



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

IPER

Las TIC en la promoción del patrimonio cultural

DESCRIPCION ENTREGABLE

Informe sobre la situación real de la promoción del patrimonio cultural a través de herramientas digitales y de acuerdo con los principios del turismo accesible



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

Índice

ANÁLISIS DEL ESTADO ACTUAL DEL USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES EN LA PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL EN LOS PAÍSES INVOLUCRADOS Y A NIVEL EUROPEO.....	7
Introducción	7
Desarrollo.....	8
<i>Crowddreaming</i> , apoyando el futuro del patrimonio cultural digital.....	10
DIGINV (<i>DIG</i> igital <i>INV</i> asions para la promoción del patrimonio cultural)	10
Estrategia de patrimonio cultural europeo para el siglo XXI.....	13
Recomendaciones	16
Hacer el patrimonio más accesible.....	16
Proteger, restaurar y mejorar el patrimonio, haciendo un mayor uso de las nuevas tecnologías.....	17
Utilizar técnicas innovadoras para presentar el patrimonio cultural al público, mientras se preserva su integridad	18
Conclusiones	19
PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y ACCESIBILIDAD EN ITALIA.....	20
Introducción	20
Desarrollo	22



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

Fondo de turismo accesible.....	22
Museos Italianos	24
Marco legal	26
Ejemplos de buenas prácticas italianas.....	27
Otros ejemplos importantes de turismo accesible.....	31
Algunas experiencias promovidas por el Ministerio de Patrimonio y Actividades Culturales de Turismo.....	32
Conclusiones	33
PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL EN ESPAÑA.....	34
Introducción	34
Desarrollo.....	36
Patrimonio Cultural y Programas de Promoción en España.....	36
Las TIC en la promoción del patrimonio cultural.....	44
Conclusiones	49
ANÁLISIS DEL ESTADO ACTUAL DE ACCESIBILIDAD EN LA PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL A NIVEL DE LA UE Y EN ESPAÑA.....	51
Introducción.....	51
Desarrollo.....	55
Páginas web de destinos turísticos, museos o activos patrimoniales:	55
Redes sociales	55
Podcast	56
Aplicaciones móviles.....	57
Imagen de Google Play.....	57
Códigos QR.....	58



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

Realidad virtual, realidad aumentada y video mapping.....	58
Audio guías y signo guías.....	58
Guías multimedia	59
PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y LA ACCESIBILIDAD EN HUNGRÍA.....	60
Introducción	60
Desarrollo	60
El papel del turismo cultural en Hungría.....	60
Desarrollo del turismo hasta los nuestros días.....	60
Atractivos culturales en Hungría.....	61
Organizaciones turísticas relevantes	64
Otras organizaciones relevantes para la conservación del valor cultural.....	65
Datos sobre el turismo.....	65
Principales resultados del turismo interior.....	65
Principales resultados del turismo procedente de terceros países.....	65
Promoción del turismo.....	66
Herramientas para la promoción del turismo nacional.....	67



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

Herramientas para la promoción internacional del turismo.....	67
Estrategia 2030 para el Desarrollo del Turismo Nacional.....	68
Turismo accesible.....	69
Experimentos de turismo activo.....	70
Buenas prácticas.....	70
El papel de las herramientas digitales en el turismo.....	71
Conclusiones.....	71
PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y LA ACCESIBILIDAD EN PORTUGAL.....	72
Introducción	72
Desarrollo.....	72
Innovación en TIC para el turismo.....	72
Una perspectiva amplia sobre la accesibilidad en el turismo.....	74
Accesibilidad en servicios, el PNL y el presupuesto participativo de Portugal.....	74
El Plan Nacional de Lectura.....	74
Presupuesto Participativo de Portugal.....	76
Accesibilidad en términos de costes e iniciativas relacionadas.....	76



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

Accesibilidad para personas con discapacidad.....	78
Conclusiones	80
Conclusiones finales.....	81
Bibliografía.....	84



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

ANÁLISIS DEL ESTADO ACTUAL DEL USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES EN LA PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL EN LOS PAÍSES INVOLUCRADOS Y A NIVEL EUROPEO

Introducción

El patrimonio cultural puede ser un bien económico, una atracción turística y un factor de identidad, y también puede contribuir a la cohesión social. A lo largo de 2018, declarado Año Europeo del Patrimonio Cultural, todos los Estados Miembros e instituciones de la UE han organizado eventos, conferencias y reuniones, y han asignado fondos para preservar y promover todas las formas de patrimonio cultural.

Entre 2007 y 2013, la participación cultural ha disminuido en todos los países europeos, donde el nivel de participación "bajo" aumentó del 30% al 34%. El patrimonio cultural representa un recurso extraordinario para el crecimiento: tanto desde el punto de vista de la cohesión y la inclusión social, como un activo económico y un bien productivo.

El objetivo de este informe es analizar el estado actual del uso de herramientas digitales en la promoción del patrimonio cultural en los países involucrados y a nivel europeo, de acuerdo con el principio accesible.

Basamos el estudio en los siguientes sitios web:

- <https://all-digital.org/projects/digital-invasions/>
- <https://all-digital.org/crowddreaming-supporting-the-future-of-digital-cultural-heritage/>
- <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/noticias/strategy21.pdf>
- <https://europa.eu/cultural-heritage/about>



Desarrollo

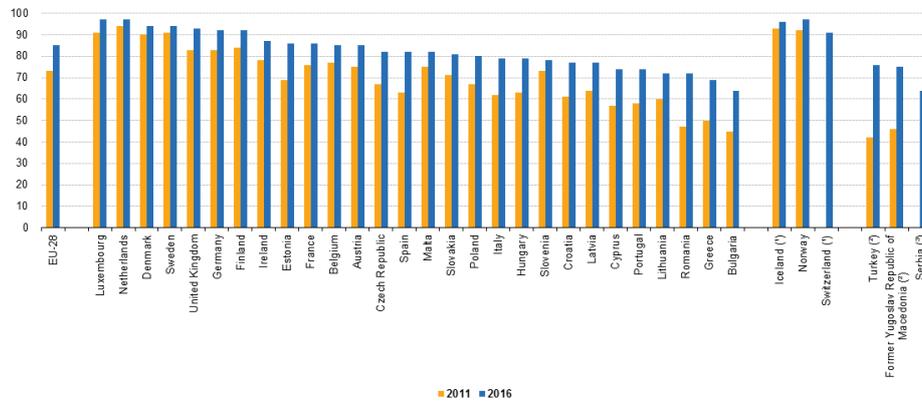
El patrimonio cultural tiene un valor universal para nosotros como individuos, comunidades y sociedades. Es importante preservarlo y transmitirlo a las generaciones futuras. Se puede pensar que la herencia es del pasado o estática, pero en realidad evoluciona a través de nuestro compromiso con ella. Y lo que es más, nuestra herencia tiene un gran papel que desempeñar en la construcción del futuro de Europa. Esa es una de las razones por las que queremos llegar a los jóvenes en particular durante el Año Europeo.

El patrimonio cultural se clasifica de la siguiente forma:

- **Tangible:** por ejemplo, edificios, monumentos, artefactos, ropa, obras de arte, libros, máquinas, ciudades históricas, sitios arqueológicos.
- **Intangibles:** prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos, habilidades, y los instrumentos, objetos y espacios culturales asociados, que las personas valoran. Esto incluye lenguaje y tradiciones orales, artes escénicas, prácticas sociales y artesanía tradicional.
- **Naturales:** paisajes, flora y fauna.
- **Digital:** recursos que se crearon en forma digital (por ejemplo, arte digital o animación) o que se han digitalizado como una forma de preservarlos (incluidos texto, imágenes, videos, registros).

Al apreciar nuestro patrimonio cultural, podemos descubrir nuestra diversidad y comenzar un diálogo intercultural sobre lo que tenemos en común. Entonces, ¿qué mejor manera de enriquecer nuestras vidas que interactuando con algo tan importante en nuestra identidad?

Figura 1: Uso de las TIC con fines culturales.



Note: breaks in series occur in the following countries:
2014: Estonia and Romania.
2016: Latvia and Sweden.
(*) 2016 data not available, 2014 used instead.
(*) 2011 data not available, 2010 used instead.
(*) 2016 data not available, 2015 used instead.
Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_in_h)

Cultural heritage should not be left to decay, deterioration or destruction. This is why in 2018, we search for ways to celebrate and preserve it.

La **red ALL DIGITAL** está colaborando en algunos proyectos relacionados con el patrimonio cultural digital, incluyendo ["Crowddreaming: Youth co-create digital culture"](#) y ["DigInv: Digital Invasions para la promoción del patrimonio cultural"](#). Es importante que, dado que las herramientas digitales se utilizan para registrar y documentar nuestro patrimonio cultural, la valorización de los documentos y monumentos relacionados con el patrimonio cultural siga siendo accesible para todos los ciudadanos.

El discurso dominante sobre el patrimonio cultural digital persigue utilizar la digitalización como herramienta para conservar, registrar y documentar el patrimonio cultural. Se trata de tomar lo tangible y garantizar que esté documentado para las generaciones venideras mediante un medio intangible.

En **#DigitalDay2019** - el 9 de abril, 23 países europeos firmaron una [declaración para la Cooperación para avanzar en la digitalización del Patrimonio Cultural](#). Es uno de los últimos desarrollos en política de patrimonio cultural digital. La declaración es un llamamiento a intensificar las acciones tres líneas:

1. Una iniciativa paneuropea para la digitalización 3D de objetos del patrimonio cultural.
2. La reutilización de recursos culturales digitalizados para fomentar el compromiso ciudadano.
3. La mejora de la cooperación transfronteriza y transectorial y la creación de capacidad en el sector del patrimonio cultural digitalizado.



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

Crowddreaming, apoyando el futuro del patrimonio cultural digital.

El proyecto [“Crowddreaming: Youth co-create digital culture”](#) no mira al pasado sobre cómo se crea el patrimonio cultural, pero invita a los usuarios en su proyecto piloto a crear un monumento intangible, a reinventar y entender el patrimonio cultural a través de los desafíos combinados de velocidad, forma y persistencia. El crowddreaming invita a los jóvenes a considerar cuál será el monumento de su cultura digital emergente y a trabajar para crearlo.

Los proyectos de [Crowddreaming](#) y [Digital Invasions](#) que se están llevando a cabo con el apoyo de muchos miembros de la red ALL DIGITAL muestran que hay mucho que decir sobre el patrimonio cultural digital. Crowddreaming guía a los jóvenes a la importante labor de ser líderes en su patrimonio cultural digital. El proyecto Digital Invasions anima a los operadores culturales a guiar a los usuarios para que se involucren con el patrimonio cultural utilizando herramientas digitales.

DIGINV (*DIG*igital *INV*asions para la promoción del patrimonio cultural)

El concepto del proyecto DIGINV (invitaciones digitales para la promoción del patrimonio cultural) consiste en poner en valor el interés y las prácticas culturales mediante la participación de los ciudadanos, las instituciones culturales y el uso de la tecnología como catalizador. Al final, los ciudadanos se comprometen y experimentan la cultura de una manera nueva

La metodología mejora las habilidades digitales y de comunicación de los operadores culturales, ayudándolos a convertirse en promotores e involucrando a los ciudadanos en la valorización del patrimonio cultural. También mejora las habilidades digitales de los ciudadanos involucrados (desde los más jóvenes hasta los mayores) mediante el uso de nuevas tecnologías para promover y poner en valor un bien de interés cultural.

Por un lado, las Invasiones Digitales en sí, permitirán a los participantes aprender los conceptos fundamentales en el campo de la comunicación digital, reduciendo la falta de habilidades digitales entre los participantes. Aplicarán los principios de la digitalización de los sistemas de producción, la narración digital y el mercadeo web, para promover el patrimonio cultural a fin de hacerlo más accesible y competitivo a nivel local e internacional, mejorando el patrimonio cultural tangible e intangible y el desarrollo de los participantes de una manera completamente nueva. Las Invasiones Digitales sostienen la buena práctica y el know-how estratégico necesario para su transferencia a operadores y al extranjero.

Y, por otro lado, los operadores y las organizaciones asociadas tendrán nuevas herramientas para la participación de la comunidad en la mejora del patrimonio cultural, así como la consolidación del diálogo con las autoridades locales. Este diálogo mejorará una línea de acción común a nivel europeo para la participación de los ciudadanos en la promoción del patrimonio cultural.



El proyecto incluye varios resultados finales:

- Video tutorial que recopilará las experiencias de entrenamiento y experimentación de Invasiones Digitales. El video tutorial se pondrá a disposición de todas las organizaciones potencialmente interesadas en experimentar con la metodología en su territorio.
- Informes basados en las movilidades combinadas sobre cómo aplicar las buenas prácticas sobre la participación de la sociedad civil en la promoción y la mejora del patrimonio cultural en cada país involucrado. Los informes no serán puramente descriptivos; por el contrario, proporcionarán información sobre la implementación práctica de las actividades, a fin de que la experiencia en diferentes contextos sea fácilmente accesible y replicable.

El proyecto tiene dos grupos objetivo:

Los “**operadores culturales**” que participarán en la formación y organización de invasiones digitales:

1. Operadores del sistema turístico (empleados del municipio y principales lugares de interés cultural, guías turísticos, etc.)
2. educadores
3. Facilitadores digitales.
4. Todos aquellos que realizan una función educativa dentro de una empresa y que pueden realizar actividades con el público.

Nuevos actores proactivos / público en la difusión del patrimonio cultural.

1. Los jóvenes se muestran y se ponen en desventaja.
2. personas mayores
3. Ciudadanos de los lugares de Invasiones.

Figura 2: Uso de Internet con fines culturales, por características socioeconómicas, EU-28, 2016

Use of internet for cultural purposes, by socio-economic characteristics, EU-28, 2016
(% of individuals who used internet in the last 3 months)

Socio-economic characteristics		Reading online news sites/newspapers/news magazines	Watching internet streamed TV or videos	Listening to music (e.g. web radio)	Playing or downloading games	Consulting wikis (*)	Creating websites or blogs
All individuals		70	68	50	34	56	6
Age	16 to 24	68	86	80	57	69	9
	25 to 54	72	71	52	34	57	6
	55 to 74	66	48	26	21	47	3
Sex	Men	72	70	53	37	58	7
	Women	68	65	47	32	55	5
Educational attainment level	Low	55	65	49	42	45	4
	Medium	69	65	48	34	53	5
	High	83	75	55	30	69	9
Country of birth	Foreign-born	66	71	53	31	52	6
	Native-born	71	67	50	35	57	6
Income quartile of household	1st quartile	65	64	48	35	51	5
	2nd quartile	68	63	45	33	49	4
	3rd quartile	71	65	48	35	54	5
	4th quartile	78	71	53	35	62	7
Degree of urbanisation (†)	Sparsely populated area	68	63	47	31	49	5
	Intermediate urbanized area	71	70	50	35	58	6
	Densely populated area	71	69	52	36	60	6
Working status	Students	73	87	82	57	76	9
	Employed (‡)	73	70	51	32	57	6
	Unemployed	64	70	51	38	50	5
	Inactive population (‡)	62	50	30	27	44	3

(*) 2015 data.

(†) Sparsely populated area (less than 100 inhabitants/Km²). Intermediate urbanized area (between 100 and 499 inhabitants/Km²). Densely populated area (at least 500 inhabitants/Km²).

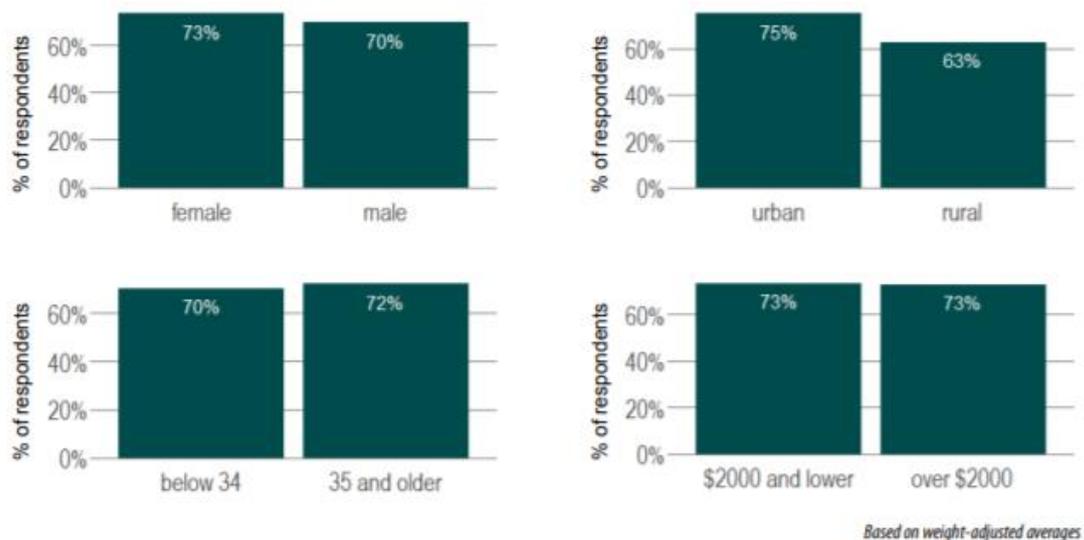
(‡) Employees, self-employed, family workers.

