 1.1.** Etapas de la animación turística

Fuente: Elaboración propia a partir de Labollita y Farré (2005)



Para conocer más de este contenido revise en la unidad 2 del libro de texto, el tema 1.1: Etapas de la animación turística, páginas de la 24 a la 27.

### ***1.1.3. Situación actual***

A pesar de que Francia fue el pionero en la animación turística, las mismas necesidades de entretenimiento llevaron a los demás países del mundo a adaptar la animación turística en los diferentes establecimientos turísticos.

En España han surgido empresas dedicadas a la capacitación de animadores turísticos. Cuando tal actividad inició en la década de 1970, existían algunas confusiones con otros tipos de animación. Por la

corta duración de los cursos, la persona que los recibía carecía de componentes que denotaran profesionalismo en este campo.

En 1985, un centro educativo español reelaboró el diseño curricular con miras en las necesidades planteadas por el mercado. Entonces, se le dio un carácter teórico (saber qué) y práctico (saber cómo). Para el 2001 había niveles técnicos en ese país, con lo que se reconocía profesionalmente la animación turística.

Ahora bien, ¿qué es la animación? Tome en cuenta la definición dada por el pedagogo y sociólogo argentino Ezequiel Ander-Egg:

La animación es un conjunto de técnicas sociales que basadas en una pedagogía participativa, tienen por finalidad promover prácticas y actividades voluntarias que se desarrollan en el seno de un grupo o comunidad determinada con la participación activa de la gente, y se manifiestan en los diferentes ámbitos de las actividades socioculturales, que procuran el desarrollo de la calidad de vida (Ander-Egg, 1983, p. 125).

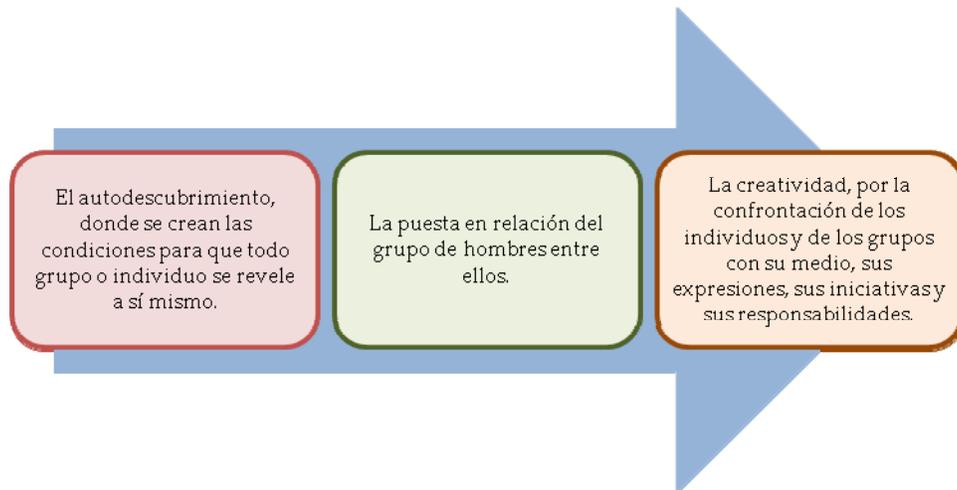
## 1.2. LA ANIMACIÓN TURÍSTICA

Después de definir el concepto de animación es importante conceptualizar el término “animación turística”. Así, es posible insertarse en este tema, que es el eje central del presente curso.

La animación es un tema que toma relevancia cada vez más en el ámbito turístico. Existen variaciones dependiendo del establecimiento turístico y el segmento de mercado con el cual se trabaje. La animación en turismo fue inicialmente una actividad desarrollada sobre todo en hoteles, debido a la necesidad de brindar “diversión” a los clientes durante su estadía.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1983), en su quinta asamblea realizada en Nueva Delhi, India, planteaba que la animación es cualquier acción realizada sobre un grupo, colectividad o medio, a través de la cual se desarrolla la comunicación y se garantiza la vida social.

La animación se considera como un método de participación e integración basada en tres procesos conjuntos:



### Esquema 1.2. Concepto de animación.

Fuente: Elaboración propia a partir de OMT (1985)

Se entiende, entonces, que la animación turística es un 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.

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 vacaciones.

A su vez, el turista se inserta en la comunidad para conocerla identidad cultural del lugar visitado, como parte de la búsqueda de un vínculo efectivo y respetuoso entre la actividad o empresa turística, el turista y la cultura local.



**Esquema 1.3.** Componentes de la actividad turística

Fuente: Elaboración propia

El fin primordial de este tipo de actividades es realizar interacciones entre todas las personas involucradas, llámense turistas, funcionarios, u otras personas; sin importar la situación o rasgos personales, salvo aquellas cuya condición está protegida en Costa Rica por la ley de igualdad de oportunidades (Ley 7600). En este sentido, una empresa turística deberá velar por el diseño y la implementación de actividades para personas con necesidades especiales, como alternativas novedosas

y diferentes para sectores de personas que poco a poco desean disfrutar de actividades turísticas.



Ahora estudiará un ejemplo de cómo los hoteles en España confían en profesionales para lograr *Fidelizar a través de la animación turística*. Lea la nota completa en la página 158 de la revista Horeco, que puede consultar en esta dirección:  
<[http://books.google.co.cr/books?id=LIEQioV0U0oC&printsec=frontcover&source=gbs\\_v2\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q=Fidelizar%20a%20traves%20de%20la%20animaci%C3%B3n&f=false](http://books.google.co.cr/books?id=LIEQioV0U0oC&printsec=frontcover&source=gbs_v2_summary_r&cad=0#v=onepage&q=Fidelizar%20a%20traves%20de%20la%20animaci%C3%B3n&f=false)>.



Después de leer el artículo *Fidelizar a través de la animación turística* ¿considera que la animación turística puede contribuir a satisfacer las necesidades de los clientes y al mismo tiempo obtener el establecimiento turístico mayores ganancias?



Se le sugiere leer el artículo de Crosby (s.f.) *Animación turística y creación de experiencias*, disponible en la siguiente dirección:<<http://issuu.com/forumnatura/docs/animacionturistica>>.



Lea el tema 3: *Objetivos y modalidades de la animación turística en el sector hotelería y turismo*, ubicado en la unidad 2 (páginas 30 y 31) del libro de texto. Aunque menciona que esos objetivos y modalidades se aplican en hotelería, en realidad sirven para cualquier establecimiento turístico.

### ***1.2.1. Modalidades de la animación turística***

La animación turística es más que un juego de cartas, un partido de *volleyball* de playa, ejercicios en la piscina o actividades similares. Permite al turista reconocer e integrarse al ambiente que visita. Recuerde que ahora los turistas quieren obtener ese valor agregado a sus vacaciones por medio del contacto real con otras culturas; descubrir y experimentar la historia y la evolución del lugar que visita. De esta manera obtiene experiencias diferentes y unas vacaciones más productivas y enriquecedoras.

En la misma línea, según Quesada (2009)

Además de las características del destino y de las variables socioeconómicas y motivacionales de los turistas, existen otros rasgos que definen su comportamiento como tales (gustos, personalidad, preferencias). Al respecto, Donald E. Lundberg, se basa en los estudios psicográficos de Stanley

C. Plog, quien propone tres categorías de turistas: psicocéntricos, aloecéntricos y mediocéntricos. Los psicocéntricos son individuos que 'se preocupan por pequeños problemas y por sí mismos, y suelen ser personas ansiosas que no gustan de la aventura'. Los aloecéntricos, por su parte, se caracterizan por un alto grado de aventura, confianza en sí mismos y una gran curiosidad que los impulsa a salir y experimentar lo nuevo. Por eso, agrega Lundberg, cuando un lugar o destino se vuelve muy comercial, va perdiendo sus cualidades exclusivas y 'ya no atraerá al aloecéntrico, sino a la gran masa, que entra en el grupo mediocéntrico' (p. 274).

Observe que de acuerdo con la tipología indicada por Quesada, los turistas mediocéntricos y aloecéntricos buscan lugares menos conocidos, menos masivos que les permita integrarse al entorno natural, social y cultural.

Las características y las motivaciones de cada turista son diferentes, al igual que las formas de animación turística varían según el segmento de mercado con el que se trabaja y las facilidades del establecimiento visitado. Como mencionan Labollita y Farré (2005) en el libro de texto del curso, existen tres modalidades:



**Esquema 1.4.** Modalidades de animación turística

Fuente: elaboración propia a partir de Labollita y Farré (2005, p. 30)



¿En cuál tipo de animación turística se ubicaría usted? Justifique su respuesta.

#### *1.2.1.1. Animación participativa*

Este tipo de animación es ideal para atender a clientes que les gusta la acción e involucrarse con actividades propias del lugar. Por ejemplo, actividades deportivas, bailes, obras de teatro, juegos tradicionales, juegos de mesa o manualidades, entre otros. Igualmente, visitar una

lechería y aprender a ordeñar, sembrar hidroponía, recolectar café, participar en la molienda en un trapiche, sembrar árboles, practicar yoga, entre otras.



**Fotografía 1.1.** Juego del palo encebado, San Vicente de Nicoya. Este es un ejemplo de actividades para poblaciones que requieren animación participativa.

Fuente: Sebastián Fournier (Onda UNED)

### 1.2.1.2. Animación contemplativa

Para atender adecuadamente a clientes que les gusta la acción, pero prefieren mirar y no participar activamente, lo mejor es la animación contemplativa. Algunos ejemplos pueden ser observar una obra de teatro o manifestaciones artísticas, mirar la elaboración de algún producto, presenciar un espectáculo de magia, visitar a una huerta ecológica, escuchar cómo se elabora el *compost* o cómo funciona el biodigestor o asistir a un partido de algún deporte como fútbol, golf u otro.



**Fotografía 1.2.** Bailes típicos guanacastecos en San Vicente de Nicoya. Este es un ejemplo de actividades para poblaciones que prefieren contemplar y no participar.

Fuente: Sebastián Fournier (Onda UNED)

### 1.2.1.3. Animación mixta

Corresponde a una mezcla entre la animación participativa y la contemplativa. Estas son las más comunes en la mayoría de los establecimientos turísticos, pues brindan diferentes opciones de entretenimiento a los clientes, ya sean niños, jóvenes, adultos o adultos mayores.



**Fotografía 1.3.** Taller de artesanía en San Vicente de Nicoya. Este es un ejemplo de actividades para poblaciones que requieren observar y formar parte activa.

Fuente: Sebastián Fournier (Onda UNED)

### ***1.2.2. La animación sociocultural***

La animación sociocultural permite el contacto directo con la comunidad, con identidad cultural, sin imposiciones de los estilos de cultura. Además, fomenta el desarrollo, el rescate y la proyección de los valores propios del lugar.

Para la UNESCO (2011), la animación sociocultural es un conjunto de prácticas sociales cuya finalidad consiste en estimular la iniciativa y la participación de las comunidades en su propio desarrollo y en la dinámica global de la vida sociopolítica de la que participan.

Algunas características de animación sociocultural que rescatan Pérez y Pérez (2009) son:

- **La promoción de valores:** se define claramente el modelo de cultura, los proyectos y valores culturales por desarrollar. De este modo se reconoce el pluralismo cultural y la autonomía al promover la democracia cultural.
- **Elemento transformador:** no solo se adapta a las diferentes situaciones, sino que procura una sociedad mejor.
- **Cauce de participación:** permite la participación de los diferentes sectores sociales, aprovechando el potencial individual y grupal en la comunidad.

- **Catalizador:** apremia tanto el acceso al pueblo de la posesión de la cultura como su creación, gestión y control.
- **Promotor de la vida asociativa:** se supera el individualismo y se arraiga el espíritu comunitario.
- **Proceso constante:** el pueblo es actor y creador de su propia cultura y desarrollar sus propios valores.
- **Interventor social:** la animación promueve la cultura y sus valores, incentiva a la comunidad individual y grupalmente mediante la participación de su gente en actividades folclóricas, recreativas, artísticas, lúdicas, etc.



**Fotografía 1.4.** Taller de gastronomía en San Vicente, Nicoya

Fuente: Sebastián Fournier (Onda UNED)

### 1.2.3. La animación turística sostenible

El turista actualmente busca algo más que descansar: pretende estar activo y sobretodo que su viaje sea productivo tanto a nivel físico como espiritual y mental. La animación turística es un elemento clave y diferenciador de los productos turísticos que se ofrecen en el mercado.

Como se mencionó, la animación turística surge como respuesta a la necesidad de las personas de ocupar el tiempo libre en alguna actividad que permita un mayor nivel de satisfacción de los clientes, un mayor ingreso para el establecimiento turístico y fidelidad de los clientes hacia la empresa.

La animación turística sostenible se puede definir como el conjunto de actividades lúdicas, deportivas y culturales organizadas por el establecimiento turístico de forma equilibrada, que permite el disfrute, conocimiento y respeto del entorno cultural, social y ambiental.



Ahora que tiene una visión más clara sobre la historia, las características y el concepto de la animación turística, sociocultural y turística sustentable, se le invita a leer de la página 11 a la 22 del libro de texto sobre las *Estructuras organizativas y funcionales: características de los establecimientos turísticos*.

La temática se enfoca principalmente en la hotelería. Si bien, la animación turística se ha desarrollado desde sus inicios más en la hotelería y los

ejemplos planteados en el libro de texto son de este sector, esta no es exclusiva de este sector: puede ser aplicada en cualquier otro establecimiento turístico.



En el caso de España, en cada uno de los establecimientos turísticos se anota con recuadro que está regulado mediante algunos decretos; en Costa Rica están supervisados por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y controlados por el reglamento de las empresas y actividades turísticas. Puede consultar más información en el siguiente enlace: <[http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/es\\_leyes.asp](http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/es_leyes.asp)>.

Un ejemplo en Costa Rica son las actividades que lleva adelante la *Fundación Villa Franca & Zurcher*, junto con el Museo de Islita y con los huéspedes del Hotel Punta Islita. Esta fundación integra, en diferentes actividades, a grupos artísticos y del Museo de Arte Contemporáneo, y trabajan al aire libre, en Islita. De esta forma, huéspedes y grupos de arte, integrados por la comunidad, interactúan y participan en actividades culturales.

#### ***1.2.4. La ecoanimación***

Para Humberto Aguilar, director de la Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades de la UNED, la ecoanimación es

Animarse a creer en la naturaleza... es el encuentro del humano consigo en y con su madre naturaleza... refiere a la reflexión del rol o perfil del humano como parte de la naturaleza. Se trata de crear y recrear una cultura ecológica consciente y no utilitaria (Aguilar, s.f.).

## Resumen

Si se piensa en la animación turística como el conjunto de acciones realizadas por un grupo con el fin de divertir y entretener, se nota cómo desde los orígenes de la historia los griegos realizaban obras teatrales y en el Imperio Romano había espectáculos. Hubo participación de juglares en Europa media, los trovadores en Francia en la Edad Media, sin dejar de lado los saltimbanquis, las ferias o *kermeses* y las fiestas patronales, estas últimas transmitidas por los conquistadores durante la colonización.

En Europa se implementaron actividades turísticas para entretener a la gente. Por ejemplo, el francés César Blitz al finalizar la Primera Guerra Mundial estableció un *club* con servicio “todo incluido”, con lo que logró la interacción de los asistentes. Luego viajó a España donde promovió establecimientos de este tipo en su folleto *Trident*; el cual contaba anécdotas de sus clientes.

A inicios de los años 1960 en el *Club Méditerranée* se implementó la animación turística como elemento de espaciamento interno del club.

La animación turística se puede entender como toda acción hecha sobre un grupo, colectividad o medio, para desarrollar la comunicación y garantizar la vida social (OMT, 1983).

La animación turística ha evolucionado; se pueden encontrar diferentes tipos:

- 1) **Animación turística tradicional:** son todas las actividades que se realizan con los turistas, las cuales son organizadas por el establecimiento turístico, de acuerdo con las necesidades de sus clientes y con el fin de entretenerlos en su tiempo libre.
- 2) **Animación sociocultural:** son todas las actividades que pretenden estimular la iniciativa y participación de la comunidad en su proceso propio de desarrollo; en el caso de los establecimientos turísticos, aplican este tipo de animación con el fin de que sus clientes interactúen y aprendan de la comunidad que visitan.
- 3) **Animación turística sustentable:** es el conjunto de actividades lúdicas, deportivas y culturales organizadas por el establecimiento turístico de forma equilibrada, que permite el disfrute, conocimiento y respeto del entorno cultural, social y ambiental.
- 4) **Ecoanimación:** corresponde a las actividades que se pueden desarrollar o crear en la naturaleza, en tanto se le permite al

participante conocerse a sí mismo y reflexionar en torno al rol del ser humano como parte de su entorno.

En todos los tipos de animación es posible encontrar tres modalidades:

- 1) **Participativa:** el cliente participa activamente.
- 2) **Contemplativa:** el cliente es un espectador.
- 3) **Mixta:** el cliente puede ser espectador y parte de la actividad al mismo tiempo.

La animación turística logra, por un lado, satisfacer las necesidades de “entretenimiento” de los clientes y, por otro, incrementar la economía del establecimiento, pues muchos de los clientes pueden alargar su estancia, recomendar el establecimiento o repetir la experiencia en futuras vacaciones.

## Ejercicios y prácticas de autoevaluación

1. Conteste.

- a) ¿Por qué ha sido importante la “animación” en la historia? En la actualidad, ¿cómo puede ser útil para el empresario?
- b) ¿Cuáles considera usted que son los objetivos de la animación turística?
- c) Identifique los componentes básicos que constituyen una animación en armonía con el ambiente y la cultura.

2. Complete el siguiente cuadro:

Tipo de animación	Semejanzas con otro tipo de animación	Diferencias con otro tipo de animación
Animación turística		
Animación sociocultural		

Tipo de animación	Semejanzas con otro tipo de animación	Diferencias con otro tipo de animación
Animación turística sustentable		
Ecoanimación		

- Investigue sobre los estilos y las posibilidades de animación turística que existen en Costa Rica.

## Lista de referencias

- Aguilar, H. (s.f.). *La ecoanimación*. Documento inédito.
- Arlindo, S. (1982). *Formation de cadres et d'animateurs culturels*. París: UNESCO.
- Ander-Egg, E. (1983). *Metodología y práctica de la animación sociocultural*. Buenos Aires: Instituto de Ciencias Sociales Aplicadas.
- Carré, M. (2009). *Animación cultural*. San José: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.
- Crosby, A. (s.f.). *Animación turística y creación de experiencias*. Recuperado de <<http://issuu.com/forumnatura/docs/animacionturistica>>.
- Domingo, A. y Terán, C. (2005). Fidelizar a través de la animación turística. *Horeco*. (222), octubre-noviembre, p. 158. Bilbao: Reed Business Information.
- González, G. (2003). *Educación y animación sociocultural. La intervención socioeducativa*. Recuperado de <[http://www.sappiens.com/CASTELLANO/articulos.nsf/Educadores/Educaci%C3%B3n\\_y\\_animaci%C3%B3n\\_sociocultural.\\_La\\_i](http://www.sappiens.com/CASTELLANO/articulos.nsf/Educadores/Educaci%C3%B3n_y_animaci%C3%B3n_sociocultural._La_i)>

ntervenci%C3%B3n\_socioeducativa.\_/89143294B9BDEDBEC1256  
DD5004AB80B!opendocument >.

Herrera, M. (2006). La animación sociocultural: una práctica participativa de educación social. *Revista de Estudios de Juventud*. (74), pp. 73-93. Madrid: Instituto de la Juventud.

Labollita, M. y Farré, M. (2005). *Animación en el ámbito turístico*. Madrid: Pirámide.

Organización Mundial del Turismo. (1983). *Documento quinta asamblea*. Nueva Delhi: OMT.

Pérez, G. y Pérez, M. (2009). *Qué es la animación sociocultural: epistemología y valores*. Madrid: Narcea.

Puertas, X. (2004). *Animación en el ámbito turístico*. Madrid: Síntesis.

Quesada, R. (2009). *Elementos del turismo*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Real Academia Española. (2001). Juglar. En *Diccionario de la lengua española* (22.ª ed.). Recuperado de <[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=jugar](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=jugar)>.

Real Academia Española. (2001). Lengua de oc. En *Diccionario de la lengua española* (22.ª ed.). Recuperado de

<[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=lengua%20de%20oc](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=lengua%20de%20oc)>.

Real Academia Española. (2001). Saltimbanqui. En *Diccionario de la lengua española* (22.<sup>a</sup> ed.). Recuperado de <[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=Saltimbanqui](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=Saltimbanqui)>.

Real Academia Española. (2001). Trovador. En *Diccionario de la lengua española* (22.<sup>a</sup> ed.). Recuperado de <[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=trovador](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=trovador)>.

Solano, N. (2009). *Historia de la animación turística*. San José: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.

UNESCO. (2011). *Definición de animación sociocultural*. Recuperado de <<http://www.divulgaciondinamica.es/dd/apuntes/animacion-sociocultural-unesco.pdf>>.

Zamorano, F. (2007). *Turismo alternativo, servicios turísticos diferenciados*. México: Trillas.



**Derechos reservados**  
**Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica**