

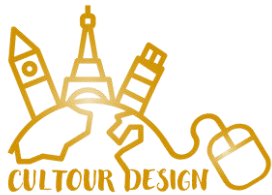
Handbook - Cultural Tourism among Europe: The post-COVID situation and trends



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. **Project number:** 2021-1-RO01-KA220-ADU-000033461

INCDT
INNETICA

7/11/2022



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



REVISIÓN HISTÓRICA

<i>Versión</i>	<i>Fecha</i>	<i>Autor</i>	<i>Descripción</i>	<i>Acción</i>	<i>Páginas</i>
1.0	02/11/2022	SOLUCIONES DE MANOS DE CORAZÓN	Creación	C	10
1.1		INNETICA	Insertar	I	26
1.2		INCDT	Insertar	I	26

(*) Acción: C = Creación, I = Insertar, U = Actualizar, R = Reemplazar, D = Eliminar

IDENTIFICACIÓN

Referencia

Título

1
2

2021-1-RO01-KA220-ADU-000033461

CULTURA Propuesta de Diseño

DOCUMENTOS DE REFERENCIA

DOCUMENTOS APLICABLES

IDENTIFICACIÓN

Referencia

Título

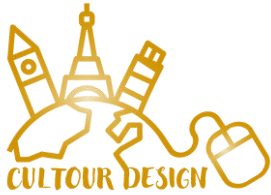
N

1

R1/T1.1

Libro blanco sobre turismo cultural digital y marco de competencias

2

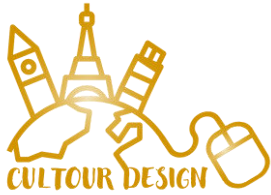


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Tabla de contenido

1. Introducción	3
1.1 Resultados de aprendizaje	3
1.2 Palabras clave	3
1.3 Tiempo estimado de asiento	3
1.4 Glosario de términos	4
2. EL TURISMO CULTURAL EN EUROPA: LA SITUACIÓN Y LAS TENDENCIAS POST-COVID ...	5
2.2. Recursos adicionales	22
3. Evaluación 23 ____	
<u>3.1 Evaluación de conocimientos</u>	23
<u>3.2 Evaluación de habilidades</u>	25
<u>4. Referencias</u>	26



1. Introducción

Cuando el mundo se vuelve del tamaño de nuestros apartamentos y el ser es un concepto inestable, constantemente actualizado de acuerdo con nuevas directivas y procedimientos que restringen nuestras libertades, el ocio aún puede encontrar su camino a través de las circunstancias, en formas nuevas y antiguas.

Fue en ese contexto, que requería soluciones creativas sin precedentes, que miramos a nuestro alrededor, preguntándonos en general (1) qué podíamos observar en el ocio cultural en tiempos de COVID-19 y, más específicamente, (2) cómo las prácticas de ocio cultural han evolucionado. Cambió entre los estudiantes, siendo una población propensa a la depresión y problemas mentales (Hunt & Eisenberg, 2010), en particular, en tiempos de pandemia.

Esta situación fue propicia para encontrar e inventar soluciones creativas. El uso de tecnologías avanzadas contribuyó a la creación de una nueva condición para la promoción del patrimonio cultural y facilitó la gestión y la interacción del usuario/visitante con ellos, y la experiencia general del usuario.

La tecnología digital ha servido como una herramienta importante para innovar en todas las áreas del patrimonio cultural, reposicionando a las empresas dentro del mercado del turismo patrimonial, dando lugar a formas de consumo emergentes.

1.1 Los resultados del aprendizaje

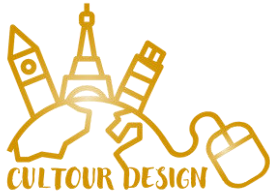
Después de completar este módulo, podrá:

- Tener un conocimiento profundo de las implicaciones y consecuencias del COVID-19 en la industria del turismo cultural
- Obtener un conocimiento más amplio de las prácticas y tendencias existentes relacionadas con la transformación digital del sector .
- Estar en condiciones de analizar la importancia de nuevas iniciativas en el campo
- Analizar brechas potenciales y recomendar mejoras para establecer la sostenibilidad del Turismo Cultural
- Tener una visión más completa sobre las ventajas de utilizar tecnologías de digitalización

1.2 Palabras clave

Digitalización de la cultura, Habilidades digitales, Implementación digital, Transformación digital, Recuperación económica Post-Covid

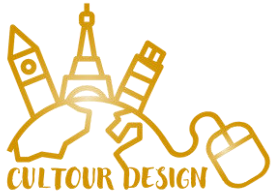
1.3 Tiempo estimado de asiento



- 2 horas para leer el contenido principal
- 2 horas para leer las fuentes adicionales
- 1 hora para completar la evaluación

1.4 Glosario de términos

- **Turismo cultural** : implica “Un tipo de actividad turística en la que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales tangibles e intangibles en un destino turístico. Estas atracciones/productos se relacionan con un conjunto de características materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivas de una sociedad que abarca las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio culinario, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus estilos de vida, valor sistemas, creencias y tradiciones”. (Asamblea General de la OMT, en su 22° período de sesiones, 2017)
- **Digitalización** : abarca la integración de datos digitales y tecnologías de la información, haciéndolos significativos. (Yunus Topsakal , Onur Icoz y Orhan Icoz , 2022; <https://www.igi-global.com>)
- **Digitalización**: es el uso de tecnologías digitales para cambiar un modelo de negocio y proporcionar nuevos ingresos y oportunidades de generación de valor; es el proceso de pasar a un negocio digital. (Yunus Topsakal , Onur Icoz y Orhan Icoz , 2022; <https://www.igi-global.com>)
- **Cultura digital** : se define como una nueva forma de cultura en la que la cultura de la humanidad se digitalizará y se convertirá en una nueva forma. La cultura digital es el conjunto de estilos de vida y hábitos creados por las innovaciones que trae la época en la que vive el ser humano, ocupando cada vez más la tecnología en la vida cotidiana. (Nihan Senbursa , 2021; <https://www.igi-global.com>)
- **Habilidades digitales**: se definen como un rango de habilidades para usar dispositivos digitales, aplicaciones de comunicación y redes para acceder y administrar información. Permiten que las personas creen y compartan contenido digital, se comuniquen y colaboren, y resuelvan problemas para una autorrealización efectiva y creativa en la vida, el aprendizaje, el trabajo y las actividades sociales en general. (<https://www.unesco.org/en/articles/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion>)
- **Tecnología digital**: se refiere a dispositivos, sistemas y recursos digitales que ayudan a crear, almacenar y administrar datos. Un aspecto importante de la tecnología digital es la tecnología de la información (TI) , que se refiere al uso de computadoras para procesar datos e información. La mayoría de las empresas utilizan la tecnología digital hoy en día para gestionar operaciones y procesos y mejorar el recorrido del cliente. (<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/business-studies/business-development/digital-technology/>)



- **Transformación digital:** se trata de convertirse en una empresa digital, una organización que utiliza la tecnología para evolucionar continuamente todos los aspectos de sus modelos comerciales (lo que ofrece, cómo interactúa con los clientes y cómo opera). (<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/za/Documents/digital/za-Deloitte-Digital-Digital-Transformation-v3.pdf>)
- **La pandemia de COVID-19 :** La pandemia de COVID-19 es un brote mundial de coronavirus, una enfermedad infecciosa causada por el virus del síndrome respiratorio agudo severo coronavirus 2 (SARS-CoV-2). (<https://www.who.int/europe/emergencias/situaciones/covid-19>)

2. TURISMO CULTURAL EN EUROPA: SITUACIÓN Y TENDENCIAS POST-COVID

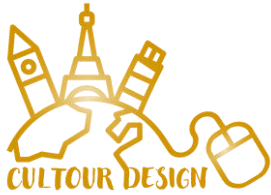
2.1. Contenido principal

La pandemia de COVID-19 fue uno de los desafíos más importantes que enfrentaron las empresas y los gobiernos en este siglo. Ha generado problemas de salud, así como una crisis social y económica sin precedentes que ha afectado particularmente a las industrias de servicios e inducido una aceleración de las prácticas de digitalización. La pandemia de COVID-19 es muy diferente de otras formas de crisis (por ejemplo, financiera, política) porque ha tenido un impacto general significativo en todos los modelos comerciales, organizaciones, trabajadores creativos y usuarios. Es una crisis de salud que afecta específicamente tanto a la industria del ocio al aire libre como al interior. Esta pandemia se caracteriza por algunos aspectos específicos: en primer lugar, su carácter no lineal frente al asumido por los modelos tradicionales del ciclo de vida de las crisis, ya que puede resurgir en intensidad tras una primera ola y reflujo como ha sido previsto por los expertos médicos. En segundo lugar, lejos de ser una crisis inminente o emergente, es una crisis sostenida, ya que puede durar meses o años, durante una fase de existencia de crisis muy larga y también es una crisis cíclica debido a las diferentes ondas de contagio.

2.1.1. Tendencias previas a la pandemia en el sector turístico

El turismo ha sido durante mucho tiempo una fuerza impulsora importante para el desarrollo socioeconómico en muchos países y regiones, con el potencial de estimular la creación de empresas y empleos, incluso para las comunidades locales, costeras, rurales y remotas, y para facilitar el desarrollo de infraestructura y servicios públicos. .

Antes de 2020, el sector turístico mundial había experimentado seis décadas de crecimiento y diversificación casi constantes. En 2019, el sector del turismo fue uno de los sectores económicos más grandes y de más rápido crecimiento del mundo, y los viajes y el turismo contribuyeron con 8 billones



de dólares estadounidenses a la economía mundial, lo que representa el 10,4 % del producto interno bruto (PIB) mundial. El crecimiento de los viajes y el turismo siguió superando a la mayoría de los demás sectores económicos, con un crecimiento del PIB del 3,5 % en 2019, solo por detrás de la información y las comunicaciones y los servicios financieros. La actividad en el sector representó el 8 por ciento de las exportaciones totales y el 27,4 por ciento de las exportaciones de servicios globales.¹

El turismo internacional siguió creciendo más allá de las previsiones de crecimiento a largo plazo anteriores a la pandemia de COVID-19, con 1500 millones de llegadas de turistas internacionales en 2019. Sin embargo, el turismo nacional ²siguió siendo el principal impulsor del sector turístico a nivel mundial, representando el 71,7 % de los viajes y viajes. el gasto turístico, y el turismo internacional representa el 28,3 por ciento restante.³

Antes de la pandemia, el sector contribuía directamente con el 4,4 % del PIB, el 6,9 % del empleo y el 20,5 % de las exportaciones de servicios en los países de la OCDE, en promedio . puntos en 2020 en comparación con antes de COVID-19 para los países con datos disponibles, mientras que la participación del turismo en el empleo total fue 0,8 puntos porcentuales más baja. El turismo internacional fue devastado por la crisis. El cierre de las fronteras internacionales y la introducción de restricciones de viaje provocaron una caída total de las llegadas de turistas internacionales a los países de la OCDE en un 68 % en 2020 a 262 millones (un 72 % menos a nivel mundial). La participación del turismo en las exportaciones de servicios cayó al 9,9% en 2020 en promedio en los países de la OCDE, y el turismo representa el 77c de cada USD 1 de ingresos perdidos por exportaciones de servicios. La pequeña mejora registrada en los países de la OCDE en 2021 (un 16 % más hasta los 303 millones) superó el promedio mundial (un 9 % más), y la evidencia disponible muestra que esto continuó en 2022. El turismo interno también se vio muy afectado por la pandemia, pero ha sido mucho más resistente. La relajación de las restricciones locales y nacionales a mediados de 2020 hizo que las actividades de turismo nacional se reanudaran antes que el turismo internacional en muchos países. Esto supuso un salvavidas para muchos puestos de trabajo y empresas, pero no pudo compensar la pérdida de mercados internacionales. De hecho, en 2021, los viajes nocturnos nacionales aún estaban un 19,1 % por debajo de los niveles anteriores a la COVID-19 entre los países de la OCDE que informaron.⁴

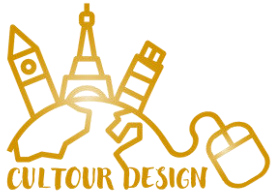
Muchos países ahora también están desarrollando medidas para construir una economía turística más resistente después de COVID-19. Estos incluyen preparar planes para apoyar la recuperación

¹WTTC, Global Economic Impact & Trends 2020 y Travel & Tourism: Economic Impact 2021 – Global Economic Impact & Trends 2021, 2021.

²OCDE, Tendencias y políticas turísticas de la OCDE 2020, 2020,

³WTTC, Impacto económico mundial y tendencias 2020 e Impacto económico mundial y tendencias 2021

⁴https://www.oecd.org/cfe/tourism/TTP2022_Policy_Highlights_FINAL.pdf



sostenible del turismo, promover la transición digital y avanzar hacia un sistema turístico más verde, y repensar el turismo para el futuro.

El turismo interno se ha reiniciado y está ayudando a mitigar el impacto en el empleo y las empresas en algunos destinos. Sin embargo, la recuperación real solo será posible cuando regrese el turismo internacional. Esto requiere cooperación global y soluciones basadas en evidencia para que las restricciones de viaje puedan levantarse de manera segura.

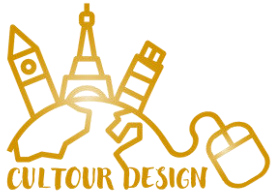
La supervivencia de las empresas en todo el ecosistema turístico está en riesgo sin el apoyo continuo del gobierno y, aunque los gobiernos han tomado medidas impresionantes para amortiguar el golpe al turismo, minimizar la pérdida de empleos y construir la recuperación en 2021 y más allá, se necesita hacer más, y en una forma más coordinada. Las prioridades políticas clave incluyen:

- Restaurar la confianza del viajero
- Apoyar a las empresas turísticas para que se adapten y sobrevivan
- Promoción del turismo nacional y apoyo al retorno seguro del turismo internacional
- Brindar información clara a viajeros y empresas, y limitar la incertidumbre (en la medida de lo posible)
- Medidas de respuesta en evolución para mantener la capacidad en el sector y abordar las brechas en los apoyos
- Fortalecimiento de la cooperación dentro de los países y entre ellos
- Construyendo un turismo más resiliente y sostenible

Si bien se necesitan soluciones políticas flexibles para permitir que la economía del turismo conviva con el virus a corto y mediano plazo, es importante mirar más allá y tomar medidas para aprender de la crisis, que ha revelado brechas en la preparación y respuesta del gobierno y la industria. capacidad. La acción coordinada entre los gobiernos en todos los niveles y el sector privado es esencial.

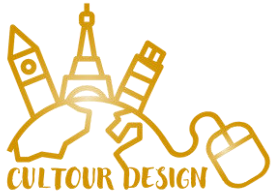
La crisis fue una oportunidad para repensar el turismo de cara al futuro. El turismo se encuentra en una encrucijada y las medidas implementadas hoy darán forma al turismo del mañana. Los gobiernos deben considerar las implicaciones a largo plazo de la crisis, al mismo tiempo que capitalizan la digitalización, apoyan la transición baja en carbono y promueven la transformación estructural necesaria para construir una economía turística más fuerte, más sostenible y resistente.

La crisis de COVID-19 ha sido un gran impacto para la economía del turismo, impactando severamente los medios de vida, los vecindarios y las empresas de las personas. A medida que la pandemia continúa evolucionando, las consecuencias completas aún no están claras. Sin embargo, es poco probable que se vuelva a 'negocios como siempre'. Los formuladores de políticas deberán aprender de la crisis para construir una economía turística más fuerte y resiliente para el futuro. Si bien



aún es demasiado pronto para decir con certeza cuáles serán, se describen varias **lecciones iniciales** :

- **La crisis ha sido un llamado a la acción para los gobiernos, en todos los niveles, para responder de manera coordinada, y ha resaltado la importancia de los enfoques de políticas turísticas integradas para apoyar la recuperación.** La entrega de apoyos accesibles y bien dirigidos de la manera más rápida y eficiente posible a las empresas turísticas vulnerables, los trabajadores y los turistas ha sido y sigue siendo crucial. El gobierno en todos los niveles y el sector privado deben estar mejor preparados y tener la capacidad de reaccionar y adaptarse rápidamente. Esto requiere mecanismos más sólidos de evaluación de riesgos y respuesta a las crisis, y una coordinación más estrecha, a nivel local, nacional e internacional.
- **Una cooperación multilateral fortalecida y un apoyo sólido son esenciales para reactivar el turismo.** Los países deben trabajar juntos, ya que las medidas adoptadas por un gobierno tienen implicaciones para los viajeros y las empresas de otros países, y para el sistema turístico mundial. Los países deben desarrollar sistemas de colaboración a través de las fronteras para reanudar los viajes con seguridad, restaurar la confianza de los viajeros y las empresas, estimular la demanda y acelerar la recuperación del turismo. También se necesitan sistemas de coordinación internacional más eficientes para responder a futuros shocks.
- **Se necesitan apoyos específicos del sector para abordar las necesidades particulares de los trabajadores, las empresas y los destinos turísticos, y apoyar una recuperación económica más amplia.** El turismo se ha beneficiado significativamente de las medidas generales de estímulo económico. Sin embargo, es uno de los sectores más afectados y tendrá un impacto en una recuperación macroeconómica más amplia en muchos países. Aquellas partes del ecosistema turístico que aún no están abiertas para los negocios y donde es probable que la demanda esté deprimida o restringida durante algún tiempo requerirán una atención especial, al igual que los destinos y las pequeñas empresas que se han visto más gravemente afectadas y son más vulnerables.
- **El apoyo continuo del gobierno ya debería comenzar a construir una economía turística más sostenible y resistente.** Los destinos y las empresas turísticas necesitan ayuda para estar preparados para prestar servicios turísticos a fin de satisfacer la demanda cuando llegue la recuperación. Será importante trabajar con las empresas turísticas para que sean sostenibles más allá del final de los apoyos y ya comiencen a abordar las implicaciones a largo plazo de la crisis. Las medidas deben estar cada vez más condicionadas a objetivos ambientales, económicos y sociales más amplios.
- **Proporcionar claridad política y tomar medidas para limitar la incertidumbre (en la medida de lo posible) será crucial para apoyar la recuperación del turismo.** Las perspectivas para la economía del turismo siguen siendo extraordinariamente inciertas, y la confianza empresarial y de viajes se ha visto muy afectada. La comunicación clara, una política de información bien diseñada y la claridad sobre los criterios epidemiológicos serán



particularmente importantes cuando sea necesario cambiar las restricciones de viaje y las medidas de contención en respuesta a los brotes de virus y la situación sanitaria cambiante.

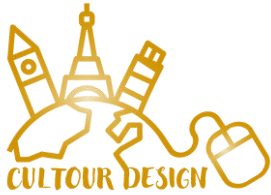
- **Será clave mejorar la base de evidencia para informar las políticas y las decisiones comerciales, a través de la recopilación de información, la investigación y el análisis de datos** . La crisis ha puesto de manifiesto las deficiencias en la disponibilidad de datos granulares, comparables y oportunos en situaciones que evolucionan rápidamente. Se necesitan indicadores confiables y consistentes para evaluar la efectividad de los programas e iniciativas y monitorear el progreso en la recuperación y resiliencia del turismo. Soluciones basadas en riesgos para levantar de forma segura las restricciones de viaje y hacer que el ecosistema turístico internacional vuelva a funcionar debe basarse en pruebas científicas sólidas. Estas soluciones también deben ser factibles de implementar, con suficiente capacidad disponible para garantizar que estos sistemas puedan funcionar de manera confiable.
- **La crisis es una oportunidad única en la vida para avanzar hacia modelos de desarrollo turístico más justos, sostenibles y resilientes** . La pandemia ha vuelto a exponer las deficiencias estructurales del sistema turístico y la vulnerabilidad a las conmociones externas. Existe una necesidad urgente de diversificar y fortalecer la resiliencia de la economía del turismo, prepararse mejor para futuros impactos, abordar las debilidades estructurales de larga data y alentar las transformaciones digitales bajas en carbono que serán esenciales para cambiar a una economía más fuerte, más justa y más sostenible. modelos sostenibles de desarrollo turístico.

2.1.2 . Turismo Cultural & COVID-19

Con el COVID-19 paralizando el turismo mundial, millones de personas en cuarentena han estado buscando experiencias culturales y de viaje desde sus hogares. La cultura ha demostrado ser indispensable durante este período, y la demanda de acceso virtual a museos, sitios patrimoniales, teatros y espectáculos ha alcanzado niveles sin precedentes.

Con el cierre de más del 80 % de los bienes declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, los medios de subsistencia de millones de profesionales de la cultura se han visto gravemente amenazados. Si el turismo está destinado a contribuir a la supervivencia del sector de la cultura, es decir, cines, artes y muchos otros segmentos, debe fortalecer la identidad cultural y la marca de los destinos turísticos.

A pesar de todos los desafíos, los sectores del turismo y la cultura se enfrentan a la oportunidad de crear nuevas asociaciones y colaboraciones. Están obligados a reinventar y diversificar conjuntamente la oferta, atraer nuevas audiencias, desarrollar nuevas habilidades y apoyar la transición del mundo a las nuevas condiciones.



Las recomendaciones que se describen a continuación han sido preparadas por el Departamento de Ética, Cultura y Responsabilidad Social de la OMT en colaboración con sus socios internacionales con competencia en cultura y turismo.

RESPUESTA INMEDIATA⁵

1. Mejorar el intercambio de información y datos entre sectores

El flujo de información entre sectores es clave para comprender los impactos de la pandemia y diseñar respuestas efectivas. Los datos específicos sobre los impactos socioeconómicos de COVID-19 en la cultura y el turismo, así como sobre las soluciones que se están implementando para la supervivencia del turismo cultural, permitirán planes de mitigación más enfocados para responder a diferentes necesidades y replicar buenas prácticas.

2. Lanzar alianzas innovadoras

El confinamiento ha demostrado la importancia de las nuevas tecnologías y medios de comunicación en nuestro día a día. Con millones de personas confinadas en sus hogares, este es un momento oportuno para desarrollar y promover experiencias culturales a un público cautivo.

El desafío es proporcionar estas experiencias de una manera que respalde los beneficios directos para las organizaciones y los profesionales involucrados. Durante esta transición digital, el turismo y la cultura pueden forjar alianzas con empresas tecnológicas y el sector privado para mejorar el acceso a programas de desarrollo de capacidades en cultura y turismo sostenible, disponibles en línea.

3. Inspirar un futuro más sostenible para el turismo cultural

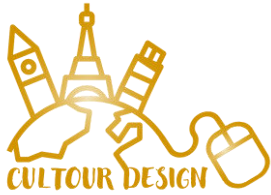
Los sectores del turismo y la cultura deben seguir trabajando juntos para inspirar un futuro más sostenible para el turismo cultural. Las estrategias de marketing en el turismo destacan las expresiones culturales locales no solo para dirigirse a nuevas audiencias, sino también para inspirar viajes responsables. Los destinos y sitios culturales están lidiando con cómo sobrevivir a este período de hibernación, mientras planifican la reapertura del turismo.

4. Formar una fuerza laboral de turismo y cultura más resiliente

Los perfiles profesionales de los trabajadores de la cultura y el turismo requerirán de nuevas competencias para acciones inmediatas y para participar en la recuperación. Ambos sectores necesitan desarrollar soluciones de empleo creativas e inventivas para brindar resiliencia a la fuerza laboral después de décadas de precariedad. Los puestos de trabajo existentes en el turismo cultural deben mantenerse y mejorarse ya que el talento humano y el conocimiento ya están allí.

5. Fortalecer las estructuras de gobernanza para una mejor coordinación e intercambio de información

⁵<https://www.unwto.org/turismo-cultural-covid-19>



Esta crisis es una excelente oportunidad para construir modelos de gobernanza intersectoriales entre los actores clave del turismo y la cultura. Estos modelos deberían involucrar a socios tecnológicos para construir plataformas y foros de intercambio para coordinar acciones y compartir información. Las plataformas deben implicar una efectiva comunicación, toma de decisiones y acuerdos sobre la fijación de los límites del desarrollo turístico que involucre bienes culturales.

6. Atraer nuevas audiencias

El sector de la cultura está formando ciudadanos globales comprometidos y los turistas del futuro, al llegar a niños y jóvenes. Los lazos afectivos que surgen ahora entre ciudadanos y creadores culturales marcarán la diferencia en los próximos años. El confinamiento también puede hacer que los visitantes repetidores y los turistas culturales “senior” apoyen la cultura con acciones de mecenazgo y solidaridad.

RECUPERACIÓN⁶

1. Pasar de la cantidad a la calidad

El éxito del turismo se medía tradicionalmente mediante estadísticas que destacaban el número de visitantes, mientras que los indicadores cualitativos y el perfil de los visitantes tenían menos importancia. La recuperación conjunta del turismo y la cultura debe alinear las políticas de resiliencia, las nuevas prioridades con los nuevos valores de medición, así como las estrategias de marketing a medida.

2. Diversificar los productos de turismo cultural

Los destinos deben abordar mercados nuevos y tradicionales y perfiles específicos de visitantes culturales, cuyos intereses y prioridades pueden cambiar después de la crisis de COVID-19. La cultura requerirá apoyo para sobrevivir y florecer, ya que enriquece la identidad de los destinos e inspira la reactivación del turismo. Algunas reuniones culturales pueden ser reemplazadas temporalmente por productos alternativos, a medida que se desarrollan nuevos escenarios.

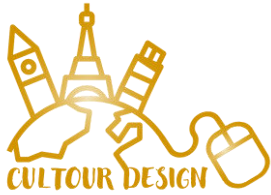
3. Impulsar la participación de la comunidad y el turismo interno

Involucrar a las plataformas ciudadanas en la recreación de la oferta cultural local tendrá una importancia social y económica estratégica. El papel de las comunidades locales será esencial para acoger los primeros flujos de visitantes, con precauciones. Recuperar la confianza de los clientes nacionales acelerará la 1ª fase de la recuperación del turismo cultural.

4. Personaliza la oferta cultural para visitantes internacionales

Recuperar el turismo cultural receptor será más difícil antes de que los consumidores decidan viajar al extranjero. Al personalizar su oferta cultural, los gobiernos, los destinos y las industrias

⁶<https://www.unwto.org/turismo-cultural-covid-19>



culturales pueden tener una proyección más internacional. Las alianzas internacionales e intersectoriales tendrán un papel clave.

5. Habilitar el emprendimiento y la innovación en el turismo cultural

La innovación en las pymes, las cooperativas y la economía creativa será necesaria para la recuperación, especialmente para el empoderamiento de las mujeres, los jóvenes y los pueblos indígenas. La COVID-19 afectará en gran medida a estos grupos, ya que su economía suele ser informal, especialmente en los destinos emergentes. Sus medios de vida mejorarán al consolidar su acceso al mercado y su inclusión en la cadena de suministro del turismo cultural. El cambio de la economía informal a la formal beneficiará a muchas comunidades y destinos.

6. Hacer que el turismo cultural sea accesible para todos

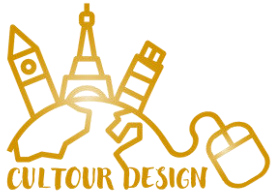
Debe avanzarse en la accesibilidad de las instalaciones, productos y servicios culturales para atender mejor las necesidades de las personas con discapacidad, las personas mayores y las familias con niños pequeños, tanto los lugareños como los visitantes. Ampliar la accesibilidad en la cultura beneficia a todos.

2.1.3. Tecnologías Avanzadas de Digitalización

En los últimos años se han puesto en marcha numerosas iniciativas relacionadas con la modelización y renderización del patrimonio cultural digital en 3D para investigación y preservación y/o fines de comunicación. Las tecnologías avanzadas de digitalización han sido fundamentales en la transformación de métodos de conservación e investigación científica en cultura patrimonio, así como la experiencia de las personas de las reliquias del patrimonio cultural, monumentos y eventos.

Las tecnologías de digitalización ya están en uso en el campo del patrimonio (por ejemplo, en museos o monumentos). Se pueden encontrar investigaciones y soluciones limitadas con respecto a la interacción entre el patrimonio cultural, el escaneo/fotografía y las tecnologías inmersivas, clientes potenciales y experiencias de los visitantes en los lugares de turismo cultural, eventos y atracciones. El uso de escaneo digital 2D/3D avanzado de pequeños y objetos y entornos a gran escala y la valorización de los modelos espaciales digitales producido tiene el potencial de crear experiencias culturales inmersivas únicas, el uso de productos electrónicos de consumo asequibles.

1 : Las ventajas de utilizar tecnologías avanzadas de digitalización



- *resaltar el trabajo de artistas y personas en el campo de la cultura, y promover la cultura al público a través de herramientas que son para crear experiencias experienciales innovadoras y atractivas utilizando tecnologías de punta ;*
- *ofrecer la visualización de una exposición a través de experiencias narrativas interactivas personalizadas de realidad virtual y aumentada (VR/AR) y la georreferenciación de sus exposiciones individuales en lugares de interés cultural (exposiciones de arte, museos), permitiendo la creación de experiencias didácticas y educativas, la la movilización del interés turístico y social, y la conservación, promoción y conservación de sus exposiciones;*
- *aumentar la posibilidad de visitar el museo desde cualquier lugar, en cualquier momento. Los museos han sido importantes destinos de ocio y atracciones turísticas, en gran parte debido a sus colecciones auténticas que representan el pasado;*
- *para desarrollar nuevos productos y servicios, como exhibiciones en línea, nuevos procesos para investigar, exhibir y administrar colecciones, nuevas estructuras organizativas para adaptarse a un entorno cada vez más digital, llegar a nuevos mercados y aprovechar los recursos existentes para generar nuevo capital.*

Fuente: “ Novedosas formas de descubrir, Capturar y experimentar Patrimonio cultural: una revisión del Estado Actual del Arte, Desafíos y Direcciones Futuras ”, Dimitra Pappa y Constantin Makropoulos

La digitalización avanzada y la preservación y accesibilidad digitales han sido fundamentales para transformar los métodos de conservación e investigación científica en el campo del patrimonio cultural, así como la experiencia de las personas con los bienes, reliquias y monumentos del patrimonio cultural.

2.1.4. Tendencias en digitalizaciones

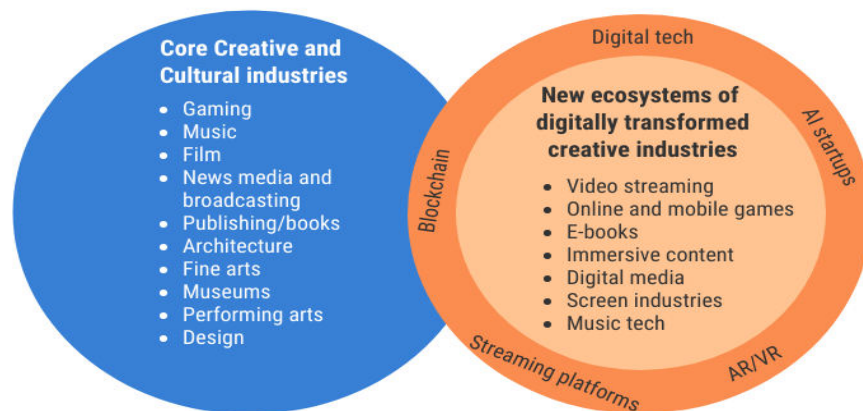
La digitalización de la cultura y lo creativo industrias ha transformado los procesos de creación, producción, distribución y consumo de Cultura. Sin embargo, también ha afectado dramáticamente la rentabilidad de las prácticas y negocios creativos tradicionales. La crisis ha puesto de manifiesto varias tendencias en curso en las industrias creativas ya antes de la pandemia:

- desarrollar nuevos canales de distribución, modelos de negocio y esquemas de pago para adaptar;
- acceder contenido inmediatamente que podría ser fácilmente satisfecho por los medios digitales;
- permitió el nacimiento de toda una nueva creatividad ecosistemas, por ejemplo, en torno a la transmisión de video, juegos en línea y móviles, libros electrónicos y juegos inmersivos contenido;
- destaca la posición dominante de los grandes actores no comunitarios frente a las organizaciones más pequeñas de la industria creativa de la UE ;

- algunos sectores se verán más afectados luego otros, y algunos actores ganarán significativamente mientras que otros probablemente verán desaparecer sus modelos de negocio y sus ingresos.

El confinamiento reforzó la digitalización de las industrias culturales y creativas y desplazó la atención a las actividades culturales en línea. Ciertas plataformas en línea incluso se han beneficiado del aumento de la demanda de transmisión de contenido cultural. Bloqueos y el cambio a Internet demostró también que las plataformas digitales pueden convertirse en un salvavidas para que las comunidades permanezcan en contacto y perseguir colectivamente y compartir en actividades culturales y creativas a distancia. La aparición de tecnologías avanzadas impulsará aún más la digitalización de las industrias creativas.

Figura 1: Visión general de las industrias culturales y creativas y su transformación

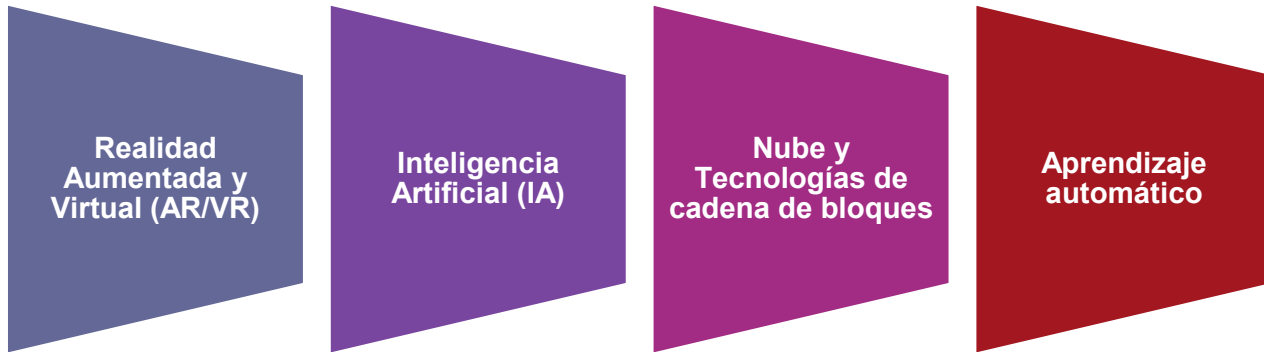
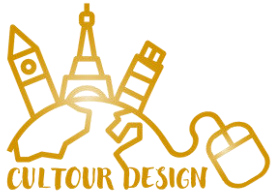


Fuente: *Grupo Technopolis, 2021*

2.1.5. Tendencias tecnológicas

Las industrias culturales y creativas se han visto influenciadas principalmente por la aparición de las siguientes tecnologías avanzadas:

Figura 2: Algunas de las tecnologías avanzadas utilizadas en las industrias culturales y creativas



Fuente: *Tecnologías Avanzadas para la Industria – Observatorio Sectorial Tendencias tecnológicas en las industrias creativas CE, 2021*

Además de la transformación digital, el progreso tecnológico en otras áreas también ha influido en las industrias creativas, aunque su impacto sea menos visible. Por ejemplo, los materiales avanzados y la nanotecnología se han utilizado en los sectores de las artes visuales, el diseño, la arquitectura y el cine. La microelectrónica y la nanoelectrónica también contribuyen al desarrollo de auriculares AR/VR.

Recuadro 2: El uso de tecnologías avanzadas

- El uso de **AR/VR** en museos y galerías ha ido en aumento durante un tiempo, ya que muchos crearon aplicaciones de AR/VR para atraer a más visitantes. En los tiempos de Covid-19, los recorridos mejorados de realidad virtual pueden permitir a los usuarios **visitar un museo prácticamente** desde cualquier lugar. AR/VR abre nuevas vías para que los arquitectos comuniquen sus planes para construir un nuevo edificio o cambiar una ciudad paisaje, ya que pueden superponer datos digitalmente en un sitio de construcción. Con AR/VR, los arquitectos también pueden transferir datos del modelo al sitio de construcción para verificar y monitorear mejor el progreso de la construcción.
- **Las técnicas de IA** se han convertido en herramientas populares aplicadas a la creación y producción de obras culturales. **La IA brinda oportunidades para aprovechar las colecciones de arte existentes de los museos** para extraer nuevas interpretaciones y conexiones entre las colecciones y los objetos, para acelerar y escalar el proceso de digitalización de la preservación y digitalización de la cultura y el patrimonio, y para crear nuevas experiencias de usuario dinámicas y personalizadas.
- La mayoría de los casos de uso de **Blockchain** utilizados en las industrias creativas están relacionados con la gestión de la propiedad intelectual, la gestión de plataformas, la recaudación de fondos y los micropagos. **La tecnología Blockchain puede ser fundamental en la lucha contra la piratería de contenido creativo.** Una de las aplicaciones de Blockchain en las industrias creativas radica en el seguimiento de los derechos de autor. Al permitir el registro de una creación en Blockchain, esta tecnología puede ofrecer un medio para demostrar la propiedad a un costo reducido al tiempo que permite nuevos modelos comerciales para

trabajos creativos. También es posible utilizar esta tecnología en todas las etapas del proceso creativo y reclamar protección (internacional).

→ **Los sistemas de micropago** habilitados por la tecnología Blockchain permiten pagos de pago por evento en lugar del modelo de suscripción de mayor costo. Blockchain puede ayudar a la implementación de contratos inteligentes y modalidades de remuneración para diversas industrias creativas.

Fuente: *Tecnologías Avanzadas para la Industria – Observatorio Sectorial Tendencias tecnológicas en las industrias creativas CE, 2021*

2.1.6. Buenas prácticas identificadas a nivel de la UE con contenidos digitales

Las buenas prácticas digitales son la clave de muchas cosas buenas para las instituciones del patrimonio cultural. La transformación digital no se trata solo de cómo operan las instituciones del patrimonio cultural. Se trata de cómo piensan. No se trata solo de tecnología y activos. Se trata de personas y habilidades. (**Harry Verwayen, Director Ejecutivo de la Fundación Europea**)

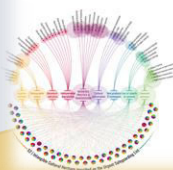
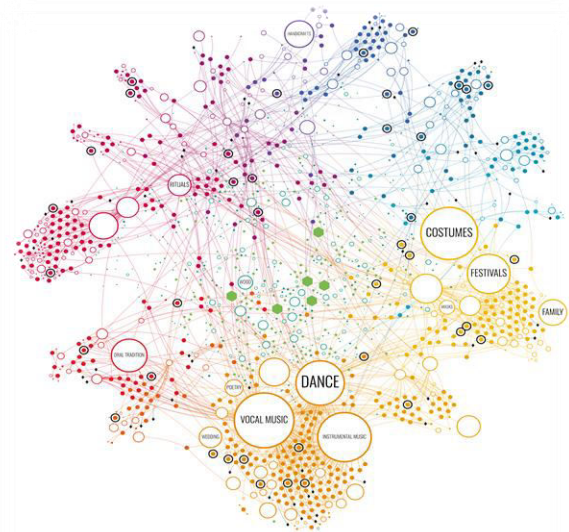
A. ¡ SUMÉRGETE EN EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL! Proyecto (UNESCO)

Descubra múltiples formas de navegar a través de un espacio dinámico e interactivo de prácticas y expresiones vibrantes del patrimonio cultural intangible. Vea cómo juntos representan una rica diversidad cultural.

Utilizando la semántica web y la visualización gráfica, 'Dive into Intangible Cultural Heritage' propone una navegación conceptual y visual más amplia a través de cerca de 500 elementos **únicos del patrimonio cultural intangible** inscritos en las Listas de la Convención de 2003 de la UNESCO.

Explora los diversos elementos a través de dominios, temas, geografía y ecosistemas y hace posible visualizar interconexiones profundas entre ellos.

Cuatro imágenes únicas e interactivas ayudan a las personas a comprender y descubrir su herencia cultural, y cómo está conectada con otras culturas a través de conexiones como regiones, países, sitios del Patrimonio Mundial y conceptos como *Familia* ,



Árboles , Danza y más.

Las visualizaciones evolucionan constantemente a medida que se inscriben nuevos elementos y se refina la indexación.

A través de este proyecto, desarrollado en el marco del Año Europeo del Patrimonio Cultural, los usuarios aprendieron a reconocer la riqueza de la cultura ya responsabilizarse de la protección, mantenimiento y transferencia del patrimonio a las generaciones futuras. La Unión Europea financió este proyecto bajo el programa Erasmus+.

LA NUEVA EXPERIENCIA '10D DE CASA BATLLÓ (ganadora del Premio a la Mejor Trayectoria - Concurso Heritage in Motion en 2021)

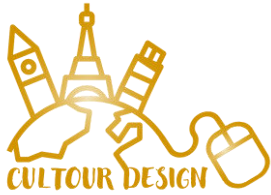
La nueva 'Experiencia 10D' de Casa Batlló presenta la experiencia inmersiva más fascinante jamás imaginada. Inteligencia Artificial, Realidad Aumentada o Machine Learning son algunas de las características de esta creativa propuesta cultural. Proyecciones volumétricas imposibles, sonido binaural, sensores de movimiento, espacios inmersivos, únicos en el mundo, y delicadas propuestas que apelan a sentidos como el gusto y el olfato, ofreciendo al visitante sensaciones nunca antes experimentadas.

Nuevas características ofrecidas:

- 2 nuevos espacios inmersivos: *Gaudí Dôme* , con una cúpula de más de mil pantallas, 21 canales de audio que recrean los sonidos de la naturaleza y 38 proyectores ; *Gaudí Cube* , el primer cubo LED de seis caras del mundo ;
- Un nuevo guión disponible en 15 idiomas;
- Los nuevos auriculares han sido diseñados para empoderar al visitante y hacer que los contenidos se adapten al ritmo de su visita ;
- Una nueva Tablet con contenido de Realidad Virtual permite a los visitantes viajar 100 años atrás ;
- Cuadros mágicos en las paredes, de apariencia estática, cobran vida a medida que los visitantes se acercan ;
- Tecnologías ecológicas e invisibles dan vida a diferentes instalaciones efímeras que el visitante descubrirá en Casa Batlló .



Destacan diferentes intervenciones arquitectónicas como el nuevo núcleo de comunicación vertical diseñado por el arquitecto japonés Kengo Kuma e iluminado por el italiano Mario Nanni .



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



C. BUCEAR EN EL PASADO : un Serious Game para la promoción del Patrimonio Cultural Subacuático

Dive in the Past es un serious game para dispositivos móviles, desarrollado por *3D Research* como producto de entretenimiento para el turismo , como parte del *proyecto MEDRYDIVE* , cofinanciado por el Programa COSME de la Unión Europea.

El objetivo principal del proyecto es *crear interés en el Patrimonio Cultural Subacuático entre el público en general, sensibilizar sobre la importancia de su puesta en valor y fomentar la reactivación del turismo de juego relacionado con los Sitios Culturales Subacuáticos.*

Dive in the Past combina la exploración virtual de cuatro sitios arqueológicos submarinos reales representados por réplicas digitales, con narraciones digitales ilustradas y varios desafíos y misiones para resolver en minijuegos 2D que permiten descubrir información detallada sobre las ubicaciones y sus historias.

Para agregar más emoción y diversión, la estructura narrativa del juego abre el camino a una verdadera aventura: todo comienza con el descubrimiento de un viejo diario con un misterioso símbolo en su portada. La exploración de los cuatro sitios submarinos y el descubrimiento de tesoros ocultos comienza desde ese punto, a través de un mapa.

MeDryDive tiene como objetivo *crear experiencias personalizadas de buceo en seco para la promoción de los sitios del Patrimonio Cultural Subacuático del Mediterráneo utilizando tecnología Virtual (VR) y Realidad Aumentada (AR).*

Los sitios piloto incluidos en el producto turístico temático transnacional “*Dive in the Past*”, son de alto valor arqueológico e interés histórico y abarcan un amplio rango temporal, desde la época antigua clásica y romana hasta épocas históricas y más recientes.

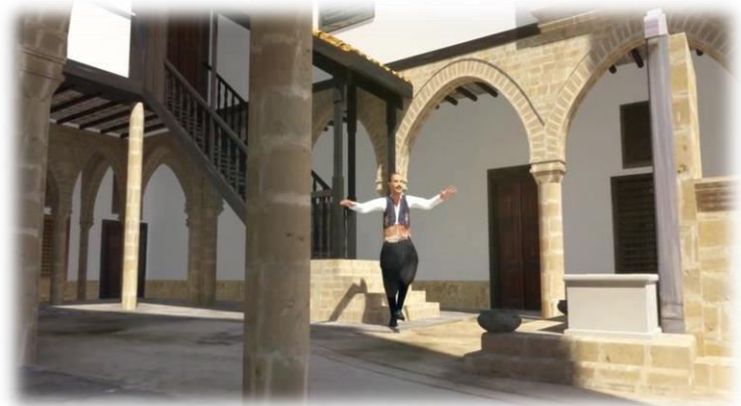
Los cuatro sitios piloto seleccionados son:



D. Proyecto SCHEDAR - Salvaguardar el patrimonio cultural de la danza a través de la realidad aumentada

La danza es una parte integral de cualquier cultura. A través de su coreografía y vestuario, la danza imparte riqueza y singularidad a esa cultura.

Los avances informáticos recientes han permitido la digitalización 3D precisa del movimiento humano. Dichos sistemas proporcionan un nuevo medio para capturar, preservar y posteriormente recrear el patrimonio cultural inmaterial que va mucho más allá del enfoque tradicional escrito o de imágenes. Sin embargo, los datos de movimiento 3D son costosos de crear y mantener, la información semántica abarcada es difícil de extraer y formular, y las herramientas de software actuales para buscar y visualizar estos datos son demasiado complejas para la mayoría de los usuarios finales.



SCHEDAR ha brindado soluciones novedosas a los tres desafíos clave de archivar, reutilizar y readaptar y, en última instancia, difundir datos de movimiento del patrimonio cultural intangible. Además, ha ideado un conjunto completo de nuevas directrices, un marco y herramientas de software para aprovechar las bases de datos de movimiento del patrimonio cultural inmaterial existentes. La adquisición de datos se ha llevado a cabo de forma holística, abarcando datos relacionados con la actuación, el intérprete, el tipo de danza, la historia oculta/no contada, etc.

El uso innovador de la tecnología de realidad aumentada multisensorial de última generación permitirá la interacción directa con la danza, brindando nuevas experiencias y capacitación en danza tradicional, que es clave para garantizar que este rico activo cultural se preserve para las generaciones futuras.

E. Obra digital en la nueva biblioteca holandesa

La Biblioteca Nueva Holandesa en Almere deseaba una modernización del espacio para niños para hacerlo más animado e interactivo .

El Departamento de Jóvenes ha sido rediseñado y se ha agregado tecnología interactiva, como:

- un **Libro Mágico** . Para los visitantes más jóvenes se desarrolló un 'libro mágico', en el que pueden jugar con las letras y las palabras. Este libro mágico de tamaño natural muestra ilustraciones personalizadas y lleva a los niños a una búsqueda del tesoro interactiva a través de cuentos de hadas y aventuras. Por medio de una cámara de seguimiento de movimiento, los movimientos de los niños frente al libro se pueden rastrear y



convertir en movimientos de manos virtuales.

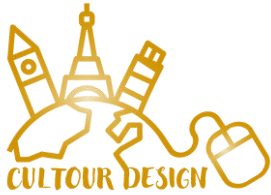
- un **estudio de fotografía stop-motion** . Los visitantes del estudio pueden crear su propia animación stop-motion (cuadro por cuadro).

- una **decoración de pantalla verde** , que consiste en una serie de 'casas' en las que los visitantes pueden trabajar en producciones reales. Esta 'casa' consiste en un área verde que se extiende sobre una

pared lateral y el piso.

- **recuerdos digitales posteriores a la visita.** El contacto con los visitantes se prolonga tras su visita. Los visitantes crean uno o más recuerdos digitales (animaciones stop-motion o videos de pantalla verde) y dejan una dirección de correo electrónico donde reciben un enlace personal.

La biblioteca ayuda a los niños, de todas las edades, a desarrollarse no solo a través de los libros, sino también al ponerlos en contacto con la cultura, los nuevos medios y la tecnología.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



F. Archistoire Saint-Tropez

Archistoire Saint-Tropez es una aplicación de visita aumentada. La aplicación te geolocaliza y ofrece rutas de visita cercanas, denominadas "Stories". Levanta tu Smartphone y explora el lugar 360°.



Tomando prestados tanto los códigos de la realidad aumentada como los de la realidad virtual, Archistoire Saint-Tropez trabaja sobre un principio de panoramas fotosféricos interactivos.

Toca las áreas interactivas de la pantalla y accede a contenido exclusivo relacionado con los elementos percibidos: detalles arquitectónicos, anécdotas históricas, lectura de paisajes, sonidos, videos, etc. Gracias a la realidad virtual, también ingresas a lugares inaccesibles para el público.

Fotografías de archivo, postales antiguas, pinturas o grabados se superponen a la imagen real, creando un efecto de "ventana de

tiempo" que te sumerge en la historia antigua o reciente.

Las ilustraciones permiten reconstruir en su contexto elementos hoy desaparecidos.

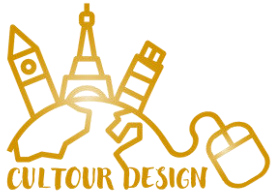


G. EMOTIVO. Narrativa para el patrimonio cultural

EMOTIVE es un proyecto de investigación financiado por la UE que parte de la premisa de que los sitios culturales son lugares altamente emocionales. Entre 2016 y 2019, el consorcio EMOTIVE ha investigado, diseñado, desarrollado y evaluado métodos y herramientas que pueden ayudar a las industrias culturales y creativas a crear narrativas y experiencias que aprovechan el poder de la "narración emotiva". El resultado de este proceso es una serie de prototipos de herramientas y aplicaciones para profesionales del patrimonio y visitantes que producen experiencias digitales interactivas, personalizadas y emocionalmente resonantes para museos y sitios culturales.



❖ **HERRAMIENTAS.** EMOTIVE ofrece un amplio conjunto de herramientas que respaldan la creación y publicación de una variedad de experiencias para visitantes en el sitio y remotos:



- ✓ **Cree experiencias narrativas interactivas para dispositivos móviles** . Con **EMOTIVE Authoring Tools** , los creadores y los expertos en patrimonio cultural pueden colaborar y crear experiencias interactivas de narración de historias para museos o sitios culturales.
- ✓ **Traiga sus experiencias en línea**. Las experiencias EMOTIVAS hechas para dispositivos móviles se pueden convertir fácilmente para su uso en línea, transportadas a un espacio virtual de 360° fácil de construir.
- ✓ **Crea experiencias virtuales inmersivas**. Las experiencias fuera del sitio se pueden llevar al siguiente nivel con nuestro **complemento de realidad mixta para Unity** . Al utilizar técnicas avanzadas de representación basada en imágenes (IBR), los desarrolladores pueden usar fotografías 2D típicas para convertir un espacio real en un entorno virtual totalmente inmersivo.
- ✓ **Da vida a los objetos**. EMOTIVE proporciona herramientas que permiten a los creadores del patrimonio cultural ya los visitantes moldear **sus propias réplicas de artefactos históricos** . Además, con la ayuda del **complemento de seguimiento de objetos de EMOTIVE para Unity** , estos objetos se pueden devolver a su estado original a través de un casco de realidad virtual, lo que permite al visitante interactuar e incluso participar de forma lúdica con la réplica, utilizando un usuario tangible receptivo. interfaz.

❖ **EXPERIENCIAS** . Las experiencias EMOTIVE exploran la narración digital, los objetos tangibles, la interacción social entre los visitantes y enfoques más experimentales, todo combinado para fomentar la conexión emocional entre los visitantes y los sitios:

- ✓ **Narrativa digital de realidad mixta EMOTIVA: experiencia in situ** . ' Ebutius's Dilemma ' es una exploración interactiva impulsada por los personajes de la exhibición "The Antonine Wall: Rome's Final Frontier".
- ✓ **EMOTIVA narración digital de realidad mixta: experiencia in situ dirigida por un facilitador** . 'Vistas sobre la vida de Verecunda : una ventana digital al pasado romano escocés' es una experiencia de varias partes que combina características inmersivas de realidad virtual y realidad aumentada para contextualizar los objetos en exhibición.
- ✓ **Narrativa digital de realidad mixta EMOTIVA: experiencia virtual en línea. También se diseñó** una versión virtual de ' Ebutius's Dilemma ' para visitantes remotos en línea, recreando el espacio del museo con un panorama de 360° usando el Floor Plan Editor y el Web Experiencing System.
- ✓ **Experiencia de realidad virtual EMOTIVA** . A través de una experiencia de realidad virtual multiusuario, los participantes se embarcan en una aventura colaborativa a través del sitio neolítico de Çatalhöyük de la UNESCO .
- ✓ **Kit de Educación Digital EMOTIVE** . Mediante el uso de réplicas impresas en 3D de artefactos reales, un recorrido virtual por casas reconstruidas, un ChatBot y una actividad interactiva, los estudiantes experimentan qué es el igualitarismo, cómo se refleja en la arqueología y qué podría haber significado vivir en una comunidad igualitaria.

- ✓ **EMOTIVOS Bots de Convicción.** Los 'bots de convicción' de EMOTIVE, ChatÇat y Bo (que van acompañados de nuestra 'Guía práctica' para construir chatbots), están diseñados como bots provocativos para que los usen tanto individuos como grupos.
- ✓ **EMOTIVO Diálogos Familiares y Grupales con moldes 3D** . Estas breves sesiones para familias y grupos se centran en hacer réplicas de objetos materiales antiguos. Las sesiones comienzan con la creación de objetos utilizando novedosas herramientas de moldeo 3D (' MetaMoulds ').
- ✓ **Tours dirigidos por visitantes de EMOTIVE** . Los recorridos dirigidos por visitantes de EMOTIVE tienen como objetivo desafiar el modelo tradicional de visitas guiadas de comunicación unidireccional entre guía y visitante. En cambio, utilizan la visita guiada como una plataforma para un diálogo democrático significativo entre personas de diferentes orígenes y creencias.

H. KIT DE HERRAMIENTAS DE SENDERO DIGITAL

Digital Trail Toolkit se desarrolló como un método para interpretar y mejorar la experiencia del visitante.

El conjunto de herramientas es un recurso de uso gratuito diseñado para llenar el vacío de conocimiento existente sobre la creación de senderos digitales que proporciona a la industria del turismo una guía paso a paso sobre cómo crearlos.

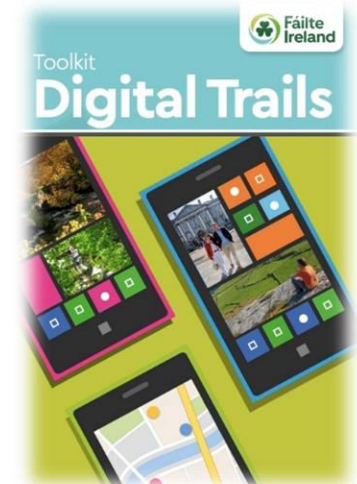
Este conjunto de herramientas tiene como objetivo fortalecer las mejores prácticas en la creación de senderos digitales y ayudar al sector turístico a digitalizar sus servicios.

Digital Trail Toolkit utiliza varias tecnologías, incluido el desarrollo de aplicaciones a medida, el desarrollo basado en plataformas y la tecnología inmersiva.

Estas tecnologías ofrecen la posibilidad de brindar a los turistas una capa digital de información para seleccionar y agregar valor a su experiencia.

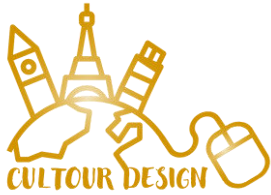
Un sendero digital tiene el potencial de ofrecer a los turistas una experiencia más personalizada y configurar el viaje de acuerdo con sus intereses.

El conjunto de herramientas se desarrolló como parte del programa Smart Tourism para Dublín en colaboración con Fáilte Ireland. También se creó un video tutorial para ir de la mano con el kit de herramientas.



2.2. Recursos adicionales

No.	Título del recurso	Tipo de recurso	de Enlace
1	Tecnologías avanzadas para la Industria – Vigilancia Sectorial <i>Tendencias tecnológicas en las industrias creativas, CE, 2021</i>	Informe de la Comisión Europea	https://ati.ec.europa.eu/reports/Sectoral-Watch
2	Dando forma al futuro digital de Europa	informe de la UE	https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/shaping-europes-digital-future_en
3	El futuro del trabajo en el sector turístico: recuperación sostenible y segura y trabajo decente en el contexto de la pandemia de COVID-19, 2022	Informe de la Organización Internacional del Trabajo	https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/meetingdocument/wcms_840403.pdf
4		sitio web	https://ich.unesco.org/es/buceo
5		sitio web	https://www.casabatllo.es/es/experiencia/
6		sitio web	https://medrydive.eu/bucear-en-el-pasado/
7		artículo en línea	https://www.heritageresearch-hub.eu/project/schedar/
8		sitio web	https://www.schedar.eu/
9		sitio web	https://europeanmuseumacademy.eu/digital-play-at-the-dutch-new-library/
10		sitio web	https://www.archistoire.com/
11		sitio web	https://emotiveproject.eu/
12		sitio web	https://smartdublin.ie/smart-tourism-digital-trails-toolkit-and-tutorial-video/



3. Evaluación _

3.1 Evaluación de conocimientos

Pregunta 1 (verdadero/falso): según Deloitte, la transformación digital se trata de convertirse en una empresa digital, una organización que utiliza la tecnología para evolucionar continuamente todos los aspectos de sus modelos comerciales (lo que ofrece, cómo interactúa con los clientes y cómo opera).

[VERDADERO] [FALSO]

Pregunta 2 (opción múltiple): Las prioridades políticas clave incluyen:

[Restaurar la coordinación de los viajeros, Apoyar a las empresas de viajes para que se adapten y sobrevivan, Ofrecer una invitación a los viajeros y las empresas] **[Restaurar la confianza de los viajeros, Apoyar a las empresas turísticas para que se adapten y sobrevivan, Proporcionar información clara a los viajeros y las empresas]** [Restaurar la confianza de los viajeros, Apoyar a las empresas turísticas para adaptarse y sobrevivir, preparación turismo interno y apoyo retorno seguro de eventos internacionales]

Pregunta 3 (múltiples respuestas correctas): Las ventajas de usar tecnologías de digitalización avanzadas incluyen también:

[involucrar la probabilidad de explorar el museo] **[destacar el trabajo de artistas y personas en el campo de la cultura, y promover la cultura al público a través de herramientas que son para crear experiencias experienciales innovadoras y atractivas utilizando tecnologías de punta]** [proponer un nuevo proceso participativo para investigar y gestionar la cooperación] [**aumentar la posibilidad de visitar el museo desde cualquier lugar y en cualquier momento**]

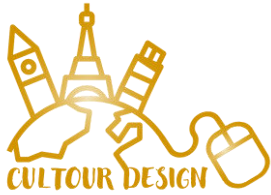
Pregunta 4 (varias respuestas correctas): La crisis ha puesto de manifiesto varias tendencias en curso en las industrias culturales y creativas ya antes de la pandemia:

[para desarrollar nuevos canales de distribución, modelos de negocio y esquemas de pago para adapt] **[permitió el nacimiento de nuevos creativos ecosistemas, por ejemplo, en torno a la transmisión de video, juegos en línea y móviles, libros electrónicos y contenido inmersivo]** [disminución del dominio de los grandes jugadores fuera de la UE sobre las organizaciones más pequeñas de la industria creativa de la UE]

Pregunta 5 (varias respuestas correctas): ¿Cuáles son las tendencias tecnológicas?

[Realidad aumentada y virtual] **[Inteligencia artificial]** [Telecomunicaciones en la nube] [Aprendizaje de mecanismos]

Pregunta 6 (varias respuestas correctas): Novedades que ofrece la nueva 'Experiencia 10D' de Casa Batlló proyecto son:



[**2 nuevos espacios inmersivos**] [Bots of Conviction] [Recorridos guiados por visitantes] [**Imágenes mágicas en las paredes, de apariencia estática, cobran vida a medida que los visitantes se acercan**]

Pregunta 7 (múltiples respuestas correctas): nombre al menos 2 herramientas que podrían considerarse parte de un amplio conjunto de herramientas que respaldan la creación y publicación de una variedad de experiencias para visitantes en el sitio y remotos (dentro del proyecto EMOTIVE):
[Acceso digital en el museo] [**Crear experiencias narrativas interactivas para dispositivos móviles**]
[Habilidades digitales de las autoridades públicas] [**Dar vida a los objetos**]

Pregunta 8 (emparejamiento): Relaciona los términos con sus definiciones.

Término 1: **Cadena de bloques tecnología** : puede ser fundamental en la lucha contra la piratería de contenido creativo.

Término 2: **Digitalización** : abarca la integración de datos digitales y tecnologías de la información haciéndolos significativos.

Término 3 **Digitalización**: es el uso de tecnologías digitales para cambiar un modelo de negocio y proporcionar nuevos ingresos y oportunidades de generación de valor; es el proceso de pasar a un negocio digital.

Término 4 **Cultura digital** : se define como una nueva forma de cultura en la que la cultura de la humanidad se digitalizará y se convertirá en una nueva forma.

Término 5 **Tecnología digital**: se refiere a dispositivos, sistemas y recursos digitales que ayudan a crear, almacenar y administrar datos.

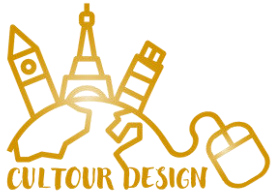
Pregunta 9 (emparejamiento): Relaciona los conceptos con sus explicaciones.

Concepto 1 **Fortalecimiento de la cooperación multilateral** : los países deben trabajar juntos, ya que las medidas adoptadas por un gobierno tienen implicaciones para los viajeros y las empresas de otros países, y para el sistema turístico mundial.

Concepto 2 **Apoyo continuo del gobierno** : los destinos y las empresas turísticas necesitan ayuda para estar preparados para proporcionar servicios turísticos para satisfacer la demanda cuando llegue la recuperación.

Concepto 3 **Mejorar la base de evidencia** : La crisis ha puesto de manifiesto las deficiencias en la disponibilidad de datos granulares, comparables y oportunos en situaciones que evolucionan rápidamente. Se necesitan indicadores confiables y consistentes para evaluar la efectividad de los programas e iniciativas y monitorear el progreso en la recuperación y resiliencia del turismo.

Concepto 4 **La crisis es una oportunidad única en la vida** : existe una necesidad urgente de diversificar y fortalecer la resiliencia de la economía del turismo, para prepararse mejor para futuros impactos, abordar las debilidades estructurales de larga data y alentar las transformaciones digitales bajas en carbono que será fundamental para cambiar a modelos de desarrollo turístico más fuertes, más justos y más sostenibles.



Concepto 5 **Brindar claridad en las políticas y tomar medidas para limitar la incertidumbre**: la comunicación clara, la política de información bien diseñada y la claridad en los criterios epidemiológicos serán particularmente importantes cuando sea necesario cambiar las restricciones de viaje y las medidas de contención en respuesta a los brotes de virus y el cambio. situación sanitaria.

Pregunta 10 (emparejamiento): Relaciona los problemas con sus soluciones.

Problema 1 **Mejorar el intercambio de información y datos entre sectores** : Los datos específicos sobre los impactos socioeconómicos de COVID-19 en la cultura y el turismo, así como sobre las soluciones que se están implementando para la supervivencia del turismo cultural, permitirán planes de mitigación más enfocados para responder a diferentes necesidades y replicar buenas prácticas.

Problema 2 **Lanzar alianzas innovadoras** : el desafío es proporcionar estas experiencias de una manera que respalde los beneficios directos para las organizaciones y los profesionales involucrados.

Problema 3 **Inspira un futuro más sostenible para el turismo cultural** : las estrategias de marketing en el turismo destacan las expresiones culturales locales no solo para dirigirse a nuevas audiencias, sino también para inspirar viajes responsables.

Problema 4 **Formar una fuerza de trabajo en turismo y cultura más resiliente** : Los perfiles profesionales de los trabajadores de la cultura y el turismo requerirán nuevas habilidades para acciones inmediatas y para participar en la recuperación.

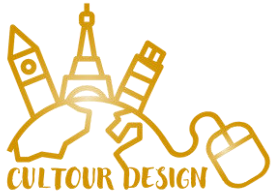
Problema 5 **Atraer nuevas audiencias** : El sector de la cultura está formando ciudadanos globales comprometidos y los turistas del futuro, llegando a niños y jóvenes.

3.2 Evaluación de habilidades

Estás gestionando una biblioteca y quieres modernizarla y crear un espacio interactivo, creativo e inspirador lleno de actividades innovadoras, divertidas y educativas para los niños. De esta manera, la biblioteca ayudará a los niños, de todas las edades, a desarrollarse no solo a través de los libros, sino también poniéndolos en contacto con la cultura, los nuevos medios y la tecnología.

Solución: podría agregar alguna tecnología interactiva, como:

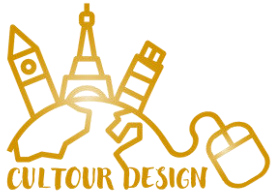
- un **Libro Mágico** , en el que los más pequeños podrán jugar con las letras y las palabras. Este libro mágico de tamaño natural puede presentar ilustraciones personalizadas y puede llevar a los niños a una búsqueda del tesoro interactiva a través de cuentos de hadas y aventuras.
- un **estudio de fotografía stop-motion** . Los visitantes del estudio pueden crear su propia animación stop-motion (cuadro por cuadro).
- una **decoración de pantalla verde** , que consiste en una serie de 'casas' en las que los visitantes pueden trabajar en producciones reales. Esta 'casa' consiste en un área verde que se extiende sobre una pared lateral y el piso.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



- **recuerdos digitales posteriores a la visita.** El contacto con los visitantes se prolonga tras su visita. Los visitantes crean uno o más recuerdos digitales (animaciones stop-motion o videos de pantalla verde) y dejan una dirección de correo electrónico donde reciben un enlace personal.



4. Referencias

- Dimitra P. y Makropoulos C. (2021, agosto). Nuevas formas de descubrir, Capturar y experimentar Patrimonio cultural: una revisión del Estado Actual del Arte, Desafíos y direcciones futuras: https://www.researchgate.net/publication/354136260_Novel_Ways_of_Discovering_Capturing_and_Experiencing_Cultural_Heritage_A_Review_of_Current_State-of-the-Art_Challenges_and_Future_Directions
- OCDE, Tendencias y políticas de turismo de la OCDE 2020: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/OECD-Tourism-Trends-Policies%202020-Highlights-ENG.pdf>
- OCDE, Tendencias y políticas de turismo de la OCDE 2022: https://www.oecd.org/cfe/tourism/TTP2022_Policy_Highlights_FINAL.pdf
- WTTC, Global Economic Impact & Trends 2020 y Travel & Tourism: Economic Impact 2021 – Global Economic Impact & Trends 2021
- <https://medrydive.eu/bucear-en-el-pasado/>
 - <https://www.casabatllo.es/es/experiencia/>
 - <https://smartdublin.ie/smart-tourism-digital-trails-toolkit-and-tutorial-video/>
 - <https://www.heritageresearch-hub.eu/project/schedar/>
 - <https://www.schedar.eu/>
 - https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_en
 - <https://www.photoconsortium.net/construyendo-el-espacio-común-europeo-de-datos-para-el-patrimonio-cultural-juntos/>
 - <https://estrategia-digital.ec.europa.eu/en/policias/cultural-heritage>
 - <https://pro.europeana.eu/post/nueva-estrategia-europea-2020-2025-imagina-un-sector-cultural-impulsado-por-la-digital>
 - <https://charter-alliance.eu/cultural-heritage-skills/>
 - <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.archistoire.sttropez&hl=ro&gl=US>
 - <https://heritageinmotion.eu/himentry/slug-7d9d3488704da100353e6a4c4c27f8d>
 - <https://www.digitalmeetsculture.net/article/eu-commission-recommendation-to-accelerate-the-digitisation-of-cultural-heritage-assets/>
 - <https://www.europeana.eu/es/descubrir-europa>
 - <https://artesycultura.google.com/>
 - <https://emotiveproject.eu/>