(§) Retired and other inactive.

Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_ac_i)

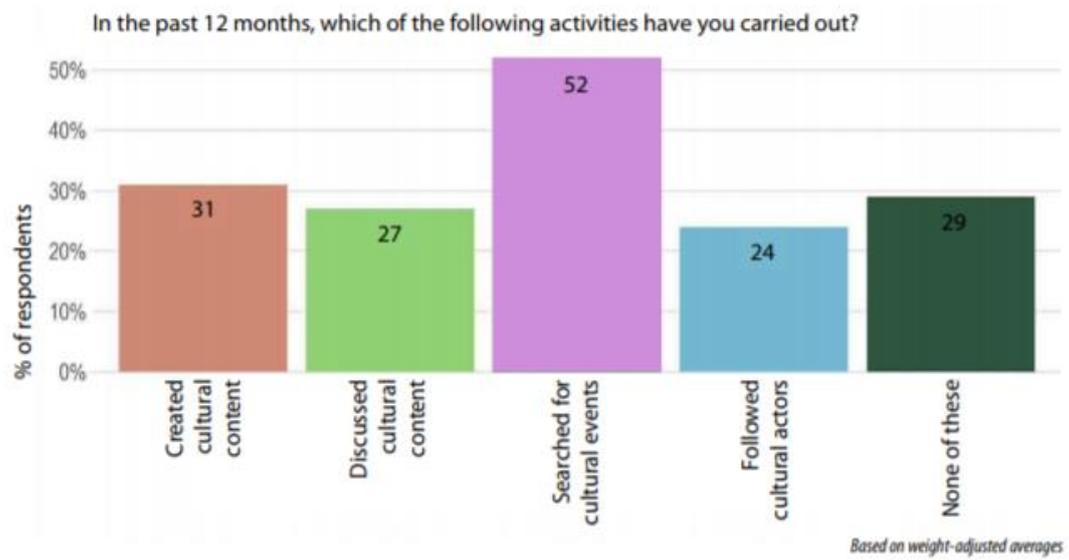
eurostat

Figura 3: Diferencias en la actividad cultural *online* de los usuarios de Internet, 2017, EU-28



Source: Dalia Research survey

Figura 4: Participación cultural *online* y creatividad de los usuarios de internet, 2017, EU-28



Source: Dalia Research survey

Estrategia de patrimonio cultural europeo para el siglo XXI

El Comité de Ministros del Consejo de Europa, en los términos del artículo 15.b del Estatuto del Consejo de Europa.

Teniendo en cuenta que el objetivo del Consejo de Europa es lograr una unidad más estrecha entre sus miembros y que este objetivo puede lograrse, en particular, mediante una acción conjunta en el ámbito de la cultura y el patrimonio cultural;

Teniendo en cuenta el trabajo pionero del Consejo de Europa en el campo del patrimonio cultural y, en particular, el Año Europeo del Patrimonio Arquitectónico organizado en 1975 y concluido con la Carta Europea del Patrimonio Arquitectónico (Carta de Ámsterdam), que condujo a un crecimiento de la sensibilización a nivel europeo sobre la importancia del patrimonio y la adopción de políticas integrales de patrimonio en todos los Estados miembros;

Figura 5: Creatividad *online* en los Estados miembros del Consejo de Europa (N = 43)



Source: IFCD v2.0 (www.governancereport.org/ifcd)

Teniendo en cuenta la insustituible contribución de los expertos en patrimonio que se refleja en muchos convenios, cuya implementación y seguimiento son responsabilidad de los Estados miembros del Consejo de Europa en cooperación con las partes interesadas pertinentes, en:

- la Convención Cultural Europea (ETS No. 18), firmada en París el 19 de diciembre de 1954;
- el Convenio para la Protección del Patrimonio Arquitectónico de Europa (ETS No. 121), firmado en Granada el 3 de octubre de 1985;
- el Convenio Europeo para la Protección del Patrimonio Arqueológico (revisado) (ETS N° 143), firmado en La Valeta el 16 de enero de 1992;
- el Convenio Europeo del Paisaje (STE n° 176), firmado en Florencia el 20 de octubre de 2000;
- la Convención Marco del Consejo de Europa sobre el Valor del Patrimonio Cultural para la Sociedad (CETS No. 199), firmada en Faro el 27 de octubre de 2005;



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

Una de las características principales de la Estrategia es el intercambio de prácticas y experiencias concretas entre los Estados miembros, lo que les permite inspirarse mutuamente para facilitar su implantación.

1. Recomienda a los gobiernos de los Estados miembros:

- i. adoptar e implantar la estrategia adjunta a esta recomendación, en los niveles de gobierno apropiados, en cumplimiento de sus disposiciones legales y prácticas nacionales aplicables;
- ii. distribuir la estrategia entre los interesados gubernamentales y no gubernamentales, las autoridades regionales y locales, los profesionales, las asociaciones locales y la sociedad civil, y alentarlos a participar activamente en la promoción de la implementación efectiva de la estrategia y el logro de sus objetivos;
- iii. recurrir, cuando corresponda, a los ejemplos de buenas prácticas registrados y actualizados en el sistema HEREIN;
- iv. garantizar el seguimiento del proceso de evaluación, que es un componente integral de la estrategia y su implementación;

2. Invita a los Estados Parte en el Convenio Cultural Europeo que no son miembros del Consejo de Europa a tomar la Estrategia como documento de referencia y darle un seguimiento, de conformidad con su propio sistema y práctica legal;

3. Acoge la iniciativa de la Comisión Europea para hacer de 2018 el Año Europeo del Patrimonio Cultural, y alienta las sinergias con la implementación de esta Estrategia.

La estrategia se basa en tres componentes:

1. El componente "**social**" aprovecha los activos del patrimonio para promover la diversidad, el empoderamiento de las comunidades y la gobernanza participativa.
2. El componente de "**desarrollo territorial y económico**" busca fortalecer la contribución del patrimonio al desarrollo sostenible, sobre la base de los recursos locales, el turismo y el empleo.
3. El componente de "**conocimiento y educación**" se centra, a través del patrimonio, en temas de educación, investigación y formación continua, mediante el establecimiento de centros de conocimiento del patrimonio y centros de formación en oficios y profesiones del patrimonio, mediante programas adecuados de enseñanza, formación e investigación. Estos "componentes" interactúan en cuatro áreas de convergencia: entre el componente social y el componente de desarrollo territorial y económico; entre el componente de desarrollo territorial y económico y el componente de conocimiento y educación, entre el componente de conocimiento y educación y el componente social y, por último, entre los tres componentes.

Recomendaciones

Hacer el patrimonio más accesible.

La accesibilidad al patrimonio, en forma remota o in situ, tiene un valor añadido y un propósito para nuestro patrimonio, que es un bien común. En sus diversas formas, tangibles e intangibles, físicas y cognitivas, se puede utilizar la accesibilidad para apelar a una gama de percepciones humanas. Esta búsqueda va de la mano con el respeto por la diversidad de las personas y sus interpretaciones de las propuestas que se les presentan. Debe basarse en un conocimiento exhaustivo de los posibles grupos objetivo y sus necesidades, y mostrar rigor y creatividad para atraer y ampliar la audiencia y hacer que estos grupos participen activamente. Existe un amplio espectro de métodos y técnicas para desarrollar la experiencia del patrimonio, y los mecanismos involucran tanto la participación humana como la realidad aumentada. Las herramientas y redes digitales, especialmente Internet, ofrecen posibilidades sin precedentes para nuevas vías de acceso que fomentan la interactividad. El patrimonio, que ilustra el genio creativo de la humanidad a través de los siglos, es también una fuente de creatividad. La apertura del patrimonio facilita el acceso y el objetivo se logra cuando un grupo de personas desarrolla una relación de familiaridad con un patrimonio compartido.

Figura 6 y 7: Uso de internet con fines culturales, por edad, 2016

Use of internet for cultural purposes, by age, 2016 (Part I)
(% of individuals who used internet in the last 3 months)

	Reading online news sites/newspapers/news magazines			Consulting wikis (*)			Creating websites or blogs		
	All	16-24	55-74	All	16-24	55-74	All	16-24	55-74
EU-28	70	69	56	56	69	47	6	9	3
Belgium	65	67	61	51	66	36	7	11	3
Bulgaria	68	55	73	42	55	31	5	9	2
Czech Republic	82	83	78	46	70	35	5	10	2
Denmark	72	69	67	63	85	40	10	14	7
Germany	72	67	66	75	85	65	6	8	3
Estonia	89	94	84	62	83	44	8	15	2
Ireland	49	42	43	33	36	24	4	5	1
Greece	85	79	88	50	63	41	6	6	3
Spain	78	81	74	67	84	55	6	11	3
France	56	59	51	32	55	22	3	6	2
Croatia	91	88	90	65	89	49	6	10	2
Italy	60	55	61	58	70	50	5	6	3
Cyprus	73	63	77	62	76	48	6	9	3
Latvia	84	79	84	28	55	12	4	7	2
Lithuania	93	88	94	46	85	34	7	10	2
Luxembourg	89	80	87	82	86	79	8	13	7
Hungary	88	81	90	60	73	46	9	12	4
Malta	79	71	77	61	73	48	6	8	5
Netherlands	75	70	71	61	77	49	8	11	4
Austria	66	78	55	68	80	56	7	10	4
Poland	79	78	78	44	62	32	3	6	1
Portugal	78	86	70	60	81	42	6	10	3
Romania	63	55	68	31	39	21	6	9	2
Slovenia	80	83	74	51	76	30	5	12	1
Slovakia	74	73	75	46	57	40	6	12	2
Finland	65	88	76	77	91	56	7	7	3
Sweden	87	80	82	67	85	48	7	8	4
United Kingdom	68	65	60	58	56	53	8	10	5
Norway	94	97	88	75	83	60	6	3	5
Former Yugoslav Republic of Macedonia	65	61	65	38	46	33	7	12	3
Turkey	70	64	73	47	54	32	3	4	2

(*) 2016 data not available. 2015 used instead.
Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_ac_j)

Use of internet for cultural purposes, by age, 2016 (Part II)
(% of individuals who used internet in the last 3 months)

	Watching internet streamed TV or videos			Listening to music (e.g. w eb radio, music streaming)			Playing or downloading games		
	All	16-24	55-74	All	16-24	55-74	All	16-24	55-74
EU-28	68	65	48	50	60	26	34	57	21
Belgium	55	73	34	45	67	22	41	62	28
Bulgaria	46	63	26	41	69	13	33	63	10
Czech Republic	61	87	40	47	82	20	26	60	11
Denmark	85	99	65	62	90	32	47	71	32
Germany	69	92	45	47	83	21	35	61	19
Estonia	75	94	55	64	96	40	27	52	18
Ireland	63	82	37	49	79	25	26	53	9
Greece	64	83	42	47	65	28	32	53	19
Spain	78	95	59	55	85	32	32	56	17
France	61	87	41	48	80	24	36	59	24
Croatia	82	98	55	28	37	18	33	52	17
Italy	72	89	52	49	79	26	31	51	17
Cyprus	81	95	60	46	59	30	42	66	22
Latvia	66	80	46	49	82	26	30	49	20
Lithuania	69	89	43	51	83	19	33	60	14
Luxembourg	85	96	71	58	73	40	35	60	24
Hungary	70	89	48	61	84	38	40	68	20
Malta	82	95	64	65	88	48	38	61	26
Netherlands	84	97	68	41	88	22	45	62	35
Austria	71	94	48	49	79	24	28	48	16
Poland	53	74	31	48	80	21	26	52	15
Portugal	77	97	54	49	77	26	32	54	21
Romania	36	45	22	48	72	18	40	66	18
Slovenia	70	82	47	48	66	27	24	41	14
Slovakia	51	73	32	48	82	22	30	48	17
Finland	87	99	69	68	98	37	34	57	25
Sweden	88	93	77	69	88	42	39	57	23
United Kingdom	69	84	59	56	85	31	37	53	24
Norway	86	99	67	68	97	37	34	63	12
Former Yugoslav Republic of Macedonia	65	83	49	54	72	31	38	55	17
Turkey	77	87	51	64	78	38	41	59	22

Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_ac_j)



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

Líneas de actuación

- Llevar a cabo mejoras para mejorar la seguridad y permitir, tanto como sea posible, el acceso de visitantes con discapacidades físicas o sensoriales.
- Realizar análisis y, a la luz de estos, mejorar la señalización.
- Diseñar la redacción y los métodos de presentación desde una perspectiva ética para responder a la diversidad del público objetivo y sus interpretaciones del patrimonio.
- Introducir incentivos para grupos específicos (jóvenes, usuarios no frecuentes, etc.)
- Realizar campañas de sensibilización (prensa, prensa infantil, juegos / competiciones, etc.)
- Producir material multilingüe de presentación e interpretación.
- Diseñar métodos de presentación interactivos, divertidos y creativos.
- Introducir a los visitantes a las diferentes formas de percibir el patrimonio.
- Desarrollar experiencias de patrimonio combinando diferentes formas de expresión cultural (danza, música, habilidades tradicionales o nuevas, gastronomía, etc.) y apelando a diferentes aspectos de la naturaleza humana (sentidos, sentimientos, conocimiento)
- Producir programas audiovisuales.
- Fomentar el descubrimiento virtual y remoto del patrimonio utilizando las últimas tecnologías y redes sociales.
- Recopilar y mostrar las cuentas de patrimonio de los ciudadanos.
- Promover un enfoque interdisciplinario del patrimonio.

Proteger, restaurar y mejorar el patrimonio, haciendo un mayor uso de las nuevas tecnologías

Proteger, restaurar y mejorar el patrimonio significa tener que encontrar constantemente nuevas soluciones en un contexto cambiante, emprender investigación multidisciplinaria e interdisciplinaria, rastrear nuevos modelos y nuevos métodos y promover el uso racional de las nuevas tecnologías.

Líneas de actuación:

- Informar a los grupos interesados en el patrimonio, en cooperación con especialistas, sobre las nuevas tecnologías, incluyendo su potencial y sus límites.
- Realizar estudios de trabajo de restauración previa utilizando tecnologías no invasivas (digitalización, realidad aumentada, escáneres 3D, modelado, drones, LiDAR, etc.).
- Usar técnicas de exploración no invasivas para estudiar áreas inaccesibles o frágiles.
- Desarrollar representaciones del patrimonio mediante las nuevas tecnologías (modelado, impresión 3D).



Utilizar técnicas innovadoras para presentar el patrimonio cultural al público, mientras se preserva su integridad

Las técnicas y los enfoques innovadores deben utilizarse al máximo para mostrar las operaciones, pero deben usarse con prudencia para enfrentar el doble desafío de preservar la integridad del patrimonio cultural y hacerlo accesible a la mayor cantidad de personas.

Líneas de actuación

- Definir las condiciones óptimas de accesibilidad y encontrar soluciones para lograrla.
- Presentar un espacio u objeto que haya desaparecido, sea inaccesible, vulnerable o desconectado de su contexto.
- Reconstituir o crear artefactos.
- Organizar un tour de visitantes en un área sensorial.
- Involucrar a los interesados locales y residentes en el establecimiento de instalaciones innovadoras.



Conclusiones

El Año Europeo del Patrimonio Cultural en 2018 marcó un punto de inflexión para el creciente movimiento europeo por el patrimonio cultural, y también confirmó la posibilidad de utilizar el patrimonio cultural para promover una Europa más pacífica, próspera, inclusiva y sostenible.

La Unión Europea, al reconocer el impacto generalizado que tiene el cambio digital en los sectores culturales y creativos de Europa, debe considerar:

- La priorización continua del desarrollo de la audiencia y el fomento de las capacidades con el enfoque innovador dentro de los programas de financiación de la UE, en particular en la Europa creativa y en la financiación ofrecida a las instituciones y empresas creativas y culturales a través de otros programas y herramientas de financiación.
- Creación de directrices voluntarias a nivel europeo para recopilar y reutilizar datos sobre productos y contenidos culturales, programas, servicios digitales y audiencias.
- Aumentar la accesibilidad de las oportunidades relacionadas con modelos de financiación innovadores para los sectores culturales y creativos en la UE (por ejemplo, mediante la agrupación de diferentes fuentes de información).

PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y ACCESIBILIDAD EN ITALIA

Introducción

La disponibilidad y accesibilidad del patrimonio cultural es un factor importante para enriquecer la personalidad y aumentar el conocimiento. El Informe de Conocimientos ISTAT 2018 establece que menos del 30% de los adultos italianos han visitado al menos una vez un sitio de interés histórico y cultural durante el año. Esta información es extremadamente interesante, ya que en Italia hay aproximadamente el 75% del patrimonio artístico existente en el mundo que, en particular, incluye casi 5,000 museos, monumentos y sitios arqueológicos.

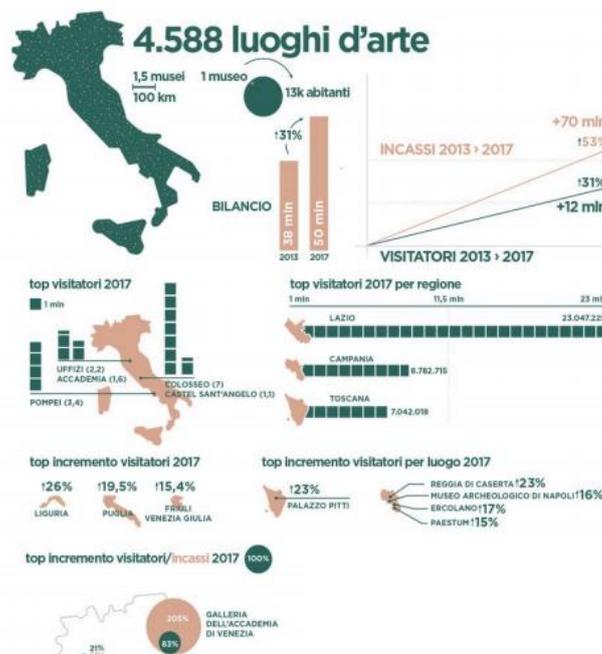


Figura 1: Fuente: Revista Artribune - 2018. Museos de Italia en 2017.

In 2017 cultural tourism has represented 51.7 percent of arrivals, 52.3 of overnight stays and 59.6 of spending. The destination most chosen for this type of vacation remains the city of Rome, that on average receives over a fifth of the flow of tourists who visits Italy each year for a cultural holiday. The attractiveness of Florence has also grown recently, which represents over one tenth of overnight stays; the entire area of the Center continues to receive almost half of the flows.

En 2017, el turismo cultural ha representado el 51.7% por ciento de las llegadas, el 52.3 de las pernoctaciones y el 59.6 del gasto. El destino más elegido para este tipo de vacaciones sigue siendo la ciudad de Roma, que en promedio recibe más de una quinta parte del flujo de turistas que visitan Italia cada año para unas vacaciones culturales. El atractivo de Florencia también ha aumentado recientemente, lo que representa más de una décima parte de las pernoctaciones; Toda la zona del Centro continúa recibiendo casi la mitad de los flujos.

El noroeste y el sur de Italia, aunque están creciendo (especialmente en grandes ciudades como Milán, Turín y Palermo), todavía representan las áreas con la menor proporción de flujos para vacaciones culturales.

La distribución territorial del gasto para el turismo cultural se ve afectada de manera crucial por la ubicación de las principales ciudades culturales. Durante 2016-17, las tres primeras provincias (Roma, Florencia y Venecia) concentraron más de la mitad de las pernoctaciones y más del 60% del gasto.

North West and Southern Italy, albeit growing (especially in large cities like Milan, Turin and Palermo), still represent the areas with the lowest share of flows for cultural holidays.¹

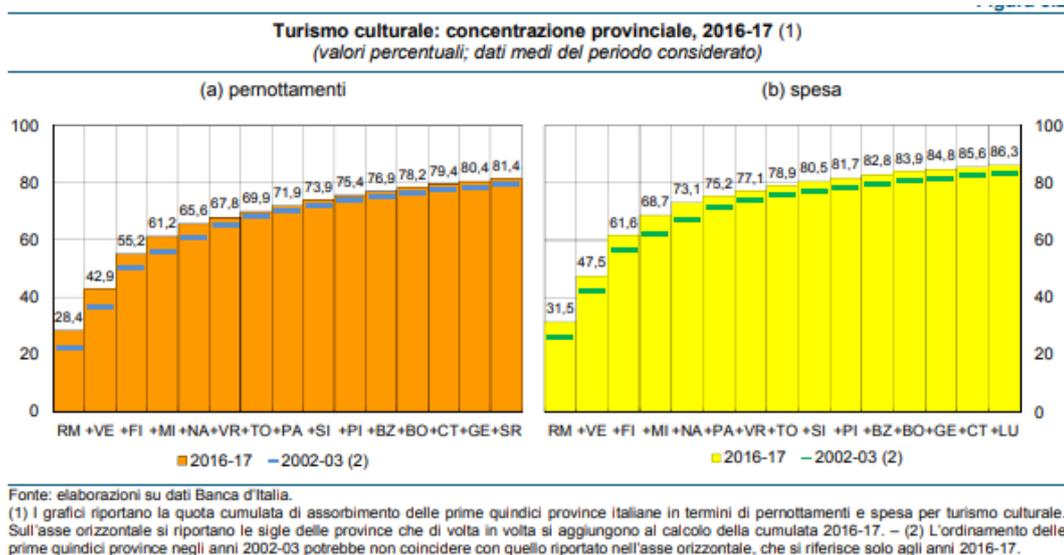


Figura 2: Fuente Banca d'Italia. Los gráficos muestran la tasa de absorción acumulada de las primeras 15 provincias italianas en términos de pernoctaciones y gastos para el turismo cultural.

¹Rapporto Turismo finale 2018. Banca d'Italia



Desarrollo

Fondo de turismo accesible

En lo que respecta a la demanda de turismo accesible en Italia, el estudio principal y más profundo se remonta a 1999: Proyecto STARe Studio sobre la aplicación de turismo accesible en Italia, por ENEA e ITER. Este estudio todavía se utiliza en las publicaciones más recientes, como en *Accessible is Better*: primer libro blanco sobre el turismo para todos en Italia 2013.

Este estudio tuvo en cuenta la mayor cantidad de datos posible de fuentes oficiales nacionales e internacionales, y adquirió datos diferentes según los diferentes temas.

En particular, se han realizado esfuerzos para trabajar en una definición más amplia de la demanda de turismo accesible.

De hecho, no solo se han tenido en cuenta a las personas con discapacidad, sino también todos aquellos que subjetivamente sintieron que tenían problemas de accesibilidad. También se realizó una encuesta por muestreo sobre la población italiana para obtener aspectos tanto cuantitativos como cualitativos de la demanda de turismo accesible.

La investigación llevó a destacar que una estimación confiable del porcentaje de turistas en la población italiana fue de 54.6% con un gasto promedio per cápita entre 103 y 114 mil liras por día. De los aproximadamente 31 millones y 200 mil personas que viajan en Italia (lo que corresponde al 54,6% citado anteriormente), se estimó que la demanda de turismo accesible se compone de:

- 889,330 personas que expresan necesidades especiales (alrededor del 3% de los turistas italianos).
- 2.140.785 personas mayores (mayores de 64 años), que representan el 7% de la población italiana.
- 488,599 italianos que han declarado no viajar pero que viajarían si las condiciones de accesibilidad mejoraran.

El Observatorio TTG Italia en 2010 realizó una investigación con 600 operadores turísticos extranjeros para comprender cómo se consideraba a Italia desde el punto de vista de la accesibilidad. Resulta que en el 77% de los casos se considera un destino accesible, pero al mismo tiempo se resaltan algunas brechas, de hecho, por ejemplo, en el caso de las estaciones de tren, el porcentaje de accesibilidad se reduce al 54%, para hoteles al 46% y para restaurantes al 38%; Los aeropuertos, museos y puertos se encuentran entre los mejores en términos de accesibilidad; Los centros comerciales y los refugios de montaña son los peores. También debería mejorar la actitud del personal y la atención médica, en particular aquellos casos de insuficiencia renal, diabetes y enfermedades oncológicas.



Otra investigación importante fue llevada a cabo por Deloitte Touche (una compañía de servicios de consultoría y auditoría, la primera en el mundo en términos de ingresos y número de profesionales, con sede registrada en Nueva York). Según su estudio "Turismo para todos en Europa" (con fecha de 1993), el 70% de las personas con discapacidad en Europa (89,3 millones) tienen la posibilidad económica y física de viajar; también se calculó un efecto multiplicador mínimo de 0.5 y máximo de 2 para tener en cuenta que muchos turistas viajan acompañados, lo que significa que cada persona con necesidades especiales de accesibilidad viaja con al menos una persona a la vez y como máximo 4. Con base en estos datos el alcance para el mercado de

Turismo Accesible varía de 134 millones a 267,9 millones de personas; También se planteó la hipótesis de que, considerando un costo promedio de 620 euros, el valor de mercado oscila entre 83 mil millones y 166 mil millones de euros.

El Parlamento y el Consejo de la UE nombraron al 2018 como el "Año europeo del patrimonio cultural"². Es un momento de gran importancia que se deriva de un largo camino de paz evocado por el aniversario de los cien años transcurridos desde el fin del primer conflicto mundial (1918-2018). El objetivo de la iniciativa es celebrar la diversidad humana, el diálogo intercultural y la cohesión social para lograr una unidad cada vez mayor del continente europeo, que se expresa a través de la riqueza del patrimonio cultural de la comunidad.

Al mismo tiempo, este evento también tuvo como objetivo sensibilizar a los ciudadanos de la Unión Europea sobre la importancia de la historia y los valores compartidos, para fortalecer el sentido de identidad común y llamar la atención sobre el enorme valor del patrimonio cultural y las innumerables oportunidades que ofrece a todos sus ciudadanos y a las generaciones futuras.

Desde 2008 y de acuerdo con estos principios fundadores de la Unión, Italia ha tenido la intención de abordar el tema de la mejora del patrimonio cultural y el Ministerio de Patrimonio y Actividades Culturales estableció una Comisión Ministerial para definir las pautas para superar las barreras arquitectónicas en bienes de interés cultural. .

Para integrar los contenidos de estas Directrices, la Dirección General de Museos ha creado un Grupo de Trabajo para la formulación de medidas relativas a la supresión de barreras culturales, cognitivas y sensoriales en los lugares culturales bajo la responsabilidad del Ministerio de Patrimonio Cultural y Actividades (Decreto Ejecutivo de 27 de junio de 2017).

Las Directrices, publicadas en julio de 2018, están dirigidas a los directores de espacios culturales y museos para que el Plan para la eliminación de barreras arquitectónicas (PEBA) sea una herramienta útil y funcional en la planificación, el diseño y la implementación de las condiciones de accesibilidad para los diferentes tipos de usuarios (como: turistas, investigadores, académicos o simplemente quienes aman la belleza).

² Decisión (UE) 2017/864 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 maggio 2017.



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

El documento proporciona indicaciones, no solo, para las acciones que deben tomarse "dentro" del espacio del museo, sino también "fuera"; Por esta razón, es esencial crear sinergias con las administraciones municipales y los organismos competentes en las áreas donde se ubican los estos espacios, así como con las propias comunidades locales.

En los últimos años, MiBACT ha logrado una gran cantidad de proyectos; Estos apuntaron en primer lugar a la eliminación de barreras arquitectónicas y esto también incluye a las barreras de percepción sensorial. Posteriormente, en la era de la "sociedad tecno-líquida y digital", pretendían realizar esquemas piloto para una "Accesibilidad Universal" .A.D. Arte Project también se lanzó, con el propósito de eliminar las barreras derivadas de la falta de información, mediante la creación de un programa en línea, que actualmente está disponible en el sitio web institucional de la Dirección General de Museos. El programa tiene como objetivo proporcionar información preventiva sobre el nivel real de accesibilidad de los sitios culturales públicos a los "usuarios" del patrimonio cultural, a fin de satisfacer las necesidades y expectativas de todos. Ha definido qué información proporcionar a los usuarios con necesidades especiales y, a través de la capacitación para operadores de museos y áreas arqueológicas, ha hecho posible el uso de un método unívoco de recopilación de datos sobre las condiciones de accesibilidad. La información recopilada está disponible en el portal del proyecto yendo al lugar de interés directamente desde el sitio web institucional ministerial.

Todos los indicadores adoptados son los mismos para cada lugar cultural, independientemente de la tipología, tamaño y características del sitio. Actualmente, A.D. Arte señala 74 sitios culturales accesibles en todo el territorio. La creación de un administrador de accesibilidad para los sitios del patrimonio cultural, elegido entre el personal de la Administración y capacitado específicamente a través de un curso de aprendizaje online (disponible en el sitio web institucional), pone de manifiesto el interés de la Administración de satisfacer sistemáticamente las necesidades de las personas con discapacidad como público del patrimonio cultural.³

Museos italianos

A partir de 2014, se siguieron una serie de medidas legislativas para cambiar la estructura de gestión de los museos, otorgando mayores márgenes de autonomía a los administradores y otorgándoles la responsabilidad correspondiente sobre los resultados obtenidos. Estas medidas se enmarcan en un proceso de reorganización administrativa general que ha afectado a las estructuras ministeriales a cargo de la conservación y la mejora del patrimonio artístico y cultural.

A principios de 2018 se inició un proceso de construcción del sistema de museos nacionales; está compuesto por todos los museos y lugares de cultura, públicos y privados, presentes en el

³<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2018/06/Il-patrimonio-culturale-per-tutti.-Fruibilita%CC%80-riconoscibilita%CC%80-accessibilita%CC%80.-Quaderni-della-valORIZZAZIONE-NS-4.pdf>

territorio nacional. Esta entidad creó un sistema de acreditación al que pueden acceder todos los museos que respetan ciertos niveles de calidad, establecidos por decreto ministerial. Estos niveles se articulan en torno a tres ejes principales: elementos organizativos y estructurales, gestión y cuidado de las colecciones, relaciones con el público y con el territorio. El proceso de reforma también ha incluido la accesibilidad.

En 2018, la Banca d'Italia realizó un estudio sobre la gestión y la mejora del patrimonio artístico y cultural con una muestra de 40 museos; la muestra está compuesta por 20 museos cubiertos por la primera fase de la reforma y 10 museos que no tienen ninguna autonomía especial, identificados mediante procedimientos de selección estadística como grupo de control. Para lograr una evaluación comparativa adicional del desempeño de los museos autónomos, también se incluyó en la muestra un grupo de 10 museos que han adquirido autonomía en la segunda fase de la reforma. Según este estudio, en el sector de accesibilidad, los museos autónomos, en comparación con el grupo de control, han realizado un mayor número de intervenciones para reorganizar el calendario de visitas (horarios y / o días de apertura) y para introducir nuevas formas de comprar entradas o servicios auxiliares (principalmente a través de la web); También han intervenido en la organización del trabajo mediante la inclusión de personal externo. En cambio, los museos del grupo de control han mostrado acciones relativamente más frecuentes para mejorar el acceso directo a las instalaciones, por ejemplo, creando itinerarios para visitantes con discapacidades.

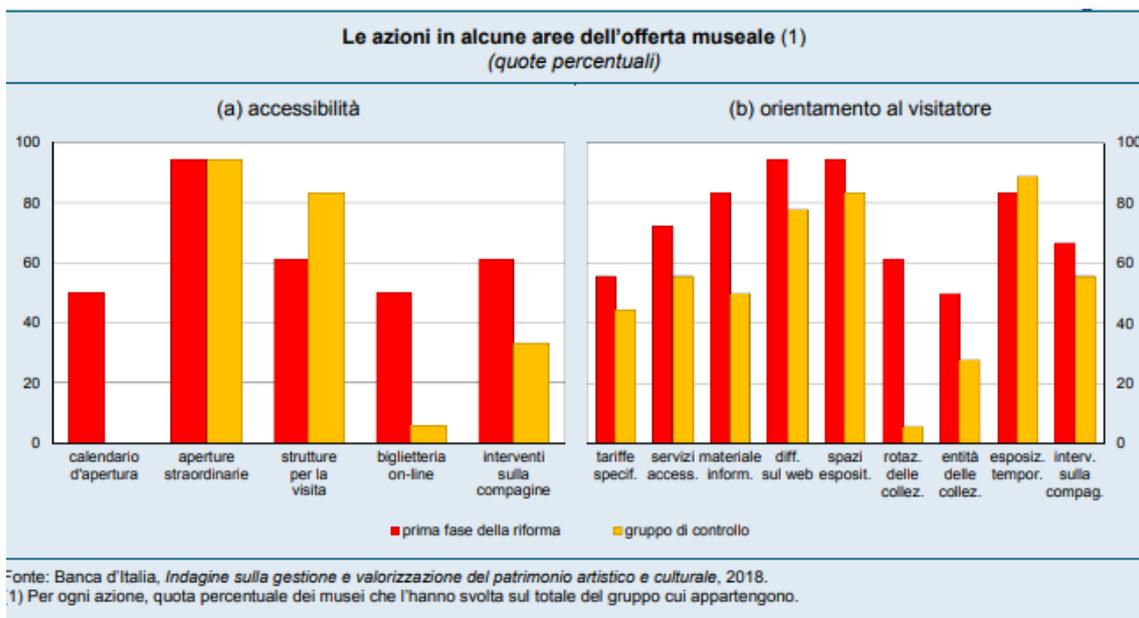


Figure1 Source: Banca d'Italia, Indagine sulla gestione e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, 2018. For each action, percentage museums that have carried it out on the total of the group to which they belong.



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

Figura 3 Fuente: Banca d'Italia, Encuesta sobre la gestión y mejora del patrimonio artístico y cultural, 2018. Por cada acción, porcentaje de museos que se han llevado a cabo sobre el total al que pertenecen.

Marco legal

En 2009 se estableció en el Ministerio de Patrimonio Cultural y Actividades y Turismo de una Dirección General especial, que ha prestado gran atención.

En 2009 nació la Comisión para la promoción y el apoyo del turismo accesible. Está compuesto por 17 miembros destacados del panorama turístico italiano accesible; Sus objetivos se enumeran en su escritura de constitución:

"La comisión" para la promoción y el apoyo del Turismo Accesible "surge de la necesidad de poner a cada persona con sus necesidades en el centro del sistema turístico. El turismo accesible es la máxima expresión de este objetivo de la civilización y también representa una atracción indudable (moderna y actual) para recuperar la imagen del turismo italiano en el mundo. La accesibilidad, es decir, la ausencia de barreras arquitectónicas, culturales y sensoriales, es la condición indispensable para permitir el uso del patrimonio turístico italiano. La accesibilidad debe extenderse al sistema de transporte general, tanto de media distancia por carretera, ferroviario o aéreo y de transporte local. Cuando hablamos de un destino turístico, por lo tanto, nos referimos al sistema de turismo local, es decir, a todos los servicios la oferta: catering, baño, cultura, comida y vino, etc. pero también a la accesibilidad urbana y la disponibilidad de información en diferentes formatos (por ejemplo, táctil, braille, etc.).

Desde el punto de vista de la empresa de turismo, para lograr estos objetivos es ciertamente útil y correcto echar un vistazo a la principal legislación italiana sobre el tema de accesibilidad y barreras arquitectónicas; Las leyes de referencia son la **D.M de 14 de junio de 1989, n. 23625 art. 2 que da una definición de accesibilidad y el Decreto del Presidente de la República de 24 de julio de 1996, n. 503 "Regulaciones que contienen reglas para la eliminación de barreras arquitectónicas en edificios, espacios públicos y servicios"**.

Muy importante también es la **Ley 4/04 de Stanca** que en el Artículo 1 aclara de inmediato cuáles son sus objetivos y propósitos, en particular en el párrafo 1 dice que **"1. La República reconoce y protege el derecho de toda persona a acceder a todas las fuentes de información y servicios relacionados, incluidos los que se articulan a través de herramientas informáticas y telemáticas.** En el párrafo 2, la ley mencionada dice "... de conformidad con el principio de igualdad de conformidad con el artículo 3 de la Constitución".

Dentro de la misma Ley 4/04 en el Artículo 2 "": accesibilidad" y "Tecnologías de asistencia" funcionales al tratamiento se definen:

a) «accesibilidad»: la capacidad de los sistemas informáticos, en las formas y límites permitidos por el conocimiento tecnológico, para proporcionar servicios y proporcionar información utilizable, sin discriminación, incluso para aquellos que debido a una discapacidad necesitan tecnologías de asistencia o configuraciones particulares;

b) «tecnología de asistencia»: las herramientas y las soluciones técnicas, hardware y software, que permiten a la persona con discapacidad, superar o reducir las condiciones desfavorecidas, acceder a la información y los servicios proporcionados por los sistemas de TI "

Ejemplos de buenas prácticas italianas.

Italy

The Travel & Tourism Competitiveness Index

	Rank (out of 141)	Score (1-7)
Travel & Tourism Competitiveness Index	8	4.98
Enabling Environment	55	5.02
Business Environment	127	3.59
Safety and Security	48	5.68
Health and Hygiene	20	6.27
Human Resources and Labour Market	75	4.45
ICT Readiness	35	5.14
T&T Policy and Enabling Conditions	71	4.14
Prioritization of Travel & Tourism	65	4.62
International Openness	24	4.09
Price Competitiveness	133	3.49
Environmental Sustainability	47	4.34
Infrastructure	13	5.19
Air Transport Infrastructure	26	4.26
Ground and Port Infrastructure	32	4.65
Tourist Service Infrastructure	3	6.66
Natural and Cultural Resources	5	5.55
Natural Resources	13	4.60
Cultural Resources and Business Travel	3	6.51



Fonte: World Economic Forum - "Travel & Tourism Competitiveness Report 2015"

Según las fuentes de ISTAT, solo en Italia hay alrededor de 1,100,000 personas con discapacidades físicas, de las cuales 60,000 son usuarias de silla de ruedas. Dada la consistencia de los números, es importante que las estructuras que atienden a este tipo de turistas creen una oferta que sea capaz de responder a sus necesidades, en particular, es necesaria para garantizar espacios más grandes equipados con todo el equipamiento básico para permitir caminar incluso en sillas de ruedas, proporcionar una comunicación de



información cada vez más rápida y detallada y garantizar la presencia de dispositivos que garanticen la seguridad de los invitados.

Los objetivos declarados y perseguidos por la **Comisión para la promoción y el apoyo del turismo accesible** se fusionaron en 2014 en la Dirección General de Museos, cuyos objetivos institucionales son fomentar el desarrollo de la cultura, presentándose como un tema activo en el proceso de creación de servicios, en la capacidad de aumentar el uso del patrimonio para todos los ciudadanos, en la posibilidad de mejorar los circuitos de lealtad, al proponer actividades y herramientas adecuadas para lograr la satisfacción del usuario.

Sobre la base de las "Directrices para superar las barreras arquitectónicas en lugares de interés cultural", preparadas por la "Comisión para el análisis de los problemas relacionados con la discapacidad en el sector específico de los bienes y actividades culturales", establecida mediante un Decreto Ministerial el 26 de febrero, 2007 y adoptado con el Decreto Ministerial el 28 de marzo de 2008, la actividad de la Dirección General tiene como objetivo identificar y probar soluciones operativas para garantizar las necesidades de los usuarios potenciales, al tiempo que salvaguarda los valores de protección y conservación de los lugares utilizados. En este contexto, con respecto al acceso físico, perceptivo de los sentidos, cognitivo y digital, en apoyo de algunas actividades promovidas por las Superintendencias del Estado, la Dirección General tenía la intención de participar en la financiación y coordinación de iniciativas importantes, que resultaron ser piloto. proyectos en materia de accesibilidad. Entre ellos, el proyecto "Un ascensor para Miguel Ángel" es de gran importancia, llevado a cabo por la Superintendencia de Patrimonio Arquitectónico, Paisajístico, Histórico, Artístico y Etnoantropológico para las Provincias de Florencia, Pistoia y Prato, que ha abordado el tema de superar las barreras arquitectónicas en el complejo de las Capillas de los Medici en Florencia. El santuario de la familia Medici fue concebido en la basílica de San Lorenzo para albergar los restos mortales de los miembros de la rama Gran Ducal, que fueron enterrados aquí, primero en la Antigua Sacristía, ejecutada por Brunelleschi, luego en la de Nuova ejecutada por Miguel Ángel y luego en la Capilla de Principi, diseñada por Cosimo I y realizada, a partir de 1604, por Ferdinando I.

El Museo de las Capillas de los Medici está, en el circuito de los museos florentinos en tercer lugar por número de visitantes, registrando más de trescientas mil presencias anuales.

El complejo monumental, debido a sus características estructurales intrínsecas, no era accesible para personas con discapacidades motoras. Por lo tanto, era necesario proceder a una planificación cuidadosa en el sitio, llegando, a través de intervenciones importantes, a la realización de un ascensor que hoy conduce al nivel de la Capilla de los Príncipes. Desde ese piso, a través de una plataforma elevadora, hay un fácil acceso al nivel de la Nueva Sacristía, permitiendo un acceso universal. Como parte de los objetivos inherentes al propósito de "facilitar la visita", así como "mejorar la accesibilidad interna de los lugares culturales", se ha realizado el "Proyecto de Accesibilidad en la necrópolis etrusca de Tarquinia" - sitio de la



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

UNESCO - realizado en solicitud y de acuerdo con la Superintendencia para el patrimonio arqueológico del sur de Etruria, con el objetivo de permitir el uso extendido de la famosa zona arqueológica, a través de la realización de un camino más fácil.

Como se sabe, es una característica de las tumbas etruscas la dificultad de acceder a la cámara funeraria conectada al exterior por pasillos estrechos y empinados (dromoi), que de hecho hacen que estos monumentos sean completamente inaccesibles para personas con movilidad reducida. La actividad involucró una intervención dirigida a la accesibilidad de la Tumba de la Pulcella, uno de los testimonios más significativos de la necrópolis, que data de la segunda mitad del siglo quinto. a.C., a través de un circuito facilitado y una estación multisensorial con un panel de atril que ofrece información sobre el monumento, ayudas para sordos con traducción en el idioma italiano de signos (LIS) y soporte de audio para ciegos.

Para las personas con discapacidad visual, también se ha preparado un camino que se complementa con señalización de orientación adecuada colocada en el pasamanos, construido a ambos lados del camino como elemento de apoyo, pero también como un medio para comunicar información, con textos breves en Braille indicando la ubicación y ruta a seguir.

La institución de la persona responsable de los problemas de accesibilidad en los sitios culturales estatales, como lo exige la circular 80/2016 de la Dirección General de Museos, confirma el compromiso de la Administración con este objetivo, también reiterado en el Plan Estratégico de Turismo (PST) 2017-2022 .

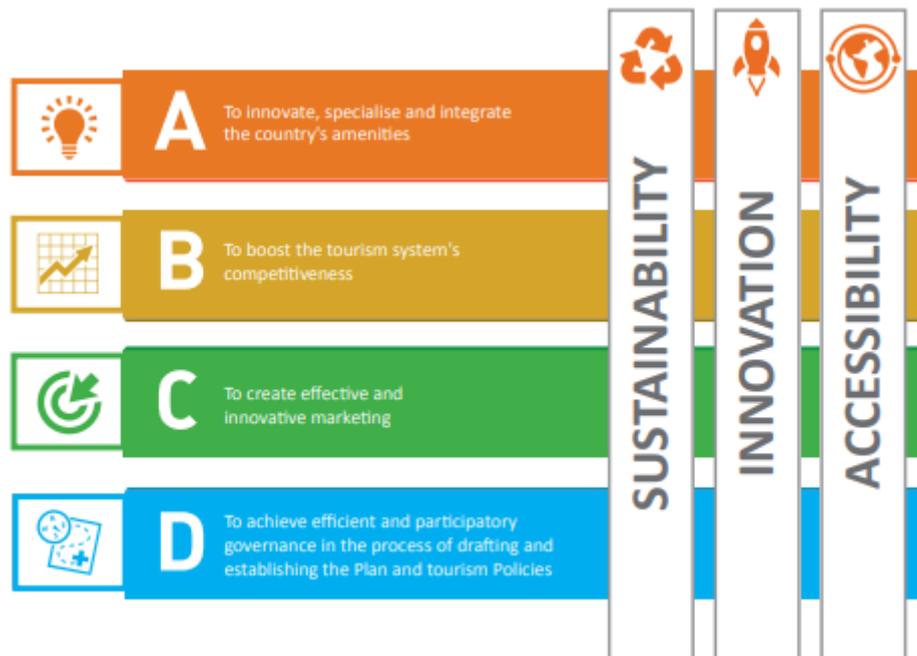


Figura2 Fuente PST 2017-2022

Uno de los principios transversales utilizados para la implantación del PST 2017-2022 es la accesibilidad / permeabilidad física y cultural. De hecho, SPT promueve: "estrategias, intervenciones y acciones que deben contribuir a fortalecer sistemáticamente la accesibilidad física y cultural de los lugares y territorios abiertos al desarrollo turístico.

Este término tiene diferentes significados, que se refieren a la accesibilidad al uso turístico para todas las personas sin distinción de edad o salud; accesibilidad de lugares y territorios a través de sistemas de movilidad sostenible; La posibilidad dada a los visitantes de comprender e interpretar la historia, la complejidad y la variedad del patrimonio visitado (permeabilidad cultural) 4.

One of the transversal principles used for the implementation of the PST 2017-2022 is the physical and cultural accessibility / permeability. In fact SPT promotes: "strategies, interventions and actions that must contribute to systematically strengthening the physical and cultural accessibility of places and territories open to tourist development.

This term has different meanings, which concerns the accessibility to tourist use for all people without age or health distinction; accessibility of places and territories through sustainable

⁴The Strategic Plan for Development of Tourism PST 2017-2022- Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo



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

mobility systems; the possibility given to visitors to understand and interpret the history, complexity and variety of the heritage visited (cultural permeability).

Otros ejemplos importantes de turismo accesible

Italia VR - Virtual Reality es la primera aplicación desarrollada por ENIT – National Tourist Board que permite descubrir las bellezas italianas desde un punto de vista único.

En esta aplicación es posible encontrar arte, historia, territorio, cultura, comida y vino, y un poco de *dolce vita*, y tendrás la oportunidad de vivir experiencias auténticas, donde sea que estés.

Italia Virtual Reality es un proyecto de ENIT – National Tourist Board para una promoción innovadora del país, centrada en el gran patrimonio de la UNESCO de Italia.

La aplicación ofrece 3 experiencias inmersivas, pero se actualizará continuamente con nuevos contenidos y se notificará mediante notificaciones push.

Suede elegir entre dos modos de visualización: 360 ° o VR (la VR requiere el uso de un visor de realidad virtual conectado a teléfono inteligente). Se instala la aplicación, se elige un tema y luego se selecciona una experiencia para vivir.

En 2013, la Dirección General de Turismo, luego el Sector de Turismo del Ministerio de Patrimonio Cultural y Actividades y Turismo (DPCM 21.10.2013), abrió un llamamiento para premiar a los operadores, públicos o privados, que se habían distinguido en la realización de experiencias o iniciativas de excelencia destinadas a facilitar la accesibilidad a servicios turísticos para personas con necesidades especiales.

El premio fue otorgado al "Palazzo Massimo en Lingua dei Segni" (Palazzo Massimo en lenguaje de señas), de la Superintendencia Especial para el Patrimonio Arqueológico de Roma, con el proyecto realizado junto con la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Roma Tre y el Instituto Estatal para Sordos de Roma: **una aplicación gratuita para visitantes sordos que garantiza una visita guiada del museo en el LIS (lenguaje de señas italiano) y en el ASL (lenguaje de señas americano).**

Algunas experiencias promovidas por el Ministerio de Patrimonio y Actividades Culturales de Turismo.

Archivo digital: el sistema de archivos nacionales proporciona a los usuarios el archivo digital, una herramienta que le permite buscar y ver archivos completos o documentos individuales escaneados como imágenes, textos, videos y archivos de audio.

El portal de la canción italiana: es una plataforma que permite escuchar online unos audios que caracterizan a más de un siglo de canciones italianas y nació con el objetivo de difundir esta importante herencia cultural del país.



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

Aplicaciones: Mibact ha estado activo durante mucho tiempo en el diseño de aplicaciones dedicadas al patrimonio cultural italiano. En el sitio web institucional hay un resumen de las aplicaciones disponibles, útiles para la realización del patrimonio del museo, para actividades de lucha contra los delitos contra el patrimonio cultural, para la consulta en línea de los catálogos de la biblioteca y para la gestión de cualquier emergencia en caso de que ocurra un desastre en un archivo.

Desde 2015, el Ministerio de Patrimonio Cultural ha lanzado el proyecto **MuD** - Museo Digital con el objetivo de innovar la promoción y el uso de los museos italianos, comparando ideas y proyectos capaces de mejorar el patrimonio cultural a nivel nacional e internacional.

MuD también tiene como objetivo establecer una red orgánica de museos en todo el territorio nacional.



Conclusiones

Italia es extremadamente sensible a la accesibilidad en el sector turístico, de hecho, recientemente se han desarrollado muchas iniciativas para garantizar la accesibilidad y la inclusión cultural.

El Plan Estratégico 2017-2020 adoptado por el Ministerio de Patrimonio y Turismo de Italia tiene la intención de promover una nueva forma de disfrutar el turismo en el patrimonio de nuestro país, basado en la renovación y expansión de la oferta turística de destinos estratégicos y en la mejora de nuevos destinos y nuevos productos, para aumentar el bienestar económico, social y sostenible y así revitalizar el liderazgo de Italia en el mercado turístico internacional sobre una nueva base. Para alcanzar estos objetivos, el Plan actúa sobre palancas fundamentales como la innovación tecnológica y organizativa, la capacidad de adaptarse a las transformaciones del mercado y la mejora del patrimonio territorial y cultural.

Sin embargo, las instituciones de museos italianos tienen un amplio margen de mejora: solo el 37.5% de las infraestructuras tienen instalaciones y asistencia para personas discapacitadas, y solo el 41.1% tiene estacionamiento. Una proporción sustancial (37%) de los sitios no se pueden visitar de forma regular, sino que abren en temporada alta o solo para eventos específicos. El 15% de los museos mantuvieron cerrados algunos espacios de exhibición públicos durante al menos tres meses, debido a necesidades relacionadas con la restauración o la realización de nuevas producciones, pero a menudo también debido a la falta de disponibilidad o falta de personal de vigilancia. Poco más de la mitad de los sitios realizaron aperturas nocturnas, incluso ocasionalmente.

El uso de la tecnología para facilitar la visita aún es limitado, aunque está mejorando. El 57.4% de los museos tienen un sitio web y el 40.5% una cuenta de redes sociales; en algunos casos, sin embargo, hay un catálogo disponible online (13.4%) o se puede realizar una visita virtual (12.5%). No está muy extendida la posibilidad.⁵

El Observatorio para la Innovación Digital en Patrimonio Cultural y Actividades del Politecnico di Milano destaca en una creciente conciencia de la importancia de la planificación digital para la gestión del museo y todos los cambios implementados por los museos para ampliar la oferta en la web.⁶

⁵From Rapporto Turismo finale 2018. Banca d'Italia

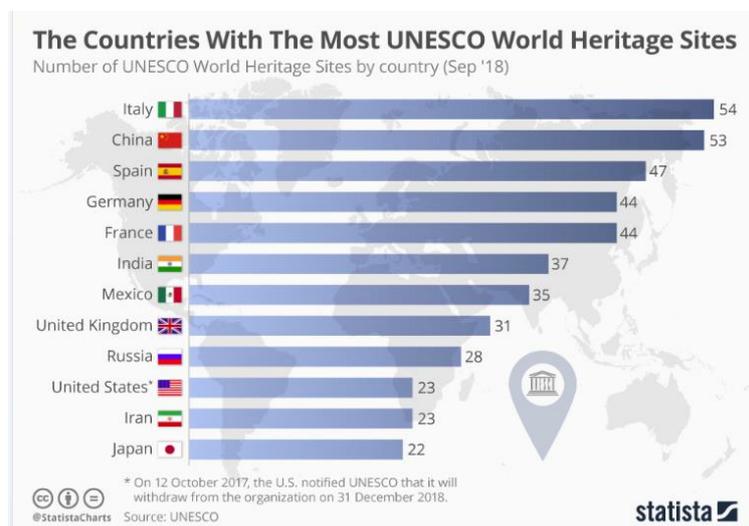
⁶Innovazione Digitale nei Beni e Attività culturali, Beni e attività culturali: la roadmap per l'innovazione digitale Ricerca 2017-2018

PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL EN ESPAÑA

Introducción

España se caracteriza por un patrimonio cultural rico y heterogéneo. Como resultado, este mosaico de culturas encuentra su expresión en diversas formas artísticas: desde la literatura hasta la pintura, desde la música hasta la arquitectura, desde el teatro hasta las artes suntuarias. La cultura española es extremadamente rica y hoy en día se mejora aún más. Por ejemplo, el teatro español está a punto de convertirse en un punto de referencia en Europa, gracias a muchos eventos y festivales. Además, las universidades españolas están jugando un papel importante en la promoción de la cultura nacional.

El patrimonio cultural de España no tiene precio por su historia, tradición, diversidad y riqueza. De hecho, España es el tercer país que reúne más monumentos incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO: 47 sitios, incluidas ciudades, monumentos, sitios naturales y productos culturales, de los cuales 41 son culturales, 4 son naturales y 2 son mixtos⁷.



8

⁷ Data from the UNESCO website <https://whc.unesco.org/en/statesparties/es>

⁸Data from the STATISTA website <https://www.statista.com/chart/15643/the-number-of-unesco-world-heritage-sites-by-country/>



En España, también hay 13 activos del patrimonio inmaterial, incluido el flamenco, la dieta mediterránea, los castillos humanos y el Festival de los Patios de Córdoba. España se caracteriza por una red compleja y amplia de entidades, tanto públicas como privadas, que contribuyen a gestionar el patrimonio cultural, así como a apoyar su conservación e investigación a nivel local, regional y nacional.

Al pensar en España y su organización gubernamental, es imposible no tener en cuenta su complejidad debido a la fragmentación de las responsabilidades políticas relacionadas con los gobiernos regionales autonómicos.

A nivel nacional, el Ministerio de Cultura es responsable del Patrimonio Cultural Nacional y tiene dos Subdirecciones comprometidas con la conservación del patrimonio cultural: la Subdirección General de Protección Histórica, responsable de la aplicación del Reglamento sobre protección del Patrimonio Histórico y una Subdirección General del Patrimonio Cultural en España, responsables de la creación de estrategias de conservación. A nivel regional, debido a su complejidad y fragmentación, muchos Institutos del Patrimonio, algunos de los cuales son entidades autónomas, como fundaciones privadas, museos, iglesias u otros organismos, gestionan el patrimonio cultural. Las Comunidades Autónomas en España tienen un control total sobre el patrimonio cultural, artístico, monumental y científico, museos y bibliotecas y tienen su propia legislación sobre protección del patrimonio cultural.

El manejo y la conservación requieren fondos de entidades nacionales y regionales, como Ministerios Nacionales, Gobiernos Regionales, Institutos de Patrimonio nacionales y regionales, ciudades y entidades privadas (iglesias, bancos, fundaciones). Mientras que en el pasado España había priorizado la financiación de programas de investigación del patrimonio cultural a través del Ministerio de Ciencia, hoy en día no existe un programa nacional para la investigación del patrimonio cultural. Sin embargo, se ha estimado que el presupuesto total gastado por el sector público en España para la protección del patrimonio cultural es de alrededor de 1.526,01 millones de euros, además del presupuesto gastado por organismos privados (221,17 millones de euros). Gracias a los proyectos europeos, han surgido muchas iniciativas para la conservación, promoción y difusión del patrimonio cultural. La parte de los Fondos Estructurales invertidos en cultura, durante el período 2007/2013, corresponde a 346.605.430 € y el monto del patrimonio cultural es de 270.919.833 €, lo que representa el 78,16% de los fondos para cultura y el 0,78% del total de los Fondos Estructurales de España⁹.

⁹*Culture and the Structural Funds in Spain*, EENC, European Expert Network on Culture, Jordi Pascual, June 2012 <https://www.interarts.net/descargas/interarts2553.pdf>



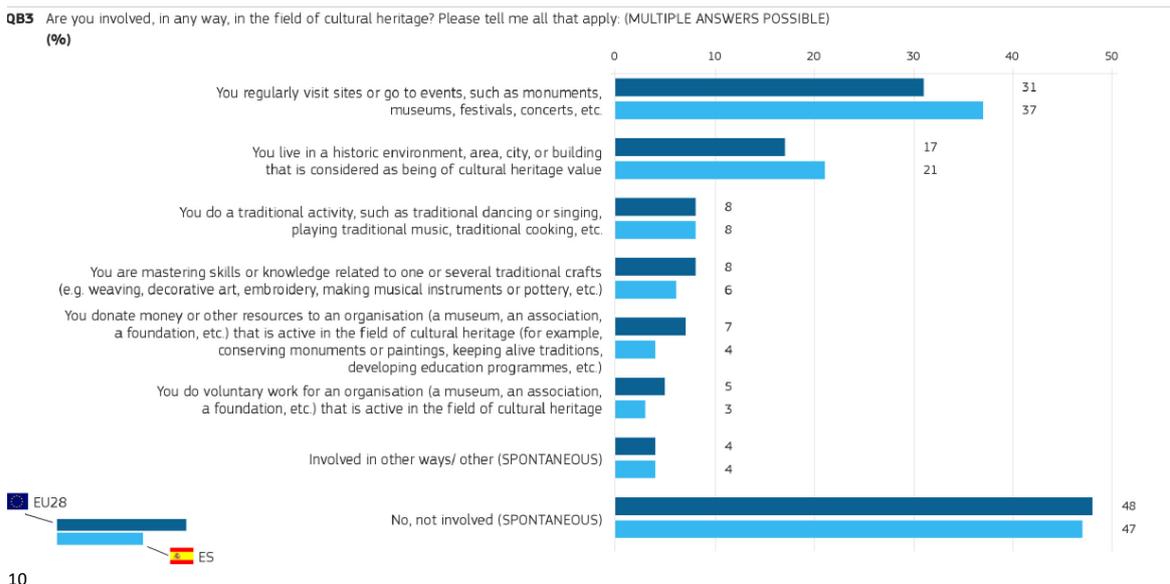
Desarrollo

Patrimonio Cultural y Programas de Promoción en España

El patrimonio cultural representa la historia y la identidad de un país, así como un puente entre el pasado y el futuro. Mantiene el legado de un país y hace a una comunidad responsable de su conservación y promoción. El patrimonio cultural debe ser respetado, protegido y promovido y, para lograr estos propósitos, una comunidad necesita aprender cómo protegerlo y cómo administrarlo. La gestión del patrimonio cultural requiere no solo tomar decisiones para su conservación y restauración, sino también administrar los recursos, por lo que debe ser enfrentado como un negocio real y requiere una planificación de recursos, costes y beneficios.

La relevancia del patrimonio cultural está estrechamente vinculada al papel desempeñado por los ciudadanos, en términos de comprensión y participación en actividades e iniciativas relacionadas con el patrimonio.

Con respecto a esto, con motivo del Año Europeo del Patrimonio Cultural (2018), Europa ha publicado un "Eurobarómetro especial sobre los europeos y el patrimonio cultural", una encuesta que evalúa las actitudes y opiniones de las personas en la UE sobre el patrimonio cultural. Según esta investigación, es interesante observar el grado de participación en el campo del patrimonio cultural:

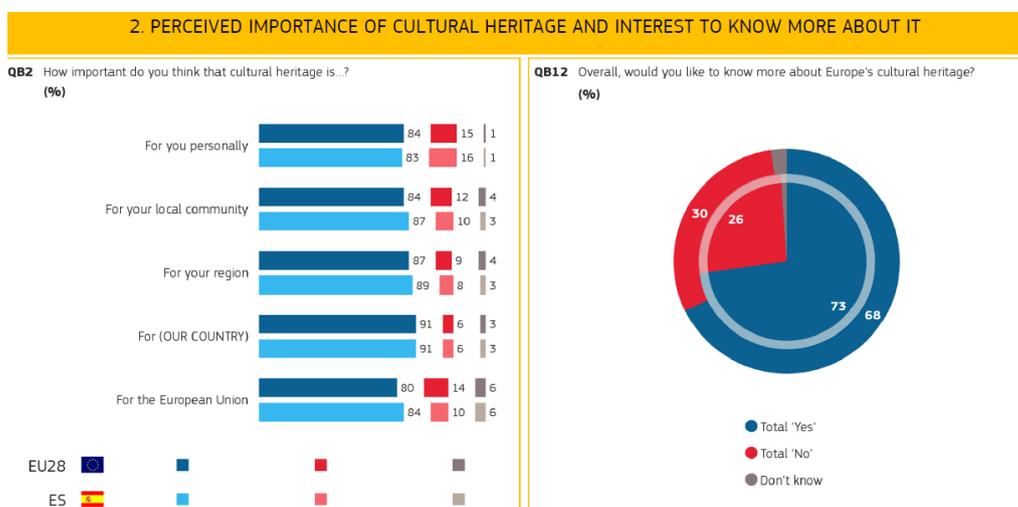


¹⁰From the *Special Eurobarometer on Europeans and cultural heritage*, https://europa.eu/cultural-heritage/toolkits/special-eurobarometer-europeans-and-cultural-heritage_en



Como se muestra en el gráfico, un alto porcentaje de europeos y españoles también declaran que no están involucrados en el campo del Patrimonio Cultural.

Obviamente, hablar de participación también significa comprender cómo se percibe el patrimonio cultural, a fin de comprender mejor las fortalezas y debilidades del campo y aprender a lidiar con ellas. El Eurobarómetro demuestra que las personas en Europa y más significativamente en España, son conscientes de la importancia del patrimonio cultural, a pesar de que surge la necesidad de saber más al respecto:



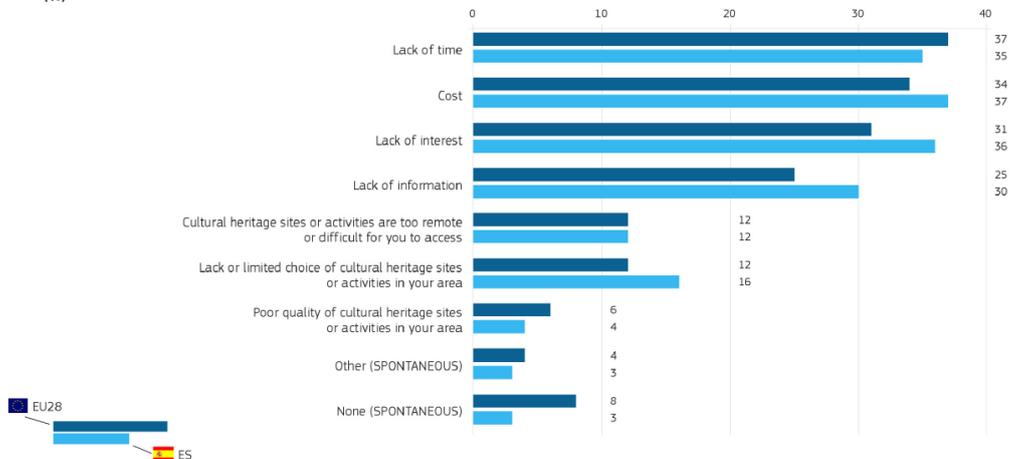
11

Además, un tema principal relacionado con el patrimonio cultural y la participación de las personas es su grado de accesibilidad. De la sección Eurobarómetro surgen datos interesantes sobre las barreras a los sitios o actividades del patrimonio cultural:

¹¹From the *Special Eurobarometer on Europeans and cultural heritage*, https://europa.eu/cultural-heritage/toolkits/special-eurobarometer-europeans-and-cultural-heritage_en



Q85 Sometimes people find it difficult to access cultural heritage sites or activities. Which of the following, if any, are the main barriers for you? (MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE)
(%)



12

En cuanto a España, entre las principales dificultades a las que se enfrentan las personas para acceder a sitios e iniciativas de patrimonio cultural, algunas merecen atención específica, a saber, las relacionadas con el costo, la falta de interés y la falta de información. Todas estas dificultades también tienen que ver con la gestión y podrían abordarse y resolverse al tratarlas en iniciativas más apropiadas y orientadas a objetivos, a fin de facilitar un enfoque más cercano al campo.

Además, no debemos olvidar las dificultades que enfrentan las personas con discapacidad, que constantemente tienen que enfrentar problemas para acceder a sitios culturales. En este sentido, se hace una excepción por el Museo tiflológico para Ciegos de Madrid, fundado por la Organización Nacional Española para Ciegos. Este museo fue creado para dar a las personas ciegas la oportunidad de disfrutar de la experiencia de visitar un museo sin barreras debido a la deficiencia visual. El objetivo principal de este museo es crear un lugar donde los visitantes puedan ver pero también, y lo más importante, tocar las obras de arte, un hecho que enriquece la experiencia y la hace definitivamente más inclusiva.

Por otro lado, pensar en la gestión del Patrimonio Cultural, así como las posibles formas de mejorarlo, se está volviendo definitivamente crucial. En consecuencia, es evidente la necesidad de implementar una gestión empresarial del patrimonio cultural que requiera una formación adecuada de los profesionales de este sector, a fin de aprender nuevas habilidades y poder aplicar nuevas herramientas de gestión, como los instrumentos tecnológicos.

En cuanto a la formación, en España hay dos caminos diferentes para la formación oficial en conservación: un diploma de tres años en conservación en una Escuela Oficial de Restauración y un Máster de Bellas Artes de cinco años, centrado en Restauración y Conservación. Muchas universidades ahora están introduciendo cursos y programas en conservación y están

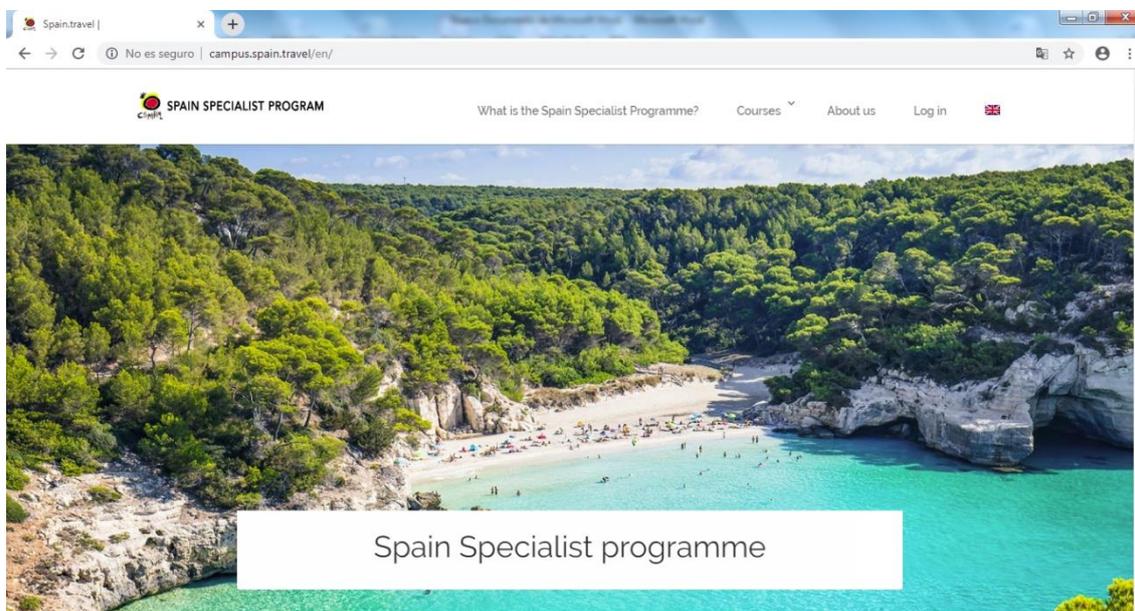
¹²Ibidem.



comenzando a promover estudios de posgrado sobre Patrimonio Cultural. Según la Confederación Europea de Organizaciones de Conservadores-Restauradores, el papel del Conservador es la protección del legado del patrimonio cultural y es fundamental para su comprensión y promoción. Este papel ha sido reconocido por todos los países europeos en la Declaración de Berlín (2015) y ratificado con la Declaración de Nájera (2017), pero aún no está regulado por leyes y planes comunes y tampoco tiene un reconocimiento social. Para ello, se ha creado recientemente un "Manifiesto del patrimonio cultural" (mayo de 2018).

La Asociación de Conservadores-Restauradores de España fue fundada en 2011 y recientemente publicó una monografía destinada a identificar todas las carreras relacionadas con el patrimonio cultural y su promoción, enfrentando también sus desafíos y su impacto cultural y económico. La Asociación desarrolló un plan para la promoción del patrimonio cultural, que incluye campañas de concienciación, en colaboración con otros organismos y asociaciones. En lo que respecta a la formación, debe tenerse en cuenta también la formación en herramientas tecnológicas en apoyo de la difusión y promoción del patrimonio cultural. Por este motivo, muchas asociaciones que promueven el patrimonio cultural español están implementando planes de formación para gestores y operadores de patrimonio cultural. Una de las estrategias utilizadas para difundir el conocimiento del patrimonio cultural es también llevar a cabo campañas de información para acercar a las personas y proporcionar a los organismos públicos capacitación sobre el patrimonio cultural, a fin de prevenir y evitar amenazas.

El Programa de Especialistas en España, por ejemplo, es un curso en línea patrocinado por Turespaña para difundir el conocimiento del patrimonio cultural español entre los operadores turísticos.



13

Turespaña es una agencia gubernamental de turismo que participa en acciones de marketing para promover el turismo en España, coordinando actores públicos y privados y que tiene como objetivo llevar a cabo una estrategia internacional de promoción turística. En cuanto a la promoción del patrimonio cultural, en España existen algunas asociaciones comprometidas con la protección y promoción del patrimonio cultural. En 1985, se creó el Instituto del Patrimonio Cultural de España, que se dedica a:

- creación e implementación de planes de conservación del Patrimonio Histórico;
- promoción de programas de investigación;
- cooperación con organismos públicos y privados para desarrollar e implementar programas de conservación;
- análisis de estrategias y programas de conservación y restauración;
- formación sobre conservación y renovación del patrimonio cultural.

Hispania Nostra es una organización sin fines de lucro fundada en 1996 para proteger y fomentar la promoción del patrimonio cultural en España, a través de programas de capacitación, proyectos de sensibilización y proyectos culturales. En 1997 también se creó la Asociación Española para la Gestión del Patrimonio, la AEGPC, una organización independiente y sin fines de lucro, cuyo objetivo es contribuir a la conservación y promoción del patrimonio cultural. AEGPC se centra en estas actividades:

¹³From <http://campus.spain.travel/en/>.



- promoción de la gestión profesional de los recursos del patrimonio cultural;
- implantación de acuerdos con universidades y organismos privados para actividades de protección y restauración;
- formación de gestores y operadores del patrimonio cultural.

Debido a la difusión de nuevas herramientas para la gestión del patrimonio cultural, desde 1998 la Asociación ha trabajado con la promoción de programas de capacitación para proporcionar a los gestores culturales nuevas habilidades tales como emprendimiento, competencias tecnológicas, marketing cultural, diseño de proyectos y financiación del patrimonio cultural.

Otra asociación comprometida con la promoción del patrimonio cultural español es ACE (Acción Cultural Española), una agencia que apoya la promoción de la cultura española y fomenta la internacionalización del sector cultural. La agencia coopera con muchas instituciones públicas y entidades privadas (asociaciones, fundaciones, empresas). Las actividades que realiza ACE son:

- gestión de conmemoraciones culturales destinadas a mejorar la influencia de España con otros países y regiones;
- implementación de exposiciones internacionales, ferias, festivales y eventos en diversos campos del arte;
- actividades culturales, espectáculos, publicaciones, conciertos y otras actividades.
- En 2018 se creó una Asociación llamada ADIPROPE que realiza las siguientes actividades:
 - o difusión y promoción del patrimonio cultural español;
 - o formación para la gestión de gestores culturales;
 - o financiación de proyectos para la conservación del patrimonio cultural;

Otra asociación centrada en la promoción del patrimonio español es Global Spain, una red de asociaciones, fundaciones, profesionales, empresas y otros organismos que promueve la imagen de España en todo el mundo, implantando, promoviendo y coordinando acciones y planes para mejorar el patrimonio español.

Con el fin de garantizar la protección y promoción del patrimonio cultural, en 1993 se estableció el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, con el objetivo de mantener y promover el patrimonio histórico y cultural español, implantando proyectos y propuestas, a nivel nacional e internacional. El Grupo está compuesto por las siguientes ciudades: Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona, Toledo y Úbeda. De este grupo se ha desarrollado recientemente una aplicación gratuita de teléfonos inteligentes y tabletas llamada "Ciudades Patrimonio de España" destinada a promover el patrimonio natural y cultural de las ciudades. Esta aplicación también está disponible en inglés para promover un

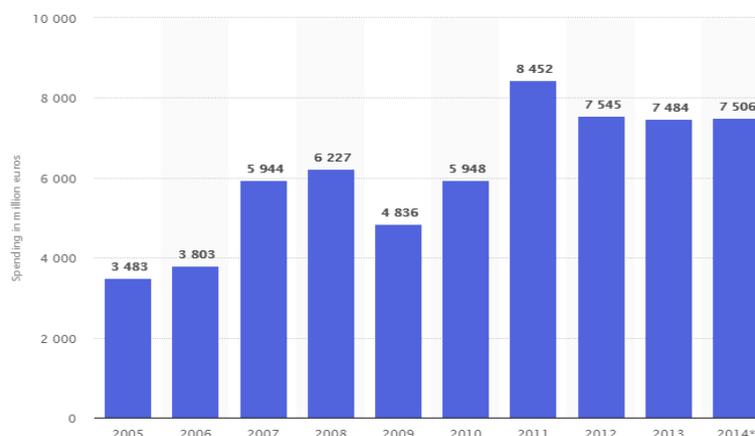


conocimiento internacional del patrimonio cultural español y puede ser utilizada por personas con discapacidades particulares, como los sordos y los ciegos. El Grupo ha creado una colección de 15 mapas guía que reflejan la riqueza y diversidad del patrimonio de las ciudades. En 2018, el Grupo convocó a un concurso para jóvenes (16-30 años) destinado a promover un mejor conocimiento y conciencia de las 15 ciudades, utilizando las TIC y las herramientas tecnológicas. El Grupo de Ciudades del Patrimonio Mundial de España también fue promovido en el mercado alemán en la feria de turismo de Hamburgo (febrero de 2018).

ICOMOS, Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, es una organización gubernamental internacional asociada a la UNESCO y enfocada en la promoción, conservación y desarrollo del patrimonio. ICOMOS es una red de arqueólogos, arquitectos, historiadores y otros profesionales que contribuye a la protección del patrimonio cultural español y es la única organización internacional y gubernamental dedicada a la promoción, conservación y restauración del patrimonio cultural, a través de herramientas tecnológicas.

Debido a la complejidad y diversidad del patrimonio cultural, y considerando la necesidad de una gestión adecuada, incluso a nivel europeo, se ha implantado recientemente un conjunto de acciones y planes de coordinación. En 2018 se celebró el año del patrimonio cultural, destinado a mejorar la pertenencia a un espacio cultural común. El patrimonio cultural debe actuar como motor del desarrollo y el turismo sostenible debe integrarse en las prácticas de desarrollo, a fin de fomentar un desarrollo sostenible capaz de generar empleo. Hoy en día, la cultura es un catalizador del turismo y existe un fuerte vínculo entre el patrimonio cultural y el turismo; El turismo cultural representa el 37% del sector turístico y se alienta a muchos turistas a viajar y visitar lugares culturales.

De hecho, el siguiente gráfico muestra el crecimiento progresivo, aunque no completamente estable, en términos de viajeros extranjeros que decidieron visitar España principalmente por razones culturales en los años 2005-2014:





El Instituto de Patrimonio Cultural de España tiene un plan nacional de conservación que incluye el turismo cultural como herramienta de cohesión social. Un estudio realizado en 2016, llamado Informe de la Juventud en España, informa que una de las actividades preferidas por los jóvenes es viajar y, por supuesto, la relación entre la juventud y el patrimonio cultural representa una oportunidad que el gobierno español aprovechó desde los años 80, cuando el proyecto "Escuelas Taller" fue establecido. Escuela Taller es un proyecto destinado a enseñar a personas entre 16 y 25 años, a desarrollar proyectos en colaboración con instituciones vinculadas al patrimonio cultural español.¹⁵

Al pensar en el turismo cultural, debe tenerse en cuenta también el turismo accesible y todas las iniciativas promovidas para acercar a las personas con discapacidad a la comprensión del patrimonio cultural español. Rutas e instalaciones adaptadas, servicios especializados y guías accesibles y otras acciones para promover el patrimonio cultural. La promoción del patrimonio cultural también se ha promovido con convocatorias públicas de propuestas. El Instituto de la Juventud de España, por ejemplo, ha convocado una subvención con estos objetivos:

- promover la modernización del sector cultural utilizando nuevas herramientas tecnológicas;
- fomentar planes y acciones de formación para gestores y operadores culturales;
- potenciar la internacionalización de la cultura española, fomentar la cooperación entre las comunidades autónomas y promover la participación de la comunidad española en el proceso cultural, a fin de promover la imagen de España entre otros países.

La promoción del patrimonio cultural se lleva a cabo también en muchos eventos patrocinados por el sector público y privado. En España, desde 1994, cada septiembre tiene lugar un evento patrocinado por el Consejo Europeo y coordinado por el Instituto del Patrimonio Cultural de España, llamado "Días europeos del patrimonio" o "Arte y Ocio". Durante este evento, se ofrecen visitas guiadas gratuitas en museos, monumentos, sitios históricos y arqueológicos.

Otra iniciativa celebrada durante los Días Europeos del Patrimonio es la "Semana Europea de los Creadores de Patrimonio 2019". Este evento está dirigido a jóvenes de 12 a 18 años, interesados en explorar, observar y contribuir al desarrollo del patrimonio de sus ciudades.

En 2018 también tuvo lugar la primera edición de "Heritage Night", un evento simultáneo dedicado a la promoción del patrimonio cultural español y compuesto por tres partes: una dedicada a las artes, otra dedicada a espacios culturales y otra dedicada a planes de promoción

¹⁴Data from the STATISTA website <https://www.statista.com/statistics/771755/spending-on-cultural-trips-by-international-tourists-in-spain/>

¹⁵From the Spanish Government website http://www.mitramiss.gob.es/es/Guia/texto/guia_4/contenidos/guia_4_10_6.htm



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

Durante la celebración de la Feria Internacional de Turismo (enero de 2019), se celebró una campaña llamada "La Ruta de las Ciudades del Patrimonio Mundial". El objetivo de la campaña es promocionar las 15 ciudades pertenecientes a la Ruta entre el público de la feria y la promoción consta de tres premios diferentes que el ganador puede obtener. Dichos premios consisten en: un cupón con 3 pernoctaciones que se pueden utilizar durante todo el año en restaurantes y hoteles de las ciudades patrimoniales, obsequios, entradas a monumentos y visitas guiadas en las 15 ciudades y también una visita especial personalizada a la colección permanente del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, en Madrid.

Las TIC en la promoción del patrimonio cultural

Además de todas las asociaciones mencionadas anteriormente, hay muchas plataformas y sitios web comprometidos con la promoción del patrimonio cultural. Internet y las tecnologías modernas han cambiado por completo la promoción del patrimonio cultural y gracias a las TIC es más fácil y sencillo llegar a toda la comunidad y permitirle participar en el proceso de conservación y preservación del patrimonio. Los instrumentos más comunes utilizados para comprender, promover y comunicar el patrimonio cultural son la tecnología, las redes sociales, los sitios web, así como la realidad virtual y aumentada. Gracias a las TIC se ha preservado todo el patrimonio cultural y la identidad de España y gracias a todas estas herramientas tecnológicas, el patrimonio cultural se ha vuelto más accesible y comprensible para toda la comunidad, independientemente de la distancia y el nivel cultural; Las tecnologías permiten una mejor integración de un turista y un lugar y facilitan el proceso de co-creación.

Las tecnologías de la información y la comunicación son hoy en día fundamentales para proteger y promover el patrimonio natural y cultural y permiten acercar a las personas al patrimonio cultural, facilitando las visitas a monumentos, museos u otros sitios, especialmente para las personas con discapacidad. Las herramientas tecnológicas pueden romper las barreras de comunicación y garantizar un acceso igualitario a la cultura, haciendo del conocimiento y la promoción del patrimonio cultural una enorme experiencia.

Una ventaja adquirida gracias a la tecnología es el conocimiento completo del patrimonio tangible e intangible y la conciencia sobre su estado de conservación. La clasificación del patrimonio cultural utilizando herramientas tecnológicas requiere un análisis profundo de ese estado y da una idea de los lugares en deterioro y en peligro. Para estar al tanto de la situación actual del patrimonio cultural español y para desarrollar acciones y planes para conservarlo, en 2007 la organización Hispania Nostra creó una lista roja de sitios en peligro o en riesgo de desaparición. De esta lista surgió que casi 750 bienes están en riesgo de desaparición. El propósito de la lista no es solo la creación de un archivo de los bienes expuestos al peligro, sino también un llamamiento a la acción para que las personas conozcan todos los bienes en peligro y los sensibilicen, de modo que sea posible crear acciones y planes para salvaguardar el patrimonio cultural, contribuyendo a su promoción. Gracias a esta lista, se ha estimado que el 14% de estos lugares se han consolidado. Otras herramientas que pueden usarse para

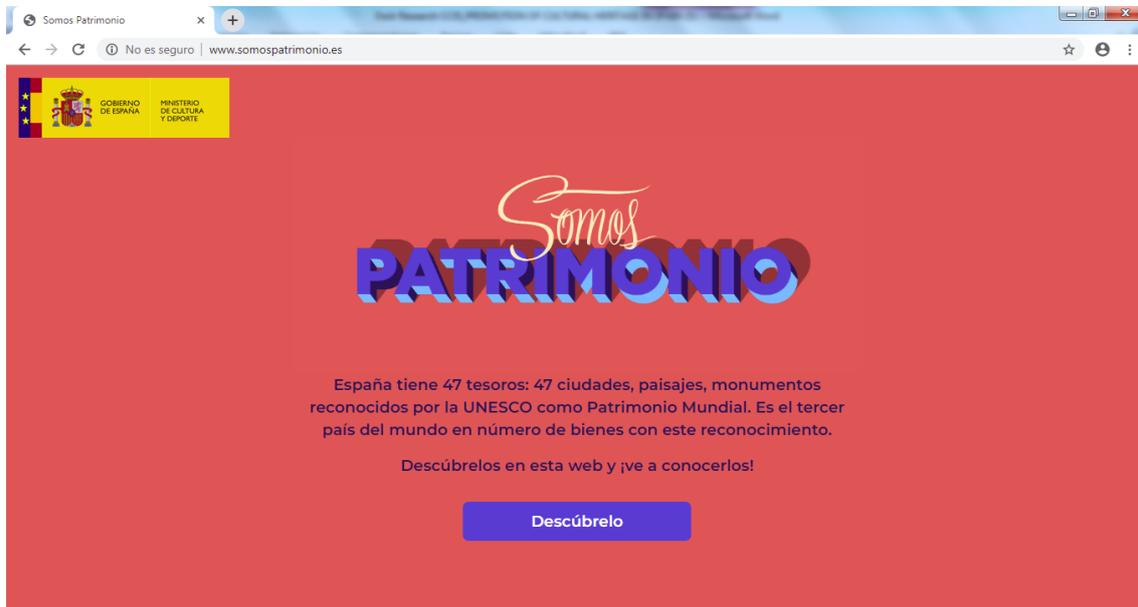


sensibilizar a las personas y darles conciencia sobre lo que está sucediendo en sus países son las redes sociales; Además, los proyectos de crowdfunding son un medio útil para la conservación y promoción del patrimonio cultural.

El Ministerio de Cultura ha creado recientemente una página web llamada "Somos Patrimonio" para mejorar la promoción del patrimonio cultural español, donde puede encontrar los 47 sitios de la UNESCO, desde monumentos hasta ciudades y todas las formas de expresión artística, clasificados por imagen y un breve descripción.



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



16

La sociedad SEGITTUR, adscrita al Ministerio de Industria, Energía y Turismo e informando al Departamento Nacional de Turismo, ha desarrollado un proyecto centrado en la implantación de proyectos de digitalización y centrado en el fortalecimiento de los contenidos digitales en los museos. SEGITTUR también creó la página web www.espanescultura.es con el objetivo de promover y difundir el conocimiento del patrimonio cultural español, donde puede encontrar todos los productos y eventos culturales. En esta plataforma es posible tener acceso al patrimonio cultural español a través de tres caminos diferentes:

- geográfico (búsqueda por comunidades);
- temporal (búsqueda por estilos artísticos);
- temática (búsqueda por producto o servicio, como monumentos, patrimonio natural, museos, monumentos, artistas, rutas culturales, ferias).

Una de las últimas tecnologías desarrolladas está representada por los *beacon*, unos pequeños dispositivos que funcionan con teléfonos inteligentes y tabletas, diseñados para atraer la atención a una ubicación específica. Las balizas permiten cambiar y mejorar la experiencia de un turista que puede tener acceso a una amplia gama de información en un corto período de tiempo.

Considerando el continuo desarrollo del mercado, las TIC juegan un papel clave en la comprensión y difusión del patrimonio cultural, contribuyendo a su conservación y promoción. "Patrimonio Paso a Paso" se creó con este objetivo, construir una plataforma que apoye la difusión y promoción de las ciudades del patrimonio cultural español a través de las TIC, mejorando el acceso a la información turística para aquellos interesados en el patrimonio

¹⁶From <http://www.somospatrimonio.es/>.



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

cultural español y fomentando el desarrollo de una cultura , turismo moderno y competitivo. Patrimonio Paso a Paso ofrece un recorrido virtual por todos los sitios del patrimonio cultural, clasificados por ciudades. Senditu es otro sitio web y aplicación similar para teléfonos inteligentes y tabletas, que ofrece una visión total de todo el patrimonio natural y cultural español y donde se puede realizar una búsqueda por ciudades o por tipo de sitio. A través de Senditur es posible tener acceso a información como una breve descripción, fotos y videos, nivel de dificultad y duración (para sitios naturales) y alguna información sobre los servicios turísticos de los alrededores.

En diciembre de 2018, un acuerdo entre el Grupo de las Ciudades Patrimonio y el canal de transmisión español permitió producir y grabar una serie de televisión dedicada al Grupo español de sitios del Patrimonio Mundial. A través de la serie, se puede tener una visión general del patrimonio cultural e histórico de las 15 ciudades.

La página web spain.info, ofrece una visión global de todos los lugares y productos que pertenecen al patrimonio cultural español, ofrece una visión general de todo el patrimonio cultural español. En esta plataforma, el patrimonio cultural español se divide en categorías (deportes, sitios culturales, gastronomía, rutas culturales, etc.), hecho que permite buscar por ciudad, por tipo de turista (familias, jóvenes, adultos, discapacitados) y donde se pueden descargar folletos y guías digitales clasificados por categoría.

APPSIDE es un proyecto, financiado por GVAM - Guías móviles para todos y la Fundación Orange, que tiene como objetivo desarrollar aplicaciones móviles gratuitas para facilitar el acceso al patrimonio cultural español y acercar a las personas a su comprensión y promoción, de manera autónoma y personal. APPSIDE puede considerarse un proyecto inclusivo teniendo en cuenta que la prioridad se centra en las personas con discapacidad. Este proyecto es parte de una iniciativa de 2007 llamada "Monumentos accesibles", cuyo objetivo es acercar y comprender la historia de la cultura y el arte español para las personas con discapacidad, facilitando las visitas a los monumentos y sitios españoles a través de herramientas tecnológicas. GVAM es un equipo nacido en 2008, compuesto por muchos profesionales de diferentes sectores para mejorar las visitas autónomas a museos y monumentos. La misión de GVAM es trabajar para un sector educativo, cultural y turístico que sea más innovador, más participativo y más social.

En septiembre de 2019, Ávila organizará el Segundo Congreso Internacional dedicado a la conservación del patrimonio cultural que el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) celebra en colaboración con el Comité de Fotogrametría Arquitectónica (CIPA), que es una organización internacional responsable de la conservación, la educación y difusión del patrimonio cultural desde un punto de vista tecnológico.

En octubre de 2019, tendrá lugar en Granada una Conferencia para el turismo cultural en Europa en el marco del proyecto europeo CHRISTA (Cultura y patrimonio para acciones de turismo responsables, innovadoras y sostenibles). La conferencia tiene como objetivo



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

examinar todos los riesgos, oportunidades y desafíos relacionados con el turismo sostenible y responsable y tiene como objetivo fomentar acciones y planes comunes para el desarrollo y promoción de productos de turismo cultural.



Conclusiones

Es ampliamente reconocido que las herramientas tecnológicas aportan muchos aspectos positivos y beneficios, también teniendo en cuenta el hecho de que con las TIC las personas con discapacidad pueden visitar un lugar a través de sus teléfonos inteligentes o tablets y no es necesario acometer un viaje para ver un monumento, un museo o un producto cultural. Sin embargo, cuando se trata del patrimonio cultural, un asunto importante es la presencia y la posibilidad de ver un sitio o producto natural o cultural en persona. La velocidad de acceso a la información y la posibilidad de una rápida interacción y comunicación están totalmente alineadas con la velocidad de la vida en las sociedades modernas. Todas las personas de una comunidad están obligadas a formar parte de un proceso de cambio y comprensión del patrimonio cultural y es su deber promover acciones para proteger y difundir el patrimonio cultural en España y entre otros países.

Por otro lado, las conexiones rápidas, las comunicaciones y las interacciones a través de instrumentos tecnológicos han eliminado esa magia y ese sentido de magnificencia que es posible experimentar en persona. Debido a la rápida difusión de las TIC en la promoción del patrimonio cultural, tenemos que tener en cuenta la falta de esa emoción que conlleva visitar un sitio cultural en persona.

Sin embargo, hoy en día las asociaciones y organizaciones involucradas en la conservación y promoción del patrimonio cultural están creciendo más rápido y hay muchos eventos dedicados a sensibilizar a las personas sobre este tema. Las universidades están fomentando programas de capacitación para gerentes y operadores culturales; diversas entidades y organismos públicos y privados están mejorando los planes y las acciones comunes para promover España en todo el mundo. También gracias a Proyectos Europeos, la promoción del patrimonio cultural está adquiriendo más importancia y España está mejorando su imagen en todo el mundo.

Uno de los problemas a los que se enfrenta el patrimonio cultural español ahora es la explotación y la mercantilización, por lo que está claro que debe exigirse un conocimiento preciso de la diversidad y complejidad del patrimonio cultural y una formación específica para su gestión y promoción.

En conclusión, cuando se piensa en la promoción del patrimonio cultural en España, muchos actores y factores pueden estar interesados en él, como:

- Universidades, entidades públicas y privadas para la promoción de programas de capacitación para gerentes y operadores culturales;
- Organizaciones, fundaciones y otras asociaciones para el desarrollo de eventos o proyectos vinculados a la conservación, preservación y promoción del patrimonio cultural.



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

- Organismos públicos y privados para la implementación de programas de financiación para la restauración y promoción del patrimonio cultural y para el desarrollo de acciones en colaboración con empresas u organizaciones nacionales e internacionales;
- ICT para difundir información y facilitar la comunicación e interacción con el patrimonio cultural.

Sin embargo, toda la comunidad de un país, que representa el primer usuario y promotor de su historia e identidad, necesita ser formada y sensibilizada para desempeñar un papel clave en el apoyo y la mejora del patrimonio cultural.



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

ANÁLISIS DEL ESTADO ACTUAL DE ACCESIBILIDAD EN LA PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL A NIVEL DE LA UE Y EN ESPAÑA

Introducción

La Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad ha sido ratificada por los 27 estados miembro y por la Unión Europea. La Convención tiene por objetivo garantizar que las personas con discapacidad puedan gozar de sus derechos en términos de igualdad con todos los demás ciudadanos y es el primer tratado exhaustivo sobre derechos humanos ratificado por el conjunto de la Unión Europea. En su artículo 30 insta a los estados a adoptar las medidas necesarias para asegurar que las personas con discapacidad puedan participar en la vida cultural.

Hacer de Europa un lugar más accesible para las personas con discapacidad es un elemento clave de la Estrategia Europea sobre Discapacidad 2010-2020. Dicha Estrategia proporciona el marco general a escala de la UE para actuar en el ámbito de la discapacidad y la accesibilidad, a fin de completar y apoyar las medidas de los Estados miembros. La legislación de la UE contiene disposiciones específicas sobre accesibilidad en ámbitos de la comunicación. El 8 de noviembre de 2018, el Parlamento Europeo y el Consejo llegaron a un acuerdo provisional sobre la propuesta de la Comisión relativa a un Acta Europea de Accesibilidad, que hará que muchos productos y servicios de uso cotidiano sean accesibles para las personas con discapacidad.

También el Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea aprobaron el 17 de mayo de 2017, la decisión por la que se establece la declaración del Año Europeo del Patrimonio Cultural 2018 con el propósito de fomentar el intercambio y la valoración del patrimonio cultural de Europa como recurso compartido, sensibilizar acerca de la historia y los valores comunes y reforzar un sentimiento de pertenencia a un espacio europeo común. Asimismo, los objetivos generales del Año Europeo serán fomentar y apoyar la labor realizada por la Unión, los Estados miembros y las autoridades regionales y locales, en colaboración con el sector del patrimonio cultural y con la sociedad civil en sentido amplio, para proteger, salvaguardar y promover el patrimonio cultural de Europa.

La Unión Europea recurre a diversos instrumentos para conseguir que Europa sea más accesible para las personas con discapacidad y las personas mayores. Más allá de la legislación y las políticas, la investigación y la normalización sirven para optimizar, entre otras cosas, la accesibilidad del entorno construido, las TIC y el transporte.



Según Manuel Barreiro, si algo diferencia el sector patrimonial del siglo XXI del de las épocas precedentes ha sido la presencia cada vez más evidente de las tecnologías digitales como herramientas que permiten la difusión y puesta en valor de los entornos patrimoniales.

Hay dos cuestiones que podemos considerar como los pilares sobre las que se apoya este nuevo tiempo que estamos viviendo: En primer lugar la total accesibilidad al universo digital, en cualquier momento y lugar y desde cualquier tipo de dispositivo. Y en segundo lugar la creación de espacios digitales de conversación, intercambio e interacción entre usuarios e instituciones culturales.

Europa está inmersa en una transformación digital por parte de los centros de gestión patrimonial, museos, archivos, bibliotecas, etc.; que aprovechándose de las constantes mejoras de la tecnología y su amplia introducción en el campo del patrimonio cultural con fines de conservación, difusión y preservación hace que las tecnologías se incorporen como herramientas para enriquecer y mejorar las experiencias de los usuarios.

Hasta ahora, la UE ha utilizado instrumentos no vinculantes (Resoluciones del Consejo y declaraciones ministeriales) para impulsar los objetivos de accesibilidad. Aunque se han producido algunos avances, todavía el nivel de accesibilidad de las TIC está lejos de ser satisfactorio, como reconoció la Comunicación sobre inclusión digital, publicada en noviembre de 2007. Sin embargo, la UE no ha adoptado aún una Directiva vinculante sobre la accesibilidad TIC en general y sobre la accesibilidad web en particular, a pesar de que ésta ha sido solicitada reiteradamente por el Foro Europeo de la Discapacidad.

En España la situación es similar, la irrupción de internet y la digitalización ha venido definiendo un modelo de promoción cultural nuevo donde la creación, el procesamiento y la distribución de la información forman parte esencial de la actividad. Este contexto no sólo cultural sino sociocultural requiere formas de organización más proactivas, flexibles, interconectadas y orientadas al funcionamiento en red (Castells, 2009).

Estas formas de organización que en España al igual que en Europa se están creando de una forma extremadamente rápida requieren su reflejo en la accesibilidad de las mismas.

En este sentido, con la aprobación del Real Decreto Legislativo 1/2013 por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social.

En el plazo de dos años desde la entrada en vigor del Texto refundido, es decir, el 4 de diciembre de 2015, el Gobierno debería haber aprobado unas condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación, según lo previsto en el artículo 29 del citado texto legal refundido, para el acceso y utilización de los bienes y servicios a disposición del público por las personas con discapacidad. En este desarrollo reglamentario se deberían tener en cuenta los aspectos relacionados con la accesibilidad a la cultura a través de las TIC.



En el ámbito sectorial español de la legislación audiovisual, de las telecomunicaciones y las TIC nos encontramos con las siguientes leyes que deben ser observadas en aquello que afecta a la garantía del derecho efectivo a la accesibilidad a esos servicios de las personas con discapacidad:

- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico
- Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información.
- Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal.
- Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.
- Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.
- Ley 9/2014, de 9 de mayo, de Telecomunicaciones.

De este conjunto de legislación ya sea transversal en materia de discapacidad y accesibilidad a los servicios, como en el caso de la sectorial de los servicios audiovisuales, de telecomunicaciones y TIC se observa una serie de vacíos y deficiencias en materia de accesibilidad que suponen un menoscabo del derecho de las personas con discapacidad, ya sea sensorial, intelectual o de cualquier otro tipo, a acceder a los mismos.

El Comité Español de Representación de las Personas con Discapacidad (CERMI) ha recibido muchas quejas de usuarios con discapacidad por la ausencia de accesibilidad de los canales digitales que se utilizan para la promoción del patrimonio:

Las principales redes sociales no están concebidas con arreglo a criterios de diseño para todas las personas, provocando exclusiones y barreras en el acceso y uso normalizado de estos canales. El problema más generalizado es la falta de separación entre la presentación y el contenido, que impide que el usuario pueda modificar el tamaño del texto, que las páginas conserven su funcionalidad cuando se desactiva la hoja de estilo o se sustituye por una hoja de estilo de usuario. También es generalizada la falta de accesibilidad de los elementos multimedia (ausencia de subtítulos y de contenidos en lengua de signos, audio descritos, interfaz de objetos multimedia no accesible). Otros incumplimientos destacables son la inadecuada identificación de los enlaces, la ausencia o falta de significación de los títulos de las páginas, la falta de aviso de apertura de nuevas ventanas, la no etiquetación de los controles de formularios, la falta de alternativas textuales a las imágenes o su inadecuación, la carencia de encabezados, la falta de contraste en imágenes y texto, el marcado inadecuado de las tablas y la pérdida de funcionalidad cuando se desactivan los scripts.

Estos incumplimientos, que afectan a usuarios con varios perfiles de discapacidad (y también, en muchos casos, a usuarios sin discapacidad) resultan lo suficientemente importantes, cuando se presentan con cierta frecuencia, como para dificultar e incluso imposibilitar el acceso a la información contenida en la página o en los canales de difusión.



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

Gran parte del público que se interesa por el patrimonio cultural europeo empieza a pertenecer a generaciones que no usan otras formas de comunicación que no sean TIC y esto implica nuevas formas de aproximación a la cultura. Se trata de un público muy exigente y con expectativas diferentes basadas en las nuevas experiencias y un acceso ilimitado a todo tipo de información. Este tipo de consumidor genera nuevos desafíos y supone nuevas oportunidades de generar discursos que vuelvan a captar la atención del público. Según el tipo de herramienta la expectativa y el desafío serán distintos.



Desarrollo

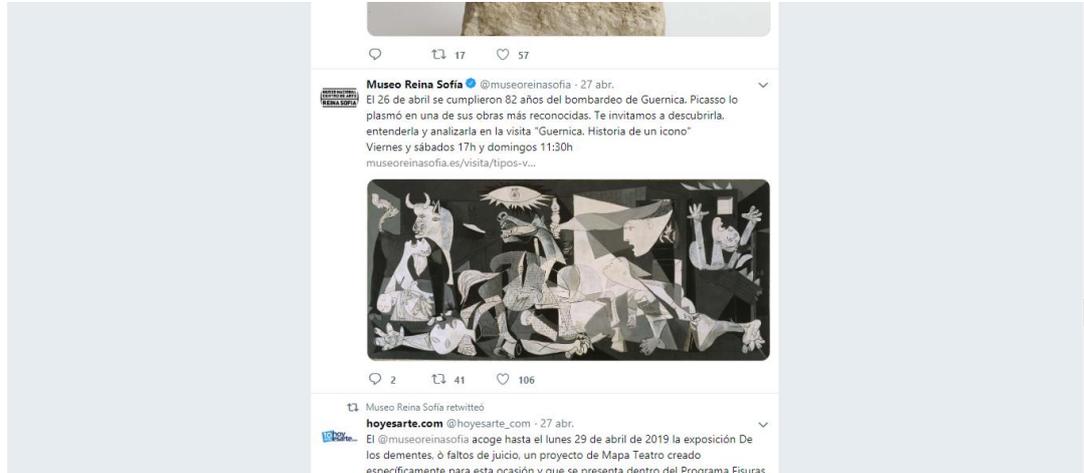
Páginas web de destinos turísticos, museos o activos patrimoniales:

La orientación de las páginas web ha variado desde la simple puesta en conocimiento hasta la difusión, comercialización y creación de discurso. Se han comenzado a generar contenidos complementarios con la intención de hacer más accesibles conocimientos altamente especializados. Existen diferentes categorías según los objetivos comunicativos y de difusión (Teather, Willhem, 1999):

- Folletos electrónicos que contienen información y detalles para la visita y el conocimiento de los lugares patrimoniales. Es muy habitual que estas páginas web no sean accesibles puesto que en muchas ocasiones responden a imágenes sin descripción que los lectores de pantalla no pueden leer.
- Museos en el mundo virtual: este tipo de páginas resultan muy útiles para personas con discapacidad que tengan limitaciones para viajar entre las que se encuentran las personas con un alto grado de dependencia. Como ejemplo en España podemos citar al Museo Nacional de Antropología .
- Páginas web interactivas: su función es facilitar el acceso al museo o destino patrimonial. Los usuarios pueden elaborar su propio itinerario conforme a sus intereses de forma interactiva y accesible.

Redes Sociales

Este tipo de herramientas comienzan a superar a las páginas web en número de usuarios (Monge, 2017). Esto se puede deber a que las redes sociales ofrecen una cobertura universal e instantánea que permite la interacción con usuarios y visitantes a tiempo real a la vez que se forma una estructura social donde los actores que intervienen se relacionan entorno a un interés por los contenidos y valores culturales que propone el ente gestor. Aunque este tipo de relación puede dirigirse a un objetivo puramente propagandístico, también pueden ser plataformas de mediación (Rusillo, 2014) de donde puede inferirse el potencial que esto representa a personas con discapacidad y con necesidades de accesibilidad.



¹⁷ Cuenta de twitter del Museo Reina Sofía de Madrid donde la interacción con el público se muestra en el número de respuestas (2), de “retwitts” (41) y de “me gusta” (106).

Podcast

El podcasting es una de las primeras herramientas tecnológicas utilizadas por los museos. Consiste en la descarga de archivos de audición que se descargan desde la página web y pueden ser escuchados en cualquier momento. El uso de podcast está perdiendo presencia en beneficio de otros sistemas audiovisuales que los museos utilizan y que les sirven para dotar de accesibilidad al guiado tales como signo guías o audio descripciones. Como ejemplo de podcast podemos encontrar en el Museo Thyssen¹⁸.



¹⁷<https://twitter.com/museoreinasofia>

¹⁸<http://www.artecompecto.com/munch-mira-de-frente-en-el-museo-thyssen/>

Aplicaciones móviles

Esta tecnología ha crecido hasta unos límites que eran difíciles de sospechar. La universalización de los smartphones junto a la alta conectividad existente en España han convertido a los dispositivos móviles en una herramienta fundamental e imprescindible en el día a día de la población. Por lo tanto debido a la accesibilidad que ya han implementado los fabricantes nos encontramos ante una gran oportunidad para la difusión de forma accesible del Patrimonio Cultural.

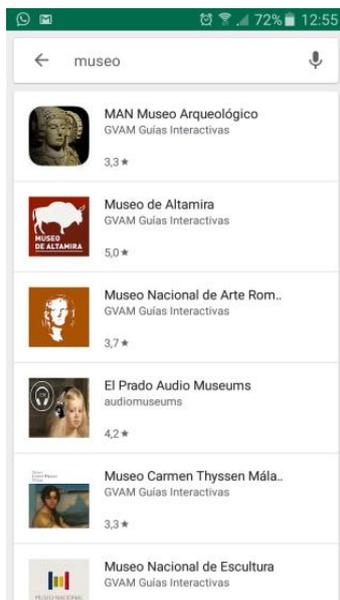


Imagen de Google Play

Además, estos dispositivos ofrecen otra serie de funcionalidades susceptibles de aprovechar para las personas con necesidades de accesibilidad como son la geolocalización, las notificaciones o la actualización de contenidos en tiempo real.¹⁹



Imagen de la app accesible del Museo de Altamira

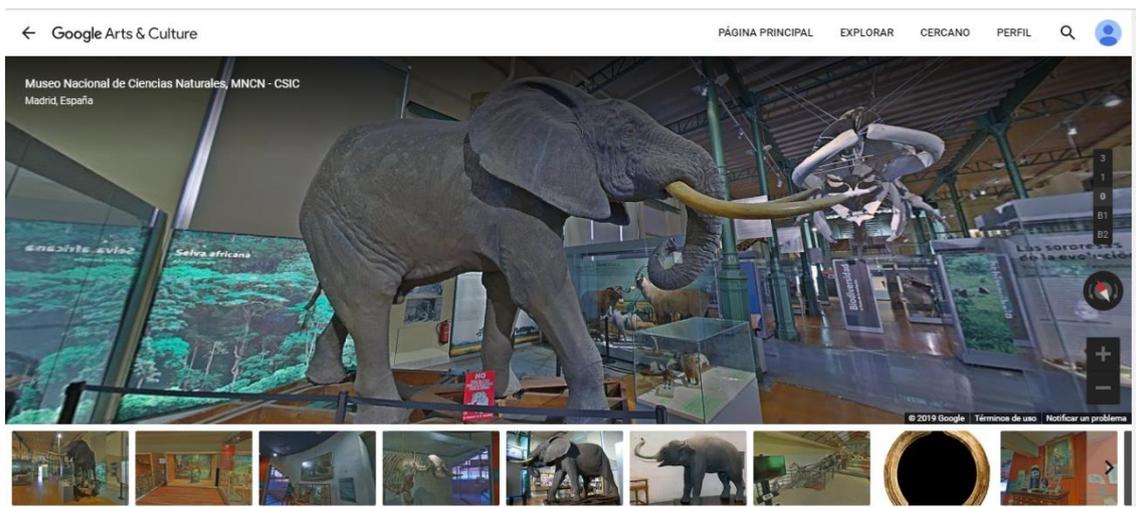
¹⁹<http://www.culturaydeporte.gob.es/mnaltamira/home.html>

Códigos QR

Se trata de una imagen bidimensional que al escanearla con un smartphone se obtiene acceso a un contenido previamente almacenado. Las aplicaciones para la difusión del patrimonio cultural son muchas ya que resultan una interacción sencilla con los visitantes y facilitan la integración junto a elementos patrimoniales debido a su reducido tamaño. En España son muy utilizados por las personas ciegas.

Realidad virtual, realidad aumentada y video mapping

Estas tres tecnologías permiten la representación visual de entornos, en unos casos reales pero en otros también ficticios, creando la sensación de estar presente. Estas TIC también representan un gran potencial para la difusión del patrimonio cultural puesto que puede configurar entornos que realmente no son accesibles y de este modo acercarlos a personas con movilidad reducida.



20

Imagen del proyecto google arts & culture en el Museo de Ciencias Naturales de Madrid

Audio guías y signo guías

La utilización de la audio descripción y de las signo guías son unos de los métodos más eficaces a través de los cuales una persona ciega o con discapacidad visual y una persona con discapacidad auditiva puede acceder a la información transmitida por una imagen o por una locución que tiene lugar en un entorno cultural. Existen en España numerosos museos, oficinas de turismo y otros recursos culturales que ofrecen esta posibilidad para que las personas con discapacidad sensorial puedan disfrutar de visitas guiadas en igualdad de condiciones.

²⁰<https://artsandculture.google.com/partner/museo-nacional-de-ciencias-naturales-mncn-csic>



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

Guías multimedia

Son la evolución de las audio guías que gracias a la tecnología ofrecen un alto nivel de interactividad para el usuario (Mateos, 2010).



PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y LA ACCESIBILIDAD EN HUNGRÍA

Introducción

El propósito de este informe es la realización de un análisis integral del turismo desde el punto de vista del turismo accesible y del patrimonio cultural.

La primera parte del informe se centra en los atractivos turísticos de Hungría, la segunda en las oportunidades de desarrollo turístico y el turismo sin barreras como nuevo producto turístico.

Hungría tiene algunos sitios de interés cultural y natural de relevancia, que son la base del sector turístico. El turismo en Hungría se ha convertido en un factor determinante en la economía nacional. Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo la contribución al PIB es del 2,4%, pero si se tiene en cuenta el efecto multiplicador es más del 8%.

El crecimiento del volumen de negocio del turismo es constante, siendo 2018 un año record en relación con el número de visitantes y pernoctaciones.

Desarrollo

El papel del turismo cultural en Hungría

Desarrollo del turismo hasta la nuestros días

El turismo de Hungría no era significativo a comienzos del siglo XX. En aquella época la gente viajaba a Budapest, siendo el papel del turismo rural aún irrelevante.

En los años sucesivos a la Primera Guerra Mundial, el turismo del país se redujo de forma considerable. En 1920, únicamente 15.000 extranjeros visitaron la capital, en comparación con los 55.000 que lo hicieron en 1913. A partir de la segunda mitad de la década de 1920, de la mano de un reconocimiento del potencial económico del turismo, comenzó el desarrollo consciente del mismo. Se inició la construcción de la infraestructura y superestructura turística (transporte, alojamiento y servicios) y también se estableció el Consejo Nacional de Turismo. En la segunda mitad de los años 30, la promoción del turismo nacional (turismo rural y Balaton) comenzó a recibir atención. En 1937, durante el periodo de entreguerras, el turismo en Hungría alcanzó su cota más alta. Aquel año 380.000 extranjeros, principalmente alemanes y austriacos, llegaron al país y aproximadamente un millón de ciudadanos húngaros participaron en el turismo interior.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el turismo internacional en nuestro país se desplomó por completo. Hasta los primeros años de 1960, el turismo internacional en sentido tradicional se limitaba a viajes oficiales y visitas de familiares. El turismo interior, sin embargo, comenzó a desarrollarse de forma rápida durante este periodo, principalmente con la organización de

actividades turísticas sociales. La población viajaba cada vez más para practicar senderismo o hacer excursiones.

El desarrollo del turismo húngaro fue bastante significativo hasta finales de la década de los 80, y todavía lo es. Sin embargo, pese a que el número de visitantes extranjeros ha aumentado de forma rápida, la cantidad y la calidad de los servicios presenta muchas deficiencias.

A principios de los 90, Hungría se convirtió en uno de los mayores anfitriones turísticos de Europa. En 2000, se crearon nueve regiones para el desarrollo turístico (Észak- Magyarország, Budapest Közép-Dunavidék, Észak-Alföld, Dél-Alföld, Közép-Dunántúl, Dél-Dunántúl, Nyugat-Dunántúl, Balaton y lago Tisza). El propósito es el de desempeñar tareas locales y regionales asociadas al turismo, estimular los recursos locales y fortalecer y coordinar la cooperación (www.ksh.hu, www.mek.oszk.hu).

Atractivos culturales en Hungría

Lugares declarados Patrimonio de la Humanidad:

- Antigua aldea de Hollókő y sus alrededores: las 67 casas de cuento de hadas protegidas en Ófalu llevan catalogadas por la UNESCO desde 1987 y fue la primera aldea del mundo en recibir esta distinción.



Hollókő, la aldea viva Fuente: www.holloko.hu

- Las riveras del Danubio, Castillo de Buda (1987)
- Cuevas de Aggtelek Karst y Slovak Karst (1995)
- Abadía milenaria benedictina de Pannonhalma y su entorno natural (1996)
- Parque Nacional de Hortobágy (1999)
- Necrópolis paleocristiana de Pécs (2000)
- Paisaje cultural de Fertő (2001)
- Región vinícola de Tokaj, paisaje histórico-cultural (2002)
- Avenida Andrassy y su entorno histórico (2002)

Parques nacionales:

- Parque Nacional de Aggtelek (1985)
- Parque Nacional Tierras Altas de Balaton (1997)
- Parque Nacional de Bükk (1976)
- Parque Nacional de Duna-Ipoly (1997)
- Parque Nacional de Duna-Dráva (1994)



- Parque Nacional de Fertő-Hanság (1991)
- Parque Nacional de Hortobágy (1973)
- Parque Nacional de Kiskunság (1975)
- Parque Nacional de Körös-Maros (1997)
- Parque Nacional de Örség (2002)

Regiones vinícolas:

El vino y la cultura del vino de Hungría poseen de una historia milenaria. Hungría con su variedad de tipos de suelo y sus condiciones climáticas favorables ha sido tradicionalmente unos de los países productores de vino de Europa.

En la actualidad, el país se jacta de tener 22 regiones vinícolas, incluyendo Eger (Eger bikavér) y Tokaj (Aszú), que gozan también de amplio reconocimiento internacional (www.ksh.hu).

Castillos y lugares monumentales:

Los castillos húngaros de distintos estilos son un destino turístico muy popular. Según una encuesta de la Ofical Nacional para la Protección de Monumentos, existen de 1.500 a 2.000 castillos en Hungría, incluyendo 718 castillos protegidos. Los cerca de 11.000 monumentos del país son un reflejo fiel de su historia.



Balnearios

La atracción turística del país más especial son sus aguas termales, conocidas en todo el mundo (después de Islandia, Hungría tiene el mayor abastecimiento de agua en superficie de todo el mundo). Las fuentes de agua termal se encuentran en todas las regiones del país y nutren diversos balnearios. Budapest es la única capital del mundo con balnearios.

En los últimos 10 años se han construido centros de bienestar, hoteles y parques acuáticos en las inmediaciones de los balnearios (<https://wikitravel.org/>).

Lugares sagrados

Hungría cuenta con muchos lugares de peregrinación mariana famosos principalmente por el culto a la Virgen María (Tierra de María). Entre otros, la ruta de peregrinación mariana, la peregrinación más larga de Europa Central, atraviesa el país.

Los festivales como atracción turística

La popularidad de los festivales en las últimas décadas se ha reconocido como una de las principales megatendencias en el turismo cultural de toda Europa, incluyendo Hungría.



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

Según la encuesta de 2016 del Eurobarómetro de la Comisión Europea, en 2015 el 9% de los viajeros europeos mencionaron los festivales y otros eventos como principal motivación para viajar. Los festivales húngaros más importantes son SZIGET, Balaton Sound, Efott y el Volt Festival.



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

Rutas turísticas temáticas y activas

Ruta de Palóc: ruta temática que comprende dos condados de Hungría (Nógrád y Heves) y 30 emplazamientos. Caminando por la Ruta de Palóc cobran vida la tradición, la arquitectura, la artesanía, la gastronomía, el folklore, la música y las danzas tradicionales (www.turabazis.hu).

Rutas enológicas:

- a) Rutas enológicas clásicas: se limitan exclusivamente a la cata: Villányi-Siklói, Etyeki, Somló y Szekszárdi.
 - b) Rutas enológicas temáticas: lugares de cata acompañados de un programa especial, cultural, natural o gastronómico, como Mohács-Bóly.
 - c) Rutas enológicas abiertas: red de lugares de cata de vino, incluyendo alojamiento y pensión en una región turística.
- Ruta Sissi: ruta enológica temática que lleva el nombre de la Reina Isabel. Sus paradas en Hungría son Budapest, Gödöllő, Domonyvölgy y Herend.
 - Ruta Mariana: peregrinaje centro-europeo, es una sección de 840 km que pasa por Esztergom, Máriacell, Máriapócs y Sümeg.
 - Peregrinaje húngaro: incluye lugares nacionales sagrados desde Esztergom a Máriagyüd.
 - EuroVelo: nombre de una red internacional de rutas ciclistas. Las rutas ciclistas de Hungría son la EV6 (a lo largo del Danubio), la EV11 (a lo largo del río Tisza) y la EV 13 (Ruta del Telón de Acero).
 - La Ruta Azul: sendero europeo que atraviesa la parte norte de Hungría, desde Írottktő hasta Hollóháza (www.leonardoprogram.hu).

Organizaciones turísticas relevantes:

- Comité parlamentario de Deporte y Turismo: organismo legislativo húngaro.
- Agencia Húngara de Turismo: coordina la promoción del turismo y define la estrategia turística. Además, coordina el marketing turístico a nivel nacional, incluyendo tareas relacionadas con el desarrollo de un sistema de marca turística en Hungría, así como el marketing interno e internacional y las actividades de comunicación.
- Gestión de Destinos Turísticos (TDM, por sus siglas en inglés): basándose en el principio de subsidiariedad, su función es, entre otras, introducir un destino turístico dado en el mercado y construir la imagen del destino. En la actualidad se encuentran en activo 65 organizaciones TDM en toda Hungría www.tdmszovetseg.eu.
- Tour in Form: su función se centra principