



AMESTUR

Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza
Superior en Turismo y Gastronomía

La Animación Turística y Sociocultural como Transmisora de Cultura y Experiencias



Nilda Paola Auz Cárdenas, Mónica Juárez Ibarias

Idalia Karina Monzalvo-Santos, María Elena Robles

Baldenegro, Graciela Rodríguez Castañón,

Sacnité Valdez del Río

AUTORES

José Luis Isidor Castro, Onésimo Cuamea Velázquez,

Irma Brígida Suárez Rodríguez, Esteban Cruz Cruz.

COORDINADORES

La Animación Turística y Sociocultural como transmisora de cultura y experiencias

Nilda Paola Auz Cárdenas, Mónica Juárez Ibarias, Idalia Karina Monzalvo-Santos, María Elena Robles Baldenegro, Graciela Rodríguez Castañón, Sacnicté Valdez del Río

Autores

José Luis Isidor Castro, Onésimo Cuamea Velázquez
Irma Brígida Suárez Rodríguez, Esteban Cruz Cruz

Coordinadores

Primera Edición: julio de 2025

Isidor, J., Cuamea, O., Suárez, I., Cruz, E. (2025). *La Animación Turística y Sociocultural como transmisor de cultura y experiencias*. Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía, México. Editorial Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo. Cámara Chilena del Libro, Valdivia, Chile.

ISBN: 978-956-9037-29-0

Se permite la copia y distribución por cualquier medio siempre que se mantenga el reconocimiento de sus autores y de quienes contribuyeron a esta obra, no se haga uso comercial de las obras y no se realice ninguna modificación a las mismas.

Sello Editorial: Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo (978-956-9037). Calle Blanco esq. O'Higgins s/n. Corral, Región de los Ríos, Valdivia. República de Chile.

Versión Digital

D.R. 2025. Los Autores

D.R. 2025. Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía AMESTUR.

D.R. 2025. Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo RECINATUR

Serie: Formador de Formadores, Grupo 2

Materia: Ciencias Sociales

Director del Equipo Editorial: Marcelo de la Rosa Patiño

Coordinadores: José Luis Isidor Castro, Onésimo Cuamea Velázquez, Irma Brígida Suárez Rodríguez, Esteban Cruz Cruz

Asistente de Edición: Karla Alicia Bautista Franco



Contenido

PRESENTACIÓN.....	4
Capítulo 1.....	5
Animación Sociocultural en la Ruta Turística “Encanto y Tradición” de la ciudad de Tulcán, Provincia del Carchi	5
Capítulo 2.....	22
Implementación de Animación Turística Sociocultural en Ferias patronales del Soconusco: “Cultura y tradición al son de la Marimba”.....	22
Capítulo 3.....	41
Propuesta de implementación de la animación sociocultural como potenciador turístico en el pueblo colonial Cerro de San Pedro, San Luis Potosí, México	41
Capítulo 4.....	58
Los Gigantes Inmóviles, un Rescate de la Memoria Colectiva de los Cuentos de la Etnia Comca’ac (Seri) a través de Estrategias de Animación Socioculturales	58
Capítulo 5.....	84
Implementación de la Animación Sociocultural como Reencuentro de Tradición Cultural entre Leyendas y Edificios Parlantes en Zacatecas.....	84
Capítulo 6.....	102
Fortalecimiento de la Identidad Cultural de un programa de Animación Sociocultural en espacios públicos en Ciudad Obregón, Sonora	102

PRESENTACIÓN

El segundo volumen de esta serie dedicada a la Animación Turística y Sociocultural retoma el rumbo que iniciamos en la primera entrega, con el propósito de seguir construyendo un cuerpo de saber sólido, que responda a las necesidades actuales de la formación turística en Iberoamérica, desde la práctica y el diálogo interdisciplinario.

Territorio, cultura y animación turística y sociocultural invita a mirar el territorio como un espacio vivo y dinámico, donde la cultura, las memorias colectivas y las identidades locales encuentran en la animación sociocultural una forma de expresión, resistencia y propuesta.

En estas páginas se reúnen contribuciones que surgen del compromiso con las comunidades, de la experiencia docente y de procesos reales de intervención que dan cuenta de cómo la Animación Turística y Sociocultural puede y debe vincularse con el entorno desde una mirada ética y respetuosa. La obra propone entender el lugar, sentirse parte de él y de integrar con sentido, con raíces, con afecto, respeto y con responsabilidad.

Este libro se enlaza con el primero, con enfoque a la gastronomía como vehículo de la animación sociocultural, y al mismo tiempo establece puentes con los siguientes volúmenes de la colección, fortaleciendo una visión integral en la que el turismo y la Animación Sociocultural dejan de ser disciplinas aisladas para convertirse en herramientas de desarrollo comunitario y de justicia territorial.

Agradecemos a las autoras y autores, así como al equipo que hizo posible esta obra. Su voz y su trabajo son testimonio de que sí es posible una educación turística que piense en las personas, que valore los territorios y que apueste por un futuro más justo, sostenible y humano.

Sigamos promoviendo saberes y experiencias bajo la luz de la Animación Sociocultural

Dr. José Luis Isidor Castro
Presidente Ejecutivo
AMESTUR

Capítulo 1

Animación Sociocultural en la Ruta Turística “Encanto y Tradición” de la ciudad de Tulcán, Provincia del Carchi

Nilda Paola Auz Cárdenas¹

Resumen

La presente investigación establece como categoría de interés la importancia de las rutas turísticas en la promoción del turismo, las cuales permiten conocer sitios de importancia cultural o natural mediante la generación de experiencias y la puesta en valor del patrimonio, contribuyendo a su disfrute y conservación. El trabajo denominado “Animación sociocultural en la ruta turística “encanto y tradición” de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi”, identificó como problema que no existe una amplia oferta turística que permita el conocimiento de experiencias, por medio de la Animación Sociocultural es un aporte para la diversificación de la oferta turística en la ciudad de Tulcán, teniendo en cuenta que existen potencialidades turísticas culturales y naturales; pero la organización con respecto a rutas turísticas es aún deficiente. Por esta razón se plantea como objetivo diseñar una propuesta de Animación Sociocultural en la Ruta Turística “Encanto y Tradición” de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi. que permita fortalecer el turismo en la ciudad, teniendo en cuenta las riquezas culturales e identitarias de la ciudad y del territorio del Ecuador.

Palabras clave: Ruta turística, patrimonio, Tulcán.

Introducción

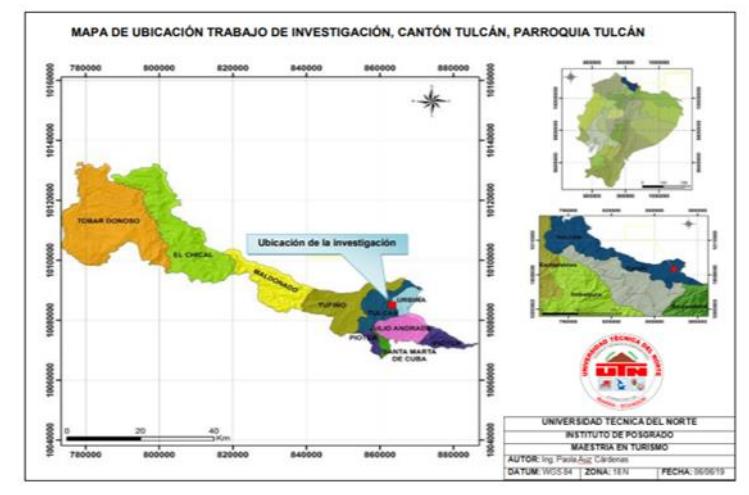
El presente documento describe la propuesta denominada “Animación sociocultural en la ruta turística “encanto y tradición” de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi”. Con la cual se pretende beneficiar, en primera instancia, a la ciudadanía de Tulcán, puesto que, al ser ejecutada, el flujo de turistas que arriben hacia la ciudad crecerá, generando más ingresos económicos para la localidad y, a su vez, mayores fuentes de trabajo para sus habitantes. Por otra parte, los turistas también se benefician al encontrar una oferta diversificada que les permita ampliar su tiempo de estadía en el destino.

Se realizó en la ciudad de Tulcán, capital de la provincia del Carchi, perteneciente a la región 1 del Ecuador. Esta urbe se encuentra ubicada en la frontera con Colombia, a una altitud de 2.950 msnm (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tulcán [GADMT, 2020]).

¹ Red Iberoamericana de Ciencia Naturaleza y Turismo RECINATUR. Tulcán, Ecuador. paolaauz@recinatur.org

A continuacion, en la figura1, se puede observar la ubicación del objeto de estudio.

Figura 1. Ubicación geográfica de la ciudad de Tulcán, Provincia del Carchi



Fuente: Plan de Desarrollo Turístico del GADMT (2020).

Planteamiento del problema

La ciudad de Tulcán, capital de la provincia del Carchi, posee oportunidades importantes para canalizar la demanda turística de visitantes. Sin embargo, no existe una amplia oferta turística capaz de lograr que el turista se quede en busca de nuevas experiencias. Los atractivos turísticos existentes no son aprovechados de manera eficiente lo cual genera estacionalidad de la demanda. La inexistencia de alianzas estratégicas entre las empresas privadas y públicas limita la expansión del mercado y la diversificación del producto turístico.

Según información de la Jefatura de Turismo (GADMT, 2019), las personas que visitan la ciudad de Tulcán son de procedencia colombiana, quienes están dispuestos a pagar por obtener un servicio de calidad, pero no se cuenta con un itinerario para la realización de visitas guiadas (pág. 30).

Formulación del problema

Por esto se formula el siguiente problema de investigación: ¿Como el diseño de una propuesta de Animación sociocultural en la ruta turística “encanto y tradición” de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi permitirá el aprovechamiento de las potencialidades culturales?

Objetivos

Diseñar una propuesta de Animación sociocultural en la ruta turística “encanto y tradición” de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi que permita el aprovechamiento de las

potencialidades y la existencia de los atractivos culturales que tiene la ciudad para fortalecer el turismo y la dinamización económica de la región.

Marco teórico

En el siguiente apartado se presenta las teorías y conceptos relacionados con el diseño de la propuesta de animación sociocultural en la Ruta Turística “Encanto y Tradición” de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, las cuales sustentarán la presente investigación.

Turismo

El Turismo es considerado un sector estratégico en la matriz productiva nacional, ha formado parte del Plan del Buen vivir 2013-2017 y ha sido también priorizado en el Plan de Desarrollo Toda una Vida (2017-2021) como pilar de la reactivación económica, la atracción de inversión local y extranjera, la mejora de infraestructuras, la entrada de divisas al país y fuente importante en la generación de empleo (Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 de Ecuador).

Según estudios realizados por la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2020) se afirma que: “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios” (p. 1).

La oferta turística señala que los productos y servicios, también está conformada por varios componentes sociales como el patrimonio y dentro de este, a su vez, contiene varios atractivos complementándose con la infraestructura. Según Leiper (1990 citado por Escalona Ulloa *et al.*, 2012).

...la oferta turística está integrada por tres componentes básicos: los atractivos y actividades turísticas, la planta y la infraestructura turística. Todos estos elementos se interrelacionan y la carencia de uno de ellos dificultan o imposibilita el desarrollo de la experiencia turística como tal, pero el elemento que activa todo el proceso lo constituyen los atractivos. (p. 308).

Animación sociocultural

La animación sociocultural se puede definir como el conjunto de prácticas sociales que tienen como finalidad estimular la iniciativa y la participación de las comunidades en el proceso de su propio desarrollo y en la dinámica global de la vida sociopolítica en la que están integrados (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 1982).

Además, permiten desarrollar actividades voluntarias en el tiempo libre de las personas, éstas son activas e integradoras en torno a una temática, favoreciendo la acción cultural y comunitaria, orientando a un cambio social.

Es importante conocer con qué propósito se emplea o se desarrolla la animación sociocultural, para ser aplicado en la investigación. Los propósitos de la Animación Sociocultural necesariamente se encuentran unidos a los términos determinados por su raíz etimológica como son los de: vitalizar, dinamizar y estimular. El significado evidentemente encierra este concepto como finalidad última la mejora permanente de la calidad de vida de las personas, grupos y comunidades (López, 2014).

En síntesis, se podría decir que la animación sociocultural tiene como fin dinamizar la participación de las personas de una manera voluntaria, activa, dinámica con el objetivo de garantizar que los visitantes disfruten el conocer y compartir las riquezas culturales, naturales y sociales, aportando de esta manera al mejoramiento de la calidad de vida.

Animación Turística

La animación turística aparece con el fin de satisfacer las necesidades de los viajeros o turistas, la animación turística tuvo un crecimiento sustancial debido a que el tiempo libre para las personas cobró importancia, influyendo en las propuestas principalmente por parte de los prestadores de servicios, quienes ofertan una recreación atractiva y dinámica con una variedad de actividades para cubrir los deseos y carencias de los visitantes, permitiendo además que estos puedan crear un entorno estable y funcional dentro de su vida (Jiménez, 2017). La animación turística permite motivación y participación tanto física y mental, involucrando a la comunidad de visitantes, dinamiza las actividades por medio de la comunicación y el entretenimiento como una experiencia única que contribuya al desarrollo personal de los turistas.

El Animador Turístico vs Animador Sociocultural

El animador sociocultural pretende la transformación social, y para conseguir su objetivo desarrolla actividades que motivan a grupos de personas de diversas edades como jóvenes y mayores a participar e integrarse en las diversas actividades que se realicen. El animador físico y turístico, como su nombre indica, tiene como objetivo conseguir la participación de la gente en actividades físicas y lúdicas (Latorre, 2022).

Los animadores pretenden aprovechar las capacidades de las personas para involucrarlas en actividades, pero el animador sociocultural tiene como propósito fundamental integrar a la comunidad; esta actividad se orienta a la consecución de la participación, motivación y conocimientos que se comparten desde un aprendizaje activo y creativo.

Rutas turísticas

Para avanzar en este planteamiento se requiere definir el concepto de rutas turísticas las cuales son recorridos temáticos propios de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar

su desplazamiento a lo largo de ella. Con estas rutas se consiguen efectos positivos, como el aumento de la estancia media del turista en el destino (Rengifo, 2016), permitiendo recuperar o poner en valor los lugares que despiertan interés y preocupación por readecuarlos o conservarlos para disfrute de las personas que los visitan, lo que conlleva a un beneficio económico para los habitantes y, por ende, al desarrollo del territorio.

Las rutas turísticas son recorridos que permiten realizar diversas actividades en un territorio, las cuales generan gratas experiencias en los turistas o visitantes al prolongar su estancia en dichos lugares. Además, permiten la diversificación de la oferta en los destinos al brindar productos consolidados e innovadores capaces de satisfacer las necesidades de la demanda actual.

Atractivos turísticos

Los componentes indispensables para desarrollar una ruta son los atractivos con los que la conforma, de acuerdo con la OMT (2022), los atractivos turísticos se definen como todos los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. Los recursos turísticos son un elemento necesario para poder aprovechar un destino, motivan la visita de turistas a diferentes lugares.

El inventario es una herramienta de gran utilidad y aporta información valiosa, actual y confiable de las potencialidades, el inventario se puede definir como un catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada (Latorre, 2022). Para la presente investigación es importante el inventario de atractivos, es un factor clave porque permitió saber qué lugares cuentan con potenciales turísticas para poder ser incluidos en la ruta.

Metodología

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo y su alcance es descriptivo, ya que se pretende conocer la oferta y demanda de la ciudad de Tulcán, con la finalidad de elaborar una ruta turística. Para ello se estructuró en tres fases: 1) Revisión de la oferta turística 2) Caracterización del visitante y 3) Diseño de la propuesta de Animación Sociocultural.

Fase 1. Revisión de la oferta turística: Para diagnosticar la oferta turística de la ciudad de Tulcán, se recopilo información bibliográfica, se contó con información proporcionada y validada por la Jefatura de Turismo del Municipio de Tulcán y que se encuentra en el Plan de Desarrollo Turístico (GADMT, 2019).

A continuación, en la tabla 1, se muestran los atractivos turísticos culturales de la ciudad de Tulcán (2019):

Tabla 1. Atractivos turísticos culturales de la ciudad de Tulcán

Atractivos turísticos culturales	Descripción
Cementerio José María Azael Franco Guerrero.	Ubicado en el centro de la ciudad de Tulcán, se inicia en 1936, lleva su nombre en honor al iniciador y creador. El camposanto ocupa un espacio de 8 hectáreas en donde se ubican 310 figuras. Fue declarado sitio de interés turístico y Patrimonio Nacional.
Museo de Arte Contemporáneo Germán Bastidas Vaca	Ubicado en el centro de la ciudad, abre sus puertas en el 2006, Dentro de las salas se exponen 740 piezas arqueológicas sobre los pueblos que habitaron en el Carchi.
Teatro Lemarie	Ubicado junto al parque principal de la ciudad de Tulcán, es un ícono patrimonial, inaugurado en el año de 1930 por el señor Pablo Lemarie de nacionalidad libanés, ocupa un espacio de 1112 metros. En la antigüedad era utilizado como cine, presentación de obras, musicales, etc. Fue restaurado en el año 2014 por el alcalde Julio Robles. En la actualidad es utilizado por la ciudadanía para actos galantes, históricos, y todo aquello que genere cultura en la población.
Plaza Central	La Plaza Central o Plaza del Buen vivir es un mercado patrimonial, ganador de un premio otorgado por el Ministerio del Ambiente por salubridad. Aquí se concentran propios y extraños en busca de la comida típica y tradicional de la ciudad de Tulcán. Actualmente diferentes municipios han pedido el modelo arquitectónico para ser replicado.
Iglesia San Francisco	La iglesia San Francisco ubicado en la calle principal de la ciudad (Bolívar) a una cuadra del Parque Isidro Ayora. De estilo neoclásico. Fue construida en el año 1875 tras la llegada de la Orden de los Padres Capuchinos o Franciscanos. Actualmente siguen siendo ellos quien la mantienen y es el lugar de concentración de la mayoría de los feligreses.
Iglesia Catedral	La Catedral de Tulcán es la iglesia matriz, localizada cerca del parque principal. Inicia su construcción en el año de 1926 de estilo neoclásico. Existen varios estilos en las construcciones de los alrededores entre ellos: republicano, moderno y tradicional.
Casa de Aduanas	Ubicada en Rumichaca a pocos pasos de la frontera con Colombia. La construcción de este bien cultural se inició en el año de 1933 y finalizó en 1936, fue hecha con materiales como ladrillo, piedra, bareque, hormigón. De estilo ecléctico, antiguamente allí se ubicaba el paso fronterizo entre Ecuador y Colombia, por lo cual guarda mucha historia. En el año 2008 fue remodelada y abrieron sus puertas como un museo importante de la ciudad.
Obelisco	Ubicado en la entrada sur de la ciudad de Tulcán, se inauguró en el año de 1981. Para la construcción de este monumento el presidente de aquella época Abg. Jaime Roldos Aguilera realizó un concurso para que postulen con ideas innovadoras, resultando ganador el arquitecto Vicente Bracho. El monumento contiene un mural haciendo referencia al heroísmo, deporte, cooperativismo, cultura, trabajo.

Fuente: Gobierno Municipal de Tulcán (2022).

Fase 2. Caracterización del visitante

Se tomó como referencia las estadísticas del año 2019 validadas por la Jefatura de Turismo del municipio de Tulcán, y que cuantifican el ingreso de turistas al Cementerio José María Azael Franco, el principal atractivo en la ciudad. De igual manera, se analizaron los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo sobre los turistas que pernoctaron en los hoteles y hostales en el año 2019.

Perfil del visitante

El 80% se encuentra de paso por la ciudad y el 20% pernocta en la localidad. El medio de transporte utilizado para arribar a la ciudad es el vehículo propio. La mayoría de los viajeros continúa su recorrido a diferentes provincias del Ecuador y los turistas nacionales viajan hacia Colombia (GADM del Tulcán 2019).

Lugares visitados: dentro de la ciudad son: el cementerio José María Azael Franco (80% de las visitas), mientras que el 20% se distribuye entre la Plaza Central, Museo de Arte Contemporáneo Germán Bastidas Vaca y las iglesias. (GADMT 2019).

Motivación de viaje: el 75% lo hace por ocio, el 20% por negocio y el 5% por salud, lo cual establece que, en su mayoría, se desplazan por realizar actividades relacionadas con turismo, ante lo cual debe existir una oferta diversificada en la ciudad que cubra dichas motivaciones de ocio. Por su parte, las estadísticas del Ministerio de Turismo indican que la llegada de turistas a la ciudad de Tulcán, en el año 2019, fue de 181,512 personas, en donde Colombia ocupa el primer lugar de procedencia. Cabe destacar que sólo un 10% se aloja en la ciudad, los demás continúan hasta el centro del país o a Colombia, lo cual denota concordancia con los datos proporcionados por la Jefatura de Turismo del GADMT.

Dentro del turismo interno, el flujo de turistas nacionales hacia la ciudad de Tulcán fue de 8,426 personas. Los meses de julio y agosto corresponden a vacaciones escolares, y las familias aprovechan para viajar hacia Colombia y pasan por la ciudad. El mayor número de estas visitas proceden de la provincia de Pichincha, seguido por Imbabura. La cercanía que existe entre las ciudades del norte posibilita su traslado. Otro factor es el tema familiar en vista que muchos residentes de estas provincias son originarios de la provincia del Carchi.

Fase 3. Diseño de la propuesta de Animación Sociocultural

Esto se desarrolló a través del método analítico-sintético. Para realizar el diseño del itinerario, se recopiló y seleccionó información referente a rutas turísticas desarrolladas en la zona y se revisó el inventario de atractivos de la ciudad, seleccionando aquellos con mayor potencialidad turística. Adicionalmente se incorporó actividades de animación sociocultural que permitan integrar, recrear y una participación activa de las personas que recorran la ruta, además se diseñó un material de apoyo impreso, el cual permite una mayor ilustración de los

lugares a ser visitados. El diseño elaborado fue finalmente validado con la colaboración de técnicos del Ministerio de Turismo.

Resultados

Animación sociocultural en la Ruta turística

La propuesta de Animación sociocultural en la Ruta turística se realizará para promover el turismo y mejorar la oferta de servicios teniendo en cuenta que es “Un conjunto de técnicas sociales que, basadas en una pedagogía participativa, tiene por finalidad promover prácticas y actividades voluntarias, que, con la participación activa de la gente, se desarrollan en el seno de un grupo o comunidad determinada, y se manifiesta en los diferentes ámbitos del desarrollo de la calidad de la vida.” (Ander-Egg, 1987).

El principal atractivo es el conocimiento de bienes patrimoniales, manifestaciones culturales, patrimonio histórico, artístico los cuales permiten que las personas conozcan las potencialidades de las zonas. Se puede brindar una oferta de servicios como: alojamiento, alimentación y guianza. *“logrando que el visitante tenga una agradable estadía con los habitantes de la zona, el disfrute de las actividades que allí se realizan y sobre todo se lleve una experiencia satisfactoria del viaje”* (Landeta & Ojeda, 2009).

En el caso de la ciudad de Tultcán, se plantea la ruta a partir de un itinerario de 6 lugares en el casco central: Cementerio José María Azael Franco Guerrero, Museo Germán Bastidas Vaca, Iglesia San Francisco, Mercado Central, Teatro Lemarie e Iglesia La Catedral. El recorrido tiene una longitud de 2600 metros. La ruta propuesta es un aporte para la diversificación de la oferta turística en la ciudad de Tultcán.

Es factible porque ofrece al visitante un buen servicio, en base a su disponibilidad de tiempo, para que puedan conocer y apreciar la cultura existente permitirá aprovechar adecuada y organizadamente los recursos culturales existentes en el campo del turismo. En este sentido se propone trabajar en articulación con las autoridades de Gobiernos Municipales emprendedores, profesionales y en sí todas las personas que tengan relación con el turismo porque es un gran potencial. Además, se debe trabajar en conjunto con las juntas parroquiales para poder promocionar la ruta cultural con sus manifestaciones culturales y el patrimonio e identidad regional.

“Debe ser capaz de generar una demanda de nuevos segmentos del mercado, se tiene que enfatizar en la elección adecuada de los atractivos y la calidad de sus servicios y complementarios; esto se debe a que actualmente se han convertido en una herramienta eficaz en el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de una región, además de ser un motor para el desarrollo económico y social” (Ibarra y Velarde, 2016, p.181).

Tabla 2. Animación sociocultural en la Ruta turística

Patrimonio	Actividades
Cementerio José María Azael Franco Guerrero. Tiempo: 1 Hora	<p>Se realizará un recorrido por lugar, explicando su historia: Se visitará las tumbas de personajes históricos como los dos científicos franceses de la segunda misión geodésica.</p> <p>Conocimiento del contexto del municipio Recorrido guiado por el cementerio Presentación plegable datos históricos. Toma de fotografías.</p>
Actividad: Información histórica del municipio – Contando historias.	<p>La actividad de animación sociocultural se relaciona con la narración de historias del municipio, realizado por medio de guías turísticos. Se recorre el Cementerio José María Azael Franco Guerrero. Se cuenta la historia de la organización y diseño paisajístico del sitio, el reconocimiento que existe a nivel nacional. El propósito de la actividad está relacionado con resaltar la importancia de este lugar y promover la valorización del patrimonio.</p> <p>Se entregará un mapa turístico del municipio con el propósito de contextualizar al visitante y promover el reconocimiento de los sitios de visita que realizaran.</p> <p>Objetivo: Que los visitantes conozcan el contexto de la ciudad para iniciar los recorridos Escenario: Cementerio José María Azael Franco Guerrero. Participantes: Visitantes jóvenes y adultos</p>
Es una obra de arte construida en 1.936, sobre árboles de ciprés, es una escultura en verde con representación de las culturas egipcias, romanas, ecuatorianas, incásicas, así como animales representativos de Ecuador. El 28 de mayo de 1984, la obra fue declarada "Patrimonio Cultural del Estado" por el Instituto de Patrimonio Cultural del Ecuador.	

Figura 1. Cementerio Municipal José María Azael Franco de la ciudad de Tulcán



Fuente: Gobierno Municipal de Tulcán (2022).

Patrimonio	Actividades
Museo de Arte Contemporáneo Germán Bastidas Vaca Tiempo: 1 Hora	Visita y explicación de las piezas arqueológicas sobre los pueblos que habitaron en el Carchi. Presentación datos históricos
<p>Actividad: Animación con leyendas tradicionales de la ciudad. Se realiza la exposición de las piezas arqueológicas sobre los pueblos que habitaron en el Carchi. Contando el valor histórico de cada una de las piezas y representando la cultura de origen, con el propósito de comprender la riqueza cultural e histórica de la región.</p> <p>Objetivo: observar vestigios encontrados alrededor de 700 piezas arqueológicas.</p> <p>Escenario: Museo de Arte Contemporáneo Germán Bastidas Vaca</p> <p>Participantes: Visitantes jóvenes y adulto</p>	
<p>El Museo Arqueológico es un área reciente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo del Carchi inaugurado el 8 de diciembre del 2006, el cual contó con el apoyo y asesoramiento del INPC para la adecuación de los espacios y exhibiciones. Este museo mantiene 740 piezas arqueológicas correspondientes al perfil cultural de los pueblos que habitaron inicialmente en lo que hoy es Carchi (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi [GADPC], 2022).</p>	

Figura 2. Museo Germán Bastidas Vaca



Fuente: Gobierno Municipal de Tulcán (2022).

Patrimonio	Actividades
Teatro Lemarie Tiempo: 1 Hora	Ubicado junto al parque principal de la ciudad de Tulcán, es un ícono patrimonial. En la actualidad es utilizado por la ciudadanía para actos galantes, históricos, y todo aquello que genere cultura en la población.
	<p>Actividad: Presentación cultural música, arte y danza Se invita a los grupos culturales existentes y se realiza la presentación de danza tradicional, música con los grupos de mayor representación en la zona. Cuentan cómo se constituyen y porque les interesa representar la región. El propósito de la actividad sociocultural es vincular a los jóvenes en la dinamización del turismo cultural y dar a conocer a los visitantes las riquezas culturales existentes con respecto a la danza y la música.</p> <p>Objetivo: Dar a conocer la cultura y los talentos artísticos y culturales de la región.</p> <p>Escenario: Teatro Lemarie</p> <p>Participantes: Visitantes jóvenes y adultos</p> <p>La animación turística contemplativa disfruta de actividades que impliquen quietud como admirar un espectáculo.</p>
	<p>En 1930 el libanés Pablo Lemarie mandó construir el teatro que lleva su nombre y el Hotel Granados con dos arquitectos graduados en Florencia (Italia). En esta construcción predomina la piedra, traída de Ibarra, cortada en forma rectangular y numerada; los albañiles y maestros vinieron de San Antonio de Ibarra. En la cima de la fachada se esculpieron dos sirenas que han mirado desde lo alto la transformación de la ciudad y la expansión del casco urbano hacia el norte y occidente.</p>

Figura 3. Teatro Lemarie



Fuente: Gobierno Municipal de Tulcán (2022).

Patrimonio	Actividades
Plaza Central Tiempo: 2 horas	La Plaza Central o Plaza del Buen vivir es un mercado patrimonial, ganador de un premio otorgado por el Ministerio del Ambiente por salubridad. Recorrido guiado por Plaza Central o Plaza del Buen vivir. Almuerzo con visitantes Presentación gastronomía local Sitio preferido para compras de los visitantes
Actividad: Presentación gastronomía local se realizará un recorrido por la plaza animado por un guía turístico, explicando la importancia del mercado local y la diversidad de productos que se ofrecen. El mercado local se considera una de las mayores atracciones de los visitantes, en él pueden encontrar diversidad de productos. La actividad es un recorrido guiado por los principales negocios de comercialización que existen, se recorre las ventas de artesanías, alimentos y gastronomía. Objetivo: Dar a conocer la gastronomía local la diversidad de productos artesanías y artículos que se ofrecen en el mercado. Difundir la actividad comercial que existe en la localidad. Escenario: Plaza Central Participantes: Visitantes jóvenes y adultos	

Figura 4. Mercado Central



Fuente: Gobierno Municipal de Tulcán (2022).

Patrimonio	Actividades
Iglesia San Francisco Tiempo: 2 horas	<p>La iglesia San Francisco ubicado en la calle principal de la ciudad (Bolívar) a una cuadra del Parque Isidro Ayora. De estilo neoclásico. Visitar a la Iglesia en su interior se explicará sobre la historia de la iglesia.</p> <p>Animación sociocultural Presentación leyendas de la ciudad Retroalimentación de los visitantes</p>
<p>Actividad: <i>Contando historias</i>. Visitar a la Iglesia en su interior se explicará sobre la historia de la iglesia. Relacionando los aspectos de religiosidad popular existentes en la localidad. Se considera importante la comprensión de los visitantes de este patrimonio religioso porque tiene un valor arquitectónico de reconocimiento. Se da a conocer por medio de narraciones orales la riqueza del patrimonio cultural religioso.</p> <p>Objetivo: Dar a conocer la historia, cultura y religiosidad</p> <p>La actividad para realizar es “contar historias” sobre aspectos relevantes de la fundación de los templos, destacando su valor arquitectónico. Destacando la importancia para la época histórica de la religiosidad y la incidencia en la vida de las comunidades. Permite conocer la riqueza patrimonial existente valorando el patrimonio cultural.</p> <p>Participantes: Visitantes jóvenes y adultos</p>	
<p>De estilo neoclásico, fue Construida a partir de 1875 con la llegada de la Orden de los Padres Capuchinos de San Francisco de Asís quienes establecieron la iglesia en base a planos del padre Luís de Beltrán de origen centroamericano. La fachada es recta ochave, con zócalo de piedra vista, el remate de fachada es cornisa, moldura y ornamentación con recuadros de banda y claves planas, los cimientos son de piedra, las paredes de ladrillo y la cubierta es de teja y madera. Tiene aproximadamente 1200m² de construcción (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi [GADPC], 2022).</p>	

Figura 5. Iglesia San Francisco



Fuente: Gobierno Municipal de Tulcán (2022).

Figura 6. Tríptico de Ruta Turística Cultural de la ciudad de Túcán



Fuente: Gobierno Municipal de Túcán (2022).

Figura 7. Tríptico de Ruta Turística Cultural de la ciudad de Tulcán



Fuente: Gobierno Municipal de Tulcán (2022).

Conclusiones

La investigación tuvo como propósito diseñar una propuesta de Animación sociocultural en la ruta turística “encanto y tradición” de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi que permita el aprovechamiento de las potencialidades y la existencia de los atractivos culturales que tiene la ciudad para fortalecer el turismo y la dinamización económica de la región.

Ya que la ciudad de Tulcán posee una gran variedad de atractivos para la puesta en valor, el diseño de recorridos turísticos permite dar a conocer el valor patrimonial existente, las fortalezas en las dinámicas culturales y la disponibilidad de productos tales como artesanías, manufacturas lugares de interés histórico y aspectos de interés para los visitantes a nivel nacional e internacional.

Dentro del inventario de atractivos se constató que existían ocho activos importantes de tipo cultural y patrimonial, lo que daba factibilidad al desarrollo de la ruta. A pesar de la existencia de las potencialidades turísticas y culturales, el municipio no cuenta con programas estructurados para los visitantes; por este motivo la realización de actividades de animación turística permitirá captar el interés de los turistas y la difusión hacia otros visitantes.

Recomendaciones

Realizar un plan de marketing y comercialización, enfocados para redes sociales y páginas WEB, que permita difundir la riqueza cultural y patrimonial existente.

Las diferentes instituciones públicas, especialmente aquellas que tengan competencias respectivas, deben brindar capacitaciones sobre animación turística, guianza y representación cultural a los jóvenes para que se vinculen a la promoción turística, para mejorar la atención turística.

Los empresarios deben mantener sus establecimientos siempre en las mejores condiciones, para la acogida de turistas con el fin de que puedan satisfacer todas sus necesidades y cumplir sus expectativas.

Se recomienda la creación de convenios interinstitucionales entre la academia y el sector público para el desarrollo de proyectos que busquen el fortalecimiento de las actividades turísticas y la promoción de la región en el turismo fronterizo.

Generar ofertas turísticas diferenciadas que permitan dinamizar el desarrollo del turismo, visitas lideradas por los jóvenes. Se requiere la articulación con las entidades de promoción turística que permita fortalecer el turismo regional y difundir los atractivos turísticos existentes, considerando el mercado potencial por ser ciudad fronteriza con Colombia.

Referencias

- Ander-Egg, Ezequiel. (1987). La práctica de la animación sociocultural. Buenos Aires: ICSA/HUMANITAS. p. 17- 33.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tulcán (2019). *Plan de Desarrollo Turístico*. Tulcán: Autor
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tulcán (2020). *Tulcán para la Vida*. Tulcán: Autor
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi (2020). *Plan de Desarrollo Turístico*. Tulcán: Autor
- Ibarra y Velarde, 2016. Rutas Turísticas Sustentables Como Alternativa Para El Desarrollo De Comunidades Rurales.
- Landeta, Z., & Ojeda, F. (2009). Ruta Cultural – Gastronómica Montubia de Jipijapa La Pila Montecristi. Guayaquil.
- Latorre, Antonio García. Diseño, Operación y Control. Formador de Formadores Socioculturales y turísticos. 2022.
- López, Bertha Alicia Arvizu. 2014. EDUCATE CONCIENCIA.
- Ministerio de Turismo (2020). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador*. Quito: Autor.
- Molina, J., Tudela, M.L. y Guillén, V. (2014). Potenciación del patrimonio natural, cultural y paisajístico con el diseño de itinerarios turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 34, 190-212.

- OMT (2020). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
Organización Mundial de Turismo.
- Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 de Ecuador.
- Rengifo, J. (2006). Rutas culturales y turismo en el contexto español. *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 60, 114-125.
- Rodriguez, K. (2019). *Plan de Desarrollo Turístico del cantón Tulcán*. Tulcán: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tulcán
- Ulloa Escalona. Estudios y perspectivas en turismo. Consultado en:
- Yacelga Figueroa, A. (2018). *Los impactos socio económicos de la gestión turística en la ciudad de Tulcán* (Trabajo de grado). Universidad Técnica del Norte, Ibarra.

Capítulo 2

Implementación de Animación Turística Sociocultural en Ferias patronales del Soconusco: “Cultura y tradición al son de la Marimba”

Mónica Juárez Ibarias ²

Resumen

La propuesta de un programa de Animación Turística Sociocultural es importante para generar identidad en la Región Soconusco e incrementar la oferta turística mediante programas que fortalecen los productos turísticos que forman parte de las tradiciones locales, como es el caso de las Ferias patronales más antiguas y con mayor contenido cultural, que son representativas de la localidad, reciben visitantes tanto católicos como personas que gustan de conocer la cultura. La Animación Turística se debe identificar como una oportunidad para desarrollar productos turísticos que permitan el desarrollo de un destino. La Feria de la Virgen de Candelaria, patrona del Municipio de Tuxtla Chico, la Virgen de Concepción, patrona del Municipio de Mazatlán, dos de las Vírgenes más visitadas durante su festejo. Cada localidad ha desarrollado programas culturales y de gran contenido para los visitantes, que además de profesar su fe, también encuentren entretenimiento familiar. El programa de Animación Turística Sociocultural que se propone, consiste en integrar una actividad cultural que integre la historia, el folclore y la música de marimba con elementos que identifican a las ferias patronales. En el caso de la población de Tuxtla Chico el baile de la Chocolateras, ya que es un Municipio donde predomina la producción del Cacao (con premios a nivel internacional) y el proceso del Chocolate. Mazatlán cuenta con un elemento muy importante dentro de su actividad religiosa, una actividad pagana no avalada por la Iglesia, la ofrecen las personas como promesa, se visten de diablos con máscaras de madera pintadas de rojo, un producto artesanal muy bello. En ambos casos una procesión de la Virgen para alabar y agradecer por un año más de salud, trabajo y bienestar a sus pobladores.

Palabras clave: Animación Turística, Cultura y Ferias Patronales.

² Profesora de Tiempo Completo, Universidad Autónoma de Chiapas, Licenciatura en Gestión Turística Campus IV. monicajuarezunach@gmail.com

Introducción

Los diseños de programas de Animación Turística Sociocultural son muy importantes para brindar oportunidades para el desarrollo de ciudades, comunidades y regiones. En el caso del estado de Chiapas cuenta con una gran variedad de productos turísticos culturales y naturales. La Región Soconusco se encuentra en el sur de México, está conformada por 15 municipios, su cabecera regional que es la ciudad de Tapachula, seguida por los municipios de Acacoyahua, Acapetahua, Cacahoatán, Escuintla, Frontera Hidalgo, Huehuetán, Huixtla, Mazatlán, Metapa, Suchiate, Tuxtla Chico, Tuzantán, Unión Juárez y Villa Comaltitlán. El proyecto por realizarse comprende los municipios de Tuxtla Chico y Mazatlán, mismos que dependen en infraestructura de servicios del Municipio de Tapachula.

El tema por tratar son las actividades culturales representadas en bailes folclóricos que se desarrollan en las ferias más importantes y emblemáticas de la región; la Feria Patronal de la Virgen de Candelaria (2 de febrero) y la Feria Patronal de la Virgen de Concepción (8 de diciembre), la selección de este producto se relaciona con la tradición y la riqueza cultural que ha ofrecido durante décadas. La duración de las ferias es la tradicional novena, que está conformada por un calendario de actividades religiosas, culturales, deportivas y artísticas. Se propone el diseño del producto de Animación integrando algunas de estas actividades es porque representan la identidad de la Región.

Antecedentes

Las ferias Patronales son tradiciones muy importantes para las comunidades, en las que no solo es una actividad religiosa, ya que en el caso de estudio son ferias donde intervienen la iglesia y la sociedad en coordinación con empresarios. La danza folclórica es un elemento muy importante que representa al país y al estado, genera identidad ya que muestran la música y los trajes regionales. El diseño de programas en Animación Turística Sociocultural tiene la oportunidad de generar desarrollo sostenible ya que impactan positivamente en la creación de empleos directos e indirectos, en la promoción y preservación del patrimonio natural y cultural por lo que es muy importante que las universidades sean actores que promuevan el diseño de los proyectos.

Su historia inicia hace aproximadamente 400 años, cuentan habitantes y fieles originarios de los municipios de Mazatlán y Tuxtla Chico que fueron encontradas en cajas de madera en las playas de una población llamada las conchas (hoy ejido Zapata), municipio de Mazatlán, las tres vírgenes: Margarita Concepción, la Virgen de Candelaria y la Virgen Asunción, las 3 parecidas ya que habían sido traídas en barco en la época de la colonia por los frailes dominicos y abandonadas en ese lugar luego de arribar procedentes de España (Juárez, 2017).

La danza es una de dichas artes, por ello Muñoz (2013) la considera “como hecho social, remite al análisis antropológico y sociológico de relaciones estructuradas entre miembros de grupos que comparten códigos simbólicos, saberes, prácticas ritualizadas y trayectorias

históricas que, en conjunto, permiten la reproducción de identidades culturales”. Por su parte, Ortega (2015, p. 39) le atribuye a Ossona el hecho de considerar que “la danza es un hecho colectivo, una actividad ineludible, en cuya realización cada participante se funde en la acción, la emoción y el deseo con el cuerpo general de la comunidad”.

Planteamiento del problema

La Región Soconusco cuenta con mucha cultura y tradición, el patrimonio cultural y natural es gran importancia para el desarrollo del turismo. Sin embargo, su actividad principal es la agricultura, productora a nivel nacional de plátano, mango, café y cacao; la ganadería y la pesca, los servicios también forman parte de la economía principal. Debido a su ubicación geográfica, el turismo es una de las principales actividades, debido a que cuenta con un importante mercado centroamericano a quien ofertar la variedad de atractivos y servicios que forman parte de la infraestructura de Tapachula, la ciudad receptora debido a que cuenta con un aeropuerto internacional con vuelos de 3 aerolíneas comerciales, Volaris, Aeroméxico y Tag Air; Puerto Chiapas con la recepción de Cruceros y la carretera panamericana que conecta con el diferentes ciudades y estados.

Por lo anterior, es muy importante fortalecer la oferta de productos turísticos pertinentes, que fortalezcan la identidad y la cultura. El diseño del producto: Implementación de Animación Turística Sociocultural en Ferias patronales del Soconusco: “Cultura y tradición al son de la Marimba”, tiene pertinencia debido a la necesidad de generar oferta turística. Hay un mercado cautivo que, además de realizar compras y adquirir servicios, también pueda turismo para incrementar su estadía promedio y la derrama económica. Por estas razones, se propone una representación de las tradiciones, Folclore y Música en las Ferias patronales del Soconusco. (Mazatlán y Tuxtla Chico).

Justificación

De acuerdo con el perfil del visitante, (Turismo Municipal, 2019), un 40% llega a Tapachula por esparcimiento, a eso se suma el visitante centroamericano, de quien no se tiene cifras exactas del porcentaje de llegada. Sin embargo, de acuerdo con el crecimiento económico y a la apertura de plazas comerciales, casinos y tiendas de conveniencia indican que la afluencia del visitante sigue vigente. Por lo que se debe fortalecer la oferta turística. Por otra parte, para el gusto del visitante la música y la danza folclórica son de gran aceptación, por lo que además se pueden agregar elementos como la historia y el arte cultural popular (artesanías).

El diseño de programas de Animación Turística Sociocultural que reflejen la cultura de una comunidad y su alegría a través de su arte y folclore, son necesarios para: fortalecer la oferta turística de un destino, incrementar el número de visitantes, propiciar la derrama turística, consolidar el perfil turístico de una comunidad, consolidar sus servicios e infraestructura

turística, lo que traería beneficios como: la generación de empleos, creación de empresas, profesionalización de los prestadores de servicios turísticos, etc.

El Soconusco requiere una identidad que represente su historia, su cultura y la riqueza de su gente, el folclore, la música y el arte son las actividades más aceptadas por los extranjeros, esto lo confirma la oferta de *tours* al turismo de cruceros, todos ellos tienen interés en la música y el folclore, ellos se involucran participando en las actividades.

Objetivo general

Diseñar un programa de Animación Turística Sociocultural que fortalezca la identidad cultural de la Región Soconusco.

Objetivos específicos

1. Generar conciencia de la identidad cultural en el destino.
2. Incrementar la oferta turística de la región.
3. Incrementar el número de visitantes.

Marco teórico

Animación turística

Según la Organización Mundial de Turismo, la Animación Turística es “toda acción realizada en o sobre un grupo, una colectividad o un medio, con la intención de desarrollar la comunicación y garantizar la vida social” (OMT, 1985).

Animación

Garza del Valle (2022) retoma a Michael Gallien, quien expresa que es la manera de animar, dar vida y movimiento, a través de métodos permitiendo la conducta y meditación de un grupo para favorecer la integración y la participación de sus miembros a la vida colectiva.

Proyectos en la animación sociocultural

Todo proyecto se apoya en una constatación. Es una intención, un deseo de colocar cosas. Es escrito con anticipación a partir de investigaciones precisas. Es el instrumento del profesionalismo. Existen tres grandes niveles de proyectos en la animación sociocultural. Amestur – UT Regional del Sur.

A. Proyecto educativo: es un instrumento metodológico que posiciona a la educación como el valor principal para el cambio y el progreso; propuesta trascendental que pretende lograr una meta de carácter formativo a través de la planeación del proceso enseñanza- aprendizaje sustentado en el diagnóstico de diversas necesidades, en la resolución de problemáticas, en la promoción de la educación, impulsando, promoviendo y consolidando su propósito social permanente en beneficio del ciudadano.

B. Proyecto pedagógico: instrumento metodológico dinámico, flexible y orientador, faculta a los actores educativos para diseñar sobre una perspectiva real y con sentido las experiencias pedagógicas, además les

permite configurar los entornos de manera intencionada para alcanzar objetivos propuestos en relación con el proyecto educativo.

C. Proyecto de animación: instrumento metodológico de evolución sociocultural para potenciar la interacción durante el empleo positivo del tiempo libre a favor de la comunidad. Influye en el desarrollo integral de las personas, posee métodos y estilos propios, pretende la colaboración cultural consciente y activa de la sociedad para transición de la realidad existente a la mejora de la calidad de vida (Garza, 2022).

Ferias patronales

Las fiestas son consideradas un punto de encuentro, donde las personas se unen para celebrar y olvidar por un espacio corto de tiempo, los problemas de la vida cotidiana. Actividad colectiva de tipo familiar, vecinal, comunal o social, que la población participante organiza y prepara para su propio disfrute. Pervive de una generación a otra por un lapso prolongado de tiempo. Es generada por algún acontecimiento colectivo ya sea de índole social, económica, religiosa, vinculada con el ciclo anual, vital u otro. Se caracteriza por el sentido de pertenencia que el grupo social participante le otorga. Poseen un contenido religioso o laico y su realización puede ocurrir en el medio urbano o rural. Arguedas (1968:3) plantea al respecto:

(...) En América Latina, la celebración festiva a una santa o santo patrón emanado del abundante santoral católico les confirió a los pueblos originales y a los fundados por los propios españoles, no sólo una imagen de devoción, sino una ocasión particular y un tiempo festivo reconocido al interior y fuera de las comunidades: la fiesta patronal. Operó como un mecanismo más de dominio colonial que retomó, reforzó y diversificó la tradición milenaria de fiestas, danzas y música que existían en las regiones y valles; alrededor del santo patrono se reorganizó el calendario cívico-ritual de cada comunidad. La palabra fiesta proviene del vocablo latino festum es el plural de festa, considerada un rito social compartido entre un grupo de personas donde se marca un cierto acontecimiento a modo de celebración. Las fiestas son construcciones míticas simbólicas en las que se manifiestan las creencias, mitos, concepciones de la vida y del mundo, los imaginarios colectivos y están asociadas a algunas etapas del ciclo vital de la economía, de las creencias religiosas, de la política y de otras motivaciones humanas. Se transmiten por tradición y son originales y propias de una sociedad, en un espacio y un tiempo determinado (Pizano, 2004).

Feria de la Virgen de La Candelaria

El Templo de la Virgen de la Candelaria se encuentra localizado en el primer cuadro de la cabecera municipal de Tuxtla Chico, el cual se construyó en la época colonial, considerado como ejemplo de arquitectura colonial de la zona; fachada sobria y techumbre de madera y teja, destaca en su interior un retablo antiguo dedicado a la virgen (Sectur, 2023).

La tradicional feria de Santa María Candelaria, familias enteras se congregan en las calles para elaborar a mano alfombras artísticas a base de aserrín de colores, flores, corozo y cascabillo, elementos que se conjugan para realizar las alfombras (Sectur, 2023)

La Virgen de la Candelaria llegó hace 400 años a uno de los pueblos más antiguos del Soconusco. El 2 de febrero en el Municipio de Tuxtla, Chico, también conocido como el “Pueblo Mágico”, cada año celebra esa costumbre, el Pueblo Mágico se viste de fiesta, se

llena de colores y cultura; se honra a la virgen con una feria patronal y se elaboran detalladas alfombras multicolores para adornar su paso por las principales calles (Puerto Chiapas, 2018).

Feria de la Virgen de Concepción

Fiestas patronales en México. Los pobladores de la Villa de Mazatlán celebran la fiesta patronal en honor a la Virgen, su duración es de 9 días. Hay manifestaciones religiosas, artísticas, deportivas y culturales. La Fiesta patronal de la Inmaculada Concepción es muy importante por la religiosidad del pueblo de Mazatlán que venera fervientemente a la virgen que vino del mar. Los 29 de noviembre a las 12 de la noche, se lleva a la Virgen en un remolque. Cada año con un vestido nuevo de raso y encajes. En punto de la hora acordada inician en el mar, en el mismo lugar donde fue encontrada, y remolcada por un tractor inicia la caminata acompañada por cientos de fieles que caminan 12 kilómetros hasta llegar al santuario en la madrugada del 30 de noviembre (Turismo Religioso.travel).

Los peregrinos niños, jóvenes, adultos y ancianos que la acompañan comparten sus milagros en forma de agradecimiento. Manifiestan su fe y devoción acompañando a la virgen en este recorrido. Comparten esta esperanza con toda su familia, heredando de esta forma el legado de su devoción a las nuevas generaciones para que continúen con la tradición.

Los colores de la decoración de la iglesia y de las calles principales de la Villa se realiza de acuerdo con el color del vestido de la virgen. Esto lo definen el donante del vestuario y el comité de la iglesia.

Música de marimba

Moreno Vázquez, Investigador de la UNICACH, en Chiapas, comparte el resultado de una investigación realizada sobre el desarrollo de la marimba —uno de los instrumentos más jóvenes tal como la conocemos actualmente— donde señala que se ha sustentado en el seno familiar, con una poderosa tradición oral, lo que ha propiciado su inserción en diferentes aspectos de la vida, particularmente en momentos de celebración y de solemnidad. Hay que señalar que en Chiapas, la marimba tiene más presencia en regiones mestizas que en zonas indígenas, a diferencia de Guatemala, donde se pueden encontrar una diversidad de marimbás en diferentes culturas y regiones, y en zonas tanto rurales como urbanas. Entre los trabajos más conocidos sobre la marimba se cuentan los de David Vela (1953), Vida Chenoweth (1974), Mariano López Mayorical (1982),

Carlos Ramiro Asturias (1994), Bautista y Ángel (1999) y Lester Godínez (2002) quienes, aunque abordan de forma general el origen y el desarrollo de la marimba, se enfocan más en el área de Guatemala. Más centrados específicamente en el sureste mexicano tenemos, entre otros, los trabajos de Amador Hernández (1975), César Pineda del Valle (1990) y Laurence

Kaptain (1991). La mayoría de los autores escriben sobre las transformaciones organológicas del instrumento, haciendo referencia a las extensiones de las notas o las teclas de la marimba, mencionando únicamente los números de teclas y no los registros o tesituras musicales para tomar en cuenta con certeza la aportación del constructor, o en su caso el tipo y posibilidades del repertorio que se pudo haber ejecutado y cómo se pudieron haber distribuido las diferentes voces en la ejecución de la marimba. En este sentido, para el área de Chiapas prácticamente no hay textos que ayuden a comprender los aspectos de la marimba que le dan su sonido identitario ni que provean información sobre las técnicas de ejecución. Afortunadamente para Guatemala, investigadores como Alfonso Arrivillaga Cortés (1983, 2010) o el mencionado Lester Godínez (2002) han realizado trabajos de documentación seria y musicológica que aporta elementos más certeros acerca del desarrollo musical de la marimba en su país.

Danza folklore

Uno de los estados mexicanos más ricos en tradiciones ancestrales es Chiapas. Muchos pueblos indígenas conservan aún la forma de vida a la vieja usanza: los trajes, la alimentación, la danza, la música, las costumbres y, por supuesto, la lengua. Los trajes típicos son coloridos, vistosos y elegantes. Por ser la capital del estado, en Tuxtla se puede admirar toda la variedad de trajes que se usan a lo largo del territorio. Un ejemplo es el vestido de gala, una amplia falda que se llena de flores de distintos colores bordadas a mano con hilos de seda (comodanzafolklorica).

Los Bailes Tradicionales que se pueden admirar durante las fiestas locales son: El Rescapetate, El Torito, Las Chapanecas, el Baile del Carnaval, Tongoetzé, El Niño Dormido, El Pirí, La Tuxlequita, El Cachito, El Nicté, El Aclaraban, Yomoetzé, La Marucha y la Danza de los Parachicos, y muchas otras que se presentan en las celebraciones populares. Se dice que las danzas de Chiapas se dividen en tres corrientes: las de origen prehispánicos, las mestizas y las que son más bien de la época colonial.

Chiapas es conocido por su increíble riqueza natural y, sobre todo, por su cultura. Por eso no es de extrañar que los bailables regionales de Chiapas sean unos referentes entre los danzantes folklóricos del país, es por eso por lo que en esta ocasión se pretende mostrar las danzas más bonitas y populares.

Los bailables regionales de Chiapas son conocidos por su increíble belleza, los trajes utilizados, su música y por supuesto, el gran despliegue técnico de los bailarines que mantienen con vida esta bella manifestación cultural del estado.

Metodología

En Investigación, el método científico es el conjunto de etapas y reglas que señalan el procedimiento para llevar a cabo una investigación, cuyos resultados sean aceptados como válidos para la comunidad científica (Bunge, 1990).

Diseño del programa de Animación Turística Sociocultural con la METODOLOGÍA de AMESTUR, que tiene como objetivo el diseño de productos turísticos de Animación a través de la integración del inventario turístico y el establecimiento de alianzas estratégicas tomando como base las características geográficas del entorno para detectar aspectos potenciales del desarrollo turístico y la integración de sus componentes (Navarro, et al., 2022).

Tipo de investigación

El tipo de investigación es cualitativa, hay un instrumento de recolección, observación, entrevistas e investigación documental, de campo y en la web. Las investigaciones cualitativas también son guiadas por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre la(s) pregunta(s) de investigación e hipótesis preceda (como en la mayoría de los estudios cuantitativos, al menos en intención) a la recolección y el análisis de los datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis. Hernández Sampieri, R. (2004).

Técnicas de Investigación

Investigación documental, para obtener esta información y datos para realizar la propuesta del programa de Animación Turística Sociocultural, se consultaron algunas publicaciones, revistas y páginas web oficial de los municipios que tienen a su cargo el desarrollo de las ferias patronales el contenido cultural que se propone implementar en este programa.

Investigación de Campo, se realizaron diferentes visitas en el periodo de las ferias patronales de los municipios de Tuxtla Chico y Mazatlán, poblaciones donde se desarrollan las festividades de la Virgen de la Candelaria (2 de febrero) y de la Virgen de Concepción (8 de diciembre), festejos anuales. En el desarrollo de estas actividades se identificó una gran riqueza cultural que es importante rescatar y promover, no solo en cada feria, sino además en un producto que permita a las personas conocer las tradiciones y la herencia de sus ancestros en cualquier época del año.

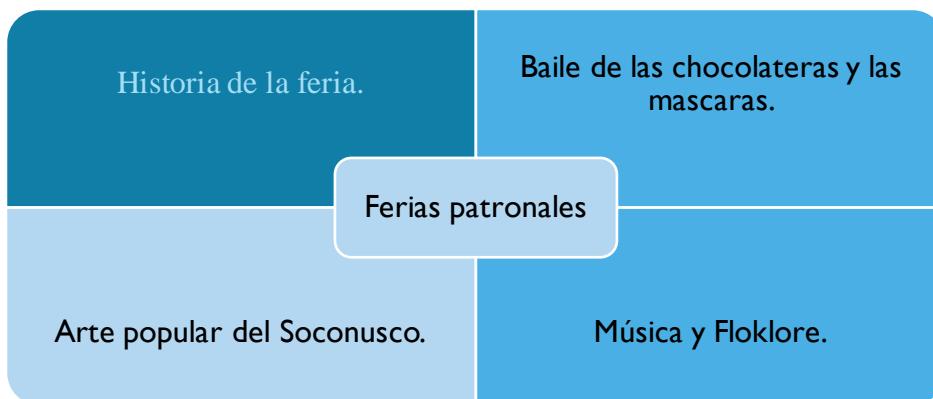
Resultados

Una de las líneas de investigación del Cuerpo Académico se orienta por el estudio del patrimonio turístico, por lo anterior, se realizó una publicación sobre las principales ferias patronales de la Región Soconusco en Chiapas; teniendo como resultado que dos de las Ferias patronales importantes y con mayor número de visitantes son: la Feria de la Virgen de Candelaria y la Virgen Margarita Concepción; por lo anterior se identifican los programas de actividades que se desarrollan durante estos festejos, mismos que incluyen:

- Programas culturales, folklore y música, talento local.
- Cartelera de artistas nacionales e internacionales.
- Peregrinaciones
- Caminatas y cabalgatas, población local.
- Alfombras para el recorrido de la virgen, elaboradas con aserrín pintado, formando figuras representativas de la cultura de la región. Participando familias, empresas, instituciones y visitantes.

Por lo anterior se identificaron las actividades que dan mayor identidad y proyección de la cultura a estas poblaciones y al estado de Chiapas a través de las ferias patronales (Figura 1).

Figura 1. Actividades con mayor identidad cultural



Propuesta

Implementación de Animación Turística Sociocultural en Ferias patronales del Soconusco:
“Cultura y tradición al son de la Marimba.”

Descripción; Se trata de una representación de las tradiciones, Folklore y Música en las Ferias patronales del Soconusco (Mazatán, Tuxtla Chico en Tapachula).

Figura 2. Descripción de sujetos



El Programa de Animación turística Sociocultural se diseñará con elementos culturales de las Ferias Patronales de los Municipios de Tuxtla Chico y Mazatlán, con el objetivo de hacer una presentación cultural que representa la identidad y la cultura de la región, promoviendo las ferias patronales de los municipios seleccionados.

El programa se podrá presentar en el Municipio de Tapachula, cabecera regional del Soconusco.

Tabla 1. Propuesta del programa de animación

	Producto de animación	Características	Necesidad o problema que satisface
1	Programa cultural con historia, música y folklore.	Historia de las vírgenes. Música Danza Folklórica Arte popular	Preservación de la cultura Fomento al folklore y a la música de marimba.

Tabla 2. Recursos involucrados

Recursos	Atractivos	Servicios para ofertar	Infraestructura a utilizar
1. Danza Folklórica	San José el Hueyate, playas	hospedaje	Música y equipo de sonido.
2. Arte popular	Playas de Puerto Madero.	Alimentos y bebidas	Montaje de la danza folklórica
3. Música regional	Ruta del Café	Transporte terrestre	Trajes del ballet
4. Historia	Ruta del Chocolate	Transporte aéreo	Máscaras artísticas.
5. Feria Patronal Virgen de Concepción	Ruta del Ron Bonampak	Marina Chiapas. Barcos y Pto. Chiapas, cruceros.	Proceso del chocolate
6. Feria Patronal Virgen de Candelaria	Gastronomía Regional	Guías certificados	Traje de las chocolateras
7. Gastronomía	Ruta del Volcán	Organización de eventos especiales	Vírgenes para la procesión

8.Patrimonio Natural y Cultural	Ríos y Cascadas.		
Tabla 3. Procedimientos			
Se propone realizar un video que presente: Introducción del programa con la historia e importancia de las ferias patronales y sus municipios.			
Diseño de un programa cultural que incluye danza folklórica, música de marimba, historia, artesanía, trajes típicos, textiles y artesanías.			
Se integra un programa con actividades que describen la cultura y tradiciones de la región, con la esencia de las ferias patronales de los Municipios de Mazatlán y Tuxtla Chico.			
Montaje de la danza con la música de marimba con selección de temas representativos.			
Selección de uso de arte popular, artesanías, máscaras, textiles, trajes típicos.			
Procesión, paseo de las vírgenes con la interpretación de su historia.			

Tabla 4. A quien va dirigido

Segmento del mercado	Características del segmento
Habitantes de los Municipios de Chiapas.	Público en general, para toda la familia, diferentes edades.
Visitantes de Guatemala	Atraer visitantes de Centroamérica en especial de Guatemala, por su cercanía.
Visitantes de Tapachula en general.	Promover con las empresas de la localidad para atraer a los visitantes de Tapachula.

Tabla 5. Descripción General del Programa

Actividad	Conceptualización
Modalidad	Presencial, tipo foro.
Equipamiento	Espacio con iluminación, equipo de sonido, espacio para bailar y realizar las actividades.
Estado físico del elemento	Presentación.
Estacionalidad	Fines de semana o temporadas vacacionales. Cuando hay más afluencia de visitantes.
Requerimientos	Sonido Iluminación Montaje de danza Elaboración de un video
Descripción	Presentación de un programa cultural temático.
Precio	\$140000.00 Trajes 60000.00 Video 40000.00 Textiles, artesanías etc. 40000.00 *no incluye salarios u honorarios.
Tipo de actividad	Presentación cultural.

Conclusiones

Como resultado del curso Superior, Formador de Formadores de Animación Turística, AMESTUR 2022, se presenta este trabajo donde se sigue la metodología del curso y se presenta la propuesta del programa de Animación Turística Sociocultural “Implementación de Animación Turística Sociocultural en Ferias patronales del Soconusco: “Cultura y tradición al son de la Marimba”.

Con la metodología cualitativa utilizada, se recolectó la información a través de la investigación documental, levantamiento de datos en la investigación de campo, entrevistas, llenado de fichas de información. Con lo anterior, se obtuvo información de la cultura que integra las Ferias patronales de Tuxtla Chico y Mazatlán, 2 de los Municipios más representativos de la Región Soconusco.

La religión católica es la autora de la celebración de las vírgenes con el apoyo de los fieles de la comunidad, quienes apoyan desde la aportación de recursos económicos hasta involucrarse en el desarrollo e implementación de las actividades requeridas, lo que les permite proyectar la riqueza cultural y tradiciones que forman parte de las ferias y de su comunidad.

La propuesta es una representación de la procesión con las vírgenes que son muy queridas y seguidas por la fe de las comunidades, que incluye artesanías, textiles, historia, danza regional, música de marimba con los bailes más representativos de la región.

Será medible con el grado de satisfacción de los visitantes, respondiendo un instrumento de medición de satisfacción.

Referencias

- AMESTUR. Material del Curso Superior Formador de formadores en Animación Turística.
Arguedas, J. M. (1968): “Las comunidades de España y del Perú”. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Bunge, M. (1990). La Ciencia, su método y su filosofía.
- Garza del Valle, J.M. (2022). MÓDULO 2. Introducción al campo de la Animación Turística y Sociocultural. (En el contexto del Turismo Social y el Modelo Francés). Curso Superior Formador de Formadores. AMESTUR – UT Regional del Sur.
- Hernández Sampieri, R. (2004). Metodología de la Investigación. Editorial, McGraw Hill. <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/702>
- Juárez, M. (2017). Preservación del Patrimonio Cultural de Chiapas a través del turismo religioso. Caso de la Fiesta Patronal de la Villa de Mazatlán; Chiapas, México. ISSN-2007- 8412. Volumen 4, núm. 8. recuperado 04/11/2022.
- L De la Garza, María Luisa, ed., 2016 - Los sonidos de nuestros pueblos. Primera edición. UNICACH.
- Moreno Vázquez, José Israel; UNICACH.
- Muñoz, A.G. 2013. Música e identidad cultural. Aproximación antropológica. Tecsistecatl, Vol. 5 Número 15.
- Navarro Flores, Maria Guadalupe Alicia; Canto Concha, Luis Carlos. Amestur (2022). Resultados de la evaluación del curso de Formación de Formadores en Animación Turística y Sociocultural 2022.
- OMT (1985). <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/50-la-animacion-turistica-doceditado.pdf> Recuperado 03/11/2022.

- Ortega, D.J.M., 2015. La danza folclórica construida con base en la oralidad, reflejo de la identidad regional. Revista de sociología. Departamento de sociología, Universidad de Nariño, Vol. IV, 1er. Semestre enero-julio.
- Ossona, P. (1984). La Educación por la danza: Enfoque Metodológico. Buenos Aires. Editorial: Paidós.
- Pizano, O.; Zuleta, L.; Jaramillo, L.; Rey, G. (2004): La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Turismo Religioso.travel recuperado 03/11/22 <https://www.turismoreligioso.travel/fiestas-patronales/fiestas-patronales-en-mexico/#:~:text=La%20Fiesta%20patronal%20de%20la,nuevo%20de%20raso%20y%20encajes>
- Visit Chiapas. Sectur Chiapas <https://visitchiapas.com/v1/Templo-de-la-virgen-de-la-candelaria--tuxtla-chico>
- Web Puerto Chiapas. Recuperado 03/11/22 <https://www.puertochiapas.com.mx/sipotmad/noticias/2018/420-participacion-en-feria-de-tuxtla-chico>
- .

Anexos

Traje de Tapachulteca



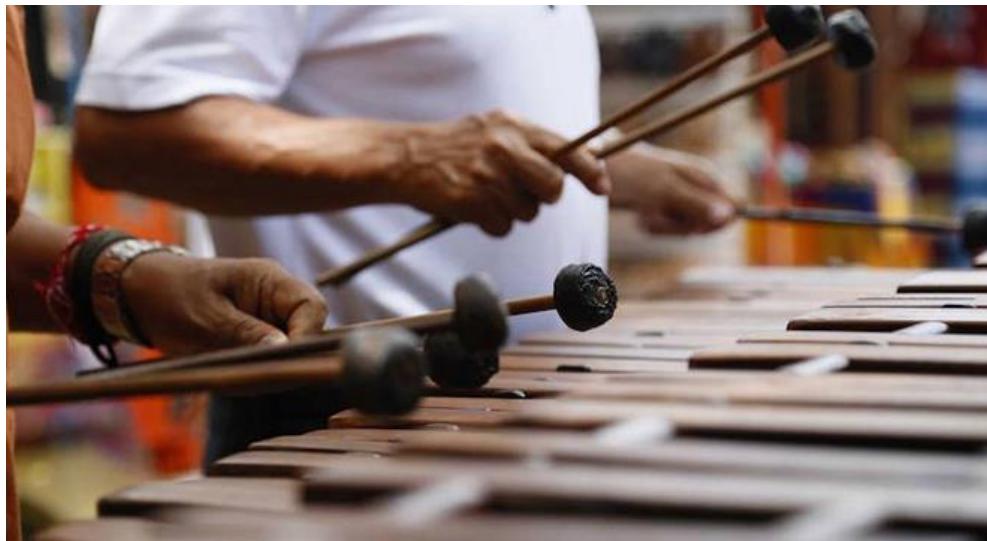
Fuente: fotografía Judith Coutiño

Parque central de Tapachula



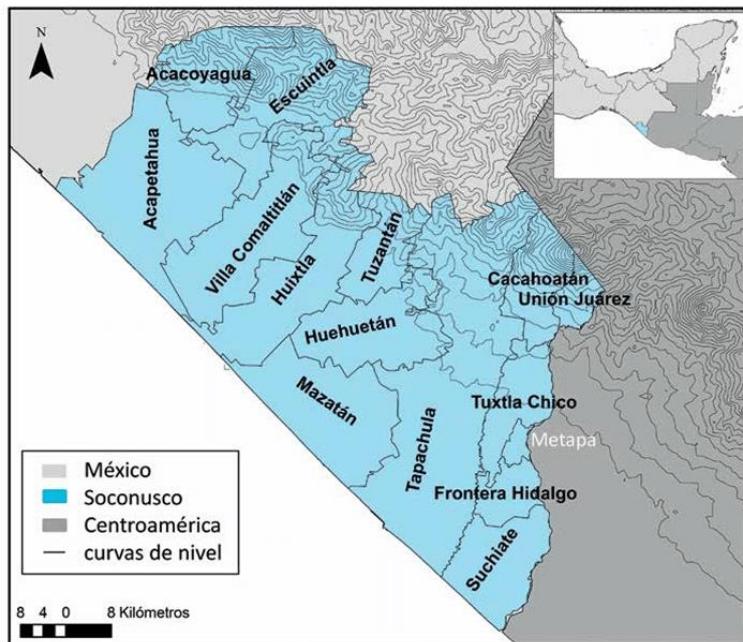
Fuente: TN23. TV

Marimba



Fuente: Música en México

Región Soconusco



Fuente: Researche –Gate

Santuario de la Virgen de Concepción: Mazatán, Chiapas.



Fuente: Oficina de Turismo, Municipio de Mazatán.

Personajes del Diablo, Feria de la Virgen.



Fuente: Oficina de Turismo Mpal., Municipio de Mazatán.

Paseo Virgen de Candelaria sobre las Alfombras



Fuente: México desconocido

Iglesia de la Virgen de Candelaria.



Fuente: Sectur Chiapas.

Alfombras en Tuxtla Chico.



Fuente: Sectur, Chiapas.

Proceso del Chocolate



Fuente: TripAdvisor

Chocolateras de Tuxtla Chico



Fuente: Primer plano magazine

Capítulo 3

Propuesta de implementación de la animación sociocultural como potenciador turístico en el pueblo colonial Cerro de San Pedro, San Luis Potosí, México

Idalia Karina Monzalvo-Santos ³

Resumen

El pueblo colonial Cerro de San Pedro, ubicado en el estado de San Luis Potosí, es rico en metales preciosos, mismos que han sido explotados desde hace muchos años, siendo la actividad minera una de las principales fuentes de empleo para los pobladores locales. Sin embargo, el inminente cierre de la compañía minera genera la necesidad de buscar otras fuentes de empleo que sirvan de alternativa para el desarrollo económico de la región. A pesar de que ya es un pueblo turístico, recibe visitantes solamente los fines de semana, por lo que el presente proyecto genera una propuesta de actividades socioculturales que permitan incrementar la cantidad de visitantes locales todos los días a través de diversas actividades que empañen a los turistas en el aspecto cultural. Este documento generó información a través de una búsqueda bibliográfica y reconocimiento en campo de los lugares que pudieran ser utilizados en el ámbito turístico. Se realizó el inventario de los atractivos turísticos de la región utilizando la metodología propuesta por OEA (1990), a través de la cual se lograron identificar diversos atractivos de importancia turística en la región donde sobresalen dos elementos importantes que son: las ruinas de la mina y los senderos para realizar actividades físicas. Se puede observar que el municipio de Cerro de San Pedro cuenta con una buena oferta de recursos de carácter natural como sociocultural con valor turístico, los cuales podrían ser mayormente aprovechados a través de diversos programas de animación turística cultural que fungirían como potenciadores para el desarrollo turístico de la región.

Palabras clave: Animación Sociocultural, Cerro de San Pedro, Potencial turístico.

Introducción

Una de las múltiples bondades del turismo es su capacidad de transformarse, adecuarse y reinventarse a partir de las necesidades de los sitios donde se desea desarrollar. Es así como surge la Animación Turística Sociocultural (ATS) como una herramienta que permite aprovechar los momentos de ocio para generar una oferta turística más amplia a partir de actividades estructuradas y diseñadas para transformar las experiencias de los visitantes en

³ Licenciatura en Turismo. Departamento de Ciencias Económico-Administrativas. Instituto Tecnológico de San Luis Potosí, San Luis Potosí, México. [*idalia.ms@slp.tecnm.mx](mailto:idalia.ms@slp.tecnm.mx)

algo inolvidable, acercándolos a la cultura e historia de los lugares. Por lo anterior, la ATS brinda la oportunidad de ampliar las opciones de empleo para los habitantes del pueblo colonial históricamente minero Cerro de San Pedro, localizado en el Estado de San Luis Potosí, que actualmente inicia un proceso de reestructuración como resultado del cierre de actividades de la Minera San Xavier. A partir de estos eventos, se vuelve inminente la necesidad de generar nuevas fuentes de empleo para los escasos habitantes del sitio a partir de actividades turísticas específicas y bien planificadas aprovechando su riqueza natural, cultural e histórica que atraiga visitantes e inversores para un mayor desarrollo económico. A través de una búsqueda bibliográfica y el reconocimiento *in situ* del lugar, se generaron diversos planes que pueden ser aplicados a la región. El desarrollo de las actividades está planeado para cubrir diversas tipologías de turistas, incluyendo a los niños, los visitantes que disfrutan los deportes de aventura y una actividad programada para disfrute de toda la familia.

Justificación

Tomando en cuenta que el 40.4% de la población en la zona se dedica actividades secundarias asociadas a la industria minera (INEGI, 2010), y que la Minera San Xavier terminó sus actividades de extracción mineral, desde 2016 aunque hasta la fecha sigue realizando algunas funciones menores en sus patios de lixiviado (proceso hidro-metalúrgico que separa minerales preciosos de otros elementos, con la ayuda de agua y agentes químicos), se vuelve necesaria la generación de actividades alternativas que permitan el desarrollo económico y social de los pobladores de la región ahora que la actividad minera cesó en la región. En ese sentido, el turismo representa una fuente alternativa de empleos, donde, la animación sociocultural juega un papel fundamental para incrementar y mejorar la oferta turística en la región; generando actividades que puedan llevarse a cabo la mayor parte de la semana y lograr la asistencia de los visitantes locales de zonas aledañas como la capital de San Luis Potosí y Soledad de Graciano Sánchez de manera continua y no solamente los fines de semana como hasta ahora se realiza.

Objetivos

General

Proponer un proyecto que permita la implementación de la animación sociocultural como herramienta que potencialice el turismo en el pueblo colonial Cerro de San Pedro, San Luis Potosí.

Específicos

- Identificar las características sociales, culturales y ambientales con la que cuenta el pueblo Cerro de San Pedro que se puedan aprovechar para desarrollar el turismo en la localidad.

- Implementar un programa de actividades de animación sociocultural que puedan resultar atractivas para los visitantes y generen interés en conocer la riqueza histórica y sociocultural del sitio.

Marco teórico

La ATS es una forma de ocupar el tiempo de ocio en actividades que fomenten nuevas formas de socialización, de manera que el visitante disfrute su estancia haciendo un uso más eficiente de su tiempo libre. De acuerdo con Burgos (2016), cuando se planifica el tiempo libre de los turistas, se logran beneficios como: fomenta el compañerismo y la solidaridad a través de la comunicación y el trabajo grupal; resalta la importancia de utilizar educativamente el ocio y tiempo libre; optimiza la dinámica grupal; potencializa la solidaridad y cooperación de los visitantes a través de actividades recreativas y culturales; y organiza las condiciones para el desarrollo personal y colectivo, entre otros.

A pesar de que los orígenes de la animación turística sociocultural se remontan a hace más de seis décadas en Francia a través de César Blitz que fue pionero en esta actividad, la realidad es que actualmente aún se considera un tema novedoso por el escaso desarrollo que se tiene de ella (Acuña Sossa, 2014).

De acuerdo con Isidor y *et al.* (2017), la ATS se define como “*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*”.

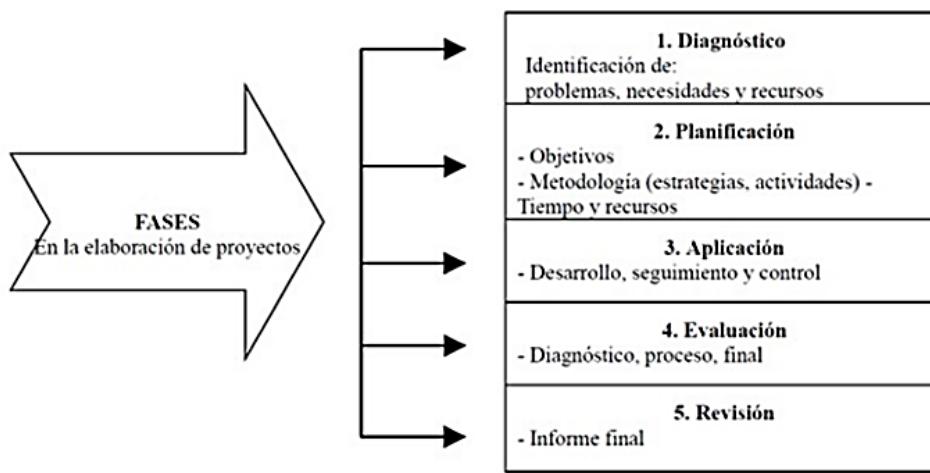
Lo anterior nos permite ver que la ATS sin lugar a duda genera una opción viable para una más amplia oferta turística, como lo señala Vargas-Hernández (2011), al mencionar que esta herramienta permite mediante estrategias y actividades programadas y planificadas, enriquecer el desarrollo personal y social de los visitantes, generando una derrama económica que trae beneficios a las habitantes de la localidad.

Sin embargo, para que la ATS sea exitosa, requiere una preparación metodológica adecuada para no caer en la realización de intervenciones sin una finalidad concreta. Es decir, la elaboración de programas y proyectos es un requisito indispensable para la certera orientación de este modelo de acción social. Dicha planificación sistemática permite que las actividades de la ATS se adecuen de manera asertiva al sitio en las que se llevarán a cabo, dando las herramientas necesarias para que el animador sociocultural desarrolle su labor de forma profesional, aprovechando de manera eficiente los recursos con los que cuenta el sitio.

Los programas de ATS deben contar con una formulación precisa que conjugue de manera pertinente todos los elementos involucrados en su correcta ejecución: los recursos físicos y

humanos, el entorno, los participantes y el presupuesto. Adicionalmente, se requiere evaluar y desarrollar todos los pasos (figura 1) que lleven a la correcta puesta en marcha del proyecto, para lo cual, es necesario contar con el diagnóstico de necesidades, la identificación de los objetivos, las especificaciones de las actividades, el tiempo de ejecución y los recursos disponibles (Sarrate Capdeville, 2002).

Figura 1. Fases de elaboración de proyectos de ATS.



Fuente: Tomado de Sarrate Capdellive (2002)

Para poder desarrollar un adecuado programa de ATS es importante identificar el proceso de realización, el cual, tal como lo menciona Sarrate Capdellive (2002) debe iniciar con la fase de *diagnóstico*, es decir el reconocimiento del entorno en donde se desarrollará el proyecto. En esta parte inicial se necesitan determinar algunos aspectos importantes como: el tipo de necesidades que se tienen, la formulación y delimitación del problema, el contexto, la ubicación y los recursos.

Como segunda etapa, se encuentra la planificación del programa, en la cual se aborda en análisis para determinar elementos de gran relevancia como son los objetivos, la metodología a realizar, así como los tiempos y los recursos con los que se cuenta. Para lograr esto, es importante discutir con todos los elementos involucrados (sectores académico, gubernamental y comunitario) los criterios, principios y alcances que serán rectores de la actividad. Es necesario identificar con certeza los recursos humanos, materiales y financieros con los que se cuenta, así como las acciones, metas y alcances del proyecto.

Las siguientes dos fases se presentan ligadas debido a que una vez establecidas las actividades que se podrían llevar a cabo, se puede determinar si se es factible su realización.

Para lograrlo, es indispensable tomar en cuenta todos los elementos que ya se identificaron en la fase previa y lograr un proyecto integrador donde cada uno de ellos sume a la realización de los objetivos establecidos.

En este punto, Sarrate Capdellive (2002) define los siguientes puntos relevantes:

- 1) El proceso de ejecución y gestión debe mantener la coherencia lógica de objetivos establecidos.
- 2) Validar la viabilidad de las acciones que se llevan a cabo.
- 3) Es importante ser flexibles debido a que en ocasiones no se puede llevar a la práctica con total exactitud lo que se tenía planeado.
- 4) La gestión sociocultural representa un control coordinado sobre operaciones, líneas y estrategias nunca sobre personas.

La evaluación responde principalmente a los logros alcanzados en función de los objetivos establecidos. Esta fase es importante porque permite rectificar el modelo de trabajo si se observa una deficiencia, o bien, mantenerse en la línea de actividades si estas han alcanzado el logro buscado.

Por último, la revisión del proyecto se realiza a través de un informe final que da a conocer a personas externas, los resultados obtenidos, así como las conclusiones derivadas del trabajo.

Como se puede observar, el diseño de un programa de animación es de vital importancia para un apropiado desarrollo de estas. Por lo tanto, se puede concluir que las actividades de animación deben diseñarse, organizarse y seleccionarse cuidadosamente para ofrecer una experiencia óptima al visitante (Costa *et al.*, 2004).

Al pensar en el desarrollo de la animación sociocultural de un sitio se busca que el visitante se integre, experimente de primera mano y descubra la riqueza social, cultural y ambiental del lugar. Lo anterior, permite al visitante no ser solo un espectador pasivo y distante, sino el total involucramiento en las prácticas, quehaceres cotidianos de las comunidades y el acercamiento a la cultura de la región. Es por todas esas bondades, que se busca redirigir la mirada hacia la ATS dentro del pueblo colonial de Cerro de San Pedro.

La población de Cerro de San Pedro remonta sus orígenes a una fecha anterior a la fundación de San Luis Potosí, capital del Estado, cobrando relevancia a partir del descubrimiento minero a cargo del Capitán Miguel Caldera, por lo que para 1592 se inicia el asentamiento de la población en la zona y se convierte en un centro de confluencia de personas interesadas en la explotación de oro y plata, aunque también se extrajeron otros metales como magnesio, mercurio, plomo y cobre.

Este sitio fue la localidad original de la capital potosina, pero debido a que no había suficiente agua, los pobladores decidieron migrar hacia el valle cercano donde finalmente se asentaron y fundaron lo que hoy es la ciudad de San Luis Potosí.

Durante los más de 400 años, Cerro de San Pedro vivió épocas de bonanza en varias etapas. Sin embargo, la mala planeación, la excesiva extracción de los minerales de forma desordenada, provocó que también tuviera épocas malas.

Es en 1996, cuando la Minera San Xavier, tributaria de la minera canadiense New Gold Inc. inició actividades mineras a cielo abierto para la extracción de oro y plata, ocupando 373 hectáreas del municipio. De acuerdo con la propia empresa, la operación de la Minera San Xavier en la cabecera municipal de Cerro de San Pedro, genera empleos locales directos, y moviliza la economía indirecta en la localidad y regionalmente.

Sin embargo, diversos autores (Herman, 2010; Vargas-Hernández, 2010; Stoltenborg y Boelens, 2018) advierten que la minería en la región tiene un efecto adverso no solo en el aspecto ambiental, sino también perjudica en desarrollo económico local al monopolizar la tierra, generando enfrentamientos entre la empresa minera y los pobladores locales.

La presencia de la minera generó una serie de conflictos entre los habitantes de la comunidad debido al alto riesgo de contaminación de los mantos acuíferos del valle de San Luis, causado por el uso del cianuro empleado durante el proceso de obtención de oro (Vargas-Hernández, 2011).

Al encontrarse en una zona semiárida, se presta para el desarrollo de actividades propias del ecoturismo como campismo, senderismo, ciclismo de montaña, observación sideral, de flora y fauna típica de la región. La gran ventaja que tiene Cerro de San Pedro es su cercanía con la capital potosina, lo que permite visitantes de breve estancia que pueden ir y venir en un solo día.

Bajo ese contexto, se hace evidente que se requiere en la región una fuente alternativa de empleo para lograr el desarrollo económico necesario para los lugareños, siendo el turismo una opción viable dada la riqueza natural, cultural e histórica del sitio y es por eso que la ATS puede generar un importante espacio de participación comunitaria, donde a través del ocio, la cultura y la recreación, los visitantes dejan de ser simples espectadores y se conviertan en participantes activos, lo que genera una interacción que fomenta el cuidado y preservación de los sitios y su cultura.

Sin embargo, el insuficiente conocimiento sobre los numerosos recursos y atractivos naturales y culturales con potencial de uso turístico existentes en el estado de San Luis Potosí, genera un crecimiento económico inferior del sector turismo con relación a otros como son

el comercial e industrial. En ese sentido, es de suma importancia identificar los elementos con los que cuenta la región para tener un mayor aprovechamiento de los atractivos turísticos.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019) define los recursos turísticos como “...todos los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”. Por su parte, Bote (1990) denomina *inventario turístico* al catálogo de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada.

La condición en que estos atractivos se encuentran, así como su distribución espacial, la infraestructura con la que cuentan, su accesibilidad, equipamiento, servicios y la afluencia de visitantes que generan, nos permite identificar los elementos en los que nos podemos apoyar para la planeación y gestión de un turismo a mediano y largo plazo (Ortiz Liñán y Vázquez Solís, 2021).

Para lograr la identificación y clasificación de los atractivos turísticos de una zona, se debe elaborar una metodología que sea adecuada para las características de la región, ya que los métodos utilizan diversos criterios de categorización, clasificando los elementos en relación a su naturaleza, su funcionalidad, su potencial, la intervención humana o una mezcla de ellos.

Aunque no existe una metodología universal para clasificar los atractivos turísticos, la Organización de los Estados Americanos (OEA) elaboró una metodología con una clasificación por jerarquías con las que se puede determinar si un elemento puede ser denominado recurso turístico. Estas cuatro jerarquías tienen valores de 0 a 3, donde: 3 es un atractivo con rasgos excepcionales que motiva por sí solo una elevada presencia de visitantes; 2 es aquel atractivo que motiva a los visitantes ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos conjuntos; 1 es aquel atractivo con algún rasgo importante que es capaz de interesar a visitantes que hayan acudido al lugar por otras razones; y por último, la jerarquía 0 que agrupa a los atractivos incapaces de atraer visitantes al nivel de los casos anteriores (Pitarch, 2009).

Metodología

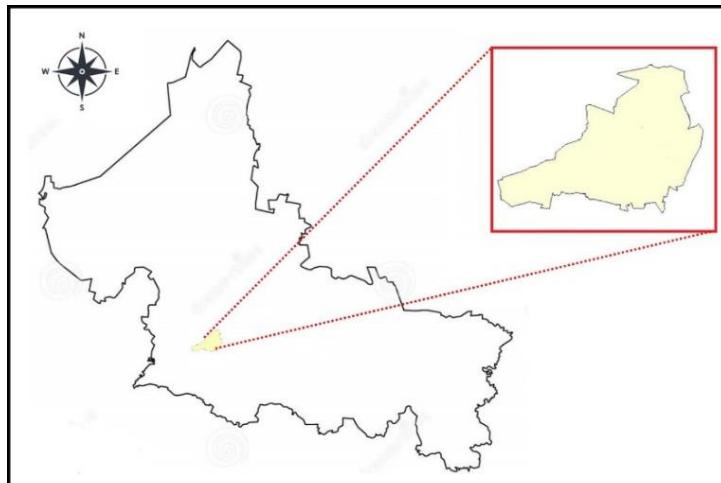
Sitio de estudio

El municipio se encuentra localizado en la zona centro del estado de San Luis Potosí, la cabecera municipal se encuentra en las coordenadas: 100°48' longitud oeste y 22°13' latitud norte (Figura 2), a 2040 msnm y cuenta con 18 localidades, incluido Cerro de San Pedro que es la cabecera municipal y su población total de 5050 personas para todo el municipio (INEGI, 2020).

Originalmente recibió el nombre de Real de Minas de Cerro de San Pedro y fue fundado en 1583, al ser localizadas varias minas que fueron explotadas con frecuencia a lo largo de estos

más de 400 años. La cabecera municipal es un pueblo históricamente minero semiabandonado en el que actualmente viven poco más de 100 personas.

Figura 2. Mapa de ubicación del municipio Cerro de San Pedro, S.L.P.



Fuente: Elaboración propia.

Dentro del municipio el clima predominante es semiseco templado con una temperatura media anual de 16.8°C y precipitación pluvial anual de 304 mm. Debido a lo anterior, la vegetación predominante es la típica de zonas áridas y semiáridas (figuras 3a y 3b), que de acuerdo a Rzedowski (1986) se presentan diversos tipos de vegetación como: matorral desértico micrófilo, matorral desértico rosetófilo, matorral crasicaule, zacatal y encinar arbustivo. Entre las especies dominantes de la región, encontramos *Larrea spp* y *Prosopis juliflora*, especies de los géneros *Opuntia*, *Agave*, *Yucca*, *Myrtillocactus* y *Acacia*, principalmente.

Figuras 3a y 3b. Vista general de la vegetación de Cerro de San Pedro, S.L.P.



Fuente: Elaboración propia.

La metodología utilizada para el presente estudio, en relación con el primer objetivo específico, fue de carácter exploratorio descriptivo y consistió en realizar un recorrido de reconocimiento de la zona para identificar áreas de interés turístico y búsqueda bibliográfica, mientras que, para el segundo objetivo, también se realizó una revisión de la literatura para identificar aspectos relevantes asociados al desarrollo de la animación y se diseñaron de acuerdo al conocimiento de la región.

Aunque no se realizó un inventario exhaustivo de los elementos que pudiesen ser utilizados desde la perspectiva del turismo, si se pudieron identificar aquellos recursos de mayor relevancia para su aprovechamiento en actividades turísticas a largo plazo. Con fines de manejo de la información, se crearon criterios que definen los elementos turísticos con los que cuenta el municipio. Los recursos se clasificaron en función de su origen, quedando las siguientes categorías. Estos recursos fueron jerarquizados de acuerdo a la clasificación de la OEA.

- a) Atractivos naturales (flora, fauna, relieve).
- b) Atractivos culturales (arquitectura, monumentos, costumbres, fiestas)
- c) Atractivos de lúdicos (instalaciones deportivas, mercados, comercios)

También se toma en cuenta el inventario de servicios (hoteles, restaurantes, transportes) e infraestructura (carreteras) y se deberán abordar aspectos financieros y estudio de mercado. Sin embargo, el presente documento es de carácter descriptivo y aún no se abordaron esos temas, los cuales se estarán realizando en una segunda fase de trabajo.

Resultados

Para cumplir con el primer objetivo específico, se identificaron de los sitios con los que cuenta la cabecera municipal y zonas aledañas; y que pueden ser aprovechados como recursos turísticos. A continuación, se detalla cada uno de ellos.

Cerro de San Pedro

Cerro de San Pedro, como todas las ciudades mineras que están construidas en cerros, no tiene traza o plano (figuras 4a y 4b). El Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) reconoce alrededor de 115 edificios que databan del siglo XVII y XIX (Vargas-Hernández, 2011), entre los que destacan los siguientes:

Figuras 4a y 4b. Vistas parciales de las calles empedradas de Cerro de San Pedro.



Fuente: Elaboración propia.

Iglesia del Señor San Pedro

San Pedro es el patrono de la localidad y a quien se le celebra cada año el día 29 de junio. La edificación data del siglo XVIII (figura 5). La fachada de color llamativo presenta nichos característicos del siglo XVII, su torre es de cantera, el altar que originalmente era barroco se sustituyó por uno neoclásico. Una característica particular de la iglesia es su cúpula que tiene marcos en las ventanas.

Figura 5. Entrada principal de la Iglesia de San Pedro.



Fuente: Elaboración propia.

Iglesia de San Nicolás Tolentino

Este templo data del siglo XVII y fue edificada al lado de la cañada (figura 6). En torno a ella se asentaron los indios tarascos y tomaron como santo patrón a San Nicolás.

Esta edificación conserva si aspecto sencillo de una sola nave techada de bóveda de cañón corrido. La luz entra tan sólo por la ventana del coro y por dos pequeñas que están en el presbiterio. El único retablo que se conserva se encuentra en una pequeña capilla detrás de la torre, es barroco con columnas salomónicas y está dedicado a la Virgen de Guadalupe. (Méjico en el tiempo, 1997).

Figura 6. Iglesia de San Nicolás Tolentino.



Fuente: Antonio Pérez Cruz.

Tiro de la Mina de San Pedro

La antigua mina se localiza inmersa en el paisaje árido de la región. Posee un tiro de aproximadamente 50 metros de profundidad. En algún momento de la historia, este lugar fue utilizado como cárcel. Aún existe la posibilidad de visitarlo acompañados de un guía experto.

Comunidad Monte Caldera

En este lugar habitó el Capitán Miguel Caldera, comandante de tropas españolas, indígenas y mestizas, pacificador, comerciante y fundador de la ciudad de San Luis Potosí (Powell y Utrilla, 1980).

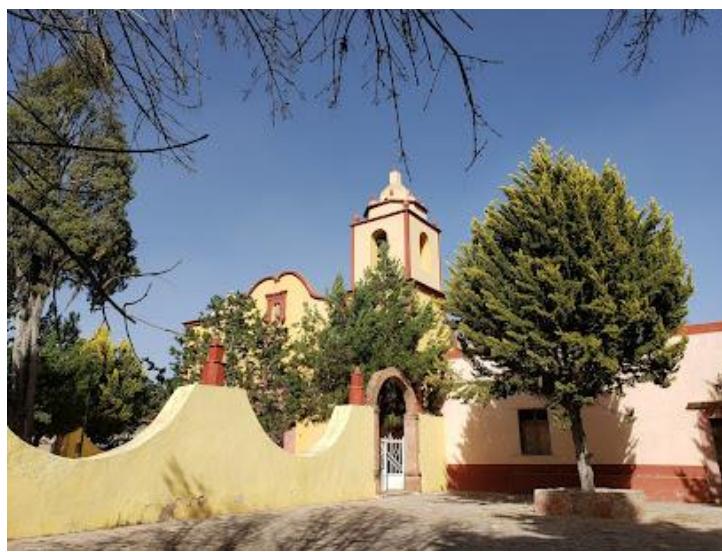
Aunque se encuentra deteriorada, aún pueden apreciarse las ruinas de la casa que habitaba el Capitán, en las que se pueden observar los muros de adobe, los arcos moriscos, los cimientos,

la herrería, algunas puertas de madera sólida elaboradas con mezquite y en algunas zonas la pigmentación natural original de las paredes.

El Capitán vivía en esta localidad debido a que supervisaba de manera personal la hacienda de beneficio que fungía como taller de minería donde los guachichiles extraían los metales preciosos. Actualmente aún se conserva la chimenea de fundición que data del siglo XVI y puede considerarse una joya arquitectónica de la región, siendo una de las pocas que existen en el Estado.

Otro de los atractivos de esta zona es el Templo de San Pedro que data del siglo XVIII y presenta una fachada de barroco austero, con torres cortas y colores vivos (figura 7). En su patio interior se conservan las ruedas de molienda utilizadas para triturar el mineral de manera artesanal, para posteriormente, separar con el uso del mercurio las rocas de los minerales de interés comercial. En su interior, bajo resguardo, se conserva un acervo de arte sacro con diversas reliquias.

Figura 7. Vista de la Iglesia de Monte Caldera.



Fuente: Elaboración propia.

Cuesta de Campa

En esta localidad se ubica la Iglesia del Encino es una pequeña capilla en medio del altiplano donde los paisajes son impresionantes y las puestas del sol se disfrutan a pesar del aire intenso que se puede llegar a sentir algunos días (figuras 8a y 8b). Su nombre se origina por el tronco de encino ubicado en la parte central del altar justo detrás de la imagen de la Virgen, el cual se asegura que es milagroso.

Figuras 8a y 8b. Iglesia del Encino y los atardeceres que se pueden apreciar desde la zona.



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presenta la información sintetizada de los principales atractivos turísticos que se identificaron (Tabla 1).

Tabla 1. Principales atractivos turísticos identificados en el municipio Cerro de San Pedro.

Nombre	Tipo de atractivo	Descripción breve	Jerarquía OEA
Iglesia del Encino	Cultural/natural	Pequeña capilla en medio del altiplano que permite apreciar el paisaje típico del altiplano potosino.	2
Sendero del Capitán	Lúdico/natural	19 kms. de longitud, permite practicar actividades deportivas como caminata y bicicleta de montaña.	2
Iglesia del Señor San Pedro	Cultural	Templo neoclásico donde podemos apreciar su torre de cantera y su cúpula característica.	2
Iglesia de San Nicolás Tolentino	Cultural	Templo barroco con bóveda de cañón corrido. Data del s XVII.	1
Tiro de la Mina de San Pedro	Cultural	Tiro de 50 m de profundidad, fue utilizado como cárcel.	2
Comunidad Monte Caldera	Cultural	Se pueden ver las ruinas de la casa del Capitán, con sus muros de adobe y arcos moriscos.	2
Templo de San Pedro	Cultural	Fachada barroca, conserva un acervo de arte sacro con diversas reliquias.	2
Chimenea de fundición	Cultural	data del siglo XVI y es considerada una joya arquitectónica.	2

Fuente: Elaboración propia.

En relación con el objetivo específico número dos, se procedió a generar una serie de actividades socioculturales específicas para cada sitio de interés turístico localizado.

1. Recorrido de historias y leyendas “Los gambusinos”

Tiene el objetivo principal de acercar a los visitantes a los 400 años de historia minera de la localidad, a través de un recorrido de sus calles empedradas visitando las principales edificaciones históricas, acompañados de personajes importantes con quienes se va interactuando. Algunas caracterizaciones de personajes que se podrán encontrar son:

Los guachichiles - primeros pobladores de la región

Capitán Miguel Caldera – Fundador de la ciudad de San Luis Potosí.

Los gambusinos – personas que se dedicaban a buscar yacimientos minerales.

Los mineros – encargados de excavar las minas y extraer los minerales.

El recorrido está planeado para una hora cincuenta minutos. Los fines de semana se presentarán en dos horarios cada día (viernes, sábado y domingo), y una vez entre semana previa reservación grupal.

2. Representaciones teatrales

Esta actividad está pensada en los infantes de la familia quienes en ocasiones son los que menos disfrutan las actividades relacionadas a las tradiciones por parecerles aburridas o poco interesantes. La idea principal es acercarlos a la historia del lugar a través de obras teatrales que cuenten de manera amena los sucesos más relevantes de la localidad. Esta actividad podrá ser disfrutada los fines de semana en dos funciones y entre semana con previa reservación grupal.

3: Ruta cultural en bicicleta de montaña (Monte Caldera)

Este recorrido está planeado para ciclistas de montaña de nivel medio o experto debido a la dificultad de las subidas y bajadas. Tiene una duración aproximada de 3:50 horas y contaría con un guía experto en la historia de la región. Este recorrido se planea partiendo de Cerro de San Pedro y recorriendo tanto caminos secundarios, como caminos de cantera que permiten disfrutar el paisaje (figura 9) con el itinerario señalado en la tabla 2:

Tabla 2. Itinerario Ruta de ciclismo.

7:00 am - Salida a Cerro de San Pedro a Monte Caldera
8:00 am - Descanso
8:15 am - Visita a la Iglesia de la localidad
9:00 am Recorrido por las calles empedradas escuchando la historia de los principales sitios
10:30 am - Degustación de comida típica de la región
11:30 am – Regreso a Cerro de San Pedro

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9. Paisaje desértico del altiplano potosino.



Fuente: Elaboración propia

Una variante de esta ruta sería incluir la Iglesia del Encino ubicada en Cuesta de Campa para recorrer los paisajes áridos de la zona y disfrutar de los paisajes espectaculares en el desierto potosino (figura 10). Este recorrido duraría aproximadamente una hora más.

Figura 10. Vista de la zona desde la Iglesia del Encino.



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y recomendaciones

- A través de la búsqueda bibliográfica y el recorrido del sitio de estudio, se logró identificar los principales sitios potenciales que pueden ser empleados desde la perspectiva turística en el pueblo colonial Cerro de San Pedro y sus zonas aledañas.
- Se lograron diseñar 3 planes para actividades turísticas con enfoque sociocultural que generen mayor interés en los visitantes y permitan incrementar el desarrollo económico y social de los pobladores locales.

Este trabajo permitió definir los elementos y componentes que contribuirán al desarrollo de un programa de animación sociocultural que actuaría como potenciador del turismo en el municipio.

Es indispensable el apoyo gubernamental, de las organizaciones sociales y la sociedad de Cerro de San Pedro para lograr llevar a cabo los planes y programas enfocados a la ATS, de lo contrario, difícilmente se podrán realizar.

Uno de los puntos indispensables a cubrir, es la capacitación de animadores profesionales que cuenten con los conocimientos psicosociales, estrategias motivacionales y conocimiento de la historia del lugar que genere la participación e interacción de los visitantes con el entorno.

Es importante mencionar, que el presente trabajo pretende aportar al conocimiento del municipio de Cerro de San Pedro y su adecuado aprovechamiento turístico a través del inventario de recursos con potencial turístico y la propuesta de actividades propias de la animación sociocultural. Al ser una propuesta, no se pueden ofrecer resultados más precisos ni realizar comparaciones con otros estudios similares debido a que este trabajo es de carácter exploratorio y representa la primera aproximación de la ATS para el municipio.

Referencias

- Acuña Sossa, M. (2014). La Animación Turística.
- Bote, V. (1990). Planificación económica del turismo. Editorial Trillas. México.
- Burgos, A. (2016). El impacto de la animación turística en el sector: Investigación y claves para la mejora de la oferta actual. *Trabajo de Titulación. Universidad Rovira Virgili*.
- Castillo, L. A., & Fernández, D. B. (2022). El Festival Cultural Cerro de San Pedro (México): protesta y puesta en valor del patrimonio a partir del conflicto minero-ciudadano. *territorios*, (47).
- Costa, G., Glinia, E., Goudas, M., & Antoniou, P. (2004). Recreational services in resort hotels: customer satisfaction aspects. *Journal of Sport & Tourism*, 9(2), 117–126. doi:10.1080/14775080410001732541
- Isidor, J. L., Cuamea, O., & Castillo, V. M. (2017). *Aproximación a los Fundamentos de la Animación Turística y Sociocultural*. (Primera ed.). Guadalajara, Jalisco, México: Ediciones de la Noche.

- García Latorre, A. Módulo 4. Diseño, Operación y Control de los Programas de Animación. AMESTUR y Universidad Tecnológica Tekax, Yucatán.
- Herman, T. (2010). *Extracting consent or engineering support?: an institutional ethnography of mining, "community support" and land acquisition in Cerro de San Pedro, Mexico* (Doctoral dissertation).
- INEGI 2010. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Censo de Población y Vivienda 2010. Reporte Temático ITER 2010.
- INEGI, 2020. Marco Geoestadístico.
- López, P. B., Solís, V. V., Agüero, J. A. R., & Chávez, M. G. G. (2015). Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona altiplano de San Luis Potosí, México. Cuadernos de turismo, (35), 17-42.
- Méjico en el Tiempo No. 19 julio / agosto 1997. Fecha de consulta 04 de noviembre de 2022.
<https://www.mexicodesconocido.com.mx/cerro-de-san-pedro-aun-vale-un-potosi-san-luis-potosi.html>
- OEA (1990). Metodología de inventario turístico. Curso Interamericano de Planificación del Desarrollo Turístico. Organización de Estados Americanos.
- Organización Mundial del Turismo (2019). Definiciones de turismo de la OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Ortiz Liñán, M. E. y Vázquez Solís, V. (2021). El inventario turístico: un instrumento de gestión territorial sustentable del turismo en atractivos naturales del estado de San Luis Potosí, México. Investigaciones Turísticas (21), pp. 305-327.
- PITARCH, D. (2009). «Los recursos territoriales turísticos: su gestión y organización en entornos locales». En Noguera, J. et al., Gestión y promoción del desarrollo local. Colección Desarrollo Territorial. Publicaciones de la Universidad de Valencia. Guada Impresores. España. pp. 443-474.
- Powell, P. W., & Utrilla, J. J. (1980). *Capitán Mestizo: Miguel Caldera y la frontera norteña, la pacificación de los chichimecas, 1548-1597*.
- Rzedowski, J., 1986. Vegetación de México. Limusa. México.
- Sarrate Capdevilla, M.L. (Coord) 2002. Programas de Animación Sociocultural. Universidad Nacional de Educación a Distancia (Uned). Primera Edición.
- Stoltenborg, D., & Boelens, R. (2018). Disputes over land and water rights in gold mining: the case of Cerro de San Pedro, Mexico. In *The Water Legacies of Conventional Mining* (pp. 124-144). Routledge.
- Vargas Hernández, J. (2010). Cooperación y conflicto entre empresas, comunidades y gobierno: nuevos movimientos sociales, el caso de Cerro de San Pedro, México. In *6to. Congreso Internacional Ciudad y Territorio Virtual, Mexicali, 5, 6 y 7 octubre 2010*. Centre de Política de Sòl i Valoracions.
- Vargas-Hernández, J. G. (2011). Preservación de la herencia cultural y revitalización de un pueblo minero en México. El Caso de Cerro de San Pedro. *Investigación en Ciencia Regional*, 2(1), 59-77.

Capítulo 4

Los Gigantes Inmóviles, un Rescate de la Memoria Colectiva de los Cuentos de la Etnia Comca'ac (Seri) a través de Estrategias de Animación Socioculturales

María Elena Robles Baldenegro⁴

Resumen

El sector turístico debe de renovar las formas en las cuales ejecuta las acciones, actividades encaminadas a provocar el uso del tiempo de los turistas que visitan los distintos destinos nacionales. Hoy por hoy, las políticas nacionales deben de comprender que el sector terciario debe transformarse en una herramienta de educación, conservación, preservación y desarrollo humano – económico tanto para el anfitrión como el viajante. El presente trabajo plantea: *acciones específicas para Rescatar la Memoria Colectiva de los Cuentos de la Etnia Comca'ac, a través de Estrategias de Animación Socio-Culturales con la finalidad de transmitir conocimiento con técnicas de animación y recreación a los turistas que visiten las comunidades étnicas originarias ubicadas en el municipio de Hermosillo, Sonora; México, para lo cual se realizó una investigación cualitativa aplicada trasversal no probabilística y no concluyente.* Basada en datos empíricos descriptivos, donde se logró la obtención de datos primarios y se siguió la técnica conocida como observación participante estructurada, realizada de forma individual y en campo. De lo anterior, se alcanza el objetivo planteado y se concluye que el producto de animación sociocultural “*Los Gigantes inmóviles*” tiene una alta potencialidad de ser ejecutada y provocar un efecto positivo en la comunidad y en la forma de hacer un nuevo turismo, que sea mayormente involucrado con las problemáticas de las localidades, provocador de un sentido de pertenencia y educador-transformador del visitante a los destinos.

Palabras clave: Seris, Cuentos, Gigantes

Introducción

Marco teórico y planteamiento

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2021) define al turismo como:

⁴ Universidad de Sonora. Unidad Regional Centro, Departamento de Contabilidad. PES: Licenciatura en Turismo, Licenciatura en Mercadotecnia, Maestría en Marketing y Mercados de Consumo. Profesora- Investigadora de Tiempo Completo. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores SNI CONACyT. maria.robles@unison.mx

...un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios". El concepto del turismo está íntimamente ligado con la definición de turista, por lo tanto, se puede entender como: el fenómeno que se presenta cuando uno o más individuos se trasladan a uno o más sitios diferentes de los de su residencia habitual por un periodo mayor a 24 horas y menor de 180 días, sin participar en los mercados de trabajo y capital de los sitios visitados, es decir, sin convertirse en trabajador o inversionista. (Ibáñez y Cabrera, 2011, en Romero Badilla, 2022)

Los rasgos que se consideran fundamentales de la definición son: traslado y estadía, ya que el traslado cambió, debido al fenómeno de la globalización, y con el desarrollo de nuevos mecanismos de traslados, la actividad turística tuvo que modificarse, además de que se suma a las facilidades de movilización, el fenómeno de la globalización y como está ha permeado en el sector turístico bajo el marco de las nuevas economías (Romero Badilla, J.A 2022).

El turismo en la actualidad ya no solo se enfrenta a la necesaria recuperación en presencia de una pandemia (SAR-COVID – 19), sino que según la Organización Mundial del Turismo ahora también a nuevas incertidumbres tales como las económicas, bélicas, riegos sanitarios diversos (fiebre del mono, gripe aviar, más las presentes modificaciones en las diversas regiones del mundo) lo que ha significado en el aumento de limitaciones para viajar hoy en día. Aun con toda esta realidad, el sector turístico ha mostrado de nuevo ser un sector fuerte y con la enorme posibilidad de presentar una recuperación constante. De acuerdo con lo reportado por la OMT, el volumen de turistas internacionales registró un incremento de 130% para el mes de enero del 2022, sin embargo, aún se está lejos de alcanzar las cifras de movilidad presentes en noviembre del 2019 (Organización Mundial del Turismo, 01 de noviembre del 2022).

El análisis que pudiera realizarse de las cifras del turismo es variado y muy rico, sin embargo, uno de los puntos que se quisiera rescatar en este caso, es la oportunidad que nace de una *violenta sacudida* que de manera global se presenta, resultante de lo ya mencionado en el párrafo anterior y, que debiera de ser la razón válida para repensar en la planeación, ejecución y administración del sector turísticos y sus propuestas para convertirse en un verdadero agente de cambio en las distintas escalas en las que se desarrolla.

Ahora bien, son muy pocas las acciones que se han realizado en este sentido antes de la pandemia y durante la pandemia en su *etapa de control*, si bien el único país que realmente tiene todo un sistema establecido y fundamentado es Francia y donde según Guerra Ávalos, en Reyes Uribe *et al.* (2017), *las organizaciones están fuertemente vinculadas a un pensamiento económico solidario, al proporcionar el acceso justo y equitativo a las vacaciones, bienestar humano y desarrollo del territorial*. Si bien, no se tiene el espacio suficiente para desarrollar de manera adecuada la historia del turismo social en este país, es importante mencionar que será este modelo el que se pretenda implementar en la presente propuesta.

Desde un primer punto de partida, el turismo social no solo se ocupa del bienestar de las personas y de provocar a través del mismo cadenas de valor, sino que, a la vez, una de sus ideologías fundamentales es el cuidado del ambiente. Además, el turismo social se auxilia de diversos conceptos, conocimientos, métodos, herramientas, habilidades y competencias de disciplinas sociales, económicas y de salud entre otros. Más esto no es de extrañarse, ya que uno de los puntos que siempre habrá de reconocerse es que el turismo en todas sus formas es multidisciplinario, el turismo social es prueba de ello.

El turismo social, visto desde el modelo francés, es implementado mediante estrategias socioculturales, entre ellas la Animación. Ya de por si es expuesta la historia y antecedentes de la animación por Isidor *et al.* (2017) en su libro: Aproximación a los Fundamentos de la Animación Sociocultural, donde de manera gráfica (gráfico 1, pág. 17) presenta de manera clara la conceptualización de la animación y sus tres elementos básicos, así como sus agentes para llevarse a cabo en cualquier territorio que los cumpla.

Los autores mencionados en párrafo anterior realizaron un análisis de teorías y de corrientes de pensamiento, los autores que desde su perspectiva han impulsado la animación turística, la influencia y costo de las sociedades segmentadas por la tecnología, la perdida de sentido nacional, la crisis individual de la posmodernidad, el crecimiento del desempleo, el aumento en la expectativa de vida, las fallas en la atención a la salud (integral sumaría en este momento) y cómo todo esto, es enmarcado en las características del turista actual. La obra fue publicada por los autores el 2017, a veinte y cuatro meses antes de la pandemia, factor que rompe o fortalece la propuesta de estos en la obra.

Así, la animación, no solo es una estrategia que activa al turismo social, sino que se vuelve fundamental, ya que no solo se trata de dinamizar economías locales o regionales, sino que pretende provocar y mantener un bienestar humano integral.

Animación – Recreación

Uno de los cuidados mayores que deben de tomarse al momento de involucrarse en la Animación y la Recreación es que no se trata de diseñar, gestionar e implementar “juegos” sin un peso social y cultural en donde el visitante – turista se vea siendo observador o participe activo- sume a su vida y sentido humano, un valor y conocimiento que lo enriquezca y le deje un sentido de bienestar y sentido de pertenencia a la sociedad de la que forma parte o de la humanidad.

Si bien se reconoce que hoy en día la animación y recreación turística está enfocada a “distraer” o “mantener ocupado” al visitante para incrementar su estancia y por ende gasto en el lugar que visita, existe una diferencia clara entre lo que se puede reconocer como recreacionismo sin sentido local (que no expone en ningún momento la idiosincrasia, historia, cosmovisión, raíces, etc.) y lo que se busca poner a la vista, rescate y conservación

del turista a través de técnicas de animación y recreación cultural con sentido local – regional que deje al visitante un crecimiento integral y se transforme en un ente que resalte y conserve aquel patrimonio que le fue presentado.

Así, bajo estas reflexiones se presenta una propuesta basada en Estrategias de Animación Socioculturales con el objetivo de provocar un rescate del patrimonio étnico cultural de los habitantes del municipio de Hermosillo, Sonora, donde además de poner a la vista de los visitantes, las comunidades étnicas y su riqueza cultural en cuanto a mitos, leyendas, fábulas e historia se refiere, busca que cada visitante se transforme en un escudero que salvaguarde y conserve el mismo.

Para lograrlo se plantea el proyecto de rescate de memoria colectiva denominado: *Los Gigantes Inmóviles, un Rescate de la Memoria Colectiva de los Cuentos de la Etnia Comca`ac, a través de Estrategias de Animación Socioculturales*.

Objetivo general

Diseñar estrategias de animación sociocultural para rescatar la memoria colectiva de los cuentos de la etnia Comca`ac, con la finalidad de trasmitir conocimiento con técnicas de animación y recreación a los turistas que visiten las comunidades étnicas originarias ubicadas en el municipio de Hermosillo, Sonora; México.

Objetivo específico:

1. Rescatar la leyenda “Los Gigantes Inmóviles” que trata sobre origen de la nación Comca`ac, implementando técnicas de recreación como estrategia de animación sociocultural.
2. Atender a grupos sociales vulnerables.

Metodología y técnicas de investigación

El trabajo para su realización toma en cuenta las estrategias que marca la investigación aplicada, donde se logró la obtención de datos de primer nivel (primarios / de fuente primaria) para lo cual se utilizó la técnica conocida como Observación Participante Estructurada. Individual y de campo.

Es una investigación aplicada, trasversal no probabilística y no concluyente, basada en datos empíricos descriptivos.

Presentación de resultados

Para la presentación de los resultados alcanzados se utiliza la técnica de transcripción pura de la narrativa expuesta por el participante. Técnicas para rescate de memoria colectiva de la leyenda que habla del origen de la gente Comca`ac

Resultados

Contexto del lugar. Los hombres de arena. ¿Quiénes son?

Figura 1. Viaje al Mundo de los Seris en Sonora



Fuente: Sánchez-Gámez, Jimena (s/f). México Desconocido. Recuperado 03 de septiembre del 2023, de <https://www.mexicodesconocido.com.mx/viaje-al-mundo-de-los-seris-en-sonora.html>.

Los Seris, como se le conocen por la mayoría de los no nativos, se llaman a sí mismos *Konkaak*, que, en su lengua, quiere decir "*la gente*".

El término seri proviene en cambio de la lengua Yaqui y significa "*hombres de la arena*".

Lengua

Figura 2. Seris, Hijos del Sol



Fuente: López Torres, Nuria (2019). Seris; Hijos del Sol. [Fotografía]. Recuperado en: https://www.naiz.eus/eu/hereroteca/7k/editions/7k_2019-08-25-07-00/hereroteca_articles/seris-hijos-del-sol

Según Pérez Ruiz (1995), la lengua de los konkaak forma parte de la [...] estirpe Hokano, a la que también pertenecen el coahuilteco (noreste de México) y el tlapaneco. Sin embargo, la lengua seri forma parte de la familia seriyumana, su relación más estrecha y reciente se encuentra con el yumano de la parte norte de la península de California, y, a la vez, contrasta totalmente con la de los vecinos hablantes de idiomas uto-aztecas, como el Pima, Pápago, Yaqui y Mayo. (Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM] s/f)

Actualmente según lo expuesto por Pérez Ruiz. (1995), la mayoría de la población es bilingüe y, en algunos casos, hasta trilingüe, pues además del seri hablan español e inglés. Los seris mantienen su lengua con gran vitalidad con prácticas de la matriz cultural que los asocia directamente con la naturaleza. De ahí que, en lugar de adoptar términos del español para designar los nuevos elementos culturales que se han agregado a su vida, continúan creando términos nuevos (UNAM], s/f)

Figura 3. Mapa macro localización de la comunidad Seri en Sonora.



Fuente: Recuperado en: <https://www.iccaconsortium.org/index.php/es/2020/08/24/los-jovenes-comcaac-comprometidos-con-la-conservacion-de-su-territorio-2/>

Localización

Habitan principalmente dos localidades: El Desemboque y Punta Chueca, municipio de Hermosillo, así mismo la Isla del Tiburón forma parte del territorio de la nación Seri desde inicio de los primeros años de 1970's. En total el territorio está conformado por aproximadamente 211 mil hectáreas del territorio Comca'ac (Konkaak) (Hoeffer, s/f).

Artesanías

La riqueza de las artesanías que son generadas en la comunidad quedó descrita en los trabajos etnográficos realizados por Pérez Ruiz (1995), el cual es utilizado como referencia para la

publicación denominada Etnografía del pueblo seri-(Konkaak/comca'ac) de Sonora, divulgado por el Gobierno de México, en él se describe el trabajo artesanal consiste en el tallado en madera de palo fierro, el tejido de coritas (canastos) y la elaboración de collares. El tallado de palo fierro fue iniciado, según se cuenta, en 1964 por Don José Astorga Encinas, en un momento crítico para la tribu, urgida de ingresos monetarios para sobrevivir. Además de que tradicionalmente la etnia elaboraba desde sus inicios canastos (Coritas) para su uso diario, convirtiéndose en la actualidad en una de las artesanías más representativas de la comunidad y las de mayor precio.

La elaboración de las coritas es una actividad que se practica desde la época prehispánica. Sus formas tradicionales son globulares o extendidas; su producción es muy laboriosa, ya que exige una gran inversión de tiempo, que varía entre un mes, si es pequeña (20 ´ 20 cm), hasta uno o dos años si es muy grande (1.5 ´ 1.5 m).

Cuando se termina una de estas piezas se hace una ceremonia especial. Debido al elevado costo de las coritas, en especial las grandes, son adquiridas principalmente por extranjeros. Los collares, de variados e innovadores diseños, se elaboran con caracoles, conchas, vértebras de víbora de cascabel y de pescado, semillas y, últimamente, también con chaquira. Es un trabajo artesanal que, al igual que los otros, requiere de un tiempo más o menos constante entre las mujeres; representa menor ingreso que el de las coritas o las figuras de palo fierro, pero su bajo precio, hace más accesible su adquisición en el mercado nacional.

Cosmogonía y religión

Figura 4. Año Nuevo Seri.



Fuente: (Instituto Nacional de Pueblos Indígenas (INPI, 2017) Etnografía del pueblo seri (konkaak / comca'ac) de Sonora, disponible en <https://www.gob.mx/inpi/articulos/seris-konkaak>.

La interpretación del mundo por parte de los seris, sus ritos, fiestas y demás manifestaciones culturales tienen un carácter estrechamente relacionado con la naturaleza y con los aspectos biológicos y sociales de la reproducción del grupo; los seris no desarrollaron un sistema de gobierno religioso-festivo muy complejo.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Pueblos Indígenas (INPI, 2017), los principales ritos de la Etnia están vinculados con el nacimiento, con el inicio de la pubertad y con la muerte; sus canciones y relatos giran en torno al mar, los tiburones, las zorras y las antiguas hazañas de héroes y guerreros. Al no haber sido evangelizados formalmente, carecen de los elementos católicos que se encuentran en otros grupos indígenas. En la zona seri no hay ninguna iglesia católica ni sacerdotes de este culto, lo que facilitó el inicio de la penetración de sectas protestantes.

Figura 5. Fiestas Año Nuevo Seri.



Fuente. Sánchez-Gámez, Jimena (s/f) Año nuevo Seri, una ceremonia que te conecta con el universo. [Fotografía] México Desconocido. Recuperado en: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/ano-nuevo-seri-una-ceremonia-que-te-conecta-con-el-universo.html>

Sus principales fiestas siguen siendo las de la pubertad, la llegada de la caguama de los siete filos, los ritos de muerte y los asociados con el inicio del año nuevo seri y el término de la elaboración de las coritas. (Atlas de los pueblos indígenas de México [APIM] s/f).

Para la organización de sus fiestas continúa presente la cooperación de los miembros de la tribu (*amaj*). En sus ceremonias emplean zumbadores de madera, sonajas de hojalata, percutores hechos con jícaras invertidas sostenidas sobre agua y el *omichihuatl*, que es un raspador o palo estriado que se raspa con otro para que suene sobre la vasija invertida. (Oficinas de Convenciones y Visitantes [OCV] 2020). [Página de Facebook].

Organización social

Figura 6. Bandera de la Nación Comca'ac.



Fuente: Wikipedia. (s/f). Bandera de la Nación Comca'ac

Figura 7. Seris en la lucha.



Fuente: Arellano Astrid. (2021).

Según lo publicado en el atlas 2020 de los pueblos indígenas de México, los comca'ac a través de las relaciones de parentesco, llegaron a establecer sistemas de ayuda recíproca y de distribución de recursos que aseguraban la supervivencia total del grupo. Destaca el mecanismo denominado *kimusi* ("buscar comida"), el cual da derecho a todo miembro de la tribu a procurarse parte de la comida que se consuma en cualquier parte de la comunidad sin necesidad de una invitación previa; o bien, el *kanoaa ana koit*, derecho a pedir pescado para

comer a cualquier panga que llega del mar (Instituto Nacional de Pueblos Indígenas [INPI], 2020).

El mismo INPI (2020), expone que otro de los mecanismos es el *amaj*, que se pone en marcha en la fiesta de pubertad de las doncellas y en los casos de muerte, cuya función económica es el intercambio de bienes materiales entre las diferentes familias del grupo. Con la integración formal de los konkaak a la vida nacional, se vieron obligados a nombrar una serie de autoridades tales como el consejo supremo, el comisariado ejidal, el consejo de bienes comunales, una sociedad cooperativa pesquera y una sociedad cooperativa de consumo artesanal. Tal variedad de autoridades, leyes y normas derivadas de los reglamentos de cada forma de organización genera conflictos en la interacción de las autoridades y en su relación con la población, confusión e incumplimiento de normas que facilitaban la vida en armonía en la tribu.

Diseño de estrategias y producto de animación

El origen de la idea y objetivo

En las primeras páginas del presente documento se exponen varias problemáticas no solo de la situación del turismo en si como sector económico, sino se ponen a la luz, elementos sociales relacionados con la pérdida de la cultura, identidad, valores, sensibilidad, aumento del individualismo, entre otros.

En este sentido, se considera que el turismo, debe de aportar de manera activa y significativa para lograr la disminución de fenómenos de aculturación y sobreposición de identidades, la acelerada perdida de cultura y lengua de las comunidades originarias y sobre todo, debe de ser prioridad para todos aquellos interesados en el sector turístico ya que representa una pérdida de patrimonio tangible e intangible que representa un atractivo focal para los nodos o polos de desarrollo local – regional.

Así, con la propuesta que se presenta a continuación plantea como objetivos específicos lograr la disminución de fenómenos de aculturación y disminuir perdida de cultura y lengua de las comunidades originarias que habitan el municipio de Hermosillo, Sonora mediante el rescate de su memoria colectiva, particularmente de cuento, leyendas y fábulas, particularmente con el rescate de la historia del origen de la gente de arena: Los Comca`ac.

Resultados – narrativa

Es importante que se atienda el hecho de que se trata de un trabajo de campo, donde la investigadora logra involucrarse en la comunidad a propósito de un proyecto de intervención dentro de la isla El Tiburón para desarrollar una propuesta de producto turístico en el sitio.

Es así como se tiene contacto con nuestro participante y tras meses de trabajo, se logra que sea él mismo quien cuente sus propias leyendas y cuentos. Es así como se rescata y conserva la leyenda que a continuación *se transcribe* y que se busca su preservación a través de estrategias de animación y sociocultural.

La historia y sus características

Figura 8. Sahuaro, el majestuoso cactus del desierto de Sonora



Fuente: Sonora Star. (2021)

Los Gigantes inmóviles

Alrededor de 1998, tras un arduo día de trabajo de campo y exploración acompañada de David, el Comca'ac guía que se había asignado para introducirnos a la comunidad de Punta Chueca, nos contó esta historia:

Al principio de los tiempos, los ancestros comca'ac caminaban para sobrevivir. La miel de abeja, la pitaya y las semillas de mezquite eran la colecta de sus pasos en el desierto, la pesca, la caza, tomaban de la naturaleza lo que necesitaban y adoraban a la naturaleza como su madre. Caminaban horas, días, semanas sin descanso, unas veces para recolectar, otras para cazar o pescar ... Los ancestros nos cuentan que nosotros venimos de los sahuaros...

En un tiempo, todos los Comca'ac éramos gigantes... éramos tan grandes que, con un solo paso, cruzábamos el canal del infiernillo para la tierra y buscábamos comida, plantas y

animales, medicinas, ocotillo, lo que necesitábamos para vivir bien y luego regresábamos a Tahejöc* ... Pero hubo un tiempo que los antiguos al cruzar a la tierra por comida empezaron a tomar más de lo que necesitaban...

... Al ver esto, los dioses sagrados se molestaron y molestos, les mandaron un castigo.... El castigo fue que los sacaron de Tahejöc e inundaron todo...

...Los ancestros sagrados les dieron una advertencia, que corrieran lo más rápido que pudieran y se subieran a las colinas y cerros más altos y que no volvieran su vista a Tahejöc, porque entonces los castigarian más fuerte...

Así, los comca`ac ancestros corrieron para salvarse del enojo de sus ancestros sagrados que los castigaban por su codicia,

...Al correr, todo aquel comca`ac que corrió y subió las colinas y cerros más altos, solo perdió su tamaño y siguió viviendo a la orilla del mar, viendo en el horizonte a Tahejöc,

...Pero todos aquellos comca`ac que corrieron, subieron las colinas y cerros más altos y desobedecieron de nuevo a los ancestros sagrados mirando hacia Tahejöc, se convirtieron en Sahuaros, Gigantes pero inmóviles. cmiique iitom: “Yooz quijj miizj masai xo”, (que el gran espíritu creador nos bendiga).

Figura 9. Una tarde en el desierto sonorense.



Fuente: Rada.SC. (2018)

Figura 10. Población de Sahuaros.



Fuente: Rada.SC. (2018).

Uso de conocimientos prácticos de técnicas socioculturales para rescate y preservación de cuentos y leyendas

Desarrollo y especificaciones de la propuesta: producto

- Nombre de la Empresa: *destinosonora* Tour Operadora RTN 325897-564
- Nombre del Producto: “*Los Gigantes Inmóviles, Un rescate de la memoria colectiva de los cuentos de la etnia Coonca`ac a través de estrategias de animación socioculturales*”
- Nivel de innovación: Alta, no existe en el mercado regional un producto similar.

- Competencia: No existe a nivel regional una empresa que desarrolle productos apegados al Modelo de Turismo Social francés, utilizando estrategias de animación sociocultural.

Proyección de la demanda y perfil del turista

Mercado Potencial. Segmento del Mercado: Local, Regional y Nacional, Región Norte comprendida por los estados de: Chihuahua, Sinaloa, Baja California y Durango e Internacional principalmente el sur de los Estados Unidos.

Características generales del mercado potencial. Segmento del mercado: familias, grupos de amigos. Viajes de fin de semana. Pernocta de dos noches como media, en épocas de alta demanda (semana santa y verano), grupos de entre 5-8 integrantes, viajan en automóvil propio, gastos promedio diarios: \$1,500- \$2,500 pesos.

Perfil del turista que visita Bahía de Kino. La información correspondiente a la *tabla 1*, brinda datos útiles y detallados acerca de las principales características y preferencias de los turistas de uno de los destinos de sol y playa más importantes del estado de Sonora: Bahía de Kino, el cual, de acuerdo a los datos proporcionados, indican que en preferencia de playas, este destino se encuentra en segundo lugar, por debajo de San Carlos, Guaymas, lo cual se considera que es un reto y una oportunidad para el destino de Bahía de Kino, de crear productos turísticos que le den competitividad a nivel local, logrando convertirlo en el destino de sol y playa más visitado del estado.

Por lo cual, contar con datos es una ventaja para diseñar e implementar estos productos que se adecuen a las características y preferencias de los turistas.

De acuerdo con datos obtenidos de la investigación acerca de “El perfil del turista como enclave para planificar el desarrollo del destino turístico” (Robles, 2017.p18), se elaboró la siguiente tabla:

Tabla 1: El perfil del turista como enclave para planificar el desarrollo del destino turístico.

1. Disposición de volver al destino.	El 90% de los visitantes está dispuesto a regresar a Bahía de Kino.
2. Ingresos Mensuales de los turistas.	El 23% se encuentra que tiene un rango de ingreso entre los 7001–9000 pesos mensuales y el 22% se encuentra entre los 15001 y más, por lo tanto, se considera que los visitantes cuentan con poder adquisitivo para adquirir servicios turísticos.
3. Rango de edades de los turistas.	El 33% se encuentra en un rango de edad de entre los 36–45 años, el 27% 46-55 años y el 20% entre los 26-35 años, por ello, el rango de edad de oportunidad es de adultos principalmente.
4. Preferencias de los turistas.	En las preferencias de los visitantes para seleccionar las playas que visitará, el 44% prefiere San Carlos, el 31% por Bahía de Kino y el 16% por Puerto Peñasco, esto debido a que las dos primeras playas son las mayormente visitadas por locales.
5. Motivos de viaje de los turistas.	Los motivos del viaje que reportaron los visitantes tener para visitar Bahía de Kino son: 41% comida gastronómica, 17% descansar del calor, 14% tranquilidad, y 11% la naturaleza.
6. Condiciones de viaje de los turistas.	El 53% viaja acompañado de la familia, el 27% con los amigos y el 12% con la pareja, por lo tanto, se considera que Bahía de Kino es un destino familiar.
7. Días de pernocta de los turistas.	El 53% solo pernocta un día, el 34% pernocta 2-3 días y el 7% una semana.
8. Gasto promedio realizado por los turistas.	El 34% se encuentra en el rango de los 1001-1500 pesos, el 30% entre el rango de 1501-2000 pesos diarios y el 23% se encuentra entre el rango de los 500- 1000 pesos.
9. Épocas del año de preferencia de los turistas.	Las épocas que durante el año tienen como preferencia desplazarse los turistas hacia Bahía de Kino se encontró que el 45% prefieren un fin de semana, 30% prefiere Semana Santa y el 15% prefiere el periodo de vacaciones de verano.

Fuente: El perfil del turista como enclave para planificar el desarrollo del destino turístico (Robles, 2017). Citada en Robles Fuentes A. (2020).

Características del lugar, diagnóstico e inventario

Las nuevas tendencias en los diseños de los productos turísticos imponen la importancia de mantener un equilibrio entre la demanda y los criterios de sostenibilidad de la actividad turística (Robles Baldenegro, 2020), donde se expone a la vez el equilibrio de la planeación de actividades con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), a los cuales el sector turístico es necesario se apegue en todas sus etapas y niveles. De esta forma, antes de iniciar cualquier empresa turística es necesario la realización de la caracterización del sitio o de las localidades o regiones donde pretende desarrollarse alguna actividad turística.

Se presenta un acercamiento mínimo de las características físicas y geográficas del lugar que atiende la presente propuesta, Bahía de Kino. Es necesario aclarar que en ningún momento se pretende realizar un análisis y caracterización de la región, por lo que se está consciente

de que la información dista mucho de estar completa, pero si proporciona una idea de las condiciones y características de Bahía de Kino.

Características físicas y geográficas de Bahía de Kino, Sonora.

Localización del sitio

Bahía de Kino es un poblado costero ubicado en el centro del estado de Sonora frente al Golfo de California, con una población de 6,201 habitantes. Sus principales actividades económicas son la pesca y el turismo. La población nació como asentamiento de pescadores a finales de la década de 1920. En 1997, Bahía de Kino adquirió el rango de comisaría del municipio de Hermosillo. La pesca, actividad que dio origen al poblado fue paulatinamente en decadencia por el agotamiento de especies y el encarecimiento de insumos; en su lugar, el turismo de sol y playa se convirtió en la actividad económica principal (Enríquez Acosta, 2019, p.48).

Clima

La temporada calurosa dura de 3 a 7 meses, del 10 de junio al 1 de octubre, y la temperatura máxima promedio diaria es más de 34 °C. El día más caluroso del año es el 22 de julio, con una temperatura máxima promedio de 37 °C y una temperatura mínima promedio de 28 °C. La temporada fresca dura 3.3 meses, del 26 de noviembre al 4 de marzo, y la temperatura máxima promedio diaria es menos de 25 °C. El día más frío del año es el 6 de enero, con una temperatura mínima promedio de 10 °C y máxima promedio de 23 °C (Weather spark, s/f).

Flora

La región de Bahía de Kino presenta una vegetación dominada por especies del Desierto Sonorense como chamizo (*Atriplex canescens*), Choya (*Cylindropuntia fulgida*), gobernadora (*Larrea tridentata*), mezquite (*Prosopis glandulosa*), ocotillo (*Fouquieria splendens*), palo fierro (*Olneya tesota*), palo verde (*Parkinsonia microphylla*), pitahaya (*Stenocereus thurberi*), sahuaro (*Carnegiea gigantea*), torote blanco (*Bursera microphylla*) y uña de gato (*Acacia greggii*) (Red de Herbarios del Noroeste de México, 2018).

Tabla 2: Inventario preliminar de patrimonio turístico y su categoría

NATURALES	CATEGORIA	CULTURALES	CATEGORIA
1.- Mar de Cortés	Existente – Secundario (complementaria)	1.- Museo Comca`ac	Potencial -Terciario
2.-Playas	Existente – Secundario(complementaria)	2.- Parque Temático “Kino Mágico” incluyente	Existente – Secundario (complementaria)
3.-Bosque de Sahuaros	Existente – Primario	3.-Etnia Comca`ac (Seri)*	Existente – Focal-Endémico - Primario
4.-Bosque de Cardones	Existente – Primario	4.-Gastronomía a base de mariscos	Existente – Secundario (complementaria)
5.-Isla del Tiburón	Existente – Primario (complementaria)	5.-Festividad “Año Nuevo Seri, junio)	Existente – Focal – temporal (primario/secundario)
6.-Conjunto de Islas	Existente – Secundario (complementaria)	6.- Figuras de Palo Fierro	Existente – secundarias (complementaria)
7.- Dunas de San Nicolas	Existente – Secundario (complementaria)	7.- Joyería artesanal de escamas	Existente – secundaria (complementaria)
8.-Vida marina	Existente – Secundario (complementaria)		
9 Mirador Natural “Cerro Prieto”	Existente – Secundario (complementaria)		
10. Estero Santa Cruz (Sitio Ramsar)	Existente – Secundario (complementaria)		

Fuente: Elaboración propia. 2022

Tabla 3: Inventario preliminar de patrimonio turístico y su categoría

NATURALES	CATEGORIA	CULTURALES	CATEGORIA
1.- Mar de Cortés	Existente – Secundario (complementaria)	1.- Museo Comca`ac	Potencial -Terciario
2.-Playas	Existente – Secundario(complementaria)	2.- Parque Temático “Kino Mágico” incluyente	Existente – Secundario (complementaria)
3.-Bosque de Sahuaros	Existente – Primario	3.-Etnia Comca`ac (Seri)*	Existente – Focal-Endémico - Primario
4.-Bosque de Cardones	Existente – Primario	4.-Gastronomía a base de mariscos	Existente – Secundario (complementaria)

5.-Isla del Tiburón	Existente – Primario (complementaria)	5.-Festividad “Año Nuevo Seri, junio)	Existente – Focal – temporal (primario/secundario)
6.-Conjunto de Islas	Existente – Secundario (complementaria)	6.- Figuras de Palo Fierro	Existente – secundarias (complementaria)
7.- Dunas de San Nicolas	Existente – Secundario (complementaria)	7.- Joyería artesanal de escamas	Existente – secundaria (complementaria)
8.-Vida marina	Existente – Secundario (complementaria)		
9 Mirador Natural “Cerro Prieto”	Existente – Secundario (complementaria)		
10. Estero Santa Cruz (Sitio Ramsar)	Existente – Secundario (complementaria)		

*Atractivo focal cultural étnico endémico principal que se identifica como el atractor del espectador al producto denominado “Los Gigantes Inmóviles” como producto de animación.

Fuente: Elaboración propia. 2022

Las características principales del atractivo focal étnico endémico principal son:

DESCRIPCIÓN, Etnia viva que representa la cultura de Sonora, México.

Diferenciación competitiva del producto sociocultural propuesto

Motivación principal para adquirir el producto

Encuentros culturales: escuchar las historias, cuentos y leyendas de viva voz de la etnia Comca'ac y cuál es su origen desde el punto de vista místico, además de enriquecer la experiencia con actividades de participación en juegos tradicionales, elaboración de comida tradicional y visita a *Tahejöc* (Isla del Tiburón) sumando de la obtención de conocimientos de las formas de vida y vivencias místicas, medicina tradicional, Costumbres y tradiciones y Cosmogonía.

Actividad turística complementaria

Bahía de Kino es considerado como un destino exclusivamente de fin de semana, donde los turistas van a disfrutar de la playa y de la gastronomía local, en el lugar conocido como Kino Nuevo se consolidó el uso turístico de las playas y el suelo urbano, esto fortaleció la oferta y venta de lotes para la construcción de viviendas para sonorenses, así como también para estadounidenses que deseen disfrutar del clima y de los paisajes que ofrece.

Se encuentra dividido en dos localidades: la turística-residencial conocida como: Kino Nuevo y el poblado de pescadores como Kino Viejo, en este último se encuentran el principal núcleo

poblacional conformado por pescadores, empleados de servicios y migrantes recientes dedicados a labores de construcción y domésticos ocupados en las segundas residencias de Kino Nuevo (Enríquez Acosta, 2018, p.48).

La población de Bahía de Kino percibe al turismo como una actividad económica importante, sin embargo, su participación respecto al turismo es baja, solo el 30% de la población afirmó haber trabajado en actividades del turismo, mientras que un 79.4% manifestó que la actividad es muy importante para incrementar la economía de la ciudad, pero sólo 35.6% percibe que influye mínimamente en la economía de su vivienda. La población en general tiene una aceptación positiva con respecto al turismo (Enríquez Acosta, 2018, p.49).

Aspectos potenciales de desarrollo en la región. Impacto positivo del proyecto sociocultural diseñado propuesto

Desde la atención al turismo social, se buscará un equilibrio entre cubrir los gastos de la realización y mantenimiento del proyecto, con los costos que abría de cubrir el visitante para disfrutar del producto diseñado. De tal manera que siempre deberá de imperar la accesibilidad de los grupos vulnerables, con lo que se busca impactar a la sociedad.

La cultura y su salvaguarda podrá ser visibilizado, rescatada y conservada mediante las estrategias y técnicas de animación donde se represente la historia del origen de la gente de arena, los seris, los Comca`ac, etnia propia de la zona y que muy pocos en la actualidad conocen sus valores culturales y la aportación que han hecho a la nación a través de su historia que se remonta a más de 5000 mil años.

Parte de la ganancia y desde el punto de vista económico que del proyecto surjan deberán de ser para el programa de empresa socialmente responsable, donde el principal foco de atención será disminuir la falta de agua dulce en la comunidad. Pago de pipas que surtan del líquido mínimo dos veces al mes.

Los comca`ac participantes se les cubrirá una cuota (sueldo) con lo que se busca impactar a las familias de los integrantes que participen en el proyecto.

La participación de los visitantes al momento de presenciar la animación del origen de los comca`ac, no solo les aportará conocimiento, sino a la vez, serán conscientes del valor ambiental de los sahuaros y de la importancia de apoyar en su conservación y cuidado, ya que no solo son plantas que se encuentran en peligro (enlistadas en la NOM 08), sino que además son espíritus de ancestros comca`ac, lo que aportará a la conservación del ambiente.

Mercadotecnia. Elementos y características básicas por atender en el producto sociocultural. Propuesta

Nombre del Producto: *Los Gigantes Inmóviles, un Rescate de la Memoria Colectiva de los Cuentos de la Etnia Comca`ac mediante de Estrategias de Animación Socio-Cultural.*

Nombre para la presentación en el mercado de productos turísticos:

Bahía de Kino, Sonora Comcaac

“SéGigante”

segigante@comunidadseri

Tabla 4. Nivel de innovación, atractividad y claridad del producto.

NOMBRE	DESCRIPTIVO	ORIGINAL	ATRACTIVO	CLARO	SIGNIFICATIVO	AGRADABLE	TOTAL
1 “SéGigante”	4	5	5	3	5	5	27/30

Fuente: Elaboración propia 2022

Tabla 5. Producto de animación necesidades y objetivo por satisfacer en el mercado

PRODUCTO DE ANIMACIÓN	CARACTERÍSTICAS	NECESIDAD O PROBLEMA QUE SATISFACE
VIVENCIA MISTICA	Representación de la historia mística del origen de la creación de la etnia Comca`ac utilizando la caracterización y dramatización de la cultura Comca`ac por los mismos integrantes de la etnia, utilizando el mismo ambiente natural – los bosques de sahuaros- la isla del Tiburón, las voces de los ancianos o de las personas propias de la comunidad que puedan participar. Así mismo se pretende enriquecer la experiencia con exhibición y producción de artesanía, gastronomía propia, tradiciones, fiestas, alimentos típicos, danza y cantos	NECESIDAD: Cubrir la demanda de productos turísticos étnicos. Promoción, divulgación y conservación de la cultura Comca`ac (Seri).

Fuente: Elaboración propia 2022

Tabla 6.- Nivel de innovación y puntaje técnico de realización

IDEA / PRODUCTO	NIVEL DE INNOVACIÓN	MERCADO POTENCIAL	CONOCIMIENTO TECNICO	REQUERIMIENTO DE CAPITAL	TOTAL
5	5	4	4	3	22/25

Fuente: Elaboración propia 2022.

Tabla 7.- Organización de requerimientos de acuerdo con el recurso y la utilización de este en la conformación del producto.

Recursos	Atractivos	Servicios por ofertar	Infraestructura por utilizar
Mar de Cortés	Existente – Secundario (complementaria)	Sitio de visita	Medio de traslado
Playas	Existente – Secundario (complementaria)	Sitio de visita	Medio de traslado
Bosque de Sahuaros	Existente – Primario	Interpretación de la animación cuentos, leyendas e historia	Medio de traslado, integrantes de la comunidad comca'ac, servicios básicos
Bosque de Cardones	Existente – Primario	Interpretación de la animación cuentos, leyendas e historia	Medio de traslado, integrantes de la comunidad comca'ac, servicios básicos
Isla del Tiburón	Existente – Primario (complementaria)	Interpretación de la animación cuentos, leyendas e historia	Medio de traslado, integrantes de la comunidad comca'ac, servicios básicos
Conjunto de Islas	Existente – Secundario (complementaria)	Sitio de visita	Medio de traslado
Dunas de San Nicolas	Existente – Secundario (complementaria)	Potencial	
Vida marina	Existente – Secundario (complementaria)	Potencial	Medio de traslado
Mirador Natural “Cerro Prieto”	Existente – Secundario (complementaria)	Sitio de visita	Medio de traslado y guía
Estero Santa Cruz (Sitio Ramsar)	Existente – Secundario (complementaria)	Potencial	Medio de traslado, guía, productos varios, servicios básicos, alimentos varios, etc.
Museo Comcaac	Potencial -Terciario	Potencial	
Parque Temático “Kino	Existente – Secundario (complementaria)	Sitio de visita	

Mágico” incluyente Etnia Coma’ac (Seri)*		Existente – Focal-Endémico - Primario	Paradero dentro de la comunidad, participantes danzantes, personas que elaboren alimento, cantantes y música propia. Bosque de Sahuaros y cardones. Pintura del rostro tradicional.	Habitantes de la comunidad, utensilios, alimentos varios, etc.
Gastronomía a base de mariscos		Existente – Secundario (complementaria)	Cocineras comca’ac, cocina tradicional, productos propios (política de km 0)	Medio de traslado, guía, productos varios, servicios básicos, alimentos varios, etc.
Festividad “Año Nuevo Seri, Junio)		Existente – Focal – temporal (primario/secundario)	Guía, esplanada, danzantes, alimento, otros	Espacio y mobiliario para la exposición y venta de los productos de artesanía locales
Joyería Artesanal		Existente – secundarias (complementaria)	Personas de la comunidad comcaac artesanas con productos de artesanía producido en la comunidad. Exposición y venta	Espacio y mobiliario para la exposición y venta de los productos de artesanía locales

Fuente: Elaboración propia (2022).

Conocimiento técnico: 100%

Requerimiento de capital: \$60,000 (para ilustración) pesos mexicanos

Descripción general del producto de animación

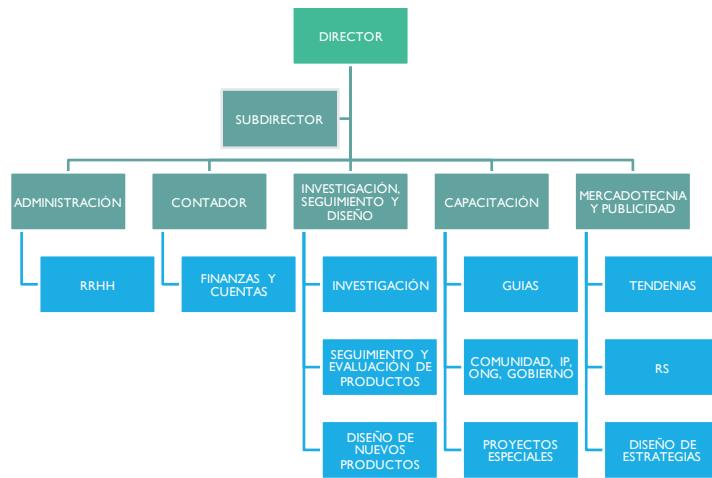
ACTIVIDAD	CONCEPTUALIZACIÓN
Modalidad	Mística
Equipamiento	Productos varios específicamente de traslado y servicios básicos de primera atención.
Estado físico del elemento	Bosque de sahuaros, existente, focal. 5/5 Comunidad Comca`ac. Existente focal. 5/5
Estacionalidad	Octubre - mayo
Requerimientos	Localización de personas de la comunidad que puedan participar (de preferencia mujeres), capacitación, publicidad y promoción, ubicación del sitio de visita para realizar las actividades (bosque de sahuaros)
Descripción	Representación de la historia mística del origen de la creación de la etnia Comca`ac utilizando la caracterización y dramatización de la cultura Comca`ac por los mismos integrantes de la etnia, utilizando el mismo ambiente natural – los bosques de sahuaros- la isla del Tiburón, las voces de los ancianos o de las personas propias de la comunidad que puedan participar. Así mismo se pretende enriquecer la experiencia con exhibición y producción de artesanía, gastronomía propia, tradiciones, fiestas, alimentos típicos, danza y cantos
Tipo de actividad	Participativa – activo de contacto. Bajo riesgo. Cultural
Precio	\$400 mx /persona**

(** tentativos)

Fuente: Elaboración propia (2022).

Propuesta de la organización básica que pudiera considerar la empresa que ejecute el proyecto sociocultural.

Figura 11. Organigrama propuesto de la empresa / IP / ONG



Fuente: Elaboración propia (2022).

Canales de comercialización de los programas y productos de animación

Para lograr una exitosa comercialización del presente producto, debe de realizarse una segmentación de los diversos mercados por atender, jóvenes, adultos, adultos jóvenes, adultos mayores, colectivos, entre otros.

Tras el análisis de estos, preferencias y perfiles se diseñarán los medios apropiados desde el uso de la tecnología hasta las estrategias convencionales de televisión, radio e impresa. Obviamente se utilizará la tecnología al alcance, redes sociales y espacios y comunidades sociales virtuales.

CONCLUSIONES

El sector turístico debe de renovar las formas en las cuales ejecuta las acciones, actividades y uso del tiempo de los turistas que visitan los distintos destinos nacionales. Hoy por hoy, las políticas nacionales que atienden la actividad turística deben de comprender el sector terciario no solo debe de ocuparse en atender y entretener, sino que es el momento de transformarse en una herramienta de educación, conservación, preservación y desarrollo humano – económico tanto para el anfitrión como el viajante.

En el entendido de que las estrategias que buscaran atender las necesidades de un turismo en evolución deben de surgir de investigaciones basadas en metodologías sistemáticas, la propuesta desarrollada en el presente documento surge de esa forma. La investigación cualitativa aplicada que busca salvaguardar la memoria colectiva de cuentos, mitos y leyendas de la etnia comca’ac, logra obtener de primera mano de un habitante de la población, una leyenda que expone y habla del origen de la etnia en la tierra y de la mística del paisaje que los rodea, pero sobre todo del sentido y relación de estos con una de las plantas más majestuosas del desierto de Sonora-Arizona: El Sahuaro.

Al conocer (rescatar) la leyenda de “Los Gigantes inmóviles” es esta, el insumo principal, para ser la materia prima con la que se diseñan, exponen y se ponen a consideración las estrategias y técnicas de animación sociocultural, que resultan en un producto turístico consentido de pertenencia, responsabilidad social y ambiental, pero que al tiempo promueve la búsqueda de actividades económicas que disminuyan los rezagos sociales y de bienestar de la población, sin provocar una aculturación, sino todo lo contrario, se empodera a la comunidad colocándola en un primer plano dentro del producto turístico propuesto, resultante de un trabajo de investigación.

Por último, las estrategias de animación sociocultural en el sector turístico son a la fecha un diamante en bruto que no ha sido valorado de la manera correcta, hoy en día, la gran mayoría de quienes están directamente relacionados con el sector y su recreación, siguen considerando

que se trata de actividades desconectadas en todos los sentidos de la idiosincrasia de los lugares, nada puede estar más errado.

Referencias

- Arellano Astrid. (2021). Cobertura 360. Hoy nos levantamos en lucha para exigir acceso al agua. Nación Comca'ac. Fotografía. Recuperada en : <https://cobertura360.mx/2021/04/10/sonora/hoy-nos-levantaremos-en-lucha-para-exigir-acceso-al-agua-nacion-comcaac/>
- Atlas de los pueblos indígenas de México (APIM, s/f). Disponible en: <http://atlas.inpi.gob.mx/seris-etnografia/>
- El perfil del turista como enclave para planificar el desarrollo del destino turístico (Robles, 2017). Citada en Robles Fuentes A. (2020).
- Enríquez Acosta, J.A. (2019) Turismo sustentable y desarrollo local. Capítulo 4. Impactos positivos y negativos del desarrollo turístico en tres localidades de Sonora. (pags 45-61) Co edición: Pearson – UNISON. México.
- Etnografía del pueblo seri (konkaak / comca'ac) de Sonora. Gobierno de México. Disponible en: <https://www.gob.mx/inpi/articulos/seris-konkaak>
- Hoeffer Leonel (s/f). Consorcio TICCA. Boletín Flash, Los Jóvenes Comca'ac, comprometidos con la conservación de su territorio. Mapa Recuperado en: <https://www.iccaconsortium.org/index.php/es/2020/08/24/los-jovenes-comcaac-comprometidos-con-la-conservacion-de-su-territorio-2/>
- Instituto Nacional de Pueblos Indígenas. (INPI) Etnografía del pueblo seri (konkaak / comca'ac) de Sonora.<https://www.gob.mx/inpi/articulos/seris-konkaak>.
- Instituto Nacional de Pueblos Indígenas (INPI, 2020). Recuperado de <http://atlas.inpi.gob.mx/seris-etnografia/>.
- Isidor Castro José Luis, Cuamea Velázquez O, Castillo Girón V. (2017) Aproximaciones a los fundamentos de la animación turística sociocultural. Universidad de Guadalajara, Ediciones de la noche. Amestur. Pág. 1-92.
- López Torres, Nuria (2019). Seris; Hijos del Sol. Fotografía. Recuperado en: https://www.naiz.eus/eu/hermeroteca/7k/editions/7k_2019-08-25-07-00/hermeroteca_articles/seris-hijos-del-sol
- Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV, 2020). [Página de Facebook]. Facebook. Vive Hermosillo. ¿Sabías que? Recuperado el 25 de septiembre del 2022, de <https://www.facebook.com/ViveHMO/posts/-sus-principales-fiestas-son-las-de-la-pubertad-la-llegada-de-la-caguama-de-los-/2970951579593800/>.
- OCV. Vive Hermosillo. ¿Sabías que? Disponible en: <https://www.facebook.com/ViveHMO/posts/-sus-principales-fiestas-son-las-de-la-pubertad-la-llegada-de-la-caguama-de-los-/2970951579593800/>
- Organización Mundial del Turismo (2019). Definiciones de turismo de la OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo. (01 de noviembre del 2022. El turismo inicia fuerte el 2022 mientras se enfrenta a nuevas incertidumbres. Recuperado en (<https://www.unwto.org/es/news/turismo-inicia-2022-fuerte-pero-se-enfrenta-a-nuevas-incertidumbres>).
- Pérez Ruiz, Maya L. (1995)**, Seris, en *Etnografía contemporánea de los pueblos indígenas de México*, Región Noroeste, México, INI, pp. 367-404.

- Rada.SC. (2018). Una gran tarde ayer por el desierto sonorone Guaymas. Fotografía. Recuperada de: https://twitter.com/Rada_SC/status/1041441630996373504/photo/1.
- Rada.SC. (2018). Una gran tarde ayer por el desierto sonorone Guaymas. Fotografía. Recuperada de: https://twitter.com/Rada_SC/status/1041441630996373504/photo/1.
- Red de Herbarios del Noroeste de México, 2018, cit en Quijada, 2018, p.11).
- Reyes Uribe, Ana Cecilia, Guerra Avalos, Eva Angélica, & Quintero Villa, José Manuel. (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. *El periplo sustentable*, (32), 00009. Recuperado en 24 de febrero de 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000100009&lng=es&tlang=es
- Robles Baldenegro M.E. (2020) El Patrimonio turístico.: Herramientas prácticas para su evaluación en campo. Editorial Orfilia. México.
- Robles Fuentes A. (2020). “Diseño y planeación de actividades turísticas en el estero Santa Cruz Bahía de Kino, Sonora. Tesis de Licenciatura. Universidad de Sonora.
- Romero Badilla, J.A. (2022). Análisis de los impactos comerciales internacionales del TCAN a T-MEC en el mercado turístico internacional. Tesis de Posgrado en Integración Económica. Biblioteca Central.Universidad de Sonora.
- Sánchez-Gámez, Jimena (s/f) Año nuevo Seri, una ceremonia que te conecta con el universo. México Desconocido. Fotografía. Recuperado en: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/ano-nuevo-seri-una-ceremonia-que-te-conecta-con-el-universo.html>
- Sánchez-Gámez, Jimena (s/f) Viaje al Mundo de los Seris en Sonora. México Desconocido. Fotografía. Recuperado en: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/viaje-al-mundo-de-los-seris-en-sonora.html>.
- Sonora Star. (2021) Naturaleza Sonora para el Mundo. Sahuaro el majestuoso cactus del desierto de Sonora. Fotografía. Recuperado en: <https://sonorastar.com/2021/02/16/sahuaro-el-majestuoso-cactus-del-desierto-de-sonora/>
- Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) Repositorio Universitario Digital. Instituto de Investigaciones Sociales. https://ru.iis.sociales.unam.mx/bitstream/IIS/4502/4/Seris_Informacion%20etnografica.pdf.
- Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) Repositorio Universitario Digital. Instituto de Investigaciones Sociales.https://ru.iis.sociales.unam.mx/bitstream/IIS/4502/4/Seris_Informacion%20etnografica.pdf.
- Weather spark. (s/f) Chispas del tiempo. El clima durante todo el año en cualquier parte de la tierra. Gráficos Recuperados en: Weather spark.
- Wikipedia. (s/f). Bandera de la Nación Comca'ac. Imagen. Recuperado en: https://en.wikipedia.org/wiki/File:Bandera_de_la_Nacion_Comca'ac.svg

Capítulo 5

Implementación de la Animación Sociocultural como Reencuentro de Tradición Cultural entre Leyendas y Edificios Parlantes en Zacatecas

Graciela Rodríguez Castañón⁵

Resumen

En Zacatecas, se ha sabido preservar la herencia cultural, transmitir las tradiciones y proteger el patrimonio, por lo que el objetivo de este trabajo es proponer actividades de animación turística y sociocultural en un producto turístico a desarrollar, que permita diversificar la oferta turística local o regional. El hilo conductor de la presente investigación será conocer si el valor histórico del patrimonio tangible e intangible incentive nuevas capacidades del profesional del turismo, sin que por ello se pierda de vista el objetivo de convertirlo en un elemento para el disfrute.

En esta ciudad colonial, heredera de una tradición virreinal, existe la imperiosa necesidad de conjuntar y desarrollar la figura profesional del turismólogo, el historiador y el animador sociocultural para desplegar un proyecto de intervención, a través del cual, y de manera transversal se trabajen temas fundamentales para la comunidad y el visitante, por lo que, de acuerdo con Gorbea (2006), la metodología que implementaremos a través del presente trabajo será con un enfoque de tipo aplicada. Se desarrolla, siguiendo el paradigma cuantitativo, que conlleva a un estudio sistemático, basándose en hechos reales, buscando las causas de un fenómeno para luego medirlo, explicarlo, y/o compararlo. Se apoya en técnicas estadísticas para construir conocimientos, lo más objetivos posibles, lo cual permite generalizar resultados.

De acuerdo con Prieto (2014), la metodología será también con un enfoque cualitativo, bajo interpretación inductiva basada en la revisión bibliográfica y la interpretación de significados, partiendo de la premisa de que la aplicación transversal de los elementos culturales en una ciudad preponderantemente patrimonial y cultural puede mejorar la experiencia turística, tenemos entonces que la metodología será de tipo mixto.

Palabras clave: Ciudad patrimonio, Animación sociocultural, Producto turístico.

⁵ Unidad Académica de Historia. Licenciatura en Turismo. Universidad Autónoma de Zacatecas
graceroca.2014@uaz.edu.mx

Introducción

Dentro de la investigación turística, desde hace varios años, los estudiosos se han enfocado a las investigaciones sobre el patrimonio, lo que significa que además de ser un objeto de estudio preponderante y multidisciplinar 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.

De acuerdo con Walker (2010) desde el punto de vista de investigadores como arqueólogos, antropólogos, sociólogos o economistas, el papel del historiador al aproximarse al ámbito turístico, permite “dialogar” con la memoria edificada con base en el contexto en que ésta se construyó, y de reconstruir la creación y continuidad del patrimonio hasta épocas actuales, siendo el papel más destacado el del historiador, al trabajar junto con la comunidad receptora del turismo cultural para transformar los espacios en lugares creativos, con los que se identifique el grupo social y convertirlo en un elemento de disfrute del visitante y de la propia comunidad.

Cobra sentido el hecho de que en Zacatecas se ha dado un afortunado sincretismo cultural que le ha provisto de identidad propia y única, y que, a su vez, le da sentido de pertenencia; es memoria colectiva, historia, sustento para crear, innovar y construir su visión de futuro; lo que cada sociedad tiene, construye y considera propio. Este peculiar patrimonio, está presente en dos ámbitos, el material como las edificaciones, construcciones y objetos, siendo los edificios emblemáticos de la ciudad, los de nuestro interés como parte de nuestro entorno y el patrimonio inmaterial como lenguas, procesos, técnicas que depara en la tradición oral mediante las leyendas, y que proyecta nuestra forma de vida.

Existe entonces la necesidad de creación, implementación y desarrollo de un producto turístico, en el que el historiador no sólo se encargue de investigar o difundir el patrimonio, sino que participe en el proceso completo inherente a la gestión del patrimonio: investigar, conservar y difundir los bienes culturales que se poseen, y que son destacables en las ciudades patrimonio, así como participar del diseño y creación de dicho producto que interactúe con el visitante en torno a una visita guiada en la que se asomen leyendas y personajes históricos de edificios emblemáticos, donde se ofrezca la degustación de platillos típicos.

La problemática planteada será entonces que, en los recorridos guiados por el centro de la ciudad, los visitantes no logran experimentar una situación memorable debido a que no se sienten partícipes del recorrido, y esto se debe a que la visita guiada es un monólogo por parte del guía, los grupos a veces son extensos y ello complica obtener la total atención del visitante, por lo cual no trasciende la información brindada.

Objetivo general

Proponer actividades de animación turística y sociocultural en un producto turístico a desarrollar, como reencuentro de tradición entre leyendas y edificios parlantes en Zacatecas que incluya el aprendizaje histórico en un recorrido por calles y edificios emblemáticos, así como el disfrute de la gastronomía típica zacatecana.

Objetivos específicos

- a) Identificar las actividades que se realizan en el recorrido actual por el centro histórico.
- b) Definir las actividades a realizar para llevar a cabo la animación turística.
- c) Clasificar edificios parlantes a considerar y su historia.
- d) Rescatar relatos y leyendas para su difusión.

Justificación

La presente investigación se enfoca en proponer actividades de animación turística para que puedan ser implementadas en el recorrido actual que se brinda en el centro histórico de la ciudad de Zacatecas. Lo que motivó a realizar esta investigación es la precariedad en la veracidad de la información histórica que se brinda, el recorrido se vuelve monótono al no entender lo que va informando el guía y la carencia de la participación del visitante, y que por lo tanto no se logra una experiencia memorable y vivencial. Se propone realizar actividades de animación turística a través de las cuales el visitante puede tener una participación activa durante el guiado turístico. Las actividades propuestas se realizaron en base a información que el encuestado otorgó a través de la resolución de cuestionarios, implementarlas beneficiarán directamente al visitante y al prestador del servicio. Realizar actividades nuevas en el recorrido contribuirá a mejorar el cumplimiento de requerimientos de la demanda.

En este sentido la tarea en el presente trabajo será diseñar un producto turístico, en el que se desarrolle, en materia de animación sociocultural la interacción de elementos como la historia de edificios emblemáticos y leyendas novohispanas que brinde entretenimiento, aprendizaje, participación y el disfrute de la degustación de una cena típica zacatecana para el deleite de visitantes y de la propia comunidad.

Marco Teórico

Aún y cuando los recursos en antecedentes y fundamentación para este trabajo son múltiples e interdisciplinarios, sólo se ha recurrido a algunos que conectan con los elementos de la investigación de manera precisa, y guardan una relación directa con el tema de investigación.

Para este efecto clasificamos los trabajos en tres vertientes: en primera instancia los trabajos más generales sobre Historia, específicamente Historia Novohispana, en una segunda instancia los trabajos sobre Historia Colonial en Zacatecas y en tercer lugar los trabajos que versan sobre Animación Turística y Sociocultural.

Escudriñamos *El mundo novohispano. Población, ciudades y economía, siglos XVII y XVIII* (Manuel, Miño 2001) para entender el proceso de crecimiento de la sociedad colonial, enfocándonos en la población y su transformación social a partir de los núcleos urbanos y sus ciudades; de esta manera tratar de entender el origen de la sociedad mexicana, en su conformación local y regional. Así como la construcción de sus edificaciones, y relatos de tradición oral que se definieron aún más con *Zacatecas. Conquista y transformación de la frontera en el siglo XVI. Minas de plata, guerra, y evangelización* (Sempat, 2008) que contextualiza, a quienes nos adentramos en su lectura, sobre la zona minera de Zacatecas y su evolución demográfica durante la colonia, así como la formación y consolidación del nuevo orden colonial.

Otro de los sustentos historiográficos, es el de las *Formas de hacer Historia* de Peter Burke (ed., 1999) en el que precisamente se plantean nuevas formas de historiar, con enfoques diferentes como historia desde abajo, historia de las mujeres, historia del cuerpo, pero la historia que ha llamado nuestra atención es la historia oral de (Gwyn Prins), en el que se realiza la disertación sobre la postura de que los historiadores de las sociedades industriales modernas, y con alto índice de alfabetización (es decir, la mayoría de los historiadores profesionales) suelen mostrarse en general, bastante escépticos sobre el valor de las fuentes orales en la reconstrucción del pasado, piensan que las historias del pueblo no podrán nunca originar grandes hipótesis históricas sobre acontecimientos importantes.

Por tanto, en la batalla sobre las fuentes orales en la historia contemporánea, los más distinguidos exponentes de la historia oral, reconocen el argumento de Marwick, al señalar que cuando no existe la escritura, o prácticamente no se halla presente, la tradición oral lleva el peso de la reconstrucción histórica. Pero no lo hará de la misma forma que las fuentes escritas, ya que hay que comprender plenamente las limitaciones que tiene la tradición oral para evitar la decepción que se puede producir cuando, después de un gran período de tiempo dedicado a la investigación, se obtiene únicamente una reconstrucción que aún no es muy detallada. Por lo que esta obra será de gran aporte en la reconstrucción a partir de las fuentes orales, al tratar de obtener un equilibrio en la recopilación de las leyendas y posterior representación (lo más acercada al hecho histórico), ejemplo claro de tradición oral en la que se tomarán en cuenta las fuentes escritas para contrastar con los relatos de tipo oral.

Otro ensayo que abona en la construcción del presente trabajo es el de (Martín, Escobedo 2003) *Textos y lecturas en Zacatecas: una historia de restricciones transgredidas y de libertades restringidas* en la obra *Estudios de Historia Novohispana* del mismo año, en el

que el autor se introduce en el mundo de sentidos y prácticas culturales, los textos analizados suponen usos y representaciones de individuos y colectividades que dan sentido a una época; la sutileza con que conecta textos y sujetos es infinita en posibilidades de adentrarse a la vida cotidiana del mundo novohispano así como muestra los hilos conductores que se experimentaron entre textos y lectores en la ciudad de Zacatecas durante el siglo XVIII.

Para Togán (2015), *La animación turística como estrategia de socialización del patrimonio cultural del centro histórico de Quito*. El objetivo de la investigación 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. Se utilizó una metodología con investigación exploratoria y de campo. El estudio concluye que es importante contar con un manual de animación turística dirigida a los guías para que estos lo apliquen en sus recorridos.

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 medio, 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 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 del socio pedagogía, 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.

Metodología y técnicas

El presente proyecto, realiza un conjunto de técnicas y acciones sobre la investigación histórica de edificios emblemáticos que se han seleccionado como edificios parlantes, estos edificios parlan o hablan, dan a conocer su historia. Por otro lado, también se lleva a cabo la recopilación y catalogación de leyendas procedentes de municipios y comunidades que alumnos consultan, registran y representan con fines recreativos, comunicativos y de interacción sociocultural, a fin de lograr un ambiente adecuado y satisfactorio para los clientes en su tiempo libre.

Así damos un valor agregado a los vacacionistas, mediante el contacto real con nuestra cultura, descubriendo, experimentando y participando de la historia del lugar que se visita, haciendo su estancia más enriquecedora.

Para hacer posible la racionalización de la preparación de nuestro proyecto *Implementación de la Animación Sociocultural como Reencuentro de Tradición Cultural entre Leyendas y Edificios Parlantes en Zacatecas*, se recurre al análisis de algunas de las técnicas que se adaptan a la realización del proyecto sobre la ciudad patrimonio de Zacatecas y que versa sobre el plan de urbanismo (José Luis Isidor, 2021) que los autores definen magistralmente y de las que se despliegan principalmente, *el análisis de los recursos disponibles y la elaboración del plan de animación*.

El análisis de los recursos disponibles.

Con el fin de obtener el mejor provecho posible del conjunto de elementos para el ocio, se deberá tomar en cuenta los medios disponibles para tal efecto, por lo que se realiza un inventario de los elementos que tengan impacto sobre el desarrollo de la instalación, así como sus actividades de animación. De acuerdo con lo anterior se hace una clasificación sobre algunos de los elementos disponibles en el centro histórico de la ciudad de Zacatecas:

Las atracciones naturales de la instalación.

- a) El relieve y los sitios: lugares de interés.

El centro histórico de la ciudad de Zacatecas, Patrimonio Cultural de la Humanidad

	
<p>Catedral de Zacatecas Foto: Comisión Mexicana de Filmaciones / Pphdez76. Centro histórico de Zacatecas. Disponible en: https://viajealpatrimonio.com/listing/centro-historico-de-zacatecas/</p>	<p>Plaza de Armas de Zacatecas con el palacio del gobierno Foto: Comisión Mexicana de Filmaciones / Pphdez76. Centro histórico de Zacatecas. Disponible en: https://viajealpatrimonio.com/listing/centro-historico-de-zacatecas/</p>

- a) El clima: temporadas, temperatura, vientos dominantes.

Clima perfecto para el desarrollo de escenificación de leyendas y narraciones mientras degustan una bebida elaborada a base de mezcal de la región.

 https://zacatecasmeetings.com/contenidos/las-leyendas-del-diablo/	 https://www.mexicoescultura.com/actividad/201479/noche-de-leyendas-con-el-diablo-de-zacatecas.html
<p>Las leyendas de Zacatecas narradas desde el peculiar punto de vista de “el Diablito” y su compañía teatral “Histriónica”.</p>	

Las atracciones de carácter cultural.

- a) Elementos históricos: monumentos, obras de arte, arquitectura, exposiciones, espectáculos y manifestaciones diversas de carácter artístico.

Los edificios emblemáticos, donde se pueden hacer breves paradas para que saliendo de su interior personajes de acuerdo con el recorrido escogido sean de época revolucionaria (toma de Zacatecas) o época colonial (descubrimiento, fundación y desarrollo de la población zacatecana)



Foto: archivo propio.

Los edificios emblemáticos, donde se pueden hacer breves paradas para que pueda observar saliendo de su interior a personajes acordes al recorrido escogido, sean de época revolucionaria (toma de Zacatecas) o época colonial (descubrimiento, fundación y desarrollo de la población zacatecana).

Fotos: archivo propio.

Los recursos técnicos

a. Instalaciones que visitar.



Hotel de Zacatecas. Foto: Elle España



Palacio del Gobierno de Zacatecas. Foto: Travel By Mexico.

<https://elsouvenir.com/zacatecas-arquitectura-conventos-iglesias/>

Edificios emblemáticos y casonas de época colonial con terminados en cantera rosa.

4. Las instalaciones para el ocio ya existentes o que puedan crearse sobre los planos regional o local:

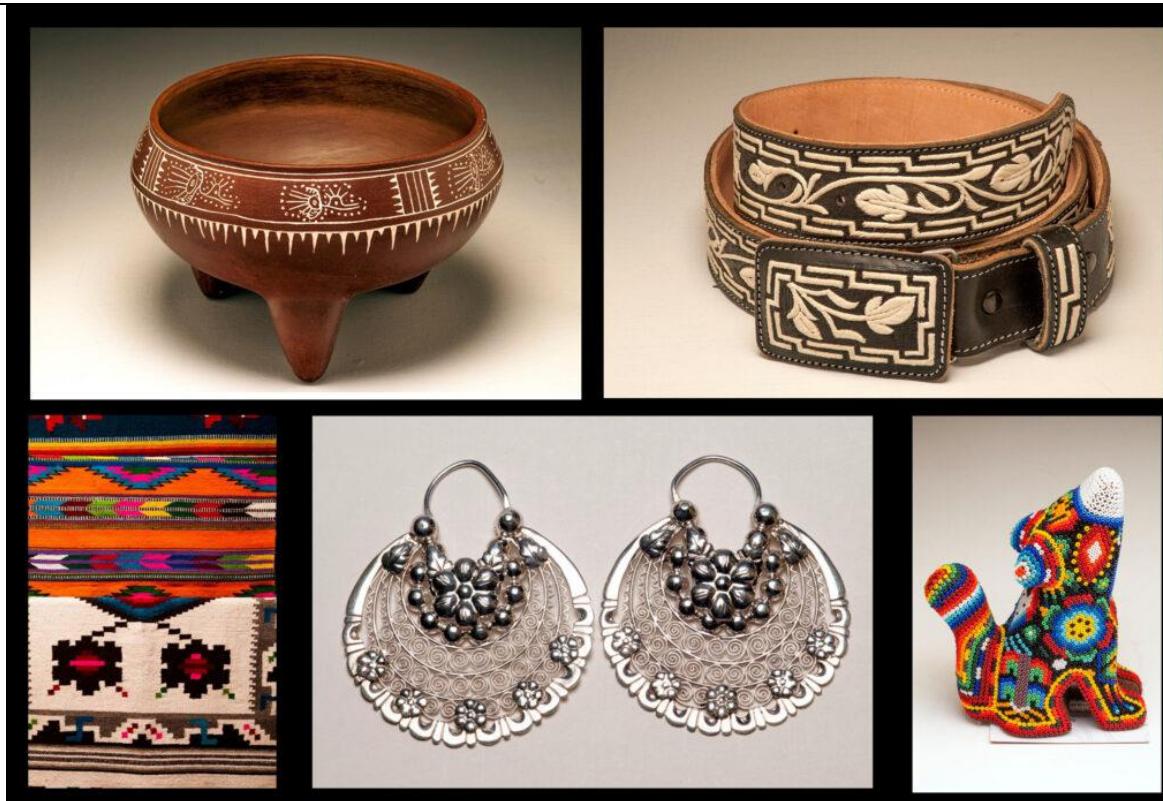
a. Instalaciones de compra: recuerdos, artesanías, artículos de gran reputación, especialidades locales, etcétera.



<https://www.mexicoescultura.com/actividad/214194/conoce-el-mercado-gonzalez-ortega.html>

Mercado González Ortega

Productos de cerámica, textiles y plata.



Trabajos en cerámica, textiles y plata.

<https://boydeviaje.com/destinos/mexico/zacatecas-artesanal/>



<https://gourmetdemexico.com.mx/viajes/zacatecas-rostro-de-cantera-rosa/>

		 <p>Foto: archivo propio.</p>
Productos de cantera		

5. Los equipos y servicios diversos:

a. Servicios de alimentación.

Servicio de catering para la cena con representación de leyendas.

b. Medios de transporte: medios de acceso, transportes públicos locales, alquiler de vehículos, botes, etcétera.

Equipo de transporte para recorrido por el centro histórico de la ciudad.

6. La población local y la mano de obra disponible:

a. Facilidades de formación o de revalidación de conocimientos. Proyecto para la realización de prácticas y servicio social de los alumnos de Turismo de la UAZ.

7. Los recursos financieros: Tres puntos importantes para la operación y desarrollo del proyecto.

- a. Los recursos de financiación de las operaciones.
- b. Los medios y condiciones de financiación.
- c. Las medidas fiscales aplicadas a los proyectos previstos.

La elaboración del plan de animación

Los autores, Isidor, Cuamea y Castillo (2021), señalan que es necesario tener en cuenta ciertos principios rectores, aplicables para el proyecto de utilización de cada zona, interesa procurar que ciertas actividades estén representadas de manera adecuada. Los expertos recomiendan realizar la ordenación del espacio actividad por actividad, considerando un orden de prioridad entre ellas, y para ese efecto consultar La animación Turística y Sociocultural. Fundamentos y experiencias que agregan valor a las empresas y destinos turísticos.

Una vez que se ha tomado en cuenta lo anterior, se detalla la matriz de operación de variables, el diseño usado para la investigación, se presenta la población y muestra, las técnicas de recolección de datos y el procesamiento de la información (tabla 1).

Tabla 1. Aspectos técnicos metodológicos

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Actividades de animación turística	“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”.	Participación de actividades lúdicas y culturales	Narraciones, escenificaciones y canto de corridos zacatecanos.	Cuestionario y técnicas de observación.

Fuente: Elaboración propia.

Metodología

La investigación es de tipo Mixta, como ya se mencionó, por un lado, es investigación aplicada, se desarrolla, siguiendo el paradigma cuantitativo, que conlleva a un estudio sistemático, basándose en hechos reales, buscando las causas de un fenómeno para luego

medirlos, explicarlos, y/o compararlos. Busca la generación del conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo.

Técnicas

Se apoya en técnicas estadísticas para construir conocimientos los más objetivos posibles, lo cual permite generalizar resultados. Gorbea (2006), menciona que el paradigma cuantitativo, originado en el pensamiento científico de la modernidad y fortalecido por el positivismo lógico, busca los hechos o causas sociales para la explicación de la verdad, prestando escasa atención a los estados subjetivos, valiéndose de la medición penetrante, controlada y objetiva. Y por otro lado es investigación cualitativa que de acuerdo con Prieto (2014), la metodología será, bajo interpretación inductiva, basada en la revisión bibliográfica y la interpretación de significados, partiendo de la premisa de que la aplicación transversal de los elementos culturales en una ciudad preponderantemente patrimonial y cultural puede mejorar la experiencia turística.

El alcance es descriptivo pues estudia un fenómeno en su estado actual, describiendo una problemática para luego de recaudar información llegar a una conclusión.

El diseño es no experimental transversal descriptivo, buscando a través de este diseño, estudiar la realidad sin manipularla y a partir de ello proponer una serie de actividades de animación turística.

Técnicas de recolección de datos Para obtener la información se aplicó un cuestionario conformado por 5 preguntas relacionadas directamente a las variables de estudio: actividades de animación turística.

El instrumento se aplicó a 64 personas que han visitado o conocen el centro histórico de Zacatecas. También se recolectó información a través de la técnica de observación, donde se pudieron apreciar las carencias en el recorrido que se ofrece, para poder realizar una propuesta de actividades de animación turística, nos hubiera gustado poder contrastar con los requerimientos del visitante, por falta de tiempo no fue posible. La técnica de observación es un registro visual de lo que ocurre en una situación real, esta técnica también se usó para aproximar el número de la población.

Presentación y análisis de resultados



Aunque el 75% de los encuestados opinó conocer los productos turísticos, se pudo constatar que pocos han requerido el servicio ya que, por comentarios de habitantes y visitantes, específicamente, el recorrido del *turibus* les parece aburrido y mencionan no escuchar lo que dice el guía, lo que lo hace monótono y señalan que les gustaría que el recorrido fuera más interactivo.

2. Si visitaras Zacatecas (o si ya vives ahí) ¿ qué actividades te gustaría se implementen en el centro histórico?

57 respuestas

- Presentaciones de bailes típicos de Zacatecas
- Recorridos más dinámicos y con interacción
- Más actividad para que los turistas se diviertan y no solo se aburran
- Más recorridos
- Museos más modernos
- Mas animación turistica
- Recorrido a pie, siempre y cuando el cliente pueda moverse por su propio pie.
- Centros de pruebas Gastronómicas
- Mejores centros de guías e información en cuestión cultural e historia

Las respuestas a esta pregunta apoyan lo que ya se mencionó sobre la necesaria implementación de la animación turística y sociocultural, al comentar que les gustaría recorridos más dinámicos y con interacción, centros de pruebas gastronómicas, animación turística, escuchar la historia de calles y edificaciones, entre otros de la misma relevancia para la investigación.

2. Si visitaras Zacatecas (o si ya vives ahí) ¿ qué actividades te gustaría se implementen en el centro histórico?

57 respuestas

Contar la historia de calles y edificaciones

Más cultura

Danzón para adultos mayores, cuenta cuentos para niños, teatro.

Domingos matutino teatro en pláquelas para niños Y /o. Títeres

Recorridos por los museos

Recorrido gastronómico

Dar a conocer más las callejoneadas y tener más control de personal en la limpieza

Albercas

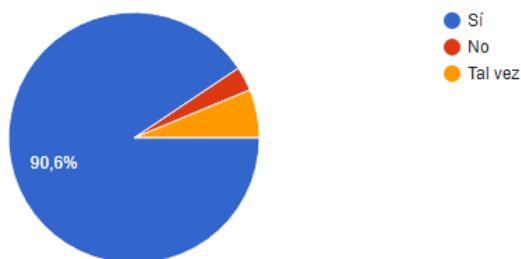
De baile tradicional



Con una respuesta afirmativa del 93.8% de los encuestados se puede concluir que, es necesaria la animación turística y sociocultural en esta ciudad patrimonio, para que sus calles y callejones se llenen de personajes que entren en una dinámica psicopedagógica de propios y extraños.

5. Te gustaría que en los recorridos se usaran minituribuses para una atención más personalizada y se ofrecieran bebidas a base de mezcal para contrarrestar el frío zacatecano?

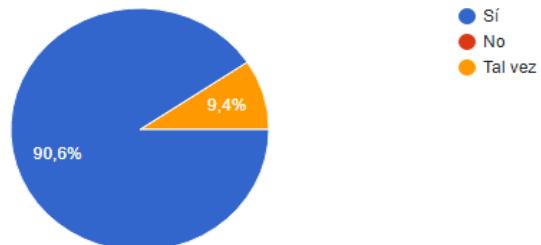
64 respuestas



En un 90.6% las respuestas siguen apoyando la atención más personalizada.

6. Pagarías por una cena entre personajes de leyendas y con gastronomía típica zacatecana?

64 respuestas



El 90.6% respondió afirmativamente sobre el consumo de una cena entre personajes de leyendas y gastronomía típica. Se puede observar que es necesaria la interacción para el aprendizaje y disfrute del tiempo de vacaciones.

Conclusiones y recomendaciones.

En el presente trabajo de investigación se ha logrado el objetivo principal que es proponer actividades de animación turística para conseguir que el visitante tenga una participación activa durante el recorrido por el centro histórico de Zacatecas y por sus paseos entre plazas, jardines y casonas. El planteamiento de la animación turística y sociocultural en un producto turístico a desarrollar, como reencuentro de tradición entre leyendas y edificios parlantes en

Zacatecas que incluya el aprendizaje histórico, en un recorrido por calles y edificios emblemáticos, así como el disfrute de la gastronomía típica zacatecana.

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 el estado zacatecano es impulsor del turismo cultural y patrimonial en la entidad, sin embargo, no hay que olvidar que es un área en la que se deben trabajar en conjunto académicos, empresarios y gobierno, para el crecimiento del sector.

A lo largo del desarrollo del trabajo de investigación se pudieron identificar los requerimientos del visitante, lo cual es de gran ayuda en el momento de crear las propuestas de actividades de animación turística basándose en lo que el visitante busca actualmente: Información con lenguaje fácil de entender (propuesta de narraciones), guiado interactivo y visitante participativo (propuesta de mejorar la interacción con el visitante).

El visitante busca un guiado turístico dinámico donde se le haga partícipe, se le involucre, sin llegar a ser cansado; el visitante prefiere un recorrido participativo y en grupos no tan grandes para poder apreciar la vista y, sobre todo, escuchar con atención la información, y en caso de tener dudas el guía pueda resolver sus inquietudes sin prisa y sin acortar el recorrido.

La propuesta de incorporar actividades de animación turística en el recorrido por el centro histórico 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, se sabe que no hay mejor promoción que la que se hace de boca en boca, como un *tour* innovador donde cada visitante es parte del recorrido y puede aprender a través de su visita.

Se recomienda que el personal que desarrolle dicho producto turístico tenga en cuenta la segmentación de grupos de visitas, para desarrollar el guiado turístico de una mejor manera. Se pueden realizar paquetes escolares o para niños en general con recorridos turísticos diurnos y personalizados donde se aplique la propuesta de narraciones.

Es importante considerar que la preparación del guía turístico se debe realizar también en el ámbito de la animación turística y no sólo de conocimientos históricos, ya que debe presentar un guiado dinámico, para ello es importante considerar la aplicación de actividades de animación turística que ayudarán al guía a dar un mejor servicio en cuanto a la participación del vacacionista.

También se recomienda se cuide mucho la gastronomía típica zacatecana que se ofertará ya que los adecuados olores y sabores son indispensables para el deleite y regreso del turista.

Referencias

- Burke, P. (ed., 1999). Formas de hacer Historia, España, Alianza Universidad.
- Escobedo, M. (2003). *Textos y lecturas en Zacatecas: una historia de restricciones transgredidas y de libertades restringidas* en la obra Estudios de Historia Novohispana. México, UNAM.
- Gorbea, S. (2006). (Revisado 14 de octubre, 2022). 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. Amestur, Universidad de Guadalajara. Ediciones de la noche.
- Miño, M. (2001). Población, ciudades y economía, siglos XVII y XVIII. México, F.C.E.
- Organización Mundial del Turismo, <https://www.google.com/search>
- Prieto, A. (2014). (Revisado 12 de octubre, 2022) Metodologías inductivas: el desafío de enseñar mediante el cuestionamiento y los retos. En <https://www.researchgate.net>
- Sempat, C. (2008). Zacatecas Conquista y transformación de la frontera en el siglo XVI. Minas de plata, guerra, y evangelización. México, El Colegio de México.
- Togán, (2015). La animación turística como estrategia de socialización del patrimonio cultural del centro histórico de Quito. Perú.
- Walker, Marian 2010. "Cities as Creative Spaces for Cultural Tourism. A Plea for Consideration of History", Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 2 (8):17-26.

Capítulo 6

Fortalecimiento de la Identidad Cultural de un programa de Animación Sociocultural en espacios públicos en Ciudad Obregón, Sonora

Sacnicté Valdez del Río⁶

Resumen

Este estudio tiene por objetivo diseñar un programa de animación sociocultural para fortalecer la identidad cultural en espacios públicos en Ciudad Obregón, Sonora. Corresponde a un estudio cualitativo, adaptando una metodología de diseño de programas de Animación Sociocultural enfocado a espacios públicos municipales. Lo anterior con la finalidad de aplicar una metodología en donde se genere una inclusión social, como lo es la Animación Sociocultural, como una estrategia en el proceso de regeneración de la comunidad ya que puede modificar patrones de comportamiento a nivel comunitario generando cohesión social. Los resultados corresponden a un programa de Animación Sociocultural con base en una temática específica, incluyendo elementos culturales y representativos de la comunidad, en donde puede ser aplicado en espacios públicos para fomentar la unión de la comunidad y fortalecer la identidad cultural de la misma.

Palabras clave: Identidad Cultural, Animación Sociocultural, Espacios Públicos.

Introducción

Antecedentes

A nivel internacional, la cultura e identidad de México es reconocida por su originalidad. Esta nación ocupa el cuarto país del mundo en mega diversidad según la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO, 2017) ocupa uno de los diez primeros lugares en densidad cultural. México es una nación mega cultural debido a la recepción de diversas culturas “de todos los puntos cardinales: del este de Asia, del oeste de Europa y del suroeste de África, sur, centro y norte de América” (Arizpe, 2013).

La diversidad cultural en México es derivada de su historia prehispánica y ésta aún se conserva en ciertos sectores de la población. Sin embargo, esta diversidad cultural actualmente podría estar siendo influenciada, principalmente por Estados Unidos, determinada por tres características principales; la cercanía, el tratado comercial y por ser

⁶ Departamento de Ciencias Administrativas. Instituto Tecnológico de Sonora. svaldezd@gmail.com

potencia industrial y tecnológica (Márquez, 2017). Esto podrían provocar la pérdida de valores culturales, sociales, que propician el desvanecimiento de actitudes, tradiciones y costumbres.

La globalización, las migraciones, las nuevas tecnologías e incluso el turismo son fenómenos socioculturales de alto impacto, al fomentar el intercambio de información en tiempos y espacios que han reducido las fronteras geográficas y simbólicas del planeta. Paralelamente, la fluctuación de personas alrededor del mundo fomenta el contacto desmedido entre grupos e individuos, complejizando los encuentros sociales, culturales e identitarios de la población que ha encontrado en la industria turística una alternativa para subsistir.

La preservación de las tradiciones y las costumbres, de la cultura, es imprescindible, pues la cultura en sí se convierte en un producto único y genuino generador de afluencias turísticas y de unión entre la sociedad. Es así como muchos países en el mundo están valorizando sus recursos de patrimonio y cultura para impulsar el crecimiento económico y el desarrollo sustentable, a través de actividades que involucren la participación comprometida de la comunidad de cada destino turístico, como actividades de animación sociocultural. Esto con el fin de fortalecer la identidad y protección del patrimonio, el cual puede generar nuevas oportunidades de empleo, regeneración de las zonas rurales y urbanas, cultivar un sentimiento de orgullo entre los miembros de las comunidades y protección del patrimonio.

Planteamiento del problema

De acuerdo con la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2020), en 2019 el número de visitantes a zonas arqueológicas y museos del país fue de 22 millones 644 mil; sin embargo, en 2020 se registró la llegada de 6 millones 681 mil turistas. Dicho descenso es explicado por Hernández (2021), presidente de la Federación Mexicana de Asociaciones Turísticas (FEMATUR), el cual afirmó que las cifras reportadas tienen que ver con las restricciones para evitar la propagación del Covid-19.

México tiene un registro de 115,000 monumentos históricos y más de 200,000 sitios arqueológicos; y sólo cerca del 2% tiene potencialidad como activo turístico, pero son cerca de 400 los sitios que podrían habilitarse como parte de del turismo cultural; además, 36 sitios y bienes se encuentran dentro de la Lista Indicativa en espera de ser declarados por UNESCO (INAH, 2005).

El estado de Sonora el segundo más grande en extensión territorial del país, se encuentra al noroeste de México, colindando al este con el estado de Chihuahua, al oeste con Baja California y el Mar de Cortés, al norte tiene frontera con Estados Unidos y al sur con el estado de Sinaloa. Cajeme es un municipio en el sur de Sonora en la región del valle del Yaqui. Es considerado el corazón agrícola del estado debido a su ubicación.

La base para el desarrollo económico en el municipio se constituye principalmente por la agricultura, ya que desde que hubo apertura para las tierras de cultivo, se dieron grandes avances en materia agrícola. La agricultura constituye una herramienta primordial en el desarrollo económico del mismo; sin embargo, a través del tiempo se introdujeron nuevas tecnologías y la inserción de nuevos productos al mercado. Una segunda actividad económica importante es la ganadería, la cual se practica para la cría y explotación de animales divididos entre bovino, porcino, caprino, ovino y aves de corral. Otras actividades económicas representativas son la industria maquiladora, acuicultura, y comercio (Visita Obregón, 2019).

Cajeme cuenta con un patrimonio cultural amplio compuesta por museos, plazas y centros culturales, historia, manifestaciones religiosas, murales y monumentos, gastronomía y diversas manifestaciones artísticas y culturales; además sus recursos intangibles complementan la oferta, basados en un contexto del grupo étnico Yaquis y la Revolución Mexicana (OCV Obregón, 2021). En ese sentido, existe un potencial que puede ser aprovechado y valorizado y hacer de este una herramienta estratégica de desarrollo que estaría garantizando, además de la difusión del patrimonio hacia nuevos públicos, su conservación.

Aun cuando Cajeme cuenta con atractivos y recursos turísticos culturales y naturales, candidatos para componer diversos productos turísticos, las organizaciones turísticas fomentan y promueven un tipo de turismo de negocios y convenciones, posicionándolo a éste como uno de los principales motivo de visita de los turistas (OCV Obregón, 2021); sin embargo, a pesar de los grandes esfuerzos realizados por las autoridades turísticas y gubernamentales en el municipio, esta actividad no se posiciona dentro de las más representativas en la localidad, como ya se mencionó anteriormente, la agricultura y ganadería son las de mayor posición.

Por otra parte, diversos sucesos demuestran que los residentes presentan una falta de conocimiento de su cultura, historia, atractivos culturales y naturales, tradiciones, es decir elementos importantes de su propio patrimonio cultural, afectando en la formación de su identidad cultural. Es así como entre el 2015 y 2020, salieron de Sonora 63,808 personas para radicar en otra entidad del país, siendo Cajeme el segundo municipio con mayor número de migrantes. De igual manera, En 2020 con respecto a la emigración internacional, de Sonora migraron 20, 208 personas para vivir en otro país, de los cuales 89 de cada 100 se fueron a vivir a Estados Unidos, ocupando el número 10 entre los estados con mayor porcentaje (Datamexico, 2021).

Lo anterior demuestra que existe una falta de sentido de pertenencia a la comunidad, generando migración y causando problemáticas sociales relacionadas con el incremento de delincuencia, falta de seguridad, desempleo, falta de oportunidades laborales, deserción

escolar y universitaria. Es decir, los residentes no cuentan con una identidad cultural relacionada con su lugar de origen, ejemplificado por la falta de conocimiento en la mayoría de la población de su cultura, historia, atractivos culturales y naturales, tradiciones, es decir a elementos importantes de la actividad turística, la cual se ha visto también influenciada por la inseguridad, migración, problemas sociales con grupos indígenas y una falta de promoción de la actividad turística.

Derivado de lo anterior, si el individuo no se siente identificado a su propia cultura, no desarrollará un papel de embajador del turismo de su propia localidad, ni se involucrará en el desarrollo de actividades turísticas o de promoción para el turismo receptivo (Nunkoo & Gursoy, 2012). El apoyo al desarrollo del turismo proviene a través de efectos indirectos y directos de la identidad, creada por un sentido de pertenencia hacia el lugar y lo que estos representan (Palmer *et al.*, 2013).

De acuerdo con Hosany *et al.* (2006), un destino puede considerarse un producto, ya que consiste en un conjunto de atributos tangibles e intangibles y de esta manera un individuo se sentirá inclinado a establecer relaciones con un producto que se considera cercano a su personalidad, a sus valores, hábitos y creencias; en este caso el residente hacia su lugar de residencia, es decir la identidad cultural. Lo anterior, se atribuye al hecho de que el turismo es esencialmente un fenómeno basado en el lugar, que implica la producción de la identidad a diferentes escalas (Hall, 1998). Es por eso que incluir socialmente a la comunidad, incorporando a los atributos de la identidad cultural puede ser de gran valor para formular políticas y planes de desarrollo relacionados con la identidad del lugar, como un medio para el impulso socioeconómico, cultural y ambiental.

Así mismo, las autoridades municipales y turísticas alrededor del mundo ven al turismo como una herramienta importante de la restauración y revitalización de desarrollo social, ambiental y económico, lo que resulta en una mejora de calidad de vida para los residentes, para generar orgullo cívico, incrementar el perfil de la ciudad y atraer inversión; así mismo para aumentar el cuidado por la seguridad e integridad de los residentes y del entorno que los rodea (Wang & Chen, 2015). Es así, la importancia de que los gestores y autoridades turísticas y gubernamentales deben de poner atención, antes que nada, en diseñar estrategias y generar acciones que permitan la valoración y la mejora de la actividad turística, alineada de una manera muy estrecha a los objetivos y metas de la comunidad (Valdez & Timothy, 2011).

Se requiere una estrategia en donde la comunidad se involucre en todo el proceso, desde el diseño, la implementación y la evaluación; y que, a su vez, genere un aprendizaje, buscando un desarrollo comunitario y cultural. Con esto se hace referencia a un programa de Animación Sociocultural, en el cual se establece una metodología que busca la participación de todos los grupos sociales por igual, el objetivo de audiencia es todo el mundo sin

distinción, se genere una responsabilidad social y se manifieste en los diferentes ámbitos del desarrollo de la calidad de la vida.

Es así, que se genera la pregunta de investigación *¿Cuál es el diseño de un programa de Animación Sociocultural para fortalecer la identidad cultural en espacios públicos en Ciudad Obregón, Sonora?*

Justificación

Uno de los principales actores en las cuestiones sociales y culturales en el desarrollo de la actividad turística son los residentes. Los impactos negativos se generan debido a un encuentro no planificado que se da entre turistas y visitantes. El desarrollo sostenible de la actividad turística depende en gran medida del involucramiento por parte de la comunidad receptora. Ésta puede convertirse en el mejor aliado o en un elemento que puede llevar a provocar el declive de un destino, por lo que es de gran importancia que los residentes se involucren desde un inicio en la planificación del destino, y de esta manera se obtendrá una percepción positiva hacia el desarrollo del turismo. En este contexto, la adopción de estrategias para fomentar la participación de la comunidad local en el proceso de desarrollo turístico es de suma importancia para promover la sostenibilidad del lugar (Eusébio *et al.*, 2018).

Es evidente la necesidad de generar proyectos e investigaciones que permitan entender las percepciones de los residentes, incorporando a los atributos de identidad y cultura, ya que pueden ser de gran valor para los planificadores y gestores turísticos de una ciudad para la formulación de políticas y planes de desarrollo. Así mismo, es necesario realizarse a través de una metodología de inclusión social, como lo es la Animación Sociocultural, en donde hasta los grupos más vulnerables sean tomados en cuenta. Se debe agregar que es indispensable considerar a la cultura e identidad como parte de una estrategia central en el proceso de regeneración del entorno, ya que no solo puede llegar a generar beneficios económicos a partir de la creación de empleos e ingreso, sino que puede modificar patrones de comportamiento a nivel comunitario generando cohesión social.

De esta manera, este estudio plantea contribuir al estudio y conocimiento, de tal manera que aporte información relevante para Ciudad Obregón, Sonora y pueda ser utilizada por las organizaciones gubernamentales y turísticas para desarrollar programas de animación turística y sociocultural, con la finalidad de la valorización y consolidación de la identidad cultural comunitaria.

Aunado a lo anterior, esta investigación busca la aportación a la literatura de la Animación Turística y Sociocultural, a través de una propuesta de programa de este, específicamente en espacios públicos y en una comunidad en México. Así mismo, la identidad cultural es un factor indispensable para desarrollar el apego al lugar y el sentido de pertenencia de una

comunidad, por lo que este estudio genera aportación en la literatura de la identidad cultural de los residentes de una ciudad, a través del diseño de un programa de animación turística y sociocultural.

Objetivo General y Específicos

Objetivo General

El objetivo general de esta investigación es diseñar un programa de animación sociocultural para fortalecer la identidad cultural en Ciudad Obregón, Sonora

Objetivos Específicos

Algunos de los objetivos específicos incluyen:

- 1) Diseñar una propuesta de un programa de Animación Sociocultural basado en una temática específica dirigido para la comunidad de Ciudad Obregón, Sonora.
- 2) Analizar la literatura existente con respecto a los temas de Animación Sociocultural e Identidad Cultural.

Marco Teórico

Identidad

Existen diversas maneras de estudiar científicamente la identidad; sin embargo, las ciencias sociales la han abordado y argumentado utilizando diversos enfoques de disciplina. Esto ha facilitado su estudio como perspectiva única e individual, y de acuerdo con Soto de Anda *et al.* (2019), no se ha consolidado su análisis desde lo inter, multi y transdisciplinario.

Es importante clarificar este concepto, para Augé (2016) “la identidad individual se construye en relación con la alteridad, debido a que cualquier ser humano es consciente de la presencia en él de una dimensión genérica que puede sentirse cerca de los demás. Sin esta transcendencia íntima, la identidad individual está mutilada y es incapaz de construir una relación con otros. En este sentido, todos los racismos y sexismos pueden ser considerados como inválidos”. Dicho de otro modo, no puede existir identidad sin la existencia de otros (alteridad) que se relacionan en un entorno, ya que la identidad se construye a raíz de las relaciones con el otro.

Mientras que para Stets & Biga (2003), la identidad “es un conjunto de significados que se atribuyen al yo y que sirven de norma o referencia que guía el comportamiento en situaciones” (p. 401). De la misma manera, Wan & Chew (2013), indica que la identidad describe la relación entre el sujeto y el objeto. El sujeto de la identidad puede ser un individuo

o un grupo. En este caso el objeto se conformaría no sólo de los componentes físicos, pero también de las relaciones significativas y asociaciones desarrolladas entre el lugar y los individuos.

Un residente debe de sentirse identificado y con conocimiento de todos los símbolos e íconos representativos del lugar y/o turísticos, los cuales se utilizan para promocionar la región y eso generará un comportamiento de aceptación con respecto a la promoción del turismo de su zona.

Identidad Cultural

Los conceptos de la identidad y cultura son inseparables por la sencilla razón de que el primero se construye a partir de formas y significados culturales. La identidad se traduce en la esencia, autenticidad, y raíces del individuo, convirtiéndose en un aspecto distintivo de la cultura. Consecuentemente, la sostenibilidad de un destino turístico depende en gran medida no sólo de aspectos ambientales y económicos, pero también de una inclusión de una identidad fortalecida y una valorización de los significados culturales por parte de los residentes (Pulido, 2022). Esto a su vez genera una oferta turística única y diferenciada en donde la identidad y la cultura funcionan como dos motores indispensables (Prats & Santana, 2011).

Bajo el enfoque antropológico, se estudia al hombre en un análisis comparativo que trata de entender su origen, expresiones, actitudes, e ideologías en sus diferentes expresiones sociales, culturales y psíquicas (Ariosa, 1991), es decir la antropología tiene la inquietud de comprender la sociedad y la cultura en todas sus manifestaciones e interrelaciones. Consecuentemente, la identidad tiene una estrecha relación con la cultura, es aquí donde la identidad se traduce en la esencia, autenticidad, y raíces del individuo, convirtiéndose en un aspecto distintivo de la cultura. Reafirmando a lo anterior, Augé (2016) plantea que “la identidad individual se construye en relación con la alteridad, debido a que cualquier ser humano es consciente de la presencia en él de una dimensión genérica que puede sentirse cerca de los demás”, es decir que los individuos con relación a otros crean su propia identidad, su propia cultura, enmarcada de historia, costumbres, lengua, entre otros elementos.

La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior. De acuerdo con (Melo, 2020) establece que la identidad cultural es “Aquellos tradiciones, costumbres, hábitos y formas de vida que una persona tiene como individuo y de manera colectiva dentro de una sociedad”. Así mismo, Guerrero (2015) sostiene que “la construcción de una identidad cultural debe entenderse como un proceso complejo y dinámico que va más allá del sentido de pertenencia que involucra la producción, transformación y actualización de símbolos y significados adscritos a determinado contexto cultural. La conciencia de la cultura es lo que les permite a los

individuos sentirse parte de una comunidad al reconocer, compartir y reproducir prácticas sociales comunes”.

El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social o una colectividad con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. Esta colectividad puede estar por lo general localizada geográficamente, pero no de manera necesaria (por ejemplo, los casos de refugiados, desplazados, emigrantes, etc.). Hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que la diferencian de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana. Por ejemplo, manifestaciones como la fiesta, el ritual de las procesiones, la música, la danza.

En México, es una realidad que los turistas están enfocados cada vez más en vivir experiencias auténticas, en donde la cultura e identidad sea el principal motivante de los destinos. Es así como, de acuerdo con la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2020), el número de visitantes en el 2019 a zonas arqueológicas y museos del país fue de 22 millones 644 mil. No obstante, la investigación y proyectos relacionados con lo anterior es limitada, esto se ejemplifica en que sólo cerca del 2% de los sitios culturales tiene potencialidad como activo turístico, pero son cerca de 400 los sitios que podrían habilitarse como parte de del turismo cultural (INAH, 2005).

Es determinante el papel de los residentes en el desarrollo sostenible del turismo, pero no se desarrollará sin la inclusión de una identidad fortalecida y significados culturales; es decir sin un proceso de valorización de los elementos que lo conforman, como lo es el patrimonio cultural.

A partir de lo anterior, se pueden verificar las relaciones existentes entre identidad, cultura y participación comunitaria. Es un proceso de valorización en donde la comunidad local se debe de responsabilizar por un interés común para proteger su identidad de manera equitativa, transversal y corresponsable; es decir aplicando los principios de sostenibilidad.

Patrimonio

El patrimonio no es sinónimo de monumentos y objetos sin vida, arquitectónicos, artísticos o expuestos en un museo. El patrimonio es la identidad cultural de una comunidad y es uno de los ingredientes que puede generar desarrollo en un territorio, permitiendo equilibrio y cohesión social. El patrimonio puede llegar a ser una estrategia de regeneración de la localidad, y no sólo para obtener impactos positivos económicos, pero también genera fortalecimiento de esta (individual) y unión social (colectiva).

Para la UNESCO (1972), patrimonio cultural es “El conjunto de bienes que caracterizan la creatividad de un pueblo y que distinguen a las sociedades y grupos sociales unos de otros, dándoles su sentido de identidad, sean estos heredados o de producción reciente”. Sin embargo, la definición ha sido tan evolutiva, que es importante resaltar que no sólo se enfoca en los antepasados de una sociedad, sino en el futuro, ya que contribuye a la revalorización de las culturas y de identidades, permitiendo la creación de nuevos productos turísticos y culturales.

Es por eso por lo que el patrimonio debe de ser reconocido y valorizado, en donde no sólo haya una promoción y difusión de estos, sino que exista una planificación de su uso por parte de las autoridades turísticas y gubernamentales de cada localidad. Son bienes tangibles e intangibles que tienen un alto contenido simbólico, lo que les hace acreedores de una especial protección no sólo relacionada con su conservación sino también con el uso que se pueda hacer de ellos (Prats, 1998; Hernández, 2002).

Los bienes culturales forman parte de la identidad y son expresión relevante de la cultura de un grupo humano. El patrimonio, lo que cada grupo humano selecciona de su tradición, se expresa en la identidad. El patrimonio cultural de una sociedad lo constituyen las formas de vida materiales e inmateriales, pretéritas o presentes, que poseen un valor relevante y son significativas culturalmente para quienes las usan y las han creado. El patrimonio cultural está integrado, consiguientemente, por bienes mediante los que se expresa la identidad (Marcos, 2004). Es decir, los bienes culturales a los que los individuos y la sociedad en su conjunto otorgan una especial importancia.

La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración.

Es la sociedad la que, a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad. Dicha identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural.

El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos. La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro (Molano, 2006).

Para contextualizar la importancia de la conservación del patrimonio y su relación estrecha con cultura y desarrollo de las sociedades se establece que éste contribuye a la revalorización continua de las culturas y de las identidades, y es un vehículo importante para la transmisión de experiencias, aptitudes y conocimientos entre las generaciones. Además, es fuente de inspiración para la creatividad y la innovación, que generan los productos culturales contemporáneos y futuros. El patrimonio cultural encierra el potencial de promover el acceso a la diversidad cultural y su disfrute. Puede también enriquecer el capital social conformando un sentido de pertenencia, individual y colectivo, que ayuda a mantener la cohesión social y territorial. Por otra parte, el patrimonio cultural adquiere una gran importancia económica para el sector del turismo en muchos países, al mismo tiempo que se generaban nuevos retos para su conservación (UNESCO, n.d.).

De acuerdo con Pulido (2022), el primero paso para iniciar con el proceso de valorización de manera sostenible del patrimonio es la segmentación del mercado, en donde se define los grupos de personas con intereses y características similares, en este caso los turistas, los cuales serán los clientes potenciales y de esta manera se podrá aplicar una estrategia diferenciada. No es vender sólo por vender, es vender de manera inteligente, beneficiando a la comunidad y entorno, agregando valor y rentabilidad. Entre más identificado se tenga al segmento de turistas, se puede identificar mayores oportunidades de negocio; por consiguiente, se presentará una oferta turística que encaja con el perfil del visitante, y con su motivación de viaje.

Los siguientes pasos del proceso de valorización se muestran a continuación:

1. Establecer el tipo de relación con los clientes ya identificados.
2. Determinar los canales apropiados de distribución
3. Identificar la propuesta de valor innovadora, es decir la razón por la que los turistas visitarán el destino en lugar de otro, satisfaciendo el cliente establecidos.
4. Flujos de ingresos.
5. Establecer los activos claves con los que se cuenta para hacer que el modelo funcione.
6. Las actividades para que el modelo funcione.
7. Definir los proveedores y socios
8. Establecer todos los costes operativos relacionados

Es importante mencionar, que el proceso de valorización de los bienes culturales no puede verse solamente como una estrategia de mercadotecnia para los destinos turísticos, ya que como bien es sabido los bienes culturales, al igual que la identidad, son elementos que

tradicionalmente el turismo promociona y difunde para su consumo. Más aún, no se debe de considerar la transformación del patrimonio en un objeto comercial y de consumo o bien como le llaman muchos “comodificación” (Sauvage & Gámez Vázquez, 2013). Esta razón es por la que la autenticidad de los lugares, objetos y prácticas de las comunidades locales disminuya, debido a que muchas veces los productos tradicionales y originales son modificados para satisfacer a un tipo de turista.

Se establece la necesidad de que no existan intereses externos, buscando solamente un fin económico, debido a que lo más seguro es que se presente de manera insostenible en el largo plazo, destruyendo el capital social, ambiental, y el económico. Dicho proceso debe de ser iniciado y desarrollado con los residentes, grupos de la sociedad civil, y autoridades turísticas y gubernamentales locales, todos buscando un fin común y solidario.

Aunque, muchas veces es imposible evitar que no exista la comodificación o mercantilización y con eso la ausencia de la sostenibilidad, los proyectos de involucramiento de los actores esenciales y de mejora del turismo aseguran que su manejo en la actividad turística sea con el menor impacto negativo. Por consiguiente, se establece que la Animación Sociocultural es el medio apropiado para generar la consolidación del fortalecimiento de la identidad.

Animación Sociocultural

La Animación Sociocultural se convierte en una alternativa para promover la participación efectiva, concreta de la comunidad o grupo social en la fijación de prioridades, la toma de decisiones, la elaboración y puesta en marcha de estrategias de planificación para alcanzar un mejor nivel de cultura, la fuerza motriz de este proceso proviene del poder real de las comunidades, de la posesión y del control que tengan sobre sus propios empeños o destinos (Macías, 2010).

De acuerdo con Isidor *et al.*, (2017) se puede afirmar que la animación “tiende a vivificar las actividades en que un grupo participa; es decir, les imprime vida, movimiento, las intensifica, utilizando las técnicas de intervención social, y tiene por finalidad promover la cultura local, potenciando al individuo y al grupo a través de su participación en las actividades folklóricas, recreativas, artísticas, de expresión y lúdicas, entre otras, con lo que cambia las actitudes de las personas, que dejan de ser público-espectador para ser participante-actor. Con lo anterior no se pretende decir que la animación sea un conjunto de actividades específicas ni tampoco un sector cultural, es más bien un modo de hacer con él, es enseñar a descubrir la instrumentación que permita al grupo y al individuo expresarse, estructurar y dinamizar sus propias experiencias”.

Para Macías (2012), la animación sociocultural es un conjunto de actividades realizadas por grupos, individuos o instituciones sobre una comunidad en el marco de un área geográfica

específica con la finalidad de promover la participación de los miembros en el proceso de su propio desarrollo cultural, en este caso específico la escuela pretende utilizar la animación sociocultural como estrategia de intervención para transformar la realidad de la misma.

Por consiguiente, el desarrollo de la comunidad se basa en los recursos humanos y materiales con los cuales cuenta la comunidad misma para estimular la independencia, el apoyo social, así como para desarrollar sistemas flexibles que refuerzen la participación pública, el control de las cuestiones culturales, esto requiere un total y constante acceso a la información de su tejido social.

Entre los principios que guían a los animadores socioculturales, son su praxis como una actividad no directiva, que es principalmente autogestionada, con el compromiso social de transformar valores, incluyendo el fomento del sentido crítico, de la responsabilidad y de los procesos de concienciación (Pérez-Pérez, 2014). Este rol se expresa en la instrumentación de acciones sistemáticas capaces de promover actividades y condiciones favorables para la dinamización colectiva, la creatividad social, la generación de espacios de encuentro y el desarrollo de la compresión crítica de las diferentes formas de dominación cultural.

Además, este tipo de Animación se orienta a contribuir en las problemáticas comunitarias que son consecuencia de las políticas irresponsables, por lo que “promueven la identificación de necesidades colectivas y de articulación de estas en demandas sociales, a fin de influir en las decisiones y en la dirección de la sociedad a través de las instituciones y organismos del poder público” (Sirvent *et al.*, 2011). Las personas que deciden dedicarse a la Animación Sociocultural en espacios públicos construyen una forma particular y minoritaria de desenvolverse en la sociedad, promoviendo un estilo de vida basado en ideas no convencionales. Esto se debe a que el espacio público sirve como escenario de construcción ciudadana y conforma la vida cotidiana

Las ciudades siempre son espacios de creatividad, innovación, de desarrollo en aspectos culturales y sociales. Sin embargo, a su vez, también son focos de crisis sociales, económicas y culturales. En las ciudades los seres humanos ejercen sus derechos y obligaciones. Es el espacio donde se vive, se crea familia, se estudia y se establecen relaciones. Es así como la “ciudad es un ente vivo en continua formación y cambio, y los seres humanos debemos adaptarnos” (Fuentes, 2015).

Para favorecer la animación sociocultural, debe existir una ciudad cohesionada, en la que sus miembros mantienen una red de relaciones, que es el sustento de la sociedad. La cultura, desde esta perspectiva, se forma como base del desarrollo y la riqueza de una sociedad. Es importante que las ciudades reivindiquen su propia personalidad, que busquen entre sus recursos aquellos que las identifican. De esta manera el ciudadano establecerá relaciones al margen de las laborales y las familiares.

Metodología

Tipo de estudio

La presente investigación es de metodología cualitativa. Fernández (2002) indica que la investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, la relación y estructura dinámica; así mismo, para la recopilación de datos tienen una función muy importante en la evaluación de impacto, ya que proporcionan una valiosa información para comprender los procesos que existen tras los resultados.

Alcances y limitaciones

Con la presente investigación se busca aportar al estudio de la animación sociocultural desde un enfoque cualitativo, utilizando las variables de la animación sociocultural e identidad cultural. Por consiguiente, no sólo se pretende aplicar una metodología la cual analice los elementos de un programa de animación sociocultural relacionado con la identidad cultural en espacios públicos, sino también que esta metodología pueda ser aplicada en otros lugares.

El trabajo se limita a la aplicación de un modelo de animación sociocultural enfocado a desarrollar dos variables, y el tema de animación sociocultural incluye otros aspectos importantes a estudiar.

Unidad de análisis

La unidad de análisis son los programas de animación sociocultural enfocados en espacios públicos y dirigido para los residentes de Ciudad Obregón, Sonora.

Instrumento de medición

Se adaptó un programa de animación basado en la metodología propuesta por Amestur (2022). Dicho programa toma en cuenta los siguientes factores:

- Participante: es el público meta el cual va dirigida la actividad, pueden ser niños, familias, jóvenes, personas de la tercera edad, entre otros.
- Entorno: Es donde se desarrolla la actividad para establecer delimitaciones de carácter geográfico, social, político, cultural y ambiental.
- Recursos materiales: se refiere a el equipamiento técnico que será necesario para el desarrollo de la actividad.
- Recurso humano: se trata del perfil del animador sociocultural.
- Presupuesto
- El empresario: en este caso aplica a las organizaciones públicas y privadas que gestionarán la actividad de animación sociocultural.

La ficha utilizada para el diseño del programa de animación se muestra en la Figura 1.

Tabla 1. Ficha utilizada para el diseño del programa de animación			
Descripción:			
Objetivo:			
Modalidad:	Contemplativa		Participativa
Actividades: según su clasificación	Diurna		Nocturna
Grupo de clientes:	Adulto	Adolescente	Niños
Características del grupo			
Actividades:			
Forma de participación:	Individual	Parejas	Equipos
Recursos:	Descripción	Cantidad	Importe
Financieros			
Materiales			
Humanos			
Instalaciones			
Ubicación			
Perfil del animador			

Figura 1. Elaboración propia adaptado de Amestur (2022).

Resultados

Derivado del diseño del programa de Animación Sociocultural enfocado a espacios públicos utilizando una temática del Día de Muertos, y además involucrando actividades lúdicas con la temática de la etnia Yaqui, la cual es propia de la localidad, se generó el siguiente programa de Animación. Cada actividad indica el nombre, objetivo, participantes, recursos humanos, recursos técnicos, itinerario, e impacto.

Tabla 2. Programa de Animación de leyendas Yaquis

Descripción:	Presentación en templete por parte del equipo de organización, presentando leyendas yaquis de la región.									
Objetivo:	Familiarización de los asistentes con las leyendas propias de la región con el objetivo de comprender lo que es la leyenda a través de la animación.									
Modalidad:	Contemplativa	X	Participativa							
Actividades: según su clasificación	Diurna	X	Nocturna							
Grupo de clientes:	Adulto	X	Teenager	X	Niños	X				
Características del grupo	Evento para todas las edades, principalmente lanzado a familias que busquen compartir tiempo y que sus intereses sean hacia el arte como tal o hacia el misterio/suspense.									
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> *Bienvenida a los asistentes *Breve explicación de lo qué es una leyenda *Escenificación de la leyenda de la llorona *Escenificación de leyendas yaquis *Cierre 									
Forma de participación:	Individual		Parejas		Equipos	X				
Recursos:	Descripción		Cantidad							
Materiales	<ul style="list-style-type: none"> *Templete *Vestuario *Escenografía de leyenda yaqui *Escenografía de leyenda de la llorona *Luces *Material escrito para maestro de ceremonias que se dedicará a narrar 									
Humanos	<ul style="list-style-type: none"> *Personaje de la llorona *Personaje niños *Personajes leyenda yaqui *Maestro de ceremonias (animador) 		(1) (2) (5)							
Instalaciones	Plaza pública									
Ubicación										
Perfil del animador	<ul style="list-style-type: none"> *Actitud carismática *Ser capaz de motivar la atención hacia las escenificaciones *Facilidad de expresión ante grupos grandes *Posibilidades de comunicación 									

Tabla 3. Programa de taller de altares del día de muertos

Descripción:	Taller de altares de muertos, los animadores impartirán el taller explicando los elementos que integran los altares y posteriormente, los vecinos y asistentes de la localidad se encargarán de desarrollarlo y hacerlo con sus propias manos.								
Objetivo:	Proveer a los vecinos de la localidad los conocimientos y herramientas prácticas que le servirán para crear, organizar, planificar y ejecutar un altar de muertos, con el fin de se familiaricen con tradiciones y costumbres mexicanas.								
Modalidad:	Contemplativa			Participativa	X				
Actividades: según su clasificación	Diurna	X		Nocturna					
Grupo de clientes:	Adulto	X	Teenager	X	Niños	X			
Características del grupo	Edades de 3 años a edad indefinida, creativos con interes en conocer los elementos de un altar y su historia.								
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> *Bienvenida a los asistentes *Presentación de los animadores *Presentación de lo qué es un altar y sus componentes *Actividad de desarrollo de altar *Cierre de taller 								
Forma de participación:	Individual		Parejas		Equipos	X			
Recursos:	Descripción			Cantidad					
Materiales	Flores de papel Velas Sahumerios Flor de cempasúchil Papel picado Pan de muerto Cruz Fotografías de los difuntos Calaveritas de azúcar Agua Alimentos que los asistentes decidan Frutas								
Humanos	Vecinos de la localidad Animadores			(4)					
Instalaciones	Plaza pública								
Ubicación									
Perfil del animador	<ul style="list-style-type: none"> *Conocimiento de creación de altares *Ser capaz de motivar la participación *Habilidad para trabajar con cualquier grupo de personas *Posibilidades de comunicación *Facultad para trabajar en grupo *Actitud carismática y servicial *Conocimiento teórico práctico de las actividades 								

Tabla 4. Programa de taller de calaveritas literarias

Descripción:	Impartición de taller de calaveritas literarias impartido por 4 animadores enfocado a niños.				
Objetivo:	El principal objetivo es que los niños logren crear un poema breve, humorístico y de carácter popular, en el que se planteen situaciones imaginarias donde un personaje importante, amigos o familiares se personifiquen con la muerte.				
Modalidad:	Contemplativa			Participativa	X
Actividades: según su clasificación	Diurna	X		Nocturna	
Grupo de clientes:	Adulto	Teenager		Niños	X
Características del grupo	Niños de 7 a 12 años que les interese la escritura				
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> *Bienvenida a los niños *Explicación del taller *Integración de equipos *Entrega de materiales *Asistencia a dudas o necesidades que presenten los niños *Cierre del taller 				
Forma de participación:	Individual	Parejas		Equipos	
Recursos: Materiales	Descripción	Cantidad			
	Hojas de papel Lapices Colores Mesas Sillas				
Humanos	Animadores que impartirán el taller	(4)			
Instalaciones	Plaza pública				
Ubicación					
Perfil del animador	<ul style="list-style-type: none"> *Conocimiento de creación de calaveras literarias *Ser capaz de motivar la participación *Habilidad para trabajar con niños *Posibilidades de comunicación *Facultad para trabajar en grupo *Actitud carismática y servicial *Conocimiento teórico práctico de las actividades 				

Tabla 5. Programa del desfile de catrinas y catrines

Descripción:	Desfile presentando distintos grupos de personas caracterizados de catrinas y catrines, acompañados de estudiantina que realizará una presentación de música representativa.							
Objetivo:	El principal objetivo es la familiarización con el día de muertos y características de este mismo, mostrando a personajes como lo son las catrinas y catrines que representan a las personas de alto nivel socioeconómico en la época del Porfiriato.							
Modalidad:	Contemplativa	X	Participativa					
Actividades: según su clasificación	Diurna	X	Nocturna					
Grupo de clientes:	Adulto	Teenager		Niños				
Características del grupo	Grupos de 3 a 80 años, vecinos de la localidad.							
Actividades:	*Bienvenida al recorrido *Desfile correspondiente a cada grupo personificado de catrina y catrines *Cierre del desfile y agradecimientos							
Forma de participación:	Individual	Parejas		Equipos				
Recursos:	Descripción		Cantidad					
Materiales	Maquillaje para catrinas Vestuario Instrumentos Uniforme de la estudiantina Escenografía como flores							
Humanos	Integrantes de la estudiantina Catrinas Catrines							
Instalaciones	Plaza pública							
Ubicación								
Perfil del animador	*Actitud carismática *Facilidad de expresión ante grupos grandes *Posibilidades de comunicación							

Tabla 6. Programa del taller de pintura de calaveras

Objetivo: Modalidad: Actividades: según su clasificación Grupo de clientes: Características del grupo Actividades:	El objetivo es que los niños conozcan la historias detrás de las calaveras, que se familiaricen con la tradición mexicana y que exploten su creatividad					
	Contemplativa		Participativa		X	
	Diurna	X		Nocturna		
	Adulto		Teenager		Niños	X
	Niños de 3 a 10 años					
	<ul style="list-style-type: none"> *Bienvenida a los niños *Explicación del taller *Integración de equipos *Entrega de materiales *Asistencia a dudas o necesidades que presenten los niños *Cierre del taller 					
	Individual		Parejas		Equipos	X
	Descripción			Cantidad		
	Pinturas Pinceles Calaveras de papel maché Mesas Sillas					
	Animadores que impartirán el taller			(4)		
	Plaza pública					
	<ul style="list-style-type: none"> *Ser capaz de motivar la participación *Habilidad para trabajar con niños *Posibilidades de comunicación *Facultad para trabajar en grupo *Actitud carismática y servicial *Conocimiento teórico práctico de las actividades 					

Conclusiones

Con este estudio se estableció un programa de Animación Sociocultural con base a una temática y en función a las necesidades propias de la comunidad, específicamente en espacios públicos en Ciudad Obregón, Sonora. Para lograr esto se une la animación sociocultural y la variable de identidad cultural, desarrolladas para alcanzar un objetivo común.

Es muy importante llevar a cabo programas de animación sociocultural en los espacios públicos municipales para demostrar que la comunidad en general pueden manifestar en forma creativa, sus vivencias compartidas y que parten de una cotidianidad social. Esta es una manera de demostrar que es posible que se puede ofrecer un espacio a la cultura, y por ende al desarrollo de la identidad cultural. De igual manera, es importante realizar acciones de capacitación y acompañamiento a los animadores para que la gestión de los espacios públicos sea permanente en el tiempo e implementado como política pública. Así mismo, las autoridades municipales y gestores de la ciudad deben ofrecer a la población, los recursos necesarios para satisfacer sus necesidades, y desarrollar sus capacidades.

Es de gran significancia ver como los elementos de identidad y cultura están sumergidos y relacionados con diversas acciones y áreas de la animación sociocultural. Estudios como la presente acerca de la identidad y la cultura en la sociedad, invitan a realizar gestiones referentes fortalecimiento de la identidad en una comunidad, el tipo de patrimonio cultural tangible e intangible y recursos existentes de manera sostenible y equitativa para todos los involucrados. Es decir, se deben de generar planes de desarrollo con elementos culturales y que sean una herramienta para el crecimiento económico y conserven las tradiciones locales y elementos de identidad y pertenencia.

Uno de los objetivos máximos que se debe de alcanzar a través de la inclusión de los elementos mencionados, y aplicando el proceso de valorización es el empoderamiento de las comunidades, logrando así que la propia comunidad esté organizada adecuadamente y tome el control de su futuro basado en información pertinente, en donde las relaciones entre los mismos grupos sociales estén consolidadas. De esta manera, incluyendo planes de desarrollo con implicaciones culturales, generará un fortalecimiento de la comunidad, y por ende una identidad solidificada.

Referencias

- Ariosa, A. N. A. P. (1991). La identidad como objeto de estudio de la antropología. *Alteridades*, 1(2), 3–5.
- Arizpe, L. (2013). Mexicanos en la era global. *Revista de La Universidad (UNAM)*, 70–81.
- Augé, M. (2016). *La identidad y los derechos humanos*. YouTube. <https://youtu.be/MQ0m5eiPOt4>
- CONABIO. (2017). Ocupa México el cuarto lugar mundial en megadiversidad. *Jornada En La Ciencia*. <http://ciencias.jornada.com.mx/2017/05/20/ocupa-mexico-cuarto-lugar-mundial-en-megadiversidad-509.html>
- Datamexico. (2021). *Cajeme*. datamexico.org/es/profile/geo/cajeme
- Eusébio, C., Vieira, A. L., & Lima, S. (2018). Place attachment, host-tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: the case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 890–909. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1425695>
- Fernández, S. P. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cad Aten Primaria Complejo Hospitalario Juan Canalejo.*, 76–78.

- Fuentes, S. (2015). *La cultura como eje del desarrollo comunitario y la animación sociocultural. Un proyecto para el distrito norte de Granada* [Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/15964/TFG-L1190.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guerrero Rodríguez, R. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5), 1019–1036. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.070>
- Hall, C. M. (1998). *Introduction to Tourism: Development, dimensions and issues* (Melbourne:).
- Hernández Hernández, F. (2002): El Patrimonio Cultural: la memoria recuperada. Madrid, Ed. Trea.
- Hosany, S., Ekinci, Y., & Uysal, M. (2006). Destination image and destination personality, an application of branding theories to tourism places. *Journal of Business Research*, 59, 638–642.
- <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>
- Isidor Castro, José Luis; Cuamea Velázquez, Onésimo; Castillo Girón, V. M. (2017). *Aproximación a los fundamentos de la animación turística y sociocultural*. Universidad de Guadalajara.
- Marcos A., J. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de Estudios Extremeños*, 60(3), 925–956. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1125260>
- Melo Sea, D. (2020). Pérdida De Identidad Cultural: Un Retroceso Para Las. *V Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial En Iberoamérica, junio*, 947–956.
- Molano, O. L. (2006). La identidad cultural, uno de los detonantes del Desarrollo Territorial. *Territorios Con Identidad Cultural*, 1–25. https://www.academia.edu/24392111/La_identidad_cultural_uno_de_los_detonantes_del_desarrollo_territorial
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism. An Identity Perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243–268. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.006>
- OCV, O. (2021). *Atractivos Turísticos*. <http://ocvobregon.com/>
- Palmer, A., Koenig-Lewis, N., & Medi Jones, L. (2013). The effects of residents' social identity and involvement on their advocacy of incoming tourism. *Tourism Management*, 38, 142–151. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.02.019>
- Pérez-Pérez, I. (2014). Animación sociocultural, desarrollo comunitario versus educación para el desarrollo: una experiencia integradora en educación superior. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 5(12), 157–172.
- Prats, L., & Santana, A. (2011). Turismo, identidad y patrimonio, las reglas del juego. In *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*.
- Pulido, J. I. (2022). *Generando valor en la construcción de un producto turístico*. Laboratorio de Análisis e Innovación Turística. Universidad de Jaén.
- Sauvage, A., & Gámez Vázquez, A. E. (2013). Desarrollo, identidad cultural y turismo en los oasis de Baja California Sur, México. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(1), 159–172. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.010>

- SECTUR. (2020). *Turismo Cultural.* <https://www.sectur.gob.mx/hashtag/2020/05/14/turismo-cultural/>
- Sirvent, M., Lomagno, C. y Llosa, S. (2011). Intervención comunitaria en contextos de pobreza en la ciudad de Buenos Aires desde una perspectiva de animación sociocultural e investigación acción participativa. *Revista de Animación, Territorios y Prácticas Socioculturales*, 2, 37–54.
- Soto de Anda, L. A., Cruz Jiménez, G., & Vargas Martínez, E. E. (2019). Fundamentos teórico – metodológicos de la identidad: Una introspección categorial para los estudios turísticos. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(5), 889–899. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.063>
- Stets, J.E., & Biga, C. F. (2003). Bringing identity theory into environmental sociology. *Sociological Theory*, 21, 398–423.
- UNESCO. (n.d.). *Patrimonio. Manual Metodológico*. 131–140.
- UNESCO. 1972. Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural. 16 de noviembre. París.
- Valdez, S. & Timothy, D. (2011). Tourism in a Mexican colonial town: A case study of perceived benefits in Alamos, Sonora, Mexico. *Asian Journal of Tourism and Hospitality Research*, 45–3.
- Visita, O. (2019). *Actividades Económicas*. <https://visitaobregon.gob.mx/>
- Wan, C. & Chew, P. Y. G. (2013). Cultural knowledge, category label, and social connections: Components of cultural identity in the global, multicultural context. *Asian Journal of Social Psychology*, 16, 247–259.
- Wang, S., & Chen, J. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16–28. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.016>

COORDINADORES

José Luis Isidor Castro

Es doctor en Administración con especialidad en Alta Dirección por la Universidad de la Florida y la Universidad de Hawái, maestro en Tecnología Educativa y Comunicación por el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), especialidad en Dirección Hotelera y Turismo por la Universidad de Granada, y graduado de la licenciatura en Administración de Negocios Internacionales. Ha trabajado en el sector hotelero y restaurantero. Obtuvo la Certificación Internacional Senior en Animación Turística y Sociocultural por la Société Coopérative de Formation (adrep), la Chambre Régionale des entreprises de l'économie sociale et solidaire (cress), la Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (unat) y VTF. Ha colaborado en organismos internacionales en el área de turismo, consultoría, formación y capacitación turística de OMT, OEA, OTC, TTRA y VTF, ha trabajado el tema de la animación turística y sociocultural por más de veinte años; es miembro de la Academia de Turismo de la Sociedad de Geografía y Estadística, de la Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo (RECINATUR), en el 2016 la asociación vtf, la asociación Léo Lagrange, la Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (unat) de Francia, La Agencia ANCV del Turismo Social y la alcaldía de Barcelonnette lo nombraron Embajador de la Animación Turística y Sociocultural para las Américas. Es coautor del libro Aproximación a los fundamentos de la animación turística y sociocultural.

Email: montealtohakaan@gmail.com

Onésimo Cuamea Velázquez

Es Doctor en Estudios del Desarrollo Global, Maestro en Administración Pública y Licenciado en Turismo por la Universidad Autónoma de Baja California. Actualmente es profesor-investigador de tiempo completo en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC).

Es Presidente Nacional de la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía (AMESTUR); miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SIN I) del CONACYT; miembro de RECINATUR, capítulo México. Miembro titular regular de la Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT). Sus principales líneas de investigación se orientan al turismo médico, el comportamiento del consumidor y el turismo fronterizo. Ostenta la Certificación Internacional Senior en Animación Turística y Sociocultural por la Société Coopérative de Formation (ADREP), la Chambre Régionale des entreprises de l'économie sociale et solidaire (CRESS), l'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (UNAT) y VTF, así como coautor del libro Aproximación a los fundamentos de la animación turística y sociocultural.

Email: onesimonator@gmail.com

Irma Brígida Suárez Rodríguez

Es Profesora Investigadora del Programa de Turismo Sustentable de la F.E.P.Z.H. de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Directora General de la Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo RECINATUR. Secretaria de Asuntos Académicos de la AMESTUR. Egresada del Curso Superior. Líder del proyecto Geoparque Aspirante Mundial UNESCO Huasteca Potosina. Presidenta del Colegio Internacional de Profesionales Especializados en Turismo y Gastronomía CIPETURG Capítulo San Luis Potosí, Instructora certificada por la UVM en la Metodología de Casos bajo el Método Harvard y Coordinadora de Comités Técnicos del Centro Histórico de Ciudad Valles.

Email: huastecageopark@gmail.com

Esteban Cruz Cruz

Cuenta con Licenciatura en Desarrollo Turístico Sustentable de la Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital y Maestría en Planeación y Desarrollo de Empresas Turísticas en el Centro Universitario - IESTUR. Egresado de Seminarios, Cursos y Talleres de Formador de Formadores en Animación Turística y Sociocultural, Coordinador de Congresos Internacionales en Animación Turística y Sociocultural y de Turismo Rural Comunitario. Cuenta con Experiencia Internacional en Pueblos Vacacionales del Sur de Francia como Animador infantil y familiar, y en la Secretaría de Turismo de la alcaldía de Barcelonnette, Francia. Obtuvo la Certificación Junior en Animación Turística y Sociocultural emitida por la Chambre Régionale des Enterprises de l'économie social e solidaire CRESS PACA, L'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air UNAT y VTF Francia-Méjico. Actualmente colabora en la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía AMESTUR como Gerente Administrativo.

Email: barcelonnette750@gmail.com

AUTORES

Nilda Paola Auz Cárdenas

Magister en Turismo mención patrimonio por la Universidad Técnica del Norte. Elaboración de proyectos, elaboración de plan de desarrollo turístico, LUAF, inventario de atractivos turísticos, manejo de catastro establecimientos turísticos, guianzas, capacitaciones técnicas, manejo de procesos de contratación, inspecciones establecimientos turísticos, análisis técnicos de turismo.

Email: pao_auz@hotmail.com

Mónica Juárez Ibarias

Doctora en administración por la universidad autónoma de Chiapas. Integrante del cuerpo académico de consolidación educación y gestión del patrimonio por la sustentabilidad de la actividad turística. Fue secretaria para la competitividad turística municipio de Tapachula 2018-2020. Y fue directora de la facultad de ciencias de la administración de la Universidad Autónoma de Chiapas campus Tapachula

Email: monicajuarezunach@gmail.com

Idalia Karina Monzalvo-Santos

Email: idalia.ms@slp.tecnm.mx

Doctorado en Ciencias Ambientales por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (PNPC-CONACyT) cuenta con 5 artículos en revistas indizadas (Journal Citation Reports) y más de 20 presentaciones en congresos nacionales e internacionales. Su línea de investigación está enfocada al turismo sostenible. Es miembro de la Sociedad para el Estudio y Conservación de las Aves en México. Es Profesor Titular B e imparte clases en la Licenciatura en Turismo.

María Elena Robles Baldenegro

Profesora Investigadora adscrita al Departamento de Contabilidad de la Universidad de Sonora, egresada de El Colegio de Sonora. Doctorada en Ciencias Sociales con Especialidad en Desarrollo Regional. Realizó sus estudios de Maestría en la Universidad Autónoma de México, dentro de la Facultad de Ciencias. Profesora con reconocimiento PRODEP y Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Desde el 2002 ha realizado diversas labores educativas, asesoría y consultoría relacionadas con el sector turístico. Fungió como asesora de la Secretaría de Turismo Estatal (Sonora) antes COFETUR dentro del periodo 2002 al 2009. Miembro y responsable fundadora del diseño y elaboración del Programa de la Licenciatura en Turismo de la Universidad de Sonora. Ha impartido clases durante 2012 a la fecha en temas relacionados con el sector turístico y particularmente en introducción al turismo, educación ambiental como herramienta de conservación el patrimonio turístico, seminario, taller de investigación, metodología de la investigación turística, entre otras

asignaturas todas de alguna manera durante su desarrollo atienden la temática de la animación turística.

Email: maria.robles@unison.mx

Graciela Rodríguez Castañón

Email: graceroca.2014@uaz.edu.mx

Licenciada en Derecho por la Universidad Autónoma de Zacatecas, con Certificación de Locución por la Unidad de Televisión Educativa, realizó Especialidad en Docencia Superior en la Unidad de Docencia Superior de la UAZ; Maestra en Ciencias por la Maestría en Humanidades – Área Historia de la UAZ. Doctora por el Doctorado en Humanidades y Artes de la UAZ y Estancia posdoctoral en la Universidad Autónoma de Madrid, España. Dentro de su desempeño laboral ha sido locutora en empresa radiofónica XE-LK; Asesora en Agencia Especial del Procurador en la Procuraduría General del Estado de Zacatecas; Directora de CE.RE.SO en la Dirección de Prevención y Readaptación Social; Jefa del Departamento de Procesos en Asuntos Jurídicos de Gobierno del Estado de Zacatecas. Se desempeñó como Coordinadora del Área de Humanidades y Educación, actualmente es Docente-Investigadora de la Unidad Académica de Historia de la Universidad Autónoma de Zacatecas, con reconocimiento a Perfil Prodep. Ha escrito libros como Transgresión Mágica e Inquisición Novohispana en Zacatecas y Magia, Hechicería e Inquisición Zacatecas 1713-1816 como autora y Magia y Siglo de Oro como coautora y varios artículos nacionales e internacionales, con líneas de investigación sobre Prácticas Mágicas e Inquisición, y el Patrimonio Turístico y Legislación. Líder del Cuerpo Académico: UAZ-CA-257 Estudios Interdisciplinarios sobre Turismo y Patrimonio.

Sacnicté Valdez del Río

Email: svaldezd@gmail.com

Sacnicté Valdez del Río es docente de la licenciatura de Gestión de la Hotelería y Turismo en Eton College en Vancouver, Canadá. Así mismo es maestro auxiliar de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas del Instituto Tecnológico de Sonora. Obtuvo su maestría en Turismo y Recreación en la Universidad Estatal de Arizona y su licenciatura en Economía y Finanzas en el Instituto Tecnológico de Sonora. Actualmente se encuentra estudiando el Doctorado Internacional en Turismo en la Universidad Anáhuac, Campus Norte. Así mismo, es colaborador del cuerpo académico “Estudio de las organizaciones”. Ha formado parte de la cohorte de profesores de Turismo, Gastronomía y Turismo Alternativo que participaron en el Programa de Intercambios Académicos AMESTUR-VTF- UNAT en Francia. Cuenta con certificaciones de Anfitrión Turístico por parte de la Comisión del Fomento al Turismo del Estado de Sonora; certificación académica por parte de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración; Atención in Situ por parte de Conocer y Certificación en Pedagogía en inglés por parte del PIMA Community College. Finalmente, ha publicado artículos científicos relacionados con turismo en diversas revistas internacionales.

COMITÉ CIENTÍFICO EVALUADOR

Dra. Imelda Lorena Vázquez Jiménez

Doctora en Planeación Estratégica para la Mejora del Desempeño por el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) en vinculación con International Society for Performance Improvement (ISPI). Profesora de Tiempo Completo en el Departamento de Contaduría y Finanzas en ITSON. Líneas de Investigación: Mejora Organizacional para instituciones y organizaciones no lucrativas, Desempeño financiero en instituciones públicas, privadas y sociales. Es autora y coautora de diferentes libros relacionados a estos temas.

Mtro. John Sosa Covarrubias

Es Licenciado en Administración de Empresas Turísticas por el Instituto Tecnológico de Sonora, Cuenta con estudios de maestría en gestión del turismo sostenible en la Universidad para la Cooperación Internacional, Campus San José, Costa Rica. Es profesor de tiempo completo en el Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Navojoa, Fungió como Coordinador de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y actualmente se desempeña como Jefe del Departamento Académico. Así como, Secretario de Vinculación Institucional y Relaciones Internacionales de la AMESTUR.

Dra. Martha Leonor Anides Fonseca

Doctora en Desarrollo de Competencias Educativas, Maestría en Administración y Licenciada en Administración de Empresas Turísticas. Se desempeñó como Asesora en la Subsecretaría de Educación Media Superior de la SEP, En la Universidad Intercontinental como Directora de Humanidades, Comunicación y Negocios; Directora de Vinculación de la Universidad Tecnológica de Nayarit; Rectora de la Universidad Cuauhtémoc Campus Guadalajara, Rectora en la Universidad del Valle de México de los Campus, Guadalupe Insurgentes, San Luis Potosí, Aguascalientes y Saltillo. Premio Nacional de Educación Turística, otorgado en marzo 2012 por la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía y Miembro del Consejo Consultivo de AMESTUR.

Mtra. Brenda Adriana Marín Bolaños

Maestra en Administración y Gestión del Turismo por la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional, Maestra en Docencia para la Educación Media Superior y Superior de la Universidad La Salle Pachuca. Cuenta con Certificación Internacional Senior en Animación Turística y Sociocultural por VTF-UNAT-CRESS-AMESTUR Francia 2019. Diplomado en Desarrollo de Empresas Rurales y en Turismo Rural. Actualmente Profesor investigador de la Universidad Tecnológica de Cancún.

Dra. María Guadalupe Alicia Navarro Flores

Doctora en Gestión del Turismo. Docente investigadora por 21 años, actualmente se desempeña en la Licenciatura en Turismo presencial y en línea de la Universidad Autónoma de Zacatecas. Cuenta con Perfil PRODEP vigente. Capacitador externo de la secretaría de Turismo de Zacatecas. Asesora en la metodología de la elaboración de proyectos de Animación Sociocultural, además de revisora de capítulos de libro y publicaciones arbitradas. Certificación Senior en Animación Turística y Sociocultural emitida por la Chambre Régionale des Enterprises de l'économie social e solidaire CRESS PACA, L'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air UNAT y VTF Francia-México, así como integrante de la Academia Mexicana de Investigación Turística.

Conferencista internacional con temas relacionados al turismo cultural, patrimonio, la economía naranja y el turismo creativo.

Mtra. Sandra Tiempo Vázquez

Es Lic. en Turismo y profesora de la Universidad Autónoma de Quintana Roo. Cuenta con un Diploma y certificación Internacional en Animación Turística y sociocultural nivel Senior por la AMESTUR VTF -UNAT-CRESS- Francia 2019. Tomó el seminario Taller Formador de Formadores de Animación Turística y Sociocultural. AMESTUR – Universidad Metropolitana. México 2014. Se ha actualizado tomado diferentes cursos referentes a la recreación en la animación, recreación para el adulto mayor y la pedagogía del juego. Ha sido tallerista abordando el tema de la animación en los Congresos Internacionales de Animación Turística y sociocultural, así como en los Congresos Internacionales de Turismo Rural por parte de la AMESTUR.

Mtro. Raúl Ernesto Paredes Polanco

Licenciado en Administración, por el Instituto Tecnológico de Mérida. Maestro en Innovación Educativa por la Universidad Autónoma de Yucatán. Profesor Investigador de Tiempo Completo en la UTRSUR Tekax. Par Coordinador de la Comisión de Pares Evaluadores Externos (CEPAE) de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES). Especialista en Animación Turística y Sociocultural - Grupo Foro de AMESTUR. Creador de programas de Animación Sociocultural Universitario. Egresado del Programa de Formador de Formadores Internacional AMESTUR - VTF –UNAT – Francia. Ha escrito publicaciones en Animación Turística y Sociocultural en diversas revistas. Ha impartido diversas Conferencias y Talleres en el tema Turístico.

