



HIGHRES

Módulos formativos

PLATAFORMA DE FORMACIÓN HIGHRES



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO
BICOCCA



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA



Universidad de Jaén



Cofinanciado por
la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados son, sin embargo, exclusivamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Cultural y de la Acción Civil (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de los mismos.

¡Hola! Es hora de aprender con HIGHRES

Bienvenido a la plataforma de formación HIGHRES.

Si te interesan el patrimonio cultural inmaterial, los proyectos comunitarios en zonas rurales, las nuevas tecnologías o el turismo sostenible, entre otros temas, este es tu sitio. El proyecto HIGHRES pone a tu disposición esta formación gratuita para ampliar tus conocimientos en estas áreas temáticas.

Esta formación consta de 6 módulos desarrollados por los expertos que componen el consorcio HIGHRES. Estos módulos están diseñados para ser realizados de forma secuencial y te guiarán en la planificación de proyectos culturales en tu territorio. Estos proyectos ponen en valor el patrimonio cultural inmaterial como medio para crear vías de desarrollo sostenible en tu comunidad, centrándose también en el turismo como estrategia para ofrecer diversas experiencias a los que vienen de fuera. En este entramado, tendremos en cuenta un factor clave: la narración digital, es decir, historias que se cuentan a través de las nuevas tecnologías.

Con todo ello, pretendemos abordar dos retos presentes en algunas zonas rurales de Europa y del mundo: por un lado, atajar la brecha digital y, por otro, subsanar la falta de proyectos y recursos para el desarrollo socioeconómico de las zonas rurales.

¿Qué encontrarás en los módulos de esta formación?

Cada módulo se compone de 4 partes esenciales:

- En primer lugar, encontrarás el material teórico, donde profundizamos en conceptos e ideas. Esta sección se divide en capítulos y subcapítulos.
- La segunda parte se centra en casos prácticos, presentando ejemplos de otros proyectos que son interesantes de explorar en relación con el tema del módulo.
- A continuación, está la sección de evaluación, que consta de dos partes: la primera incluye preguntas de autorreflexión y la segunda es un cuestionario en el que puedes seleccionar la respuesta correcta.
- La parte final del módulo incluye las referencias utilizadas en la sección teórica y una lista de recursos adicionales, en su mayoría enlaces web, para ayudarte a profundizar en los temas tratados.

¿A quién va dirigida esta formación?

Esta formación está dirigida a cualquier persona interesada en temas culturales como los presentados anteriormente, ya sea en relación con el patrimonio, la narración de historias, las tecnologías digitales o el turismo. Además, el material de formación está diseñado para que sea accesible a personas con diferentes niveles de conocimiento en estas materias, lo que garantiza que todo el mundo pueda encontrar información valiosa.

Más concretamente, esta formación te ayudará a poner en marcha proyectos culturales en zonas rurales. De este modo si eres un agente cultural o social que realizas diversos trabajos en comunidades rurales, esta formación puede ayudarte a afrontar los retos actuales que rodean al desarrollo sostenible en territorios rurales.



HIGHRES

Módulo 1

IDENTIFICACIÓN Y CATALOGACIÓN DEL
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL EN
LAS ZONAS RURALES



Cofinanciado por
la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados son, sin embargo, exclusivamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Cultural y de la Acción Civil (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de los mismos.

MÓDULO 1: Identificación y catalogación del patrimonio cultural inmaterial en las zonas rurales

En muchas ocasiones, cuando surge la palabra «patrimonio» en una conversación, lo primero que nos viene a la mente son esos edificios históricos que, con el paso del tiempo, han adquirido un significado simbólico y un valor cultural para la humanidad, lugares que a menudo hemos visitado y fotografiado. También pensamos con frecuencia en obras de arte, hallazgos arqueológicos, museos y otros elementos materiales valiosos. Pero a veces pasamos por alto las expresiones, las fiestas, las tradiciones o los conocimientos que también forman parte del patrimonio cultural de un grupo social, al que denominamos como patrimonio cultural inmaterial.



Fig. 1 Encaje de bolillos en Peniche, Portugal. Fuente: Archivo HIGHRES.

Este módulo presenta el patrimonio cultural inmaterial (PCI) basado en la Convención de la UNESCO para la protección del PCI (2003), destacando su importancia para la identidad y la continuidad cultural en las zonas rurales. Presentaremos las categorías del PCI, las técnicas participativas para su identificación y catalogación, y los principios éticos para su conservación. Analizaremos los retos actuales en referencia al PCI, y mostraremos estrategias para su puesta en valor como la educación sobre el



patrimonio y el turismo comunitario. El estudio de caso que analizaremos en este módulo; el *Ecomuseu do Corvo*, ilustra la conexión entre la memoria, el territorio y la participación. Por último, te proponemos herramientas de autoevaluación para fomentar la reflexión crítica y el empoderamiento local.

ÍNDICE DEL MÓDULO

Introducción	8
1. Patrimonio cultural inmaterial (PCI)	10
2. Tipos de patrimonio cultural inmaterial	11
3. Técnicas de identificación y catalogación	12
4. Ética, derechos culturales y propiedad intelectual	14
5. Puesta en valor del PCI y retos en la actualidad	15
6. Estudios de caso: <i>Ecomuseu do Corvo, Portugal</i>	17
Actividades de autoevaluación	19
Referencias	22

Introducción

Resumen

Este módulo invita a reflexionar sobre el patrimonio cultural inmaterial (PCI) presente en las comunidades. Destaca la importancia de escuchar, cartografiar y valorar las prácticas culturales en contextos rurales. El objetivo es desarrollar habilidades prácticas y críticas para actuar como mediador y movilizador cultural, reconociendo los conocimientos locales y fortaleciendo los lazos comunitarios.

¿Alguna vez has pensado en cuántos tipos de conocimientos, tradiciones y prácticas culturales existen a tu alrededor, a menudo difíciles de ver, pero esenciales para la identidad de tu comunidad? Este módulo te invita a explorar y reflexionar sobre el patrimonio cultural inmaterial (PCI), que la UNESCO reconoce como un tesoro compartido y en constante evolución, transmitido de generación en generación.

El objetivo es ofrecerte una comprensión clara de las ideas principales que subyacen al PCI, sus categorías y por qué es importante protegerlo, especialmente en las zonas rurales. A medida que avances en el módulo, encontrarás ejemplos, herramientas y métodos participativos que te ayudarán a identificar, registrar y apreciar estas prácticas culturales vivas. También reflexionará sobre historias reales de comunidades que mantienen vivas sus tradiciones, historias que muestran cómo el territorio, la memoria y los lazos emocionales dan forma al patrimonio inmaterial en la vida cotidiana.

Este módulo no solo trata de aprender qué es el PCI. También trata de desarrollar habilidades prácticas y reflexivas: aprender a escuchar a las comunidades, identificar a los guardianes de sus conocimientos, cartografiar sus tradiciones y comprender las responsabilidades éticas que ello conlleva.



Fig. 2 Exposición del Centro Holandés del Patrimonio Cultural Inmaterial. Fuente: Archivo HIGHRES.

Al final del módulo, deberías sentirte más preparado para actuar como oyente, mediador y defensor de la cultura viva, ayudando a reconocer el territorio, los recuerdos y las voces que mantienen vivo el patrimonio inmaterial de tu comunidad.

1. Patrimonio cultural inmaterial

Resumen

Este capítulo presenta el concepto de PCI según la definición de la UNESCO, haciendo hincapié en las prácticas y los conocimientos reconocidos colectivamente. Destaca también que la salvaguardia del PCI va más allá de la documentación técnica, ya que requiere la transmisión y la adaptación intergeneracionales. Valora el papel de la escucha, el diálogo y la acción colectiva en la preservación de la diversidad cultural.

Comencemos con una pregunta clave: ¿qué hace, sabe o celebra tu comunidad que deba considerarse patrimonio? A menudo, cosas que parecen sencillas, como una receta tradicional, una canción colectiva o una celebración local, tienen un profundo significado cultural.

El patrimonio cultural inmaterial (PCI) incluye «las prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y habilidades, así como los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales asociados a ellos, que las comunidades, los grupos y, en algunos casos, los individuos reconocen como parte de su patrimonio cultural» (UNESCO, 2003). Este reconocimiento proviene de la propia comunidad y tiene sus raíces en la vida cotidiana y en un sentido compartido de identidad (Florêncio et al., 2016, p. 16).

Proteger el PCI es más que simplemente documentarlo. Significa mantenerlo vivo, transmitirlo de generación en generación y permitir que crezca y cambie, especialmente cuando se enfrentan retos como la migración, la globalización o la pérdida de conocimientos tradicionales (Florêncio et al., 2014). Apoyar estas prácticas culturales ayuda a preservar la diversidad, fomenta el diálogo entre culturas y fortalece los lazos comunitarios (Consejo de Europa, 2005).

Como dijo Freire (2005, p. 80), «nadie enseña a nadie, ni nadie es autodidacta, las personas se enseñan unas a otras, mediadas por el mundo». Esta idea también encaja con el PCI: es un proceso compartido de escuchar, respetar y transmitir la cultura juntos.

2. Tipos de patrimonio cultural inmaterial

Resumen

En esta sección se exploran las cinco categorías principales del PCI descritas por la UNESCO: tradiciones orales, expresiones artísticas, prácticas sociales, conocimientos relacionados con la naturaleza y artesanía tradicional. Se destaca cómo estas categorías a menudo se entrelazan en las prácticas vivas y deben reconocerse desde la perspectiva de las comunidades.

¿Alguna vez has notado cómo la cultura se manifiesta de diferentes maneras en tu comunidad? Algunas partes son fáciles de ver, como los festivales y las celebraciones. Otras están más ocultas, y se encuentran en los hábitos cotidianos, los gestos, los conocimientos y las palabras transmitidas a lo largo del tiempo. Esto es lo que el patrimonio cultural inmaterial (PCI) pretende reconocer.

Las categorías del PCI no son estrictas ni fijas. Más bien, ayudan a las comunidades a identificar lo que valoran en su vida cultural. La Convención de la UNESCO (2003) enumera cinco áreas principales:

Tradiciones y expresiones orales	Historias, canciones, proverbios y leyendas compartidas en reuniones familiares o comunitarias, incluidos los idiomas.
Expresiones artísticas	Danza, música, teatro y otras tradiciones escénicas.
Prácticas sociales, rituales y eventos festivos	Celebraciones de la cosecha, bodas y festivales religiosos.
Conocimientos y prácticas relacionados con la naturaleza y el universo	Métodos agrícolas, remedios herbales o formas de interpretar el clima.

Artesanía tradicional

Fabricación de cestas, cerámica, tejidos, herramientas e instrumentos musicales.

Estas áreas a menudo se combinan de formas ricas y complejas. Una sola fiesta puede incluir música, baile, narración de cuentos y conocimientos rituales, todo al mismo tiempo. Estos se vuelven aún más poderosos cuando se cuentan a través de historias personales, como una bordadora que aprendió de su abuela o un pescador que canta viejas canciones sobre las mareas. Las historias ayudan a revelar el significado más profundo detrás de estas tradiciones, uniendo la emoción y el conocimiento.

El objetivo no es solo encajar las prácticas en categorías, sino honrar lo que la propia comunidad considera significativo. Como dice Freire (2005): «la enseñanza comienza con la escucha». Proteger el PCI también significa escuchar, respetar y crear juntos un significado compartido.

3. Técnicas de identificación y catalogación

Resumen

En esta sección se presentan métodos participativos para cartografiar y documentar el PCI en las zonas rurales, como pueden ser entrevistas, cartografía emocional e inventarios colaborativos. Se aboga por un enfoque ético y sensible al contexto, que dé prioridad a la participación de la comunidad y al reconocimiento de los conocimientos locales.

Para identificar y documentar el patrimonio cultural inmaterial (PCI) junto con las comunidades, especialmente en las zonas rurales, donde el PCI está estrechamente vinculado a la tierra y a la vida cotidiana, es importante utilizar métodos basados en la escucha, el diálogo y el respeto por las realidades locales.

Encontrar el PCI es más que observar; significa reconocerlo junto con la comunidad. A lo largo del tiempo, se han creado muchos métodos útiles. Algunas de las técnicas más utilizadas son:

- **Entrevistas abiertas y círculos de diálogo comunitario con la población local**, especialmente con los ancianos y los guardianes del conocimiento, para recopilar historias de vida, recuerdos compartidos y los significados más profundos que se esconden tras las prácticas culturales (Florêncio et al., 2016).
- **El mapeo emocional y la cartografía social**, que ayudan a mostrar los lugares donde se desarrolla el PCI, como mercados, jardines, senderos, iglesias, hornos, manantiales o espacios de reunión. (Sou et al., 2022).
- **Diarios de campo compartidos y documentación fotográfica/audio**, creados con la participación de la comunidad, respetando su ritmo y obteniendo siempre un consentimiento claro e informado. (UNESCO, 2024; EcoHeritage, 2024).



Fig. 3 Escuela de encaje de bolillos en Peniche, Portugal. Fuente: Archivo HIGHRES.

- **Inventarios participativos**, que organizan la información en formularios, descripciones e historias, utilizando formatos como texto, vídeo o audio. Estos ayudan a dar visibilidad a las voces locales y a orientar las acciones futuras (Florêncio et al., 2016; Horta et al., 1999).

La catalogación debe respetar las tradiciones orales, los diferentes idiomas y las formas tradicionales de transmitir el conocimiento. El uso de vídeos o grabaciones de audio, siempre con consentimiento, es una forma poderosa de contar historias, manteniendo viva la riqueza emocional y sensorial del PCI. Más que una tarea técnica, se trata de un viaje compartido de reconocimiento y valoración de la memoria cultural viva de una comunidad.

4. Ética, derechos culturales y propiedad intelectual

Resumen

Esta sección aborda los principios éticos fundamentales en la documentación del patrimonio cultural inmaterial (PCI), con énfasis en el consentimiento informado, los acuerdos comunitarios y la promoción de la autonomía local. Destaca la importancia de proteger los derechos culturales colectivos, la propiedad intelectual compartida y los derechos digitales en entornos digitales. También explora cómo la narración de historias, cuando se utiliza de forma ética y sensible, puede reforzar la escucha, la representación y la salvaguardia del PCI.

¿Alguna vez ha pensado con quién estamos hablando cuando documentamos una práctica cultural o un elemento del patrimonio cultural inmaterial? ¿Qué nos da el derecho a hacerlo y cómo debemos hacerlo con cuidado?

Documentar las prácticas culturales no es solo una actividad técnica. Se trata de construir relaciones, lo que requiere escuchar, ser responsable y mostrar respeto a las comunidades que mantienen vivas estas tradiciones. El primer paso, y el más importante, es obtener el consentimiento libre, previo e informado. Todas las personas involucradas deben comprender plenamente el propósito del trabajo y cómo se podría utilizar el material, especialmente en formatos digitales.

Para apoyar este proceso, se recomiendan los siguientes pasos:

- **Utilizar formularios de consentimiento**, ya sean escritos u orales, para individuos o grupos.
- **Crear acuerdos comunitarios** que expliquen cómo se utilizarán, almacenarán y accederán a las grabaciones, teniendo siempre en cuenta los valores locales, la ética y la toma de decisiones de la comunidad.
- **Obtener permiso** para utilizar las imágenes y voces de las personas, especialmente en el caso de grabaciones de vídeo o audio.
- Respetar los derechos culturales colectivos y la propiedad compartida del material.
- **Solicitar asesoramiento de expertos** en casos que impliquen cuestiones legales o éticas.

En el mundo digital actual, también es importante proteger los derechos digitales de las comunidades, permitiéndoles controlar cómo se comparte y se muestra su conocimiento. Directrices como la **Directiva Europea 2019/790** y la **Convención de Faro** (2005) ofrecen un importante apoyo, con el objetivo de lograr la equidad y el empoderamiento de las comunidades.

Sitios web como «europeana.eu» dan un buen ejemplo, utilizando normas éticas para compartir contenidos culturales. Cuando se hace con cuidado, documentar el PCI se convierte en una forma poderosa de honrar las culturas, dando a las comunidades la oportunidad de compartir sus historias con dignidad y visibilidad.

5. Valoración del PCI y retos contemporáneos

Resumen

En este capítulo se analiza cómo mejorar el PCI a través de la educación, el turismo sostenible, las políticas culturales y las tecnologías digitales. Se destacan retos como el éxodo rural y la ruptura de la transmisión intergeneracional, y se proponen estrategias comunitarias basadas en el diálogo y la acción colectiva.

Valorar el patrimonio cultural inmaterial (PCI) significa algo más que simplemente registrarlo: se trata de ayudar a las comunidades a continuar, adaptar y recrear sus tradiciones. Como afirma la UNESCO (2003), el PCI «es recreado constantemente por las comunidades y los grupos en respuesta a su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia». Para apoyar verdaderamente al PCI, este debe incluirse en la educación, el turismo sostenible, la planificación cultural local y el uso responsable de herramientas digitales de fácil acceso.

Hoy en día, el PCI se enfrenta a varios retos, como es el abandono de las zonas rurales, las tendencias culturales globales, la pérdida de conocimientos transmitidos de generación en generación y la invisibilidad de las prácticas tradicionales, especialmente en las zonas rurales y marginadas. En respuesta a ello, muchas comunidades están tomando medidas a través de iniciativas como:

- Organizar **talleres intergeneracionales** en los que las personas mayores compartan sus conocimientos con los jóvenes en escuelas, espacios culturales o eventos locales.
- Organizar **festivales comunitarios** que combinen actuaciones, ferias de artesanía y conocimientos, y comida tradicional.
- Crear **rutas culturales y de ecoturismo** que se centren en las prácticas rurales, las tradiciones orales y los paisajes culturales.
- Construir **bancos de memoria digital** con la comunidad para recopilar historias, canciones, habilidades y testimonios.

- Promover **actividades de aprendizaje** basadas en el PCI local para fortalecer la identidad y el sentido de pertenencia.

Las plataformas digitales pueden ayudar a crear espacios en los que las comunidades comparten sus historias mediante vídeos, podcasts y otros formatos, y convertir la narración de historias en una forma de celebrar la cultura, conectar generaciones y fomentar la resiliencia. Freire (2005, p. 83) nos recuerda que «el diálogo es indispensable para el acto de cognición que desvela la realidad». Aplicado al PCI, esto significa escuchar verdaderamente a las comunidades, fomentar su creatividad y apoyar políticas públicas que respeten su ritmo, sus significados y sus formas de vida.

6. Estudios de caso

Resumen

El Ecomuseo de Corvo es una iniciativa que promueve la salvaguardia participativa del PCI en la isla más aislada de las Azores (Portugal). Cartografía los conocimientos locales y organiza actividades comunitarias, poniendo en valor el territorio y a los residentes como conservadores de su propia cultura, en línea con los principios de la sociomuseología.

Ecomuseu do Corvo (Portugal)

Situado en la isla más pequeña y aislada de las Azores, el Ecomuseo de Corvo es una iniciativa centrada en la valorización del PCI, nacida del deseo de preservar y transmitir los modos de vida tradicionales frente a la despoblación y las presiones de la globalización.

El ecomuseo elabora inventarios participativos, cartografiando colectivamente conocimientos y prácticas como la pesca artesanal, la elaboración de pan y las tradiciones orales relacionadas con el mar y el cultivo de la tierra. También organiza exposiciones comunitarias, visitas guiadas, círculos de diálogo y acciones medioambientales que refuerzan la conexión entre el PCI y el paisaje de la isla. Las actividades desarrolladas por el Ecomuseo también integran la narración de historias como herramienta de mediación cultural: los residentes comparten sus experiencias,

conocimientos y recuerdos en primera persona, fortaleciendo el vínculo entre el pasado, el presente y el futuro.

Se trata de un museo sin paredes, donde el territorio es la colección y los residentes son los verdaderos conservadores de su propia cultura (Ecoheritage, 2024). Esta perspectiva se alinea con los principios de la sociomuseología, que reconoce el museo como una herramienta para la transformación social y el diálogo comunitario (Primo y Moutinho, 2020).



Fig. 4 Casa do Tempo, Ecomuseu do Corvo, Portugal. Fuente: <https://ecomuseu-corvo.cultura.azores.gov.pt/>

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

PREGUNTAS DE AUTORREFLEXIÓN

- 1) ¿Qué caracteriza al patrimonio cultural inmaterial de tu comunidad?
- 2) ¿Qué prácticas culturales vivas existen en tu comunidad?
- 3) ¿Quiénes son los guardianes del conocimiento en tu localidad?
- 4) ¿Cómo podría comenzar a elaborar un mapa participativo del PCI local?
- 5) ¿Cómo puede el uso de historias y narrativas fortalecer el reconocimiento y la apreciación del PCI en su comunidad?
- 6) ¿Qué consideraciones éticas deben tenerse en cuenta al documentar una tradición?
- 7) ¿Qué está haciendo ya tu comunidad, o qué podría hacer, para preservar sus prácticas culturales?
- 8) ¿Cómo pueden participar las diferentes generaciones en el reconocimiento y la puesta en valor del PCI?
- 9) ¿Qué recursos locales (escuelas, asociaciones, espacios públicos) pueden apoyar un inventario participativo?
- 10) ¿Cómo puede el PCI abordar los retos locales (desempleo, migración, pérdida de identidad)?

PRUEBA DE AUTOEVALUACIÓN

- 1) Al visitar una feria tradicional en un pueblo rural, observa el intercambio de recetas antiguas, actuaciones musicales, la venta de artesanía local y la narración de cuentos. Esta escena es un ejemplo de:
 - a) Un evento de ocio sin relevancia patrimonial.
 - b) Folclore popular desconectado de la cultura viva.
 - c) (Una expresión del patrimonio cultural inmaterial, que abarca múltiples categorías, como las prácticas sociales, las artes escénicas y los conocimientos tradicionales.
 - d) Un evento esporádico con poca relevancia para los inventarios del PCI.

- 2) Un grupo comunitario decide comenzar a cartografiar el PCI local mediante círculos de diálogo con los depositarios del conocimiento, cartografía emocional y grabaciones audiovisuales con consentimiento. Este enfoque se ajusta a:**
- a) Técnicas formales destinadas exclusivamente a la investigación académica.
 - b) Metodologías participativas para identificar el PCI, basadas en la escucha, el diálogo y el empoderamiento de la comunidad.
 - c) Procesos técnicos dirigidos por especialistas sin participación local.
 - d) El archivo con fines comerciales o turísticos.
- 3) El territorio es la colección y los residentes son los verdaderos conservadores de su propia cultura. Esta idea, inspirada en el Ecomuseo de Corvo, expresa que:**
- a) La conservación debe ser llevada a cabo por museólogos profesionales.
 - b) El PCI se vive y se construye colectivamente, basado en la vida cotidiana, los lazos comunitarios y la memoria.
 - c) La cultura sólo se preserva cuando se mantiene intacta por instituciones formales.
 - d) El museo tradicional es más eficaz para preservar el PCI.
- 4) Durante un taller, una residente comparte conocimientos sobre las plantas medicinales que utilizaba su abuela. Antes de grabarla en vídeo, el facilitador debe:**
- a) Grabar rápidamente para no perder el contenido.
 - b) Pedir permiso después, si es necesario.
 - c) Explicar claramente el propósito de la grabación y obtener el consentimiento libre, previo e informado.
 - d) Evitar cualquier formalidad, ya que se trata de una tradición oral.
- 5) En una comunidad con una importante migración juvenil, una escuela propone talleres con maestros locales, bancos de memoria y rutas de turismo cultural. Estas acciones tienen como objetivo principal:**
- a) Sustituir las prácticas tradicionales por formas culturales más modernas.
 - b) Valorar y transmitir el PCI, fortaleciendo los vínculos intergeneracionales y promoviendo el sentido de pertenencia a la comunidad.
 - c) Convertir el PCI en una atracción turística centralizada.

- 
- d) Conservar el conocimiento únicamente en archivos institucionales.

Soluciones

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) C
- 5) B

Referencias

Consejo de Europa. (1992). Convenio Europeo para la Protección del Patrimonio Arqueológico (Revisado). *Serie de Tratados Europeos, 143.*
<https://rm.coe.int/168007bd25>

Consejo de Europa. (2005). *Convenio de Faro sobre el valor del patrimonio cultural para la sociedad.* <https://rm.coe.int/1680083746>

EcoHeritage. (2024). *Proyecto EcoHeritage.* Proyecto EcoHeritage.
<https://ecoheritage.eu/>

Unión Europea. (2019). *Directiva (UE) 2019/790 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de abril de 2019, sobre los derechos de autor y derechos afines en el mercado único digital y por la que se modifican las Directivas 96/9/CE y 2001/29/CE.* <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/790/oj>

Florêncio, S. R. R., Bezerra, J. I. M., Clerot, P., Cavalcante, I. M. P., Silva, J. de S., Long, L., Krohn, E. C. R., Silva, A. P., Medeiros, M. da G., & Dutra, M. V. de M. (2016). *Educação Patrimonial: Inventários Participativos.* IPHAN/MEC.
http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/inventariodopatrimonio_15x21web.pdf

Florêncio, S. R. R., Clerot, P., Bezerra, J., & Ramassote, R. (2014). *Educación patrimonial: Historia, conceptos y procesos.* Iphan.
http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/EducPatrimonialweb_final_segunda%20edicao.pdf

Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido: Edición del 30.º aniversario* (M. B. Ramos, Trad.; Edición del 30.º aniversario). Bloomsbury Publishing.
<https://envs.ucsc.edu/internships/internship-readings/freire-pedagogy-of-the-oppressed.pdf>

Horta, M. de L. P., Grunberg, E. y Monteiro, A. Q. (1999). *Guía básica de educación patrimonial.* IPHAN.

Primo, J. y Moutinho, M. (2020). Referências teóricas da Sociomuseologia. En J. Primo y M. Moutinho, *Introdução à Sociomuseologia* (p. 17-34). Lusófona.

Sou, G., Carvalho, J., Cidade, N., y Nico, M. E. (2022). Un nuevo método para tender puentes entre el nuevo materialismo y el mapeo emocional: experiencias espacio-emocionales en favelas brasileñas afectadas por desastres. *The Qualitative Report*, 27(11), 2432-2445. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5744>

UNESCO. (2003). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*.
<https://ich.unesco.org/en/convention>

UNESCO. (2024). *Repositorio de materiales para el desarrollo de capacidades*.
Patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO.
<https://ich.unesco.org/en/capacity-building-materials>

Recursos adicionales

<https://ich.unesco.org/en/home>

<https://www.ijih.org/>

<https://www.ichngoforum.org/>



HIGHRES

Módulo 2

GESTIÓN COLABORATIVA Y
PARTICIPACIÓN COMUNITARIA



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
BICOCCA



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA

STORY
TELLiNG
CENTRE

CS
projects

UJa.
Universidad de Jaén



Cofinanciado por
la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados son, sin embargo, exclusivamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Cultural y de la Acción Civil (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de los mismos.

Módulo 2: Gestión colaborativa y participación comunitaria

Convivimos en comunidades, grupos sociales, vecindarios, pueblos o barrios, nos relacionamos con otras personas a cada instante, estas relaciones crean vínculos esenciales para una convivencia saludable y para alcanzar objetivos comunes que mejoran la vida y preservan la cultura y la identidad de la comunidad.

Este módulo trata sobre la «gestión colaborativa» y la participación de tu comunidad en proyectos patrimoniales, a través de proyectos como los «ecomuseos» y otras iniciativas locales. Veremos cómo compartir la toma de decisiones y contar con la participación activa de las personas de la comunidad puede ayudar realmente a proteger tanto el aspecto físico como el cultural del patrimonio de forma sostenible.



Fig. 1 Exploración del territorio comunitario en el Ecomuseo Lis Aganís (Italia).
Fuente: Lisa Pigozzi

Este módulo se compone de una combinación de teoría y herramientas prácticas que te ayudarán a comprender lo que se necesita para gestionar el patrimonio dentro de una comunidad. Al ver ejemplos reales y realizar ejercicios interactivos, aprenderás cómo apoyar a las comunidades en la creación y ejecución de sus propios proyectos patrimoniales. El módulo muestra también cómo la participación local no solo preserva

el patrimonio, sino que también puede impulsar el turismo sostenible y ayudar a que las zonas locales prosperen.

Además, está diseñado para ofrecer a las comunidades rurales un mejor acceso a una educación de calidad, con recursos en línea flexibles que cualquiera puede utilizar.

ÍNDICE DEL MÓDULO

Introducción	28
1. Juntos prosperamos: estrategias de participación comunitaria	30
1.1. Participación de jóvenes y voluntarios en proyectos patrimoniales	31
2. Gestión participativa del patrimonio para el turismo sostenible y el desarrollo local	33
3. Retos y soluciones en la gestión dirigida por la comunidad	35
4. Estudios de caso	38
Actividades de autoevaluación	42
Referencias	43

Introducción

Resumen

Este capítulo presenta una definición de «gestión colaborativa» en relación con los proyectos en torno al patrimonio cultural inmaterial. Explica los principios fundamentales y por qué es tan importante, especialmente para los ecomuseos. Aprenderás sobre las diferentes funciones que desempeñan los gobiernos locales, las ONG, las empresas y los residentes cuando trabajan juntos para cuidar el patrimonio cultural y natural. Prestaremos especial atención a los ecomuseos, que Maggi (2002) describe como «un pacto entre una comunidad y su patrimonio», un gran ejemplo de cómo funciona la gestión participativa del patrimonio. Además, analizaremos algunos documentos oficiales que respaldan la gestión sostenible del patrimonio.

La «gestión colaborativa» significa que diferentes personas y grupos comparten la responsabilidad de tomar decisiones y cuidar los recursos juntos. A diferencia del antiguo enfoque verticalista, este enfoque da a las comunidades locales el poder de apropiarse y proteger realmente su patrimonio, contribuyendo a su perdurabilidad a largo plazo. Si piensas en cómo interactúas con tus vecinos u otros miembros de tu comunidad, te darás cuenta de que las relaciones basadas en conexiones horizontales entre pares y una lógica de trabajo democrática ayudan a alcanzar objetivos comunes por el bien de la comunidad.

Por otro lado, con el tiempo, la idea de patrimonio cultural ha crecido mucho y ahora se necesitan expertos de muchos campos que trabajen juntos para proteger tanto los elementos tangibles (como edificios o artefactos) como los intangibles (como tradiciones o historias).

Un gran paso adelante fue la introducción del Patrimonio Cultural Mundial en las políticas de Desarrollo Sostenible de la UNESCO de 2015. Este hecho integró el concepto de sostenibilidad en la forma en que conservamos y gestionamos el Patrimonio Mundial, dejando claro que la protección del patrimonio cultural y natural debe entrar dentro de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), tal y como establece la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Utilizando esta política global como guía, independientemente del tipo de patrimonio que gestiones (material o inmaterial, natural o cultural, local o regional), te indicaremos las ideas principales que debes tener en cuenta para una gestión exitosa del patrimonio.



Fig. 2 Exploración del territorio en el Ecomuseo Lis Aganis, 2021. Fuente: Lis Aganis.

De hecho, las políticas de la UNESCO se estructuran en torno a cuatro dimensiones clave que pueden ser útiles para reflexionar sobre la metodología participativa que se desea aplicar para gestionar el patrimonio. Estas son:

- 1) Desarrollo social inclusivo: promover la participación activa de las comunidades locales en la gestión de los territorios, respetar los derechos humanos, las culturas indígenas, y la equidad intergeneracional.
- 2) Desarrollo económico sostenible: fomentar actividades económicas compatibles con la conservación del patrimonio, como el turismo responsable, la artesanía local y la agricultura sostenible.
- 3) Sostenibilidad medioambiental: hacer hincapié en la protección de la biodiversidad, el uso responsable de los recursos naturales y la resiliencia al cambio climático.

- 
- 4) Paz y seguridad: reconocer el patrimonio como una herramienta para el diálogo intercultural, la cohesión social y la prevención de conflictos.

Estas políticas de la UNESCO tienen como objetivo orientar a los Estados, hacia un enfoque integrado en el que la conservación del patrimonio y el desarrollo sostenible se refuercen mutuamente. Entre los ejemplos de éxito figuran las asociaciones entre municipios y asociaciones locales que garantizan que los sitios culturales sigan siendo activos y relevantes tanto para los locales como para los visitantes. Los ecomuseos podrían ser un ejemplo práctico de buenas prácticas en este ámbito, ya que trabajan involucrando a las comunidades locales en el cuidado y la mejora del patrimonio, con la participación de las partes interesadas a diferentes niveles (local, nacional o incluso internacional).

1. Juntos prosperamos: estrategias de participación comunitaria

Resumen

Este capítulo trata sobre cómo involucrar a las comunidades en proyectos de conservación del patrimonio. Exploraremos técnicas prácticas como la toma de decisiones participativa, la recopilación de historias orales y la narración colaborativa, todas ellas herramientas que ayudan a las personas a sentirse conectadas y activamente comprometidas con la protección de su patrimonio.

Conseguir la participación de la comunidad es fundamental para crear un vínculo sólido entre las personas y su patrimonio. Técnicas como la cartografía participativa, los talleres y la narración de historias ayudan a los lugareños a compartir sus conocimientos y tradiciones. Hay muchos ejemplos excelentes en los que los ecomuseos, entre otras iniciativas, han utilizado estos métodos para crear experiencias patrimoniales vivas y en constante evolución que benefician tanto a los residentes como a los visitantes.

En este capítulo, analizaremos detenidamente cómo la participación de la comunidad ayuda a proteger el patrimonio cultural inmaterial. Utilizando el ejemplo de los

ecomuseos, nos centraremos en herramientas prácticas como la cartografía, la narración de historias y los talleres, que dan a las personas el poder de documentar, interpretar y mantener vivo su patrimonio. Estos enfoques inclusivos crean un sentido compartido de pertenencia, fortalecen los lazos comunitarios y garantizan que el patrimonio siga siendo significativo en la actualidad. Partiendo de los puntos anteriores, es el momento de esbozar una serie de conceptos que nos llevarán a las siguientes secciones:

- Modelos de toma de decisiones participativa: Técnicas para una gobernanza inclusiva en proyectos patrimoniales, que garantizan que las opiniones de la comunidad influyan en los resultados.
- Proyectos de cartografía comunitaria e historia oral: Métodos prácticos para documentar los conocimientos, los paisajes y las tradiciones locales a través de la memoria colectiva.
- Participación de los jóvenes, las empresas locales y los voluntarios: Estrategias para involucrar a diversos miembros de la comunidad en actividades patrimoniales, desde la cocreación hasta la promoción.

1.1. Participación de jóvenes y voluntarios en proyectos patrimoniales

Involucrar a jóvenes y a voluntarios en proyectos patrimoniales no siempre es fácil, pero es muy importante para llegar a un público más amplio y garantizar la conservación del patrimonio a largo plazo. Involucrar a jóvenes en la gestión del patrimonio requiere creatividad y un esfuerzo continuo para salvar la brecha entre generaciones en la comunidad. Involucrarlos es clave para que estos proyectos sean sostenibles y exitosos. Cuando se integran a las generaciones más jóvenes ayudan a proteger las tradiciones culturales y les ayuda a sentirse conectados con su comunidad y orgullosos de su patrimonio local. A continuación se presentan algunas acciones que pueden ayudar a involucrar a los jóvenes en la gestión comunitaria del patrimonio:

1. Talleres sobre patrimonio

Ofrecen a los jóvenes la oportunidad de participar activamente en la preservación y promoción del patrimonio cultural. Al participar en actividades prácticas, los jóvenes

adquieren una comprensión más profunda de su patrimonio y se convierten en defensores de su conservación. Algunos ecomuseos utilizan el mapeo y la cartografía para dar a conocer el patrimonio local.

2. Colaboración con las escuelas:

La colaboración con las escuelas ayuda a integrar una idea amplia del patrimonio que podría contribuir a sensibilizar sobre el patrimonio local, tanto material como inmaterial. Los estudiantes pueden participar en proyectos como la creación de historias orales, la cartografía de lugares emblemáticos locales o la investigación sobre las tradiciones de la comunidad. Estas colaboraciones también animan a las generaciones más jóvenes a participar activamente en la preservación de la cultura local.



Fig. 3 Estudiantes de secundaria como guías del patrimonio en el Ecomuseo Casilino (Roma, Italia, 2021). Fuente: Lisa Pigozzi.

3. Campañas de participación digital:

Con el auge de los medios digitales, se ha incrementado el uso de las redes sociales para conectar con el público más joven. La narración digital, las visitas virtuales y los retos patrimoniales online permiten a los jóvenes interactuar con su patrimonio cultural de formas muy innovadoras. Estas campañas amplían el alcance de los proyectos patrimoniales y fomentan un debate global sobre el valor de preservar las tradiciones.

Al incorporar estas estrategias, las generaciones futuras no solo se informan sobre su patrimonio, sino que también participan activamente en su conservación. Los voluntarios, especialmente los jóvenes, se convierten en la fuerza motriz de un movimiento patrimonial sostenible y dinámico. El voluntariado es aquí una forma de presentar diferentes perspectivas de trabajo a los estudiantes.

2. Gestión participativa del patrimonio para el turismo sostenible y el desarrollo local

Resumen

El auge de las comunicaciones y la amplia gama de opciones de viaje, tanto entre países como dentro de una misma región, han llevado a algunos lugares a experimentar un aumento abrumador del turismo, a menudo con efectos negativos para las comunidades locales que lo acogen. Pero, ¿y si imaginamos un tipo de turismo que no perjudica al anfitrión, sino que se convirtiera en parte de la vida y la identidad locales?

En este capítulo se analiza cómo la gestión colaborativa puede contribuir a crear un turismo sostenible. Se destacan formas de conciliar la acogida de los visitantes con el bienestar de la comunidad. También se muestra cómo la participación de la población local hace que las experiencias culturales sean más auténticas y significativas.

La participación de las comunidades locales en la gestión de su patrimonio es fundamental para desarrollar un turismo sostenible e impulsar el desarrollo local. Cuando las personas tienen voz y voto en la preservación y promoción de sus activos culturales y naturales, los beneficios del turismo se reparten de forma equitativa y los habitantes locales desempeñan un papel central en las decisiones sobre su patrimonio.

Los ecomuseos, por ejemplo, desempeñan un papel importante al fomentar los negocios locales, como la venta de artesanía, la oferta de experiencias gastronómicas tradicionales y las visitas guiadas a cargo de los habitantes locales. Los resultados

muestran cómo estos esfuerzos ayudan a las comunidades a mantenerse económicamente fuertes y a conservar viva su cultura.

1. Participación de la comunidad en la toma de decisiones:

En este enfoque, las comunidades participan activamente en la identificación, protección y promoción de su patrimonio. A través de consejos locales, reuniones y talleres, los residentes pueden ayudar a decidir cómo se cuida y se utiliza su patrimonio. De esta manera, los proyectos patrimoniales reflejan verdaderamente los valores, las necesidades y las esperanzas de la comunidad.



Fig. 4 Exploración del territorio en el Ecomuseo Lis Aganis, 2021. Fuente: Lis Aganis.

2. El patrimonio como herramienta para el turismo sostenible:

El turismo prospera cuando la población local se siente capacitada para gestionar y explicar su patrimonio. Fomentar un turismo responsable que respete las tradiciones y el medio ambiente ayuda a proteger la integridad cultural y natural de la zona.

También anima a los visitantes a conectar con la cultura local de una manera significativa, lo que beneficia tanto a los turistas como a los residentes.

3. Beneficios económicos para el desarrollo local:

Cuando las comunidades lideran la gestión del patrimonio, pueden beneficiarse directamente, ya sea a través de visitas guiadas, la venta de artesanía o la oferta de servicios de hostelería. Esto ayuda a construir una economía local sostenible, dando a las comunidades más independencia y manteniendo vivo su patrimonio cultural y natural a largo plazo.

Al integrar la gestión participativa del patrimonio en los planes turísticos, las comunidades se fortalecen y se vuelven más resilientes. Este enfoque protege el patrimonio cultural y apoya un modelo de turismo inclusivo, sostenible y beneficioso para todos los involucrados.

3. Retos y soluciones en la gestión dirigida por la comunidad

Resumen

La gestión colaborativa ofrece muchas ventajas, pero también plantea algunos retos. Problemas como los conflictos de intereses, la financiación limitada y la complejidad de la gobernanza pueden suponer un obstáculo. En este capítulo se analizan estos problemas y se proponen algunas soluciones. Algunos de los mayores obstáculos son conciliar las expectativas de las diferentes partes interesadas, encontrar un apoyo financiero estable y hacer frente al agotamiento de los voluntarios. Para abordarlos, es importante tomar decisiones de forma clara y abierta, explorar diversas opciones de financiación e invertir en formación y desarrollo de capacidades.

La gestión del patrimonio dirigida por la comunidad es fundamental para mantener vivo el patrimonio e impulsar el desarrollo local. Pero no siempre es fácil: hay algunos retos comunes a los que se enfrentan las comunidades, junto con posibles soluciones:

1. Reto: falta de recursos

La financiación a largo plazo es esencial para la sostenibilidad. La colaboración con organismos gubernamentales, ONG y organizaciones internacionales como la UNESCO puede proporcionar tanto financiación como experiencia en la elaboración de proyectos. Las empresas locales y los operadores turísticos también pueden ser grandes aliados, ya que crean fuentes de ingresos que apoyan los proyectos patrimoniales.

2. Reto: conflictos de intereses dentro de la comunidad

Los proyectos patrimoniales suelen involucrar a muchas personas con prioridades diferentes, lo que puede causar conflictos. Es importante que todos participen en la toma de decisiones. La celebración de consultas, reuniones comunitarias y talleres ayuda a reunir diferentes puntos de vista y garantiza que las decisiones respeten la perspectiva de todos. Esta comunicación abierta puede evitar que los desacuerdos se conviertan en problemas mayores.



*Fig. 5 Identificación del patrimonio con estudiantes de secundaria en el Ecomuseo Casilino, 2021.
Fuente: Lisa Pigozzi.*

3. Reto: capacidad y conocimientos limitados

A veces, las comunidades no tienen las habilidades técnicas o los conocimientos necesarios para gestionar eficazmente el patrimonio, especialmente si aún no están involucradas en el reconocimiento de su propio patrimonio. Aunque es difícil incluir a todos, llegar a un público amplio es mejor para una buena conservación y prácticas sostenibles. Ofrecer sesiones de formación y talleres puede mejorar las habilidades de la comunidad. Contar con expertos para orientar a los locales también ayuda a reforzar los conocimientos y la confianza.

4. Reto: el exceso de turismo y la comercialización

El turismo puede sin duda impulsar la economía local, pero si no se gestiona adecuadamente, también puede dañar el patrimonio cultural al provocar una saturación y hacer que las cosas parezcan menos auténticas. Por eso es tan importante el turismo sostenible. Esto significa gestionar cuidadosamente el número de visitantes, animar a los turistas a venir en temporada baja y asegurarse de que la comunidad local obtenga una parte justa de los beneficios. Es fundamental encontrar el equilibrio adecuado entre dar la bienvenida a los visitantes y proteger el patrimonio.

5. Reto: garantizar la sostenibilidad a largo plazo

Mantener vivos los proyectos patrimoniales de la comunidad a largo plazo requiere planificación y compromiso. Sin ellos, los proyectos pueden perder impulso o incluso fracasar. La creación de grupos formales, como comités de gestión del patrimonio, puede proporcionar estructura y hacer que las cosas sigan avanzando. También es importante contar con un apoyo jurídico claro y establecer asociaciones a largo plazo con organizaciones o autoridades locales para garantizar que los proyectos perduren y sigan prosperando.

Aunque la gestión comunitaria se enfrenta a retos, las soluciones residen en fomentar la cooperación, desarrollar la capacidad local, asegurar los recursos y garantizar que tanto la comunidad local como el sitio patrimonial prosperen juntos. Al superar estos obstáculos, las comunidades pueden hacerse cargo de su patrimonio cultural y crear experiencias turísticas patrimoniales sostenibles y dinámicas que beneficien a todos los involucrados.

4. Estudios de casos

Resumen

En esta sección, analizaremos cuatro proyectos locales, dos en España y dos en los Países Bajos, que muestran con éxito cómo las comunidades se involucran en iniciativas en las que el patrimonio cultural inmaterial contribuye tanto al desarrollo como al bienestar de sus miembros.

1. «Raíces»: potenciar las narrativas comunitarias a través del arte colaborativo (España)



Fig. 6 Proyecto «Raíces». Fuente: Manual de buenas prácticas de HIGHRES, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

Raíces es un proyecto de investigación comunitario dirigido por estudiantes de máster en Educación Estética de la Universidad de Jaén, España. Se llevó a cabo en la localidad de Alcaudete, donde se invitó a los habitantes locales a compartir sus historias personales, recuerdos y artesanía tradicional. En estrecha colaboración con la Asociación de Vecinos de Fuente Zaide, se recopilaron estas historias y se convirtieron en un documental digital que preserva y celebra el patrimonio cultural inmaterial de la comunidad. Mediante el arte participativo y la narración de historias, *Raíces* contribuyó a unir a las personas, dio más voz a los residentes y reforzó la identidad local. Al combinar los conocimientos tradicionales con las herramientas digitales, el

proyecto muestra cómo el trabajo conjunto puede proteger el patrimonio cultural. También destaca cómo las asociaciones entre universidades y comunidades pueden fomentar la resiliencia, promover las conexiones intergeneracionales y apoyar el desarrollo sostenible, todo lo cual puede contribuir a impulsar el turismo local y el crecimiento económico.

2. «Vientos del Tiempo»: revivir las tradiciones orales a través del teatro y los medios digitales (España)



Fig. 7 Proyecto «Vientos del Tiempo».
Fuente: Manual de buenas prácticas de HIGHRES, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

«Vientos del Tiempo» es un proyecto cultural desarrollado en Torredonjimeno, España, que revive las tradiciones orales y el patrimonio local mediante el teatro y las nuevas tecnologías. Este grupo sin ánimo de lucro involucra a la comunidad a través de narraciones dramatizadas, visitas guiadas y obras audiovisuales para mantener vivas las historias, las costumbres y los personajes históricos de la región. Al combinar actuaciones en directo con plataformas modernas como la televisión y las redes sociales, consiguen que los cuentos tradicionales resulten frescos y emocionantes, especialmente para el público más joven. Entre los aspectos más destacados se incluyen la serie «Tiempo de Navidad» y la colaboración con influencers de TikTok para difundir la historia local de forma divertida. Este proyecto no solo fomenta el orgullo cultural y los

vínculos entre generaciones, sino que también contribuye al turismo al hacer que las experiencias patrimoniales sean más accesibles y atractivas. «Vientos del Tiempo» muestra cómo la narración de historias combinada con herramientas digitales puede proteger el patrimonio inmaterial, al tiempo que fomenta el espíritu comunitario y apoya el crecimiento local.

3. «Spotting Intangible Heritage» (Arnhem, Países Bajos)



Fig. 8 Proyecto Spotting Intangible Heritage. Fuente: página web del Centro Neerlandés para el Patrimonio Cultural Inmaterial, <https://www.immaterieelerfgoed.nl/en/spotten>

«*Spotting Intangible Heritage*» es un interesante proyecto dirigido por el Centro Neerlandés para el Patrimonio Cultural Inmaterial, que forma parte del Ministerio de Educación, Cultura y Ciencia. Su objetivo es concienciar a la población de los Países Bajos sobre el patrimonio cultural inmaterial (PCI). Para ello, colocan códigos QR en pueblos, ciudades y lugares de interés cultural que los visitantes pueden escanear para descubrir historias digitales sobre las tradiciones y prácticas locales. Lo realmente especial es cómo se crean estas historias: el Centro de Conocimiento comienza con un guión básico, pero luego las comunidades locales añaden sus propias historias y experiencias personales. Este trabajo en equipo entre residentes, escritores y profesionales de los medios de comunicación garantiza que el contenido resulte auténtico y atractivo. Al combinar la tecnología con las voces reales de la comunidad, Descubriendo el patrimonio inmaterial ayuda a dar vida a la cultura local y a que la gente se sienta más conectada con el lugar donde vive.

<https://www.immaterieelerfgoed.nl/en/spotten>

4. El «Museo Nacional del Holocausto» (Países Bajos)

El «Museo Nacional del Holocausto» adopta un enfoque práctico al involucrar directamente a los supervivientes del Holocausto y a sus familias en la creación de sus exposiciones. Los supervivientes comparten sus historias y experiencias personales,

que se convierten en una parte fundamental de la forma en que el museo cuenta su historia. Este trabajo en equipo ayuda a que las exposiciones sean auténticas y profundamente conmovedoras, al tiempo que honra las voces de quienes vivieron el Holocausto. Es una forma de garantizar que el mensaje del museo sea respetuoso, significativo y esté verdaderamente conectado con la vida real de las personas.

<https://jck.nl/en/location/national-Holocaust-museum>



Fig. 9 El Museo Nacional del Holocausto. Fuente: Foto de Mike Bink, Manual de buenas prácticas de HIGHRES, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

PREGUNTAS DE AUTORREFLEXIÓN

1. ¿Por qué es importante la gestión colaborativa para la sostenibilidad del patrimonio?
2. ¿Cuáles son los principales retos de la participación comunitaria en los proyectos patrimoniales?
3. ¿Cómo pueden las empresas locales contribuir al turismo sostenible?
4. ¿Qué estrategias participativas aplicaría para involucrar a los jóvenes en un proyecto patrimonial?
5. ¿En qué se diferencia el turismo sostenible de los modelos turísticos tradicionales?
6. ¿Qué estructuras de gobernanza pueden apoyar una colaboración eficaz entre las partes interesadas?

PRUEBA DE AUTOEVALUACIÓN

- 1) ¿Cuál es el objetivo principal de la gestión colaborativa?
 - a) Aumentar el control gubernamental.
 - b) Promover el turismo masivo.
 - c) Empoderar a las comunidades locales
 - d) Reducir la diversidad cultural.
- 2) Verdadero o falso: el turismo sostenible siempre da prioridad al crecimiento económico sobre la preservación cultural.
 - a) Verdadero
 - b) Falso
- 3) ¿Cuál de las siguientes opciones no es una estrategia de participación comunitaria?
 - a) Cartografía participativa
 - b) Proyectos de historia oral
 - c) Excluir a las partes interesadas locales de la toma de decisiones
 - d) Narración colaborativa

- 4) ¿Cuál es el principal reto de la gestión colaborativa?
- a) Garantizar que todas las partes interesadas tengan voz
 - b) Recursos financieros limitados
 - c) Complejidades de la gobernanza
 - d) Todo lo anterior
- 5) Verdadero o falso: los ecomuseos se basan en un modelo de gestión jerárquico.
- a) Verdadero
 - b) Falso

Soluciones

- 1) C
- 2) B
- 3) C
- 4) D
- 5) B

Referencias

Maggi, M. (2002). *Ecomuseos: Guía europea*. Turín, Italia: Umberto Allemandi.

Directrices de la UNESCO sobre turismo sostenible. Disponible en:
www.unesco.org/tourism

Política de la UNESCO sobre el patrimonio mundial y el desarrollo sostenible.
Disponible en: <https://whc.unesco.org/en/activities/948/>

Recursos adicionales

<https://concomitentes.org/en/>

<https://whc.unesco.org/en/collaborative-management-training/>

<https://www.fondationcarasso.org/la-fondation/nos-modes-d-action/>

<https://framerframed.nl/en/community-learning/>



HIGHRES

Módulo 3

PROMOCIÓN DE UNA CULTURA DE
INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO
BICOCCA



STORY
TELLING
CENTRE

CS
projects

UJa.
Universidad de Jaén



Cofinanciado por
la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados son, sin embargo, exclusivamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Cultural y de la Acción Civil (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de los mismos.

MÓDULO 3: Promoción de una cultura de innovación y creatividad

Cuando se pone en marcha un proyecto dentro de una comunidad, las ideas comienzan a fluir; surgen preguntas, se proponen objetivos y emergen necesidades. Con el tiempo, todos estos elementos comienzan a entrelazarse, conectándose de manera significativa para dar forma a un propósito compartido. Y entonces llega ese momento emocionante: es hora de decidir cómo lo vamos a hacer realidad y qué herramientas utilizaremos para darle vida.



Fig. 1 Folgarosa va al Museo de Arte Popular Portugués, Performance e inauguración de la obra colectiva de Folgarosa. Fuente: Gil de Lemos, <https://www.museunaaldeia.pt/obras/folgarosa-vai-ao-museu-de-arte-popular-portuguesa/>

Este módulo te invita a reflexionar sobre cómo promover una cultura de innovación basada en la escucha sensible, la creatividad y la apreciación del conocimiento local. Presenta los fundamentos teóricos y las vías prácticas para fomentar la innovación tanto en el contexto comunitario como institucional, centrándose en la creación de espacios de innovación estructurados, transparentes y participativos. El módulo aborda metodologías colaborativas, prácticas de gestión participativa y herramientas digitales como Padlet, Miro, Trello y ClickUp, que facilitan el registro y el seguimiento de ideas. También propone la creación de espacios de cocreación físicos y virtuales,



que refuerzan los vínculos, el sentido de pertenencia y la agencia colectiva. Al final, se le invitará a imaginar y desarrollar acciones innovadoras con su comunidad, respetando el territorio, el patrimonio cultural inmaterial y los valores colaborativos.

ÍNDICE DEL MÓDULO

Introducción	49
1. Cultura de innovación y creatividad	50
2. Organización de un espacio innovador en la comunidad	52
2.1. Por qué y cómo crear un departamento de innovación en una institución	53
3. Métodos para estimular la innovación colectiva	54
4. Herramientas digitales y plataformas de innovación	55
5. Sostenibilidad, colaboración y aplicación práctica	57
5.1. Formas prácticas de fomentar una cultura de innovación	58
6. Estudios de caso	59
Actividades de autoevaluación	61
Referencias	64

Introducción

Resumen

Este módulo presenta estrategias para promover una cultura de innovación en las comunidades rurales a través de la escucha atenta, la creatividad y la apreciación del conocimiento local. Presenta herramientas digitales y métodos participativos que pueden apoyar el proceso, junto con un caso práctico que sirve de inspiración. Al final, se espera que te sientas motivado para desarrollar acciones innovadoras y sostenibles con tu comunidad.

¿Cómo podemos trabajar juntos para resolver los retos de nuestras comunidades? ¿Qué herramientas nos ofrece el presente para trabajar de forma colaborativa y horizontal e inclusiva? Estas son algunas de las preguntas sobre las que podemos empezar a reflexionar al iniciar el módulo 3 de esta formación.

Este módulo invita a pensar en cómo fomentar una cultura de innovación y creatividad en las zonas rurales valorando el patrimonio cultural inmaterial a través de la colaboración, la escucha activa y la puesta en práctica de nuevas ideas, siempre en conexión con el contexto local y las instituciones existentes.

Inspirándonos en pensadores como Henry Chesbrough (2003), Paulo Freire (2005), René Barbier (1998), Judite Primo y Mário Moutinho (2021), buscamos formas de apoyar los esfuerzos conjuntos que marcan la diferencia en la sociedad y la cultura. El tipo de innovación en el que nos centramos crece a través de la participación, la conversación abierta y el respeto por las diferentes perspectivas.

Además de debatir estas ideas, este módulo destaca la necesidad de crear estructuras que den autonomía a las personas y ofrezcan vías claras para la participación y el seguimiento. Se presentan plataformas digitales como Padlet, Miro, Trello y, especialmente, ClickUp como herramientas útiles para planificar, desarrollar y poner en práctica ideas de forma conjunta.

Al final del módulo, esperamos que te sientas inspirado para imaginar y llevar a cabo acciones innovadoras y comunitarias que valoren y protejan el patrimonio local.

1. Cultura de innovación y creatividad

Resumen

En este capítulo, reflexionamos sobre los conceptos y significados de promover una cultura de innovación en contextos comunitarios. Más allá de las tecnologías y las nuevas tendencias, la innovación surge de la escucha atenta, la experimentación y el reconocimiento del conocimiento local. Este epígrafe te invita a explorar el potencial creativo de tu propia comunidad y a entender la innovación como una práctica colectiva y colaborativa profundamente arraigada en el territorio.

La innovación en nuestras comunidades va más allá de la introducción de nuevas tecnologías o tendencias. Comienza por escuchar de verdad, valorar el conocimiento local y construir juntos soluciones que estén conectadas con las experiencias de la vida real. Inspirándonos en las ideas de Paulo Freire (2014) y René Barbier (1997), la innovación significa dialogar con la tierra y su gente, comenzando por una escucha ética y empática como primer paso hacia el cambio.

De este modo, una cultura de innovación no consiste solo en inventar algo nuevo. También implica recuperar tradiciones, replantearse los hábitos cotidianos y utilizar diferentes tipos de conocimientos para afrontar retos comunes. La creatividad se considera algo que construimos juntos a lo largo del tiempo, con el apoyo de espacios que acogen la imaginación, la experimentación, los errores y el aprendizaje continuo.

Refiriéndonos a la idea de una cultura de innovación dentro de los museos (Eid y Forstrom, 2021), vemos que cuando los espacios culturales están abiertos a la participación, la colaboración y la diversidad, animan a las personas a involucrarse y a ser más flexibles. Pero para que la innovación realmente tome forma, es importante contar con un fuerte apoyo institucional que ayude a organizar, mantener y guiar estos esfuerzos.

Por eso, la creación de un Departamento de Innovación puede marcar una gran diferencia: un equipo centrado en esta labor, idealmente con su propio presupuesto y las herramientas adecuadas para promover la escucha activa, gestionar las propuestas y seguir claramente el progreso de las nuevas ideas.



Fig. 2 Co-criacao na aldeia. Processo criativo da obra de Folgarosa. Fuente: SAMP-11, <https://www.museunaaldeia.pt/obras/folgarosa-vai-ao-museu-de-arte-popular-portuguesa/>

Fomentar una cultura de innovación significa generar confianza, reconocer el poder de la creatividad colectiva y elegir el liderazgo participativo como forma de lograr un cambio positivo, con cuidado, apertura y el valor de empezar de cero basándose en experiencias reales.

2. Organizar un espacio innovador en la comunidad

Resumen

Este capítulo invita a reflexionar sobre cómo crear espacios, físicos o digitales, que fomenten la aparición de la innovación. Más que una simple infraestructura, estos espacios requieren escucha, confianza e inclusión. Se discutirán estrategias para transformar los entornos cotidianos en lugares de encuentro creativo y participativo. También se presentará la propuesta de crear un Departamento de Innovación dentro de las instituciones, como una forma de institucionalizar las prácticas innovadoras y promover una participación estructurada, colaborativa y sostenible.

Más que la tecnología o las estructuras físicas, el verdadero poder de una idea reside en la fuerza de las relaciones que la sustentan. La innovación crece en lugares —ya sean presenciales u online— donde las personas se sienten escuchadas, incluidas y motivadas para crear juntas. Estos lugares pueden ser escuelas, museos, grupos comunitarios, plazas públicas o redes digitales. Si eres una persona que participa activamente en tu comunidad, sabrás que estas prácticas y espacios de encuentro son una parte habitual de la vida cotidiana.

Los laboratorios de innovación, los espacios interactivos o las plataformas en línea pueden convertirse en centros de escucha activa, co-creación y conversación abierta. Para dar a estos espacios más estructura e impacto a largo plazo, pueden constituirse formalmente un Departamento de Innovación, con una estructura clara, un equipo, un presupuesto, unos objetivos y un coordinador responsable de guiar y dinamizar el proceso.

Este departamento debe ser un entorno seguro, inclusivo y transparente, que también acoja a personas ajenas a la institución. Su función es conectar diferentes iniciativas y sectores, apoyar las ideas compartidas y fomentar una cultura de innovación basada en la escucha y el liderazgo compartido.

Como señala Henry Chesbrough (2003), las buenas ideas pueden surgir de cualquier parte, siempre que el entorno sea abierto, colaborativo e inclusivo. Crear un espacio para la innovación significa asegurarse de que todas las voces sean importantes: se trata de una elección política, un esfuerzo creativo y algo profundamente ligado al lugar donde se produce.

2.1. Por qué y cómo crear un departamento de innovación en una institución

Un Departamento de Innovación ayuda a convertir una institución en un espacio más creativo, colaborativo y receptivo, verdaderamente conectado con las necesidades de las personas a las que sirve. Esto puede aplicarse a museos, asociaciones, grupos comunitarios, redes o cualquier iniciativa colectiva. Fomenta la participación, organiza ideas y apoya soluciones compartidas a retos tanto internos como externos.

Además de gestionar las propuestas de forma transparente, el departamento lidera iniciativas de formación continua y establece vínculos más sólidos con la comunidad, asegurándose de que sus acciones reflejen la misión social de la institución. En resumen, propone, apoya, lleva a cabo y evalúa ideas innovadoras que tienen un impacto real, basadas en la realidad local y las experiencias de las personas.

Cómo ponerlo en marcha:

- **Definir el propósito:** pensar en los principales retos de la comunidad. El Departamento de Innovación debe ayudar a mejorar los procesos, valorar las ideas, escuchar a las personas y fomentar un cambio significativo.
- **Hacerlo oficial:** crear el departamento de manera formal, con un nombre, una misión clara y un espacio designado (físico o digital). Es importante asignar a alguien para coordinar, movilizar y dar seguimiento a las acciones.
- **Asegurar el apoyo y la estructura:** reservar un presupuesto, si es posible, formar un equipo de apoyo y asegurarse de que el departamento sea reconocido y esté conectado con todos.
- **Utiliza plataformas colaborativas:** herramientas como ClickUp, Miro y Trello pueden ayudar a recopilar ideas, gestionar proyectos y mantener la transparencia del proceso.

- **Invita a una amplia participación:** abre vías para que todos puedan participar, incluyendo el personal, los miembros de la comunidad, los socios, los visitantes del museo y las instituciones públicas o privadas interesadas en proyectos culturales. Esto fomenta una cultura de escucha e innovación abierta.
- **Realice un seguimiento del progreso y celebre los objetivos alcanzados:** mantenga un registro de lo aprendido, evalúe los resultados y reconozca los esfuerzos de todos. Desarrolle y lleve a cabo un plan estratégico basado en estas experiencias.

3. Métodos para estimular la innovación colectiva

Resumen

En este capítulo se explorarán metodologías participativas que ayudan a transformar las ideas en acciones. Se presentan herramientas como el pensamiento de diseño, los mapas de empatía y los talleres de cocreación como formas de fomentar la colaboración y la creación colectiva de soluciones. Reflexionaremos sobre cómo adaptar estos métodos a la realidad de cada comunidad, respetando los conocimientos y las prácticas locales.

A menudo, la innovación colectiva se produce cuando las personas se reúnen para escuchar, imaginar, compartir ideas y actuar en grupo. Para que esto funcione realmente, es importante utilizar métodos que apoyen la participación, el diálogo y la creatividad, elementos fundamentales de la gestión participativa.

Estos enfoques deben formar parte del Departamento de Innovación, que desempeña un papel clave en el fomento y la orientación de estos procesos. Este departamento puede organizar cursos de formación, reuniones y actividades que promuevan el uso de estas herramientas y ayuden a mantener un entorno de innovación sólido y colaborativo. ¿Alguna vez has participado en una simple conversación en grupo que ha dado lugar a una idea creativa?

Siguiendo las ideas de autores como Demo (2021) y Tenório (1998), reconocemos que la innovación depende de la escucha activa, la responsabilidad compartida y el respeto por las diferentes formas de conocimiento.

A continuación se presentan algunos métodos útiles:

- **Design Thinking:** un proceso centrado en las personas que se centra en la empatía y en probar nuevas ideas. (Más información sobre Design Thinking en el módulo 6).
- **Mapas de empatía:** una herramienta para comprender mejor cómo se sienten y ven las cosas los/las participantes.
- **Talleres de cocreación:** espacios donde se construyen soluciones de forma conjunta, basadas en la experiencia compartida.
- **Círculos de conversación:** conversaciones abiertas y respetuosas que valoran el conocimiento local.
- **Actividades visuales y sensoriales:** formas creativas de expresar y explorar ideas.

Contar historias (Lambert y Hessler, 2018) también puede ser una forma de dar sentido a las experiencias y acercar a los integrantes de una comunidad. En este sentido, la innovación no se limita a las ideas, sino que es un viaje compartido de escucha, creación y transformación.

4. Herramientas digitales y plataformas de innovación

Resumen

Este capítulo presenta algunos ejemplos de herramientas digitales que apoyan la organización, el seguimiento y la colaboración de proyectos innovadores. Entre los recursos destacados se incluyen Padlet, Miro, Trello y ClickUp, que son útiles para registrar ideas, planificar acciones y fomentar la participación colectiva. También explora el papel estratégico del Departamento de Innovación en la mediación de estos procesos, garantizando que las propuestas no se pierdan, sino que evolucionen con claridad y responsabilidad compartida. El uso de la tecnología debe adaptarse a los contextos locales y servir siempre a la inclusión, la escucha activa y la cocreación.

No se trata solo de generar nuevas ideas, sino también de apoyar su desarrollo, crear vínculos sólidos y trabajar juntos para hacerlas realidad. Para que esto suceda, es

esencial la participación activa de los participantes, el uso de herramientas digitales y un sólido apoyo institucional, especialmente a través del Departamento de Innovación.

Este departamento debe guiar y apoyar los procesos creativos, asegurándose de que las propuestas se documenten, se sigan y se desarrollen con claridad, respeto y responsabilidad compartida. Con la ayuda de las herramientas digitales, resulta más fácil organizar las ideas, asignar tareas, mantener la comunicación fluida y mantener la coherencia a lo largo del tiempo.

Cuando se utilizan de forma reflexiva, estas herramientas ayudan a aumentar la participación y hacen más visible el proceso de creación conjunta de ideas. Como señalan Eid y Forstrom (2021), la innovación digital debe mejorar, y no sustituir, las interacciones del mundo real, centrándose siempre en la inclusión, la escucha y el trabajo en equipo.

A la hora de introducir la tecnología, es importante tener en cuenta la situación local: el acceso a Internet, los dispositivos disponibles y el grado de familiaridad de las personas con el uso de las herramientas digitales. Ofrecer asistencia técnica básica y formación fácil de entender ayuda a que todos se sientan seguros y confiados al participar.

A continuación se presentan algunas plataformas sencillas y fáciles de usar:

- **Padlet:** un tablero digital compartido para textos, imágenes, vídeos y audio.
- **Miro:** un espacio visual para planificar, colaborar y trazar ideas.
- **Trello:** una herramienta para realizar un seguimiento de las tareas y establecer plazos.
- **ClickUp:** una plataforma completa para la gestión transparente y en grupo de proyectos.

Más allá de conectar dispositivos, la tecnología debe unir a las personas, con cuidado, atención y respeto.

5. Sostenibilidad, colaboración y aplicación práctica

Resumen

Este capítulo reflexiona sobre cómo hacer que la innovación sea viable y duradera. Aquí, la sostenibilidad no se limita al uso consciente de los recursos, sino que también implica escuchar a las personas, respetar los conocimientos locales y crear soluciones que tengan sentido para quienes viven en el territorio. La colaboración entre los diferentes actores sociales se presenta como un elemento clave para convertir las ideas en prácticas continuas.

¿Cómo podemos fomentar una cultura de innovación en una comunidad?

Se necesita algo más que buenas ideas: se trata de crear el entorno adecuado para que esas ideas puedan arraigar, crecer y convertirse en acciones colectivas significativas. Para que la innovación sea duradera, debe estar conectada con el lugar, el conocimiento de la población local y la vida que llevan. Debe llegar a las personas a nivel emocional, porque sin un sentido de pertenencia no se produce un cambio verdadero.

La gestión participativa desempeña un papel fundamental como vimos en el módulo 2. Como señala Tenório (1998), significa involucrar a todos, desde la planificación hasta la evaluación, fomentando la responsabilidad compartida y la apertura. Elinor Ostrom (2012) también nos recuerda el valor de la gestión colaborativa y el cuidado colectivo de los recursos compartidos. En este contexto, la creación de un Departamento de Innovación ayuda a dar estructura y apoyo a largo plazo a estos esfuerzos.

Crear una cultura de innovación requiere una planificación cuidadosa y el respaldo institucional. Pero, en esencia, se trata de un proceso compartido de imaginar, pertenecer y dar forma a futuros posibles. Estos esfuerzos también ayudan a proteger el patrimonio cultural inmaterial al honrar el conocimiento vivo y la creatividad colectiva.

5.1 Formas prácticas de fomentar una cultura de innovación

Escucha y gestión participativa:

- Crear un departamento de innovación.
- Crear espacios abiertos para el diálogo y la escucha (por ejemplo, círculos de conversación, cafés culturales).
- Utilizar prácticas participativas en cada paso del proceso.
- Involucrar a diferentes grupos de edad y comunidades desde el principio.

Creatividad y métodos colaborativos:

- Considerar la creatividad como un viaje compartido que acoge los errores y el aprendizaje conjunto.
- Apoyar la cocreación mediante talleres, pruebas y actividades prácticas.
- Aplicar herramientas como el pensamiento de diseño, los mapas de empatía y las experiencias sensoriales.

Tecnología y sostenibilidad:

- Utilizar herramientas digitales sencillas (Padlet, Miro, Trello) para documentar y realizar un seguimiento del progreso.
- Mapear el conocimiento y los recursos locales con métodos visuales y emocionales.
- Celebrar lo que se ha logrado y aprendido juntos.
- Utilizar círculos de retroalimentación, registros de experiencias y diarios para reflexionar y mejorar.

6. Estudios de casos

Resumen

En esta sección, exploramos dos casos prácticos que reflejan a la perfección el contenido tratado en este módulo. A través de ellos, descubriremos dos ejemplos exitosos de innovación y creatividad en contextos sociales específicos: el proyecto «*Museu na Aldeia*» de Portugal y «*Concomitentes*» de España.

1. «*Museu na Aldeia*» (Portugal)



Fig. 3 Grande-Encontro, espectáculo musical presentado por el equipo. Fuente: Gil de Lemos, <https://www.museunaaldeia.pt/sobre/#grande-encontro>

El proyecto «Museo en la Aldea», llevado a cabo en Portugal, ilustra cómo los museos urbanos pueden conectar de forma sensible con las comunidades rurales. La iniciativa comenzó con una pregunta arriesgada: ¿y si el museo se acercara a la gente? A partir de este punto de escucha activa, surgieron talleres, círculos de conversación y creaciones artísticas, arraigados en los recuerdos, los afectos y los conocimientos locales.

En lugar de ofrecer contenidos preestablecidos, el proyecto actúa como mediador entre las instituciones y los territorios, fomentando los intercambios horizontales y las relaciones de confianza. En línea con la idea de «innovación museológica participativa» (Eid y Forstrom, 2021), rompe con la lógica vertical de las prácticas culturales y abraza la coautoría.

«Museo en la Aldea» demuestra que la innovación puede ser sencilla: escuchar, acoger y crear con lo que ya existe. Es un poderoso ejemplo de cómo una cultura de innovación puede surgir del afecto, la escucha profunda y la colaboración genuina con las comunidades.

2. «Concomitentes» (España)

Concomitentes forma parte de una red europea de organizaciones que promueven y financian proyectos comunitarios que conectan a una comunidad, ciudad o grupo civil con artistas para llevar a cabo ideas que siempre responden a las necesidades y objetivos de ese grupo.



Fig. 4 Futurefarmers son artistas seleccionadas por «Os contos do leite».
Fuente: Ana Escariz Pérez y Ana Moure Rosende,
<https://concomitentes.org/futurefarmers-son-as-artistas-seleccionadas-por-os-contos-do-leite/>

Este proyecto demuestra claramente cómo desarrollar iniciativas innovadoras con la creatividad como principio rector.

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

PREGUNTAS DE AUTORREFLEXIÓN

- 1) Piensa en los espacios que te rodean y que promueven la innovación y la creatividad.
- 2) ¿Alguna vez te has preguntado de dónde provienen las ideas que realmente transforman una comunidad?
- 3) ¿Alguna vez has participado en una simple conversación en grupo que ha dado lugar a una idea innovadora?
- 4) ¿Cómo podemos asegurarnos de que una idea innovadora no se pierda por el camino?
- 5) ¿Cómo podemos fomentar una cultura de innovación en una comunidad?

PRUEBA DE AUTOEVALUACIÓN

- 1) Durante un círculo de conversación, las prácticas tradicionales se comparten y se acogen con atención y empatía, sin interrupciones. Esta actitud contribuye a una cultura de innovación porque:
 - a) Permite evaluar las ideas basándose en datos técnicos.
 - b) Garantiza que solo los especialistas validen los conocimientos locales.
 - c) Valora la escucha atenta y crea un entorno propicio para la creatividad de la comunidad.
 - d) Sustituye el diálogo por registros objetivos para futuras consultas.
- 2) En una asociación cultural, se creó un espacio en el que los residentes pueden sugerir mejoras para la comunidad, como revitalizar plazas públicas, organizar talleres o celebrar eventos locales. El equipo de innovación se encarga de organizar las propuestas, coordinar los recursos y llevar a cabo la implementación colectiva. En este contexto, ¿cuál es la función principal de un departamento de innovación en una comunidad o institución cultural?
 - a) Supervisar el uso de las redes sociales y las herramientas digitales.
 - b) Organizar ideas, fomentar la participación y apoyar la implementación de acciones innovadoras arraigadas en el territorio.

- c) Ejecutar proyectos técnicos sin involucrar a la comunidad.
 - d) Garantizar que todas las decisiones sean tomadas por el equipo directivo central.
- 3) Una comunidad decide utilizar audio, imágenes y narrativas para crear un mural online con recuerdos locales. Esta práctica refuerza la cultura de la innovación porque:
- a) Utiliza plataformas digitales para la promoción externa.
 - b) Fomenta la narración de historias como herramienta de movilización y pertenencia.
 - c) Da prioridad a la documentación formal con fines institucionales.
 - d) Sustituye el trabajo manual por soluciones tecnológicas.
- 4) Se implementa un proyecto externo sin consultar a la comunidad local, lo que provoca desinterés y abandono. Este ejemplo muestra:
- a) Que la innovación se basa únicamente en la tecnología aplicada.
 - b) Que la falta de escucha y participación debilita la cultura de la innovación.
 - c) Que la planificación técnica prevalece sobre la participación social.
 - d) Que las comunidades rurales tienen una capacidad de adaptación limitada.
- 5) En una actividad comunitaria, personas de diferentes generaciones comparten historias y crean conjuntamente una exposición de recuerdos locales utilizando registros físicos y digitales. Esta práctica promueve una cultura de innovación porque:
- a) Centraliza las decisiones en el liderazgo institucional.
 - b) Fomenta la coautoría, el diálogo intergeneracional y la apreciación del conocimiento local.
 - c) Garantiza resultados técnicos para las políticas públicas.
 - d) Da prioridad a los formatos museológicos tradicionales.
- 6) Un grupo crea un mural colaborativo en línea con contenido emocional sobre prácticas alimentarias, festivales y objetos cotidianos. Esta herramienta digital contribuye a la cultura de la innovación al:
- a) Recopilar datos culturales con fines turísticos.
 - b) La creación de una base de datos para la gestión pública.

- c) Integrar la tecnología, la conexión emocional y la participación como prácticas de innovación basadas en la comunidad.
- d) Sustitución de las reuniones presenciales y los rituales comunitarios.

Soluciones

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) B
- 5) B
- 6) C

Referencias

- Barbier, R. (1998). A escuta sensível na abordagem transversal. En J. Barbosa (Ed.), Multirreferencialidade nas ciências e na educação (pp. 168–199). UFSCar.
- Chesbrough, H. (2003). Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Harvard Business School Press.
- Demo, P. (2021). Educar pela pesquisa (10.ª ed.). Editora Autores Associados.
- Eid, H., y Forstrom, M. (Eds.). (2021). Innovación en los museos: Construyendo museos más equitativos, relevantes e impactantes. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Freire, P. (2005). Pedagogía del oprimido (30.ª edición aniversario, M. B. Ramos, trad.). Bloomsbury Publishing. <https://envs.ucsc.edu/internships/internship-readings/freire-pedagogy-of-the-oppressed.pdf>
- Lambert, J. y Hessler, B. (2018). Narración digital: capturar vidas, crear comunidad (5.ª ed.). Routledge.
- Ostrom, E. (2012). Gobernando los bienes comunes: La evolución de las instituciones para la acción colectiva. Cambridge University Press.
- Primo, J., y Moutinho, M. C. (Eds.). (2021). Teoria e prática da Sociomuseologia. Departamento de Museologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. https://www.museologia-portugal.net/files/teoriaepratica_sociomuseologia2021_0.pdf
- Tenório, F. G. (1998). Gestión social: Una perspectiva conceptual. Revista de Administración Pública, 32(5), 7-23.

Recursos adicionales

<https://www.museunaaldeia.pt>

<https://concomitentes.org>

<http://www.nouveauxcommanditaires.eu>

<https://www.neueauftraggeber.de>

<https://www.atitolo.it>



HIGHRES

Módulo 4

LA CONSTRUCCIÓN DE NARRATIVAS
DIGITALES SOBRE EL PATRIMONIO
CULTURAL INMATERIAL



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO
BICOCCA



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA



Cofinanciado por
la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados son, sin embargo, exclusivamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Cultural y de la Acción Civil (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de los mismos.

MÓDULO 4: La construcción de narrativas digitales sobre el patrimonio cultural inmaterial

Encontrar una idea para una historia puede ser fácil para algunas personas y una pesadilla para otras. Cuando se trata de encontrar una idea para una historia sobre el patrimonio cultural inmaterial (PCI), como en el ámbito de este proyecto, al menos este tema proporciona algo de ayuda. Pero entonces... una vez que se ha decidido el tema, hay que improvisar una historia que no solo deje claro en qué consiste ese patrimonio, sino que también sea cautivadora e inspiradora. Y cuando ya tienes todo eso resuelto, hay otro obstáculo que superar: ¿cómo hacer que la historia sea útil a la hora de preservar y promover el patrimonio cultural inmaterial? En este módulo abordaremos estas cuestiones paso a paso.

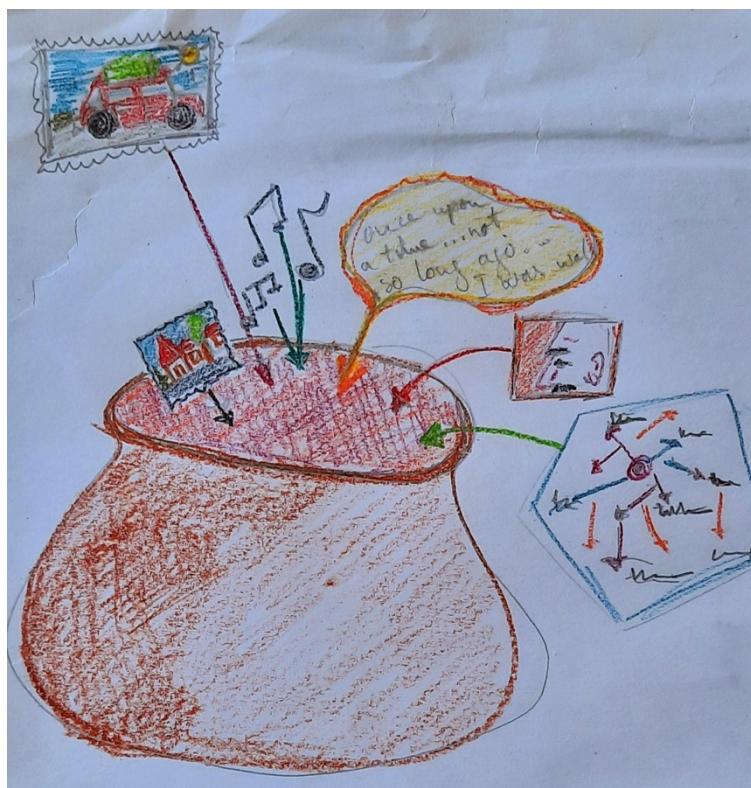


Fig. 1 Preparación de una historia digital. Fuente: Colección privada

ÍNDICE DEL MÓDULO

Introducción	69
1. Encontrar la historia	70
1.1 El tema	71
1.2 Qué contar sobre el tema	71
1.3 ¿Quién cuenta la historia?	72
2. Construir la historia	73
2.1 Construir el argumento	73
2.2 Añadir «carne al esqueleto»	74
2.3 Creación de un guión gráfico	75
2.4 El guión gráfico	76
3. Del guión gráfico a la historia digital	78
3.1 Herramientas para la creación de historias digitales	78
3.2 El final de la historia	79
4. Estudios de caso	79
Actividades de autoevaluación	81
Referencias	83

Introducción

Resumen

El arte o la costumbre de contar historias es tan antiguo como el lenguaje humano. El auge de la narración digital coincide con la popularización de los ordenadores e Internet a finales de la década de 1990. Y aunque existen diferencias evidentes, lo que la narración tradicional y la digital tienen en común es la gran importancia de la construcción de la historia. Si esa construcción es débil, la historia cojeará. En este módulo te ofrecemos información práctica que te ayudará a construir historias que contribuyan a promover el patrimonio cultural inmaterial, con especial énfasis en aquellas que se cuentan y comparten digitalmente.

Tanto si cuentas historias con fines de marketing, como forma de arte, para entusiasmar a la gente con algo o para informarles sobre algo, tu historia sólo logrará su objetivo si cautiva al oyente. Si duda de la veracidad de estas palabras, piense, por ejemplo, en los anuncios que ve en la televisión o escucha en la radio. Solo hay unos pocos que «calan», ¿verdad? ¿Por qué calan? Quizás nunca lo hayas pensado, pero la



Fig. 2 Narración de historias. Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=A_fU-f8E1CU por The Learning Portal, con licencia CC BY NC SA.

razón es que cumplen ciertos requisitos de «narración», tales como: el propósito de la historia y la perspectiva desde la que se cuenta son claros; la presencia de uno o varios elementos que mantengan la atención del oyente o espectador (lo que se podría denominar la «pregunta clave»); un contenido emocional reconocible; una voz que personalice la historia y ayude a dar sentido al contenido (visual o auditivo) de la misma; un ritmo en el que se transmite la historia que ayude a mantener la atención; la cantidad adecuada de información (ni excesiva, ni escasa); el uso de imágenes y/o sonidos que embellecen y complementan la trama; la duración de la historia (las historias digitales duran hasta 4 minutos, a menudo menos de 4).

En este módulo, abordamos paso a paso los elementos a los que hay que prestar atención si se quiere llamar la atención sobre el patrimonio cultural inmaterial a través de una historia contada y compartida digitalmente. Para ello, utilizamos las siguientes preguntas: ¿Cuál es el tema? ¿Qué quieres contar al respecto? ¿Quién lo cuenta? ¿Cómo vas a contar y compartir tu historia?

1. Encontrar la historia

Resumen

Algunas personas encuentran dificultades cuando tienen que decidir el tema o el asunto de su historia. Probablemente no seas una de ellas, porque el tema está ampliamente fijado: «patrimonio cultural inmaterial». Esta es la premisa. A continuación, debes decidir qué vas a contar sobre ese tema (la trama), lo que puede resultar más complicado. Para ello, tendrás que pensar por qué quieres contar precisamente este tema, qué significa para ti o para la comunidad, cuándo descubriste ese significado y cuál es la razón para hablar de este tema ahora. Pero también deberás prestar atención al narrador (una persona o varias) y a la perspectiva (¿hablar en primera o tercera persona?) desde la que contarás la historia, ya que esto afectará a lo que se cuenta y cómo se cuenta. En este capítulo te guiamos a través de los primeros pasos para dar forma a tu historia; los pasos que te ayudarán a encontrar tu historia.

1.1. El tema

Como se menciona en el segundo capítulo del módulo uno, la primera pregunta que te ayudará a definir el tema podría ser: ¿qué hago yo o mi comunidad, qué sabemos o qué celebramos que merezca ser reconocido como patrimonio, para ser más precisos, como patrimonio cultural inmaterial?

Probablemente ya hayas respondido a esta pregunta. Al fin y al cabo, tú y/o las personas de tu comunidad consideran que una costumbre, una receta, una artesanía tradicional o cualquier otro patrimonio cultural merece mayor reconocimiento, y por eso empezaste a pensar en la narración digital desde el principio

También puede darse el caso de que alguien ajeno a la comunidad quiera colaborar con ella para identificar su patrimonio, a menudo partiendo del supuesto de que existe. En ese caso, hay un proceso previo para el que se han desarrollado metodologías y guías que se describen en el módulo 1, «Identificación y catalogación del patrimonio cultural inmaterial en las zonas rurales», concretamente en el capítulo 4.

1.2. Qué contar sobre el tema

Con solo determinar el tema de la historia, no se obtiene la narrativa. ¿Qué quieres contar sobre este tema? Para determinarlo, puedes hacerte preguntas como: ¿qué significa para ti personalmente este patrimonio en particular? ¿Cuál fue el momento en que te diste cuenta de este significado? ¿Por qué necesitas contar la historia ahora? ¿Qué más hay que contar sobre el patrimonio en sí? Para encontrar las respuestas, ya sea de forma individual o en sesiones de brainstorming con personas de tu comunidad, te recomendamos que hagas un mapa mental, un diagrama de afinidades o algo similar, en papel u online para ello te pueden servir las aplicaciones propuestas en el módulo 3. Piensa libremente y escribe todo lo que creas que puede ser interesante

para la historia en esta fase inicial del proceso. Más adelante, cuando hayas agrupado y editado estas ideas, te ayudarán a construir la narrativa.

La narración digital hace hincapié en las narrativas personales y las experiencias individuales, a menudo utilizando elementos multimedia como texto, imágenes, audio y vídeo para crear una experiencia atractiva e interactiva.

1.3. ¿Quién cuenta la historia?

Decidir desde el principio quién contará la historia te ayudará en el proceso de creación de la misma. ¿La historia la contará una sola persona o varias personas de tu comunidad? ¿Las personas hablarán por sí mismas (en primera persona) o la historia se contará en tercera persona, con un narrador externo a la historia? Y si es así, ¿este narrador se centra en los pensamientos y sentimientos de un personaje específico o conoce los pensamientos y sentimientos de todos los personajes de la historia? En otras palabras: ¿quién será el narrador o los narradores y cuál será la perspectiva del narrador? Ten en cuenta que cada perspectiva crea diferentes niveles de intimidad y distanciamiento, lo que permite al público experimentar la historia desde la perspectiva inmediata y de primera mano del narrador o desde una visión más distanciada y omnisciente.

Las decisiones como las mencionadas anteriormente suelen tomarse junto con las personas de su comunidad con las que comparte el patrimonio cultural. El capítulo 2 del módulo 2 («Gestión colaborativa y participación de la comunidad») se centra en involucrar a la comunidad en la toma de decisiones como estas.

Hay algunos aspectos prácticos que te aconsejamos tener en cuenta, como el tiempo necesario y disponible, si será en formato podcast o vídeo, la disponibilidad de equipos y programas, así como las habilidades o la experiencia necesarias para utilizarlos y crear el podcast o vídeo. También es útil pensar en la voz y/o la presentación de la persona o personas narradoras. Al fin y al cabo, quieras presentar la historia del patrimonio de la mejor manera posible, y que alguien murmurando detrás de un chal no ayuda, por decirlo de alguna forma

2. Construcción de la historia

Resumen

En este capítulo, te ayudamos paso a paso a desarrollar y ordenar tus notas, pensamientos, ideas, mapas mentales, es decir, todos los resultados de los primeros pasos dados, para convertirlos en un guión. Es importante tener siempre presente el objetivo de la historia, que es informar a la gente de forma atractiva sobre el tema elegido, de modo que la información se quede grabada y les invite a querer saber o experimentar más. La estructuración es clave en esta fase del proceso.

«Organizar es lo que se hace antes de hacer algo, para que cuando lo hagas, no esté todo mezclado». (A. A. Milne)

A estas alturas ya conoces tu tema, tienes claro quién va a contar la historia y dispones de un mapa mental, un diagrama de afinidades o simplemente muchos post-its con notas que te ayudarán a dar contenido a tu historia. Es hora de empezar a trabajar en el guión, el esqueleto de tu historia. Dependiendo de la situación y/o de lo que tú o la comunidad hayáis decidido, esta fase del proceso será individual o colectiva. Pero antes de entrar en ella, nos gustaría compartir contigo algunos conceptos teóricos básicos sobre la «estructura narrativa».

2.1. Construcción del argumento

En toda (buena) historia hay al menos tres fases: un comienzo (A), un desarrollo (B) y un final (C). Cada fase tiene una función en la historia. En A, se describe la situación y se presenta al personaje o personajes relevantes para la historia. Y tal vez se dé más información para ayudar al posible oyente a seguir la historia. Esta fase se denomina «exposición». En un cuento de hadas, podría comenzar con «Érase una vez, en un país lejano...». En B, se presenta un problema, un dilema o un reto y se explica cómo se aborda. En una historia sobre el patrimonio cultural inmaterial (PCI), esta podría ser la fase en la que se explica cómo se entró en contacto con el PCI y lo que eso ha

significado para uno. Luego, en C, se describe el mensaje de la historia, que podría ser una expresión de felicidad por la función de unión del PCI para la comunidad.

Puedes experimentar con la secuencia de estas fases (algunas historias de detectives, por ejemplo, comienzan con C, luego pasan a A, B y vuelven a C). Te recomendamos que estructures tu historia en estas tres fases y resumas el alcance de tu historia en tres frases, una frase para cada fase. Si trabajas con varias tramas, hazlo para todas ellas. En ese caso, también debes decidir cómo incorporarlas a la historia: como una historia completa dentro de otra historia y, si lo hace, cuál es su orden, o si agrupa las fases A de todas las tramas, y las fases B, etc. Esta estructuración y resumen no es una tarea fácil, pero le ayudará a conseguir la historia adecuada.

2.2. Añadir «carne al esqueleto»

Una vez que estés satisfecho con la trama o tramas, puedes empezar a añadir detalles, «carne al esqueleto». Pero antes de hacerlo, nos gustaría que prestaras atención a cierta información teórica relacionada con esto.

Se han realizado muchas investigaciones sobre lo que hace que una buena historia sea buena. En el párrafo anterior ya mencionamos su construcción en tres fases, a veces pueden ser más, cada una con un objetivo claro. Otra característica de una buena historia parece ser que aborda tres ámbitos: el personal, el emocional y el universal. Empezando por este último: cuando se habla (o se cuenta) sobre el PCI, se puede considerar que la información general o factual sobre este PCI es el ámbito universal. Si su historia consistiera solo en este tipo de información, probablemente no podría mantener la atención de su público durante mucho tiempo. Al menos, si se trata de un público que espera escuchar una historia. Añadir alguna información personal, como una descripción de su primer encuentro con el PCI, sin duda le ayudará a mantener su atención durante más tiempo. Si además cuenta los sentimientos que te provocó ese encuentro, ¡seguro que captará su atención! ¿Por qué? Porque la información personal añade un contexto con el que la gente puede identificarse y la información emocional les permite sentir y empatizar con el narrador. Sin este componente emocional, una historia pierde su poder expresivo.



Fig. 3 Mapa mental de la historia. Fuente: Colección privada

Teniendo en cuenta esta información, vuelve a mirar tu mapa mental o similar. ¿Qué detalles pertenecen a qué parte de la historia? ¡No escribas la historia todavía! Simplemente reordena toda tu información de manera que te quede claro el hilo argumental y el contenido de la historia.

2.3. Creación de un guión gráfico

Antes de crear tu guión gráfico, debes decidir el formato de tu historia que se difundirá digitalmente: ¿solo sonido o sonido e imágenes? Continuaremos como si hubieras elegido la segunda opción.

Ya tienes la(s) trama(s) y has añadido detalles. Ahora es el momento de volver a revisarlos y empezar a asociar los detalles con imágenes y sonido. Por ejemplo: ¿Te viene a la mente alguna imagen cuando piensas en la primera vez que tomaste conciencia del PCI? ¿Ese momento te recuerda a alguna música o sonido (como voces o sonidos ambientales)? Intenta ser lo más abierto posible y toma notas. Si estás trabajando con un diagrama de afinidad, ya sea online o no, añade post-its con estas notas en el lugar adecuado de la(s) historia(s).

La mejor narración digital utilizará una combinación de escenas, personajes, imágenes y sonidos o música cuidadosamente seleccionados para crear una experiencia emocional y sensorial completa.

Cuando hayas añadido esta información a tu historia, ve al principio, cierra los ojos e intenta imaginar cómo sería el vídeo si añadieras las imágenes. A veces, una imagen dice más que las palabras. ¿Tienes imágenes que podrían sustituir a las palabras? ¿Dónde crees que el sonido aporta algo a la historia? Si estás trabajando con varias historias, ¿sería útil insertar enlaces en la historia principal para dirigir a las personas a otra historia?

Una vez hecho lo anterior, pregúntate de qué imágenes y sonidos dispones y cuáles tendrás que producir o crear. ¿Es realista el resultado? ¿Tienes tiempo y/o dinero para producir los que faltan? Si no es así, da un paso atrás y piénsalo de nuevo. Además, ten en cuenta que si utilizas imágenes y/o sonidos que no son tuyos, tendrás que revisar los derechos de autor. (Véase también el módulo 5, «Aspectos técnicos de las narrativas digitales»).

Una vez que tengas un boceto claro de la historia en tu mente, puedes empezar a crear el guión gráfico. Para ello, puedes utilizar diversas herramientas digitales como [Canva](#), [StoryboardThat](#) o [WonderUnit](#) (gratuitas) o descargar una [plantilla de guion gráfico](#) para trabajar en una versión en papel.

2.4. El guión gráfico

Hay algunas cosas que debes tener en cuenta a la hora de dar contenido a tu guión gráfico:

- 1) Existe un consenso generalizado en que una historia contada digitalmente no debe durar más de 2 a 4 minutos como máximo. Un público motivado para aprender más sobre un tema específico podría estar dispuesto a dedicar más tiempo a una historia interesante y, en el contexto de las redes sociales, lo ideal parece ser 30 segundos.

- 
- 2) Asegúrate de que no haya restricciones de derechos de autor sobre las imágenes y los sonidos que vas a utilizar. Si no utilizas los tuyos propios, busca en Internet audio, vídeo e imágenes que sean de dominio público, libres de derechos de autor o con licencia Creative Commons.
 - 3) Asegúrate de no «colorear de rojo las rosas rojas» al añadir imágenes o sonidos a la historia (es decir, la historia y la imagen/sonido deben complementarse o yuxtaponerse, ¡no duplicarse!)
 - 4) Cuando utilices sonido, asegúrate de no poner sonido con letra debajo del texto hablado. De todos modos, ten cuidado con las letras. Distraerán al público.
 - 5) Presta mucha atención al ritmo de la historia. Hacer un guión gráfico te ayudará a conseguirlo.

Otro aspecto que debes tener en cuenta es cómo vas a compartir tu historia y si eso implica ciertas restricciones. (Véase el módulo 5, «Aspectos técnicos de las narrativas digitales»).

«Para mí, el guion gráfico es la forma de visualizar toda la película por adelantado».
(Martin Scorsese)

Por fin... ¡Ya puedes empezar a crear el guión gráfico! Cuanto más preciso seas, más te beneficiarás de él a la hora de crear tu historia digital. Organizar toda la información que tienes (narrativa, imágenes, sonidos, música, enlaces a información adicional o historias relacionadas, transiciones de una escena a otra, etc.) en un guión gráfico no solo te permite descubrir qué información podría faltar o necesita más atención, sino que también ofrece a otras personas la oportunidad de conocer la historia y responder a ella (o a algunos de sus aspectos). Esto resulta muy útil cuando se crea la historia digital con varias personas, por ejemplo, personas de la comunidad con la que se comparte el PCI.

3. Del guión gráfico a la historia digital

Resumen

Una vez que estés satisfecho con tu guión gráfico, puedes empezar a crear tu historia digital. La palabra «crear» puede resultar confusa, ya que todo el proceso que ha seguido hasta ahora ha formado parte de la creación de la historia. Lo que queremos decir es que ahora puedes empezar a utilizar herramientas digitales para convertir tu guión gráfico en una historia digital. Recuerda: las historias digitales ofrecen la posibilidad de combinar diferentes capas narrativas. Esto permite presentar la información de forma más eficaz y que el público establezca conexiones por sí mismo.

3.1. Herramientas para la creación de historias digitales

Una vez que las personas involucradas en el proceso de creación de la historia estén satisfechas con el contenido, el ritmo, el tono de voz, etc., pueden empezar a convertirlo todo en una historia digital. Hay varias herramientas disponibles para ayudarte. Si vas, por ejemplo, a <https://alternativeto.net> y buscas «digital storytelling» (narración digital) o a <https://www.includedeurope.eu/tools-for-digital-storytelling> aparecerá una larga lista de opciones, algunas de las cuales son gratuitas. Y no te olvides de tu teléfono móvil, que también es una herramienta muy accesible para grabar audio y vídeo. Antes de grabar toda la historia, comprueba la calidad de las grabaciones. Si, por ejemplo, hay demasiado eco en la habitación, es mejor que utilices un micrófono con cancelador de eco o que elijas otra habitación.

En esta parte del proceso de creación de tu historia digital, es posible que descubras que la calidad de algunas de las imágenes o del material de sonido que deseas procesar no es lo suficientemente buena. A menudo, esto se puede solucionar con la ayuda de software gratuito que se puede encontrar en Internet buscando «mejorar la calidad de la imagen online gratis» o «mejorar la calidad del sonido online gratis». (Hemos encontrado programas como cutout.pro, [canva](https://canva.com), [podcastle](https://podcastle.com), [media io](https://media.io)).

En esta fase de creación de la historia, mantente lo más fiel posible a todo lo que has incluido en tu guión gráfico. Recuerda que has dedicado mucho tiempo y atención a la fase de construcción y a tu guión gráfico. Si, a pesar de todo, resulta que algunas cosas no funcionan tan bien como pensabas, aún puedes actualizarlas o sustituirlas ahora. Pero no caigas en la tentación de desviarte; mantén la concentración y no olvides el propósito de la historia.

3.2. El final de la historia

En algún momento, la creación de la historia digital ha llegado a su fin. ¿Has dado crédito a todas las fuentes y colaboradores? Puedes hacerlo al final de la historia mediante créditos finales visuales o audibles.

Supongamos que sospechas que tu historia necesita información contextual, entonces dependerá de la herramienta de difusión que elijas si esa información formará parte de la historia digital en sí o se indicará por separado. Si va a formar parte de la historia, ahora es el momento de reunir esta información contextual y añadirla, por ejemplo, mediante una introducción. (No se trata tanto de una introducción a la historia, sino de una introducción, por ejemplo, al proyecto en el que se comparte la historia).

El tema de las herramientas que puede utilizar para llegar a su público objetivo con su historia digital se tratará en el siguiente módulo, el número 5, «Aspectos técnicos de las narrativas digitales».

4. Estudios de casos

1. «*Immaterieel Erfgoed Spotten - Strontweek Workum*» (Países Bajos)

Uno de los muchos videos que forman parte del proyecto *Spotting Intangible Cultural Heritage* (Descubriendo el patrimonio cultural inmaterial), en el que la imagen, el sonido y la voz en off se complementan y refuerzan mutuamente para contar una historia clara y atractiva sobre el tema.



Fig. 4 «*Immaterieel Erfgoed Spotten*». Fuente: Sitio web KIEN

2. «*Alūksnes Bānīša stacija*» (Letonia)



Fig. 5 «Egīla Žīgura intervija Alūksnes Bānīša». Fuente: Centro de Información Turística del municipio de Aluksnes.

Sin voz en off (excepto alguien que anuncia las estaciones por las que pasa el tren), solo imágenes para contar la historia. ¡Y funciona!

3. Dos ejemplos de cómo NO se debe hacer una historia digital

1. Este vídeo explica de forma clara cómo se podría construir una historia digital, pero ¿qué aportan las imágenes a la historia?:

<https://youtu.be/Jlix-yVzheM?si=5MgymJPRJFUaDdtR>

2. Este vídeo es un ejemplo de «colorear rosas rojas de rojo», lo que significa que la historia y las imágenes no se complementan entre sí, sino que cuentan exactamente lo mismo:

<https://youtu.be/MWKWHNdmkl?si=uagbAHrs3QGrzZJA>

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

PREGUNTAS DE AUTORREFLEXIÓN

- 1) ¿Cuál es el propósito de crear una historia?
- 2) ¿Cumple la historia ese propósito?
- 3) ¿Cuál es el público objetivo?
- 4) ¿El contenido y el tono de la historia resultan atractivos para este público objetivo?
- 5) ¿Todos los narradores hablan con una voz clara y audible en todo momento?
- 6) ¿El ritmo de la historia se adapta bien a la trama?
- 7) ¿Se citan todas las fuentes y colaboradores?
- 8) ¿La historia necesitará información contextualizadora una vez que se publique en una plataforma digital (o se explica por sí misma)?

PRUEBA DE AUTOEVALUACIÓN

- 1) La narración digital básicamente significa
 - a) crear una historia de forma digital
 - b) que no hay personas involucradas en la creación de la historia
 - c) utilizar la tecnología para contar historias
- 2) Una historia digital dura, como mucho
 - a) no menos de 6 minutos
 - b) no más de 4 minutos
 - c) no más de 2 minutos
- 3) No es necesario que construyas tu historia si sabes de qué vas a hablar.
 - a) Correcto
 - b) Incorrecto
- 4) Una buena historia se sostiene o se derrumba por su
 - a) El tono de voz
 - b) Ritmo
 - c) Tema

- d) Estructura
- 5) Una historia tradicional difiere de una historia digital en el sentido de que
- a) una historia digital carece de información personal
 - b) una historia tradicional carece de información universal
 - c) una historia tradicional no necesita tecnología
 - d) el ritmo no es importante en una historia tradicional.

Soluciones

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) D
- 5) C

Referencias

Friis Dam, R. y Yu Siang, T. (2022). *Diagramas de afinidad: cómo agrupar tus ideas y revelar insights*. Interaction Design Foundation, <https://www.interaction-design.org/literature/article/affinity-diagrams-learn-how-to-cluster-and-bundle-ideas-and-facts>

Barel, A. (2021). *Sterker staan met je eigen verhaal. Met storytelling meer grip op je leven*. Uitgeverij Ten Have. storytelling-centre.nl

Barel, A., Gurwicz, R. y Packer, S. (2023). *El mundo es narración*. Editorial International Theatre and Film Books, Ámsterdam.

Lambert, J., Hill, A., Mullen, N., Paull, C., Soundararajan, T. y Weinshenker, D., (2010). *Digital Storytelling Cookbook*. Producido por StoryCenter. Digital Diner Press, <https://www.storycenter.org/shop>

Recursos adicionales

<https://animoto.com/>

<https://wonderunit.com/storyboarder>

<https://www.storyboardthat.com/>

<https://www.purplestorytelling.com/p-blog/all-about-digital-storytelling>

<https://www.includedeurope.eu/tools-for-digital-storytelling/>

<https://alternativeto.net/>

<https://knightlab.northwestern.edu/projects/#storytelling>

<https://www.cutout.pro/photo-enhancer-sharpener-upscaler>

<https://www.canva.com/features/image-enhancer/>

<https://podcastle.ai/tools/magic-dust>

<https://www.media.io/audio-enhancer.html>



HIGHRES

Módulo 5

TRAER NUESTRAS HISTORIAS A
INTERNET: DIFUNDIR NARRATIVAS
DIGITALES



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



Cofinanciado por
la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados son, sin embargo, exclusivamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Cultural y de la Acción Civil (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de los mismos.

MÓDULO 5: Traer nuestras historias a internet: difundir narrativas digitales

Hoy en día, la información y los datos que circulan por Internet, los medios de comunicación y las redes sociales han cobrado gran importancia debido a su poder para moldear nuestra forma de pensar y de vivir. Sin embargo, también han creado un clima de desinterés y desconfianza provocado por las noticias falsas (*fake news*). ¡Por eso nuestra confianza en Internet se ha visto seriamente afectada! Por lo tanto, los objetivos de la comunicación digital actual se centran en identificar los espacios web o canales de difusión adecuados para establecer contenidos veraces y de alta calidad.



Fig. 1 Llevar las historias a Internet. Fuente: Diseño de los autores.

En este módulo, pensaremos en cómo y dónde alojar nuestras historias. Qué tipos de plataformas nos permiten compartir historias que potencian el patrimonio cultural inmaterial de nuestras comunidades y cómo podemos transferir nuestras historias de forma sencilla y directa en la web. Aunque esto pueda parecer algo que solo los profesionales informáticos con experiencia pueden manejar, después de leer este módulo de formación, todo te resultará mucho más manejable.

ÍNDICE DEL MÓDULO

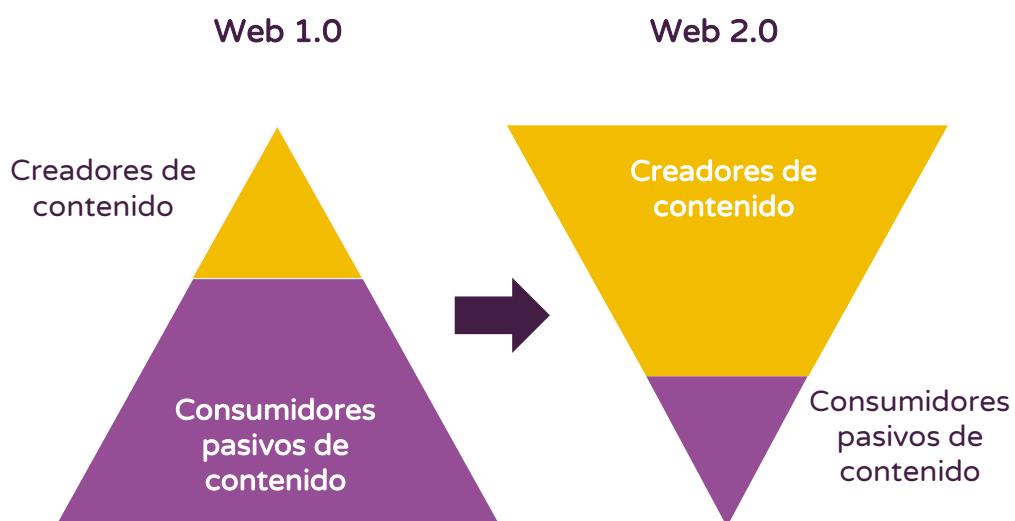
Introducción	87
1. ¿Dónde viven hoy las historias?: Modelos de plataformas para compartir el patrimonio cultural inmaterial a través de la narración de historias	88
2. El patrimonio en resiliencia: diseño y desarrollo de una plataforma comunitaria de narración digital	90
3. Historias para recordar: gestión de contenidos online	93
3.1 Mantener una comunidad digital activa	94
3.2 Hacia el contenido de Calidad	95
4. Estudios de caso	96
Actividades de autoevaluación	98
Referencias	101

Introducción

Resumen

En este capítulo introductorio, plantearemos la pregunta central del Módulo 5: ¿Cómo concebimos nuestra relación con Internet hoy en día y cómo abordamos la creación y localización de contenidos digitales? Esta pregunta surge del examen crítico de los problemas actuales relacionados con Internet, en particular en lo que respecta a las noticias falsas y la propiedad de la información.

¿Recuerdas cuándo apareció Internet en nuestras vidas? Lo que sí recuerdas con certeza es que, desde que utilizamos Internet, el acceso y la consulta de información se han vuelto significativamente más rápidos y amplios, al tiempo que se han superado diversas barreras, especialmente las geográficas, lo que nos ha permitido acceder a una amplia variedad de canales de comunicación en todo el mundo. La evolución desde la primera etapa de Internet, conocida como «Web 1.0», a la segunda etapa, «Web 2.0», que comenzó alrededor de 2004, se caracteriza por el cambio de los usuarios de «consumidores pasivos de información» a «principales creadores» de la mayor parte del contenido publicado en línea (Cormode y Krishnamurthy, 2008).



Imaginemos el impacto que este cambio ha tenido en la forma en que utilizamos Internet hoy en día. Por el lado positivo, las voces en línea se han multiplicado y el intercambio de contenidos se ha democratizado tanto que hoy en día prácticamente cualquiera puede publicar algo en Internet. Pero, por otro lado, estos cambios han abierto la puerta a las noticias falsas y a la desinformación generalizada, y han provocado que el tráfico de usuarios se concentre en solo 116 sitios web propiedad de empresas de tecnología digital con ánimo de lucro y que absorben un tercio de todo el tráfico de Internet (Javier, 2024).

En este entorno de cambio y creciente desconfianza en la información, ¿cómo debemos relacionarnos con Internet? ¿Y cómo abordamos la creación de contenidos digitales y su localización?

En el módulo 5 de esta formación, trataremos estas cuestiones centrándonos en los sitios web en los que podemos alojar nuestras narrativas digitales. Para ello, exploraremos en internet para analizar diferentes modelos de plataformas que nos permiten compartir contenidos e información. Esto nos ayudará a imaginar nuestro propio diseño, es decir, la creación de una plataforma en la que nosotros mismos podamos publicar nuestras historias, potenciando así el patrimonio cultural inmaterial de nuestro territorio. Además, aprenderemos a gestionar contenidos y a mantener la plataforma o el perfil de usuario.

1. ¿Dónde viven las historias hoy en día?: Modelos de plataformas para compartir historias

Resumen

En este capítulo, revisaremos los diferentes tipos de espacios disponibles en Internet que nos permiten compartir nuestro propio contenido. También analizaremos las ventajas y desventajas de cada modelo.

Hay dos vías principales a través de las cuales podemos compartir nuestro propio contenido e información en Internet:

La primera es un modelo autogestionado. Se crea un sitio web con un dominio, es decir, una URL propia (una cadena de texto que identifica la ubicación de un recurso en Internet), por ejemplo: www.nuestrashistorias.com, y luego se sube el contenido al sitio en el formato que se desee. En este modelo, la interfaz del sitio web, es decir, el aspecto y la presentación visual del sitio: sus colores, tipografía, diseño, menús, botones o imágenes, está totalmente bajo nuestro control.

La segunda opción consiste en crear un perfil de usuario dentro de una plataforma. Como mencionamos anteriormente en la introducción, estas plataformas atraen a la gran mayoría del tráfico de usuarios de Internet. Para comprender claramente este tipo de plataforma, podemos fijarnos en el ejemplo más familiar: las redes sociales. Dependiendo del formato en el que compartamos nuestro contenido, existen diferentes tipos de plataformas:

- Plataformas de publicación de contenido escrito
- Plataformas de contenido visual
- Plataformas de vídeo
- Plataformas de audio y podcasts
- Plataformas sociales y de microcontenido
- Plataformas colaborativas o wiki
- Plataformas comunitarias
- Plataformas institucionales o culturales

	Sitio web autogestionado	Perfil de usuario en una plataforma
Pros	<ul style="list-style-type: none">• Control sobre el diseño y la apariencia de la interfaz.• Multiformato (el contenido puede aparecer en varios formatos).• Contenido y mantenimiento autogestionados.	<ul style="list-style-type: none">• Sencillo e intuitivo para empezar (no se requiere una formación exhaustiva para crear un perfil).• Una comunidad ya existente.• Fácil interacción con otros usuarios.

	<ul style="list-style-type: none">• El contenido creado se puede promocionar.
Contras	<ul style="list-style-type: none">• El diseño y la publicación de contenidos no son tan intuitivos como en otras plataformas.• No existe una comunidad preexistente (hay que buscar las interacciones entre usuarios).• Estándares de diseño y funcionalidad.• Control del contenido.• La visibilidad está mediada por algoritmos.• Publicidad.

Estos modelos son complementarios e incluso pueden estar conectados entre sí. Puedes tener un sitio web autogestionado y también un perfil en las redes sociales al mismo tiempo. En ese caso, intenta crear vínculos entre ambos espacios: mantén una apariencia coherente utilizando los mismos logotipos y colores, comparte la misma información en ambas plataformas e integra tu perfil de redes sociales en tu sitio web.

2. Patrimonio en resiliencia: diseño y desarrollo de una plataforma comunitaria de narración digital

Resumen

El objetivo principal de este capítulo es aprender a diseñar un espacio web para transferir y dar visibilidad a nuestras narrativas digitales. Sin necesidad de tener amplios conocimientos de informática, abordaremos los componentes esenciales necesarios para crear dicho espacio. El contenido de este capítulo tiene un enfoque más técnico.

Siguiendo con el capítulo anterior, describiremos los elementos necesarios para crear un perfil de usuario en una plataforma y, por otro lado, para crear un sitio web autogestionado.

Crear un perfil en una plataforma es relativamente sencillo, solo hay que proporcionar una dirección de correo electrónico, establecer una contraseña y, a continuación, diseñar algunos elementos de la interfaz, como la foto de perfil, una breve biografía, el nombre de usuario, etc.

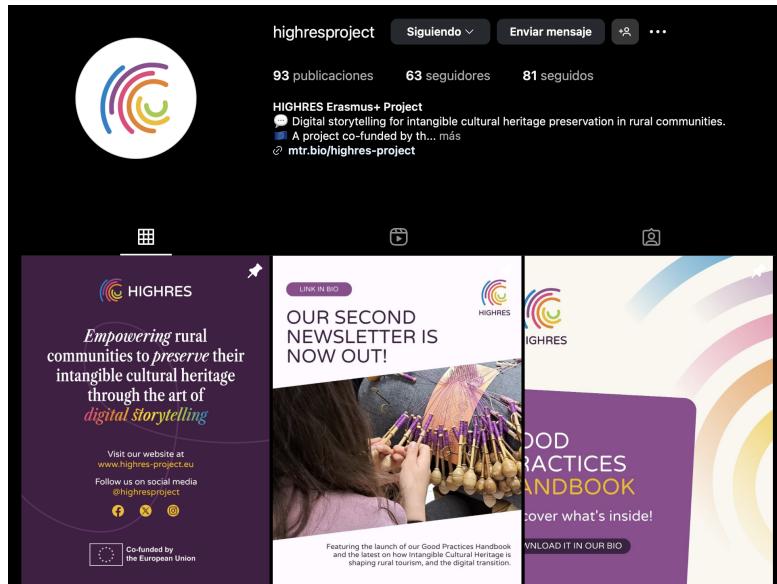


Fig. 2 Interfaz del perfil del proyecto HIGHRES. Captura de pantalla realizada por los autores.

En la imagen siguiente, se puede ver la interfaz de nuestro perfil del proyecto HIGHRES en la red social Instagram. A la izquierda, dentro del círculo, está nuestra foto de perfil, y justo a la derecha está la descripción del perfil. Debajo, se encuentra el contenido que hemos compartido.

Por el contrario, cuando hablamos de un sitio web autogestionado, el proceso se vuelve más detallado y requiere más paciencia. Los elementos esenciales con los que nos encontraremos al diseñar un sitio web son los siguientes:

1. Crear un dominio

El dominio es el nombre con el que identificamos el sitio web, la dirección URL que introducimos en un navegador para acceder al sitio. Por ejemplo: www.digitalnarratives.com o www.communityvoices.org.

2. Diseñar la interfaz

Los sistemas de gestión de contenidos (CMS) nos permiten crear nuestro propio sitio web. Algunos de ellos ofrecen una serie de plantillas prediseñadas que podemos



Fig. 3 Interfaz de un sitio web en construcción. En el menú lateral podemos ver algunas de las opciones disponibles. La imagen muestra una captura de pantalla tomada del editor de WordPress.

utilizar para nuestro sitio. Estas plantillas vienen con una estructura, colores y pestañas predefinidos, que en algunos casos podemos editar. Si no fuera así, tendríamos que diseñar todo el sitio web desde cero: elegir colores, crear pestañas, construir un menú, etc. Las plataformas CMS son cada vez más accesibles y, en la mayoría de los casos, ofrecen un menú lateral en el que se pueden seleccionar los elementos que se desean añadir al sitio (fig. 3).

3. Subir contenido

El último paso es subir contenido a nuestro sitio web. En este caso, los sitios web admiten formatos audiovisuales, gráficos y de texto. El menú que vimos en la imagen anterior nos permite subir archivos desde nuestro ordenador o desde una unidad externa. Además, en los últimos años, algunos sistemas de gestión de contenidos han establecido asociaciones con plataformas de contenido audiovisual para incrustar dicho contenido directamente en el sitio web. En la figura 2, podemos ver cómo el menú de edición muestra las opciones para añadir contenido multimedia.

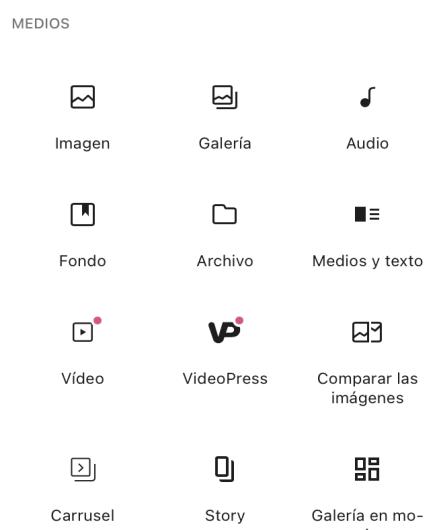


Fig. 4 Menú de edición del sitio web en la sección multimedia. La imagen muestra una captura de pantalla tomada del editor de WordPress.

3. Historias para recordar: gestión de contenidos online

Resumen

A continuación, nos centraremos en el contenido que ofreceremos en nuestra plataforma, así como en las posibilidades que tenemos para crear una comunidad de usuarios activa. Por último, analizaremos el mantenimiento de la plataforma y la regularidad de la publicación de contenidos.

A lo largo de los años, el contenido de Internet ha adquirido un cierto nivel de especialización y rigor. De hecho, en los últimos años han surgido nuevos perfiles profesionales relacionados con el contenido de Internet: creadores de contenido, gestores de contenido, editores de audio y vídeo, especialistas en marketing digital.

Como vimos en el módulo 4 de este curso, el patrimonio cultural inmaterial contado a través de la narración digital puede adoptar diversos formatos multimedia: imágenes, vídeos, audio, diseño, arte, ilustración en 3D, etc. Estos medios digitales son una herramienta esencial para dar visibilidad a nuestro patrimonio y llegar a un gran número de usuarios.

Paralelamente a la especialización de los contenidos, la evolución hacia la Web 2.0, que permite a los usuarios de Internet crear sus propios contenidos, ha dado lugar a una explosión y masificación de los contenidos en línea. Esto ha dado lugar a que las plataformas e incluso los motores de búsqueda clasifiquen los contenidos en función de patrones de interés (algoritmos). Además, los motores de búsqueda «mantienen en secreto los detalles finales de sus procedimientos, ya que esta información podría darles una ventaja competitiva y, por lo tanto, la consideran un secreto industrial» (Codina, 2004). En muchos casos, los propios motores de búsqueda ofrecen servicios publicitarios para clasificar su contenido a cambio de un precio. Aun así, existen varios criterios estipulados por los analistas web que nos pueden servir para dar mayor visibilidad a nuestro contenido de una manera gratuita.

3.1. Mantener una comunidad digital activa

En este vasto mar de contenidos, destacar lo importante es fundamental. Por eso disponemos de un conjunto de herramientas que nos ayudan en esta tarea. Se denominan herramientas SEO, que significa «optimización para motores de búsqueda». Hay dos tipos de herramientas SEO:

- **SEO on-page:** estas estrategias tienen como objetivo «crear contenido de calidad, mejorar la experiencia del usuario y aumentar la accesibilidad». Algunos ejemplos son: insertar palabras clave, utilizar enlaces internos, añadir imágenes con texto alternativo y optimizar los titulares. (Branch, 2024)
- **SEO off-page:** se basa en «crear autoridad, ganar exposición y ganarse la confianza a través de enlaces que dirigen de un sitio web a otro (backlinks) y menciones». Un ejemplo es estar activo en línea participando en interacciones en redes sociales y otros foros web, y aparecer enlazado en contenido de otros sitios web. (Branch, 2024)

Además de estas herramientas que requieren un mayor nivel de conocimientos en informática y marketing digital, existen otras herramientas accesibles para todo el mundo que nos ayudarán a crear una comunidad en nuestros espacios online.

Interacciones	Hoy en día, Internet se basa en las interacciones, es decir, en las relaciones que se crean con otros usuarios. Estas interacciones aumentan y generan redes de conexión entre los usuarios. En el caso de los perfiles de redes sociales, las interacciones están totalmente integradas a través de las reacciones al contenido: «me gusta», compartir contenido, enviar contenido a otros usuarios, comentar contenido, seguir perfiles relacionados, etc.
Foros	Los foros son una herramienta que fomenta las interacciones si hemos creado un sitio web autogestionado. Los usuarios que visitan nuestro sitio pueden crear foros de debate o comentar el contenido existente en el sitio web.

Registro	En el caso de un sitio web autogestionado, permitir que los usuarios se registren se convierte en una forma de fidelizarlos y crear una comunidad dentro de tu propio sitio web.
Boletín	Los boletines informativos por correo electrónico son una herramienta para mantener a nuestra comunidad al día sobre el contenido que publicamos en nuestro sitio web.

3.2. Hacia un contenido de calidad

En la introducción a este módulo de formación, hemos hablado de la creciente desconfianza y desinterés de los usuarios de Internet por la información que circula hoy en día en la red. Esta situación se ve alimentada en gran medida por las noticias falsas. En este contexto, los objetivos principales a la hora de publicar nuestro contenido deben basarse en valores éticos que garanticen la calidad de la información. Para ello, podemos seguir las directrices éticas implementadas por la UNESCO, que están disponibles en su sitio web: <https://www.unesco.org/es/ethics>

Por otra parte, es importante que nuestro contenido cumpla y refleje la normativa adecuada en materia de derechos de autor. Es decir, cuando utilicemos una imagen o un vídeo preexistente que hayamos encontrado en internet, debemos asegurarnos de citar adecuadamente su procedencia y reconocer claramente al autor. Para garantizar este proceso, podemos volver a consultar el módulo 4: *La construcción de narrativas digitales sobre el patrimonio cultural inmaterial*, que explora con mayor profundidad cuestiones relacionadas con la creación de contenidos digitales. También en materia de derechos de autor, podemos adherirnos a las normas establecidas por la Unión Europea: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/copyright>

Por último, cabe destacar la versatilidad de los contenidos multimedia de alta calidad. Es decir, la producción de contenidos digitales para nuestro sitio web puede adoptar diversos formatos, lo que hará que la experiencia del usuario sea más dinámica. Para llevar a cabo esta tarea, seguiremos las recomendaciones de expertos de diferentes ámbitos profesionales, como las que se recogen en el siguiente artículo: «¿Cuáles son las mejores prácticas para crear una guía de estilo de contenidos que se adapte a sus necesidades?»:

<https://www.linkedin.com/advice/0/what-best-practices-creating-content-style-guide-works-df25c?lang=en&originalSubdomain=es>

4. Estudios de caso

Resumen

En esta sección, veremos dos ejemplos de buenas prácticas relacionadas con el tema tratado en este módulo. Es decir, analizaremos dos sitios web de proyectos dedicados a la difusión del patrimonio cultural inmaterial a través de la narración de historias. Estos ejemplos nos ayudarán a visualizar los conceptos tratados en los capítulos anteriores y nos animarán a reflexionar sobre nuestro propio proyecto.

Para ilustrar todo el contenido tratado hasta ahora en esta formación, tomaremos dos proyectos del «*Libro de buenas prácticas*» publicado por nuestro proyecto, HIGHRES, que está disponible gratuitamente en el siguiente enlace:

<https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

1. Las historias tienen poder



Fig. 5 Imagen del sitio web del Museo Nacional del Holocausto de Ámsterdam

El Museo Nacional del Holocausto de Ámsterdam publica en su sitio web y distribuye en plataformas de streaming musical un podcast que narra diversas historias de vida de personas que sufrieron durante el Holocausto en los Países Bajos. El podcast se llama «*Vergeet me niet*», que significa «*No me olvides*», y sirve como modelo de referencia sobre cómo compartir contenido relacionado con el patrimonio cultural inmaterial a través de la narración digital. Este ejemplo también nos muestra la posibilidad de difundir nuestro contenido desde nuestro propio sitio web a plataformas de streaming, lo que da a nuestras historias una mayor visibilidad.

Enlace: <https://jck.nl/verhalen-en-verdieping/vergeet-me-niet>

2. Un espacio multimedia interactivo para las comunidades

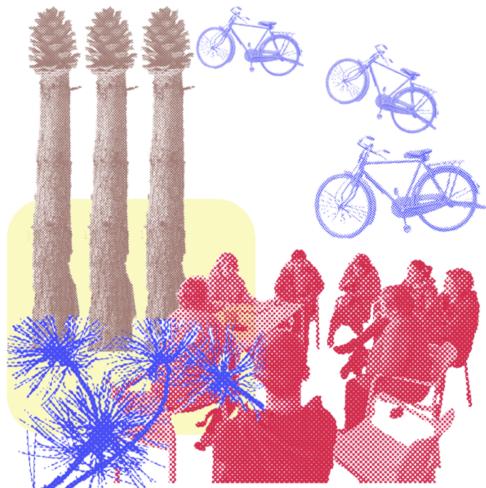


Fig. 6 Imagen del sitio web del proyecto «Museu na Aldeia».

El proyecto «Museu na Aldeia» ofrece una plataforma con contenido multimedia, mapas y elementos interactivos en formato de vídeo, audio e imagen que destacan las tradiciones y el patrimonio de diversas zonas rurales de Portugal. En el enlace que figura a continuación, podemos ver un ejemplo concreto, la exposición «*Sons na Eira*», en la que se narran las tradiciones de Moita, Portugal, a través de texto, collages de imágenes animadas y audio.

Enlace: <https://www.museunaaldeia.pt/exposicoes/sons-na-eira/>

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

PREGUNTAS DE AUTORREFLEXIÓN

- 1) Imagina un sitio web diseñado para dar visibilidad al patrimonio cultural inmaterial de tu región: ¿qué elementos debería incluir?
- 2) ¿Qué herramientas y recursos online crees que podemos utilizar para crear una marca o identidad que ayude a dar visibilidad a las tradiciones de una localidad?
- 3) ¿Se puede crear una conexión entre un perfil en las redes sociales y un sitio web autogestionado? ¿Cómo crees que pueden complementarse entre sí?
- 4) ¿Cómo crees que la narración de historias y el patrimonio cultural inmaterial pueden combatir la ola de noticias falsas y contenidos de baja calidad en Internet?
- 5) Piensa en herramientas o acciones en Internet que puedan ayudarnos a conectar con usuarios interesados en la narración digital y el patrimonio cultural inmaterial.
- 6) Además de los elementos que ya hemos tratado en los capítulos anteriores y que ayudan a mantener informada a nuestra comunidad web, ¿qué otros elementos crees que podrían ser eficaces en este sentido?

TEST DE AUTOEVALUACIÓN

- 1) Selecciona dos modelos que nos ofrece Internet para alojar nuestro contenido.
 - a) Plataforma de red y redes sociales.
 - b) Red de contenidos online.
 - c) Blogs y plataforma de contenido visual.
 - d) Sitio web autogestionado y perfil de usuario en una plataforma.
- 2) Cuando hablamos de plataformas de Internet en las que podemos crear un perfil y compartir contenido, ¿qué tipos existen?
 - a) Plataformas de perfiles profesionales y no profesionales.
 - b) Plataformas de publicación de contenido escrito, plataformas de contenido visual, plataformas de vídeo, plataformas de audio y podcasts, plataformas

- sociales y de microcontenido, plataformas colaborativas o wikis, plataformas comunitarias y plataformas institucionales o culturales.
- c) Plataformas de publicación de contenidos periodísticos, plataformas de contenidos de viajes y plataformas de entretenimiento.
- 3) **¿Qué ventajas tiene crear un sitio web autogestionado frente a crear un perfil en una plataforma?**
- a) Es sencillo e intuitivo al principio (requiere poca formación para crear un perfil), hay una comunidad ya creada, es fácil interactuar con otros usuarios y permite promocionar el contenido creado.
 - b) Control sobre el diseño de la interfaz y la apariencia, multiformato (el contenido puede aparecer en diferentes formatos), gestión y mantenimiento propios.
 - c) No tiene ventajas.
 - d) Ventajas para monetizar el contenido que se publica.
- 4) **¿Cuáles son las principales acciones para crear un sitio web autogestionado?**
- a) Rellene un formulario y podrá subir contenido.
 - b) Crear una cuenta en una red social, publicar contenido y gestionar herramientas SEO.
 - c) Solo tienes que crear un enlace URL.
 - d) Crear un dominio, diseñar la interfaz y subir contenido.
 - e) Crear una cuenta de correo electrónico y completar los datos requeridos por la plataforma.
- 5) **Para crear una comunidad online que visite nuestro sitio web, solo es necesario crear un boletín informativo. Indique si la afirmación anterior es verdadera o falsa.**
- a) Falso
 - b) Verdadero



Soluciones

- 1) D
- 2) B
- 3) B
- 4) D
- 5) A

Referencias

Branch (3 de octubre de 2024). *SEO On-Page vs. Off-Page: Cómo Impactan tu Visibilidad.* <https://branch.com.co/marketing-digital/seo-on-page-vs-off-page-como-impactan-tu-visibilidad/>

Codina, Ll. (2004). *Posicionamiento web: conceptos y ciclo de vida.* Hypertext.net. https://www.researchgate.net/publication/28079694_Posicionamiento_Web_Conceptos_y_Ciclo_de_Vida

Cormode, G. y Krishnamurthy, B. (2 de junio de 2008). *Diferencias clave entre la Web 1.0 y la Web 2.0.* First Monday. https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972?utm_source=chatgpt.com

Javier, H. (19 de abril de 2024). *The Web unpacked: un análisis cuantitativo del uso global de la Web.* Arxiv. https://arxiv.org/html/2404.17095v2?utm_source=chatgpt.com

Recursos adicionales

<https://www.unesco.org/es/ethics>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/copyright>

<https://www.museunaaldeia.pt/exposicoes/sons-na-eira/>

<https://jck.nl/verhalen-en-verdieping/vergeet-me-niet>



HIGHRES

Módulo 6

PROMOCIÓN DEL PCI A TRAVÉS DE
PLATAFORMAS DIGITALES PARA
FOMENTAR EL TURISMO CULTURAL Y
EL DESARROLLO RURAL



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
BICOCCA



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA



Cofinanciado por
la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados son, sin embargo, exclusivamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Cultural y de la Acción Civil (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de los mismos.

MÓDULO 6: Promoción del PCI a través de plataformas digitales para fomentar el turismo cultural y el desarrollo rural

Este módulo explora cómo las plataformas digitales pueden promover el patrimonio cultural inmaterial (PCI) para apoyar el turismo cultural sostenible y el desarrollo rural. Examina la interacción entre la narración de historias, la innovación y las herramientas digitales para mejorar la visibilidad de las tradiciones locales y fomentar la resiliencia económica. Los temas incluyen los principios del turismo sostenible, la participación de la comunidad, las industrias creativas y la integración con la economía local. Los estudios de caso y las estrategias de innovación demuestran cómo las comunidades rurales pueden utilizar los activos culturales para crear experiencias turísticas participativas y orientadas al futuro. En consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, el módulo fomenta prácticas inclusivas y respetuosas con la cultura que preservan el patrimonio al tiempo que impulsan el crecimiento y la creatividad locales.

ÍNDICE DEL MÓDULO

Introducción	105
1. Preservar las tradiciones vivas a través del turismo sostenible	106
2. Cultura en acción: dar forma a proyectos sostenibles	109
3. El impulso creativo: innovación en contextos rurales	113
4. Estudios de caso	117
Actividades de autoevaluación	120
Referencias	122

Introducción

Resumen

Al entrar en el módulo 6, la etapa final de esta formación, nos centramos en una pregunta clave: ¿cómo podemos utilizar las narrativas digitales sobre el patrimonio cultural inmaterial de nuestro territorio para contribuir al desarrollo sostenible de nuestra comunidad? ¿Qué tipo de proyectos podemos emprender en esta dirección?

Hoy en día, las zonas rurales están experimentando una transformación, tanto en términos de dinámica demográfica como de actividad económica.

El turismo desempeña un papel fundamental en el desarrollo rural, pero al igual que la naturaleza de la vida rural está cambiando, también lo está haciendo el turismo rural. Tradicionalmente asociado a la agricultura y las experiencias agrarias, el turismo rural está evolucionando hacia las experiencias culturales, dando lugar a nichos emergentes como el turismo creativo.

Las zonas rurales suelen custodiar un rico patrimonio cultural inmaterial (PCI) que tiene un valor significativo no solo para la identidad local, sino también como poderoso activo para el turismo.

En este contexto, la narración de historias y las plataformas digitales se han convertido en herramientas esenciales. La digitalización mejora la visibilidad, la accesibilidad y la competitividad de los destinos rurales al permitir a las comunidades compartir su patrimonio cultural con el público local y mundial.

Este módulo de formación explora cómo la promoción del PCI a través de las plataformas digitales puede fomentar tanto el turismo cultural como el desarrollo rural, ofreciendo nuevas oportunidades para el crecimiento sostenible y la preservación del patrimonio.

1. Preservar las tradiciones a través del turismo sostenible

Resumen

¿Alguna vez te has preguntado cómo el turismo puede aportar beneficios sin dañar el medio ambiente ni la vida de las comunidades locales? En este capítulo, se explorará el concepto de turismo sostenible y su conexión vital con el patrimonio cultural inmaterial (PCI). Si bien el turismo puede aportar valiosos beneficios a las comunidades rurales, también puede suponer riesgos importantes para las tradiciones culturales locales si no se gestiona de forma responsable. Aquí verás cómo el turismo sostenible ofrece un enfoque equilibrado, ya que apoya el desarrollo económico al tiempo que respeta y preserva las identidades culturales. Al final de este capítulo, comprenderás cómo abordar el desarrollo turístico de una manera que respete y mantenga el patrimonio cultural inmaterial, garantizando que siga siendo una fuerza viva y dinámica para las generaciones futuras.

1. Conceptos. Definición y principios del turismo sostenible; aplicación al PCI

La Organización Mundial del Turismo (OMT) de las Naciones Unidas define el turismo sostenible como «el turismo que tiene plenamente en cuenta sus repercusiones económicas, sociales y medioambientales actuales y futuras, atendiendo a las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida». Además, el turismo sostenible tiene en cuenta los aspectos medioambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico.

El patrimonio cultural inmaterial (PCI) desempeña un papel importante en la creación del turismo sostenible. Si no recuerdas bien la definición de patrimonio cultural inmaterial, puedes volver al módulo 1 de este curso, titulado «Identificación y catalogación del patrimonio cultural inmaterial en las zonas rurales». El turismo y el PCI mantienen una relación mutuamente beneficiosa. Por un lado, el PCI es esencial para el desarrollo turístico, ya que los turistas buscan algo más que monumentos arquitectónicos y lugares históricos. Desean experiencias inmersivas que muestren las

tradiciones vivas de las comunidades locales. Por otro lado, el turismo sostenible es una herramienta poderosa para salvaguardar y promover el PCI.

Si bien el turismo ofrece numerosos beneficios, también plantea riesgos para el PCI si no se gestiona con cuidado. La turistificación excesiva puede conducir a la pérdida de autenticidad y a la dilución de las tradiciones culturales. Para evitarlo, es fundamental adoptar un enfoque sostenible.

Al integrar el PCI en el desarrollo turístico, las comunidades deben ser las principales responsables de decidir cómo se comparte y se presenta su patrimonio cultural a los visitantes. El desarrollo turístico debe limitarse a lo que resulte cómodo para la población local.

Alcanzar estos objetivos puede ser un reto, pero no si se cuenta con la ayuda de otros. Entre ellos se incluyen las comunidades locales, los profesionales del patrimonio, las ONG, las empresas turísticas y las autoridades locales. Mediante esfuerzos cooperativos, el turismo puede convertirse en un vehículo para la preservación cultural, el empoderamiento económico y la gestión medioambiental, garantizando beneficios a largo plazo tanto para los visitantes como para las comunidades de acogida.

2. Preservación y promoción del PCI: estrategias para valorar el turismo cultural que repercute positivamente en la comunidad

El turismo cultural está profundamente relacionado con el patrimonio, las tradiciones y las actividades únicas de un lugar determinado. Cada lugar ofrece recursos culturales distintos que conforman su atractivo turístico. Los turistas culturales de hoy en día no solo están interesados en hacer turismo, sino que buscan experiencias significativas, conocimientos más profundos y entretenimiento. Les atrae el patrimonio local, la historia, la gente, las tradiciones, la gastronomía y los productos artesanales, elementos que se pueden transmitir a través de una narración.

Cuando las comunidades locales participan en el desarrollo del turismo, se fomentan intercambios significativos entre los visitantes y los residentes. Estas interacciones promueven el entendimiento cultural y crean una sociedad abierta y segura de sí misma. Además, cuando los turistas aprecian la cultura local, se mejora la autoestima de la comunidad y se refuerza su identidad cultural.

El turismo cultural también sensibiliza sobre la importancia de preservar el patrimonio local. Esto anima a las comunidades a salvaguardar, practicar y promover activamente su patrimonio cultural inmaterial, al tiempo que mantienen el patrimonio material. Como resultado, el turismo puede servir de catalizador para la planificación y el desarrollo territorial. Más allá del enriquecimiento cultural, el turismo puede atraer inversiones, mejorar los negocios locales y aumentar las oportunidades de empleo. El patrimonio cultural no solo es un gran atractivo para los turistas, sino que también desempeña un papel crucial a la hora de hacer que un lugar sea atractivo para la inversión a largo plazo y el desarrollo sostenible.

Además, hay que tener en cuenta el poder que la digitalización aporta a todo este marco. La digitalización permite un acceso más amplio al patrimonio cultural local, lo que permite a diferentes grupos de la sociedad interactuar con él, incluso sin visitar físicamente el lugar. Al mismo tiempo, puede despertar el interés por estos lugares, fomentando las visitas incluso a las zonas más rurales y remotas. Con el auge de las redes sociales, las empresas y las oficinas turísticas pueden llegar a un público global de forma más eficaz que nunca.

2. Cultura en acción: dar forma a proyectos sostenibles

Resumen

En el contexto del desarrollo rural, los proyectos culturales sostenibles ofrecen una forma significativa de tender puentes entre la preservación del patrimonio y la renovación económica y social. Ricas en patrimonio cultural inmaterial, las comunidades locales poseen recursos valiosos que, cuando se integran en el turismo cultural o las industrias creativas, pueden fomentar el desarrollo inclusivo. Planificar y ejecutar proyectos culturales significa aprovechar las tradiciones para la innovación, la generación de ingresos y la cohesión social. Las iniciativas culturales exitosas son aquellas que involucran a las comunidades locales en todas las etapas, desde la ideación y la planificación hasta la implementación y la evaluación. Este enfoque inclusivo garantiza la pertinencia, la apropiación y el impacto a largo plazo. Los proyectos que se ajustan a la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) pueden ayudar a las zonas rurales a cumplir los objetivos mundiales y, al mismo tiempo, atender las necesidades locales. Los proyectos culturales sostenibles también deben adaptarse a las herramientas y tecnologías contemporáneas. Ya sea a través de la narración digital, las plataformas de turismo sostenible o el comercio electrónico, los actores rurales pueden ampliar su alcance, salvaguardar el patrimonio y crear medios de vida significativos y orientados al futuro, arraigados en la cultura y la comunidad.

1. Agenda 2030 de las Naciones Unidas y ODS: conceptos de sostenibilidad y ejemplos de prácticas sostenibles en las comunidades

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, adoptada por todos los Estados miembros de las Naciones Unidas en 2015, representa un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas disfruten de paz y prosperidad para 2030. La Agenda se basa en 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), respaldados por 169 metas específicas.



Fig. 1 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Fuente: <https://sdgs.un.org/goals>

Si bien los ODS tienen un alcance mundial, su éxito depende de la acción local. Aunque el turismo contribuye al progreso en múltiples ámbitos, se hace referencia explícita a él en tres ODS: los objetivos 8, 12 y 14.

- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico: El turismo es un importante motor económico mundial que genera puestos de trabajo, ingresos y oportunidades empresariales.
- ODS 12: Consumo y producción responsables: El turismo fomenta un enfoque más consciente del uso de los recursos, tanto por parte de los proveedores como de los consumidores.
- ODS 14: Vida submarina: El turismo costero y marítimo está profundamente relacionado con la salud de los océanos y los ecosistemas marinos. La protección de la vida marina garantiza que las comunidades costeras puedan seguir dependiendo de estos ecosistemas para su alimentación, el turismo y su identidad cultural.

Ahora piense en su propia ciudad: seguramente hay algún ejemplo de cómo el turismo ayuda a poner de relieve el patrimonio cultural inmaterial. Algunos ejemplos podrían ser: festivales, folclore, artesanía y cocina tradicional. Los visitantes participan en experiencias auténticas, mientras que los habitantes del lugar se benefician de la

creación de empleo y de la oportunidad de transmitir las tradiciones (apoya los ODS 8, 11 y 12).

Una vez más, piensa si hay algún ejemplo que incluya el elemento digital. Por ejemplo: plataformas digitales para compartir historias, promover productos turísticos y vender artículos hechos a mano en todo el mundo. Esto aumenta la visibilidad, amplía los mercados y fomenta la inclusión digital (ODS 9, 10 y 17).

2. Desarrollo sostenible y comunidades rurales. Relación entre las prácticas culturales locales y la sostenibilidad

El desarrollo sostenible, tal y como se define en el famoso Informe Brundtland (1987), es «el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades».

Como se puede ver en esta definición, el desarrollo sostenible debe estar profundamente arraigado en el contexto local. El turismo cultural y la producción de artesanía tradicional o alimentos regionales abren nuevas oportunidades económicas que diversifican las fuentes de ingresos rurales. Estos sectores suelen basarse en actividades a pequeña escala y de bajo impacto, más compatibles con el desarrollo sostenible.

El desarrollo rural eficaz requiere asociaciones intersectoriales: entre las autoridades públicas, las empresas privadas, la sociedad civil y los propios residentes. Además, la colaboración entre generaciones garantiza la preservación de los conocimientos tradicionales, al tiempo que se adoptan las ideas y tecnologías que emplean los más jóvenes. Esta inclusividad también fomenta la apropiación local de las iniciativas, lo que hace que los proyectos sean más duraderos y tengan mayor impacto.

Como sabes, las personas que viven en zonas rurales tienden a establecer vínculos más fuertes con sus vecinos y a crear un sentido de comunidad, por lo que es fundamental crear espacios y mecanismos para el diálogo y la creación de redes. Estos pueden incluir plataformas cooperativas, grupos de desarrollo local, alianzas regionales para el patrimonio y comunidades digitales. Fomentar la comunicación entre las partes interesadas rurales ayuda a romper el aislamiento social, fomenta la colaboración y alinea los esfuerzos hacia objetivos comunes.

La innovación no solo tiene que ver con la tecnología, sino también con la búsqueda de formas creativas de adaptar las prácticas tradicionales a la realidad actual. La innovación surge a veces de la intersección entre el patrimonio cultural y las herramientas digitales. Al integrar los conocimientos culturales con la tecnología, las comunidades pueden preservar y promover estilos de vida sostenibles arraigados en la sabiduría tradicional. Iniciativas como la narración digital, las ventas online, las visitas culturales virtuales y la educación patrimonial a distancia empoderan a las comunidades rurales para compartir su identidad con el mundo.

3. Integración con la economía local. Cómo el turismo cultural puede impulsar el desarrollo rural.

El turismo cultural ofrece a las zonas rurales una vía para diversificar sus economías. En lugar de sustituir los medios de vida rurales existentes, los complementa integrando la expresión cultural en las experiencias turísticas. Los agricultores, los artesanos y los portadores de tradiciones pasan a formar parte de una cadena de valor más amplia que sirve a los intereses de los viajeros con curiosidad cultural. La apertura de alojamientos como casas para huéspedes o albergues ecológicos, así como de servicios auxiliares como catering, transporte, visitas guiadas y producción de recuerdos, puede crear una economía turística local que fomente el espíritu empresarial y genere puestos de trabajo con diferentes niveles de cualificación.

Una de las características distintivas del turismo cultural es su potencial para estimular la colaboración entre entidades locales. Al trabajar juntos, ya sea como proveedores de turismo, anfitriones, artistas o productores, los miembros de la comunidad crean conjuntamente valor económico y social, lo que fomenta un desarrollo más equitativo. De esta manera pueden encontrar funciones adecuadas para sus habilidades e intereses, lo que mejora la inclusión y la cohesión.

Uno de los retos más acuciantes del desarrollo rural es la migración de los jóvenes. En el marco del turismo cultural, los jóvenes emprendedores pueden encontrar oportunidades en el marketing digital, el turismo, la planificación de eventos o el agroturismo, al tiempo que tienen la opción de trabajar en negocios sostenibles que reconocen el patrimonio local.

Los turistas culturales suelen ser ávidos consumidores de productos locales, ya sean artesanías, conservas caseras, cereales tradicionales o vinos regionales. Al destacar

estos productos dentro de la experiencia turística, los agricultores y productores locales pueden acceder a nuevos mercados y ampliar su base de clientes. Esto puede incluir la venta directa a los visitantes, la participación en mercados agrícolas o la colaboración con restaurantes y proveedores de alojamientos.

3. El impulso creativo: innovación en contextos rurales

Resumen

Las zonas rurales están emergiendo como espacios vibrantes para la innovación y la creatividad, impulsadas por el potencial del patrimonio cultural y las economías comunitarias. La economía creativa, que abarca la artesanía, la gastronomía, las artes visuales, los festivales y otras expresiones tradicionales, ha demostrado ser una poderosa herramienta para el desarrollo rural. La innovación en este contexto está profundamente arraigada en la autenticidad cultural, con conocimientos y habilidades locales adaptados a las necesidades contemporáneas. El turismo creativo, la narración digital y la colaboración entre comunidades son algunas de las prácticas que apoyan tanto la preservación cultural como la resiliencia económica. A medida que las comunidades rurales adoptan nuevas tecnologías y modelos creativos, se abren oportunidades para el crecimiento sostenible, la gestión medioambiental y el intercambio cultural significativo. Este capítulo explora cómo la innovación cultural en entornos rurales puede estimular el desarrollo inclusivo, transformar el patrimonio en una práctica viva y crear experiencias únicas y participativas que benefician tanto a los locales como a los visitantes.

1. Conceptos y aplicaciones: innovación y creatividad aplicadas a escenarios rurales.

Uno de los principales motores del desarrollo en las zonas rurales ha sido la economía creativa. Como se destaca en el informe de la OCDE Turismo y economía creativa (2014), «los conocimientos y las habilidades se han convertido en elementos fundamentales para la creación de valor en la economía en su conjunto, y las industrias creativas, en particular, se han convertido en una importante fuerza económica, cultural y social. Fomentan el crecimiento y el empleo; contribuyen a la innovación, el

espíritu empresarial y el desarrollo de habilidades; apoyan la regeneración urbana y rural; estimulan las exportaciones; mantienen la identidad cultural y mejoran la diversidad cultural».

El modelo de economía creativa fomenta la colaboración y facilita la integración de las tradiciones locales con las demandas del mercado contemporáneo. También contribuye de manera significativa al atractivo de las zonas rurales a través del turismo creativo. Este modelo ofrece a los visitantes la oportunidad de participar activamente en la cultura local a través de experiencias prácticas y auténticas.

Además de los canales de comunicación tradicionales con los que ya está familiarizado, hoy en día Internet nos ofrece un amplio abanico de posibilidades, como vimos en el módulo anterior. Por lo tanto, un buen uso de la tecnología y las herramientas digitales amplía el potencial creativo de las comunidades rurales al ampliar su alcance, mejorar la documentación y permitir que la narración digital supere las fronteras geográficas.

La narración de historias de manera digital desempeña un papel fundamental en la mejora del turismo creativo, ya que da vida a las narrativas, tradiciones y experiencias locales a través de formatos multimedia. Al combinar imágenes, audio, texto y relatos personales, las comunidades pueden compartir sus historias con los turistas que buscan experiencias significativas e inmersivas. Las tecnologías ayudan a profundizar la comprensión de los visitantes sobre la cultura local y fomentan un compromiso respetuoso con el patrimonio local. Para los profesionales del turismo y los miembros de la comunidad, la narración digital ofrece una herramienta poderosa y de bajo costo para promover destinos, atraer a viajeros con curiosidad cultural y apoyar el desarrollo del turismo sostenible arraigado en la identidad local.

2. Herramientas para estimular la creatividad: Métodos para fomentar la creatividad local.

Da un paseo y encuentra un espacio de trabajo local, un lugar tranquilo e inspirador, fíjate en los detalles, conecta ideas con tus vecinos... No hay duda de que descubrirás innumerables fuentes de inspiración a tu alrededor.

Para que el turismo creativo prospere, es esencial establecer una sólida red creativa que pueda contar con el apoyo de múltiples centros creativos en toda la región. Estos

centros deben actuar como puntos de referencia para los creativos locales — artesanos, artistas, intérpretes y profesionales de la cultura— ofreciéndoles espacio, herramientas, oportunidades de colaboración y visibilidad. Los incentivos y los instrumentos de apoyo (como subvenciones, residencias o ayudas a la comercialización) pueden animar a estos agentes a trasladarse o a ampliar su trabajo a estos centros.

Desde la perspectiva del desarrollo turístico, la ubicación estratégica y la infraestructura de los centros creativos son fundamentales. La accesibilidad a través de las redes de carreteras, la disponibilidad de transporte público y la proximidad a las opciones de alojamiento influyen en el flujo de visitantes.

La reutilización de edificios patrimoniales como espacios creativos tiene un doble propósito. No solo proporciona una infraestructura funcional para las actividades artísticas, sino que también garantiza la reutilización sostenible del patrimonio cultural tangible. Estos edificios se convierten en puntos focales de participación comunitaria, creatividad y turismo, añadiendo profundidad y singularidad a la oferta turística regional.

Una red creativa bien estructurada proporciona visibilidad y contexto, lo que ayuda a los profesionales a posicionar su trabajo como relevante, valioso y significativo en un entorno contemporáneo. A través de talleres, demostraciones y experiencias de cocreación, los visitantes adquieren una apreciación más profunda de los conocimientos tradicionales y sus aplicaciones modernas, convirtiendo la artesanía en prácticas vivas en lugar de exhibiciones estáticas.

3. Herramientas de innovación: Principios del pensamiento de diseño, metodologías ágiles e innovación social aplicados al turismo y al patrimonio cultural.

Las herramientas de innovación, como el *design thinking* (enfoque de diseño), las metodologías ágiles y la innovación social, pueden aplicarse estratégicamente al turismo y al patrimonio cultural, empoderando a las comunidades rurales para crear soluciones significativas, adaptables y sostenibles.

Design thinking

El *design thinking* es un enfoque de resolución de problemas que se centra en las necesidades y experiencias del usuario final.

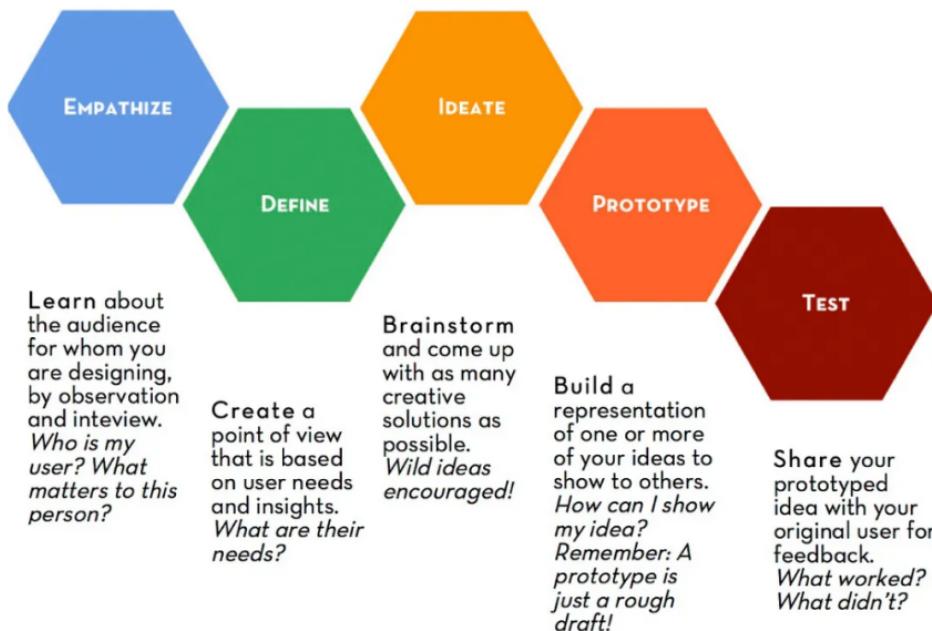


Fig. 2 Design Thinking. Fuente: <https://vendiclarberg.medium.com/ironhacks-prework-design-thinking-challenge1-4246c8d5c02>

Metodologías ágiles

El pensamiento ágil es la capacidad de encontrar soluciones eficaces en situaciones inciertas. Es una mentalidad que valora la respuesta al cambio por encima del seguimiento de un plan fijo, hace hincapié en la comunicación y la colaboración, se centra en la entrega rápida de pequeños trabajos útiles y apoya la mejora continua.

Las metodologías de pensamiento ágil tienen su origen en el Manifiesto Ágil, creado originalmente para el desarrollo de software, pero que ahora se aplica ampliamente en diversos sectores. Algunas de las metodologías ágiles más comunes son:

- **Scrum**: un marco que organiza el trabajo en pequeñas iteraciones con plazos fijos denominadas sprints. <https://scrumguides.org/>
- **Lean**: una metodología centrada en maximizar el valor y minimizar el desperdicio. <https://www.planview.com/resources/guide/lean-principles-101/>
- **Kanban**: una metodología centrada en visualizar el trabajo, limitar el trabajo en curso y mejorar el flujo. <https://businessmap.io/kanban-resources/getting-started/what-is-kanban-board>

- **Programación extrema (XP):** método que hace hincapié en la excelencia técnica, incluyendo prácticas como la programación en pareja y la integración continua.
<https://www.agilealliance.org/glossary/xp/>

Innovación social

La innovación social es un enfoque centrado en el desarrollo de nuevas soluciones a los retos sociales, como la pobreza, la desigualdad, la educación o el cambio climático, y en la mejora de la vida de las personas. Se centra en las necesidades reales de las comunidades, involucra a múltiples partes interesadas, tiene como objetivo transformar los sistemas e incorpora objetivos sostenibles, como beneficios sociales y medioambientales a largo plazo.

Guía de innovación social en zonas rurales marginadas:
https://ec.europa.eu/enrd/sites/enrd/files/social_innovation_guide_for_practitioners.pdf

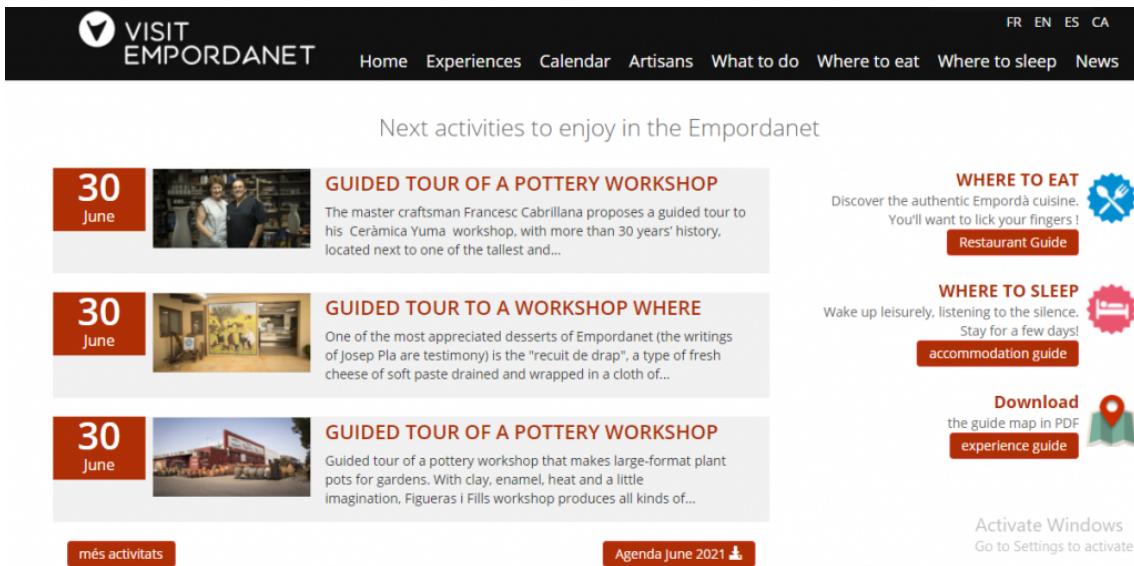
4. Estudios de caso

A continuación se presentan algunos ejemplos de proyectos reales en los que se ponen en práctica los conceptos e ideas de este módulo. ¿Estás listo para sumergirte en los casos prácticos?

1. «Visit Empordanet» (España)

Un poderoso ejemplo de innovación cultural que integra la sostenibilidad, la participación de la comunidad y la preservación del patrimonio es la plataforma de turismo creativo en España www.visitempordanet.com. Esta iniciativa destaca cómo se puede desarrollar el turismo en torno al patrimonio cultural inmaterial de las comunidades locales, como la artesanía tradicional y el profundo conocimiento de la naturaleza. El sitio web funciona como un catálogo digital, que presenta la historia única de la región y ofrece descripciones detalladas de las experiencias locales, organizadas por los propios miembros de la comunidad. Incluye un calendario de visitas guiadas y talleres prácticos, que promueven la participación activa en las tradiciones culturales. Al hacer hincapié en la narración de historias, la plataforma celebra la autenticidad y singularidad de cada actividad, al tiempo que anima a los visitantes a degustar, descubrir y comprar productos locales. Es un claro ejemplo de

planificación turística estratégica que no solo apoya la economía local, sino que también fomenta un sentido de orgullo y continuidad dentro de la comunidad.



The screenshot shows the Visit Empordanet website. At the top, there is a navigation bar with a logo, language links (FR, EN, ES, CA), and menu items (Home, Experiences, Calendar, Artisans, What to do, Where to eat, Where to sleep, News). Below the navigation, a section titled "Next activities to enjoy in the Empordanet" lists three events:

- GUIDED TOUR OF A POTTERY WORKSHOP** (30 June): Describes a tour with master craftsman Francesc Cabrillana at Ceràmica Yuma workshop.
- GUIDED TOUR TO A WORKSHOP WHERE** (30 June): Describes a tour of a workshop where a traditional dessert is made.
- GUIDED TOUR OF A POTTERY WORKSHOP** (30 June): Describes a tour of a pottery workshop that makes large-format plant pots.

On the right side, there are three sections: "WHERE TO EAT" (Discover the authentic Empordà cuisine, Restaurant Guide), "WHERE TO SLEEP" (Wake up leisurely, Stay for a few days!, accommodation guide), and "Download" (Download the guide map in PDF, experience guide). At the bottom, there is a link to "Activate Windows" and a "Agenda June 2021" button.

Fig. 3 Sítio web Visit Empordanet. Fuente: www.visitempordanet.com

2. «Āraiši Legendas, el juego interactivo» (Letonia)



Fig. 4 «Leyendas de Āraiši», el juego

El uso de aplicaciones de juegos interactivos ofrece para la narración digital una forma dinámica y atractiva de promover el patrimonio cultural y apoyar el turismo creativo. Estas aplicaciones combinan la narración con mecánicas de juego, como misiones, rompecabezas y exploraciones, para sumergir a los usuarios en las tradiciones, la historia y los paisajes locales.

Un excelente ejemplo de narración digital a través de aplicaciones de juegos interactivos se puede encontrar en Āraiši, Letonia. Allí, el juego interactivo «Āraišu Legendas» («Leyendas de Āraiši») se desarrolló como un

producto turístico utilizando la aplicación de juegos Actionbound. La aplicación, disponible para su descarga gratuita, guiaba a los jugadores a través de un mapa con lugares de importancia cultural, cada uno de ellos vinculado a leyendas e historias

locales. En cada parada, los usuarios encontraban historias, contenido visual y preguntas que profundizaban su comprensión del patrimonio de la zona. Este formato interactivo no solo educaba a los visitantes de una manera entretenida, sino que también fomentaba la exploración de la región, haciendo que el turismo fuera más atractivo y accesible gracias a la tecnología moderna, algo especialmente apreciado entre los viajeros más jóvenes.

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

PREGUNTAS DE AUTORREFLEXIÓN

- 1) Piensa en una tradición, práctica o habilidad local de tu zona. ¿Cómo se podría compartir con los turistas respetando su integridad cultural?
- 2) ¿Sería eficaz la narración digital para ello? ¿Por qué sí o por qué no?
- 3) ¿Cuáles son los riesgos potenciales de promover el PCI a través del turismo? ¿Cómo se pueden mitigar?
- 4) En tu opinión, ¿cómo podemos equilibrar el crecimiento del turismo con la protección de las tradiciones locales?
- 5) ¿Cómo pueden la creatividad y la innovación mejorar las experiencias del turismo rural?
- 6) Nombra una iniciativa de turismo cultural (del módulo o de otro lugar) que te haya inspirado. ¿Qué la hizo exitosa?

TEST DE AUTOEVALUACIÓN

- 1) ¿Cuáles son los componentes principales del turismo sostenible y cómo apoyan al patrimonio cultural inmaterial (PCI)?
 - a) Promoción exclusiva del patrimonio físico a través de visitas guiadas
 - b) Centrarse en el entretenimiento y los beneficios a través del turismo de masas
 - c) Aspectos económicos, medioambientales y socioculturales que garantizan la conservación del patrimonio a largo plazo
- 2) ¿Cuáles de las siguientes son herramientas que pueden mejorar el turismo cultural rural a través de plataformas digitales?
 - a) Anuncios publicitarios al aire libre y anuncios clasificados en periódicos
 - b) Folletos impresos
 - c) Visitas virtuales, redes sociales y narración digital
- 3) ¿Por qué es importante la participación de la comunidad en el turismo cultural?

- a) Garantiza que la comunidad controle y se beneficie de la forma en que se presenta su cultura
- b) Reduce el coste de contratar a profesionales.
- c) Hace que los turistas se sientan mejor.

4) ¿Qué es el turismo creativo?

- a) El turismo cultural es solo para museos; el turismo creativo es para festivales.
- b) El turismo creativo hace hincapié en las experiencias prácticas y participativas y en la co-creación
- c) El turismo creativo implica ver espectáculos

5) ¿Cómo contribuye el turismo cultural a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas?

- a) Al animar a las comunidades rurales a abandonar las prácticas tradicionales
 - b) Contribuyendo a la creación de empleo, al consumo responsable y al bienestar de la comunidad
 - c) Desalentando el turismo en zonas remotas para protegerlas
- 6) ¿Cómo se pueden innovar las artesanías y los conocimientos tradicionales para que sean relevantes en la actualidad?**
- a) Adaptando los diseños y usos, pero manteniendo la autenticidad
 - b) Convirtiéndolos en souvenirs producidos en masa
 - c) Sustituyéndolos por completo por productos nuevos

Soluciones

- 1) C
- 2) C
- 3) A
- 4) B
- 5) B
- 6) A

Referencias

Brundtland, G.H. (1987). Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo: Nuestro futuro común digitallibrary.un.org/record

Ioan-Franc, V., Istoc, E.M. (2007). Turismo cultural y desarrollo sostenible ipe.ro/rjef/rjef1_07/rjef1_07_7.pdf

Colucci, M., Palermo, A., Francini, A. (2015). El desarrollo sostenible de las zonas rurales. atlantis-press.com/proceedings

Jarábková, J., Hamada, M. (2012). Creatividad y turismo rural researchgate.net/publication/270173158_Creativity_and_Rural_Tourism

Kim, S., Whitford, M., Arcodia, C. (2021). Desarrollo del patrimonio cultural inmaterial como recurso turístico sostenible: perspectivas de los profesionales del patrimonio cultural inmaterial taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003130253-4/desarrollo-patrimonio-cultural-intangible-recurso-turismo-sostenible-perspectivas-profesionales-patrimonio-cultural-intangible-soojung-kim-michelle-whitford-charles-arcodia

López-Sanz, J.M., Penelas-Leguía, A., Gutiérrez-Rodríguez, P., Cuesta-Valiño, P. (2021). Turismo rural y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Un estudio de las variables que más influyen en el comportamiento del turista frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2021.722973/full

Richards, G. (2020). Diseñar lugares creativos: el papel del turismo creativo scencedirect.com/science/article/pii/S0160738320300669?via%3Dihub

Richards, G. (2023). Turismo cultural y creativo en zonas rurales y remotas crocuseurope.eu/wp-content/uploads/CROCUS-literature-review-cultural-and-creative-tourism.pdf

Rosyadi, S., Haryanto, A., Kusuma, A.S., Fitrah, E. (2019). El papel de la economía creativa en la promoción del desarrollo rural sostenible researchgate.net/publication/338445244_The_Role_of_Creative_Economy_in_Promoting_Sustainable_Rural_Development

UNESCO (2008). Hacia estrategias sostenibles para el turismo creativo unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811

Wasela, K. (2023). El papel del patrimonio cultural inmaterial en el desarrollo del turismo cultural article_363738_0dbd0a81ce847507aed152f628e1ebde.pdf

OMT (2005). Hacer el turismo más sostenible: guía para responsables políticos unep.org/resources/report/making-tourism-more-sustainable-guide-policy-makers

Recursos adicionales

Agenda 2030 sdgs.un.org/2030agenda

Estudios de la OCDE sobre turismo «El turismo y la economía creativa» oecd.org/publications/tourism-and-the-creative-economy-9789264207875-en.htm

OMT, «El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: el camino hacia 2030», El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: el camino hacia 2030

OMT, «Turismo y patrimonio cultural inmaterial», Turismo y patrimonio cultural inmaterial | Organización Mundial del Turismo

Manifiesto Ágil: agilemanifesto.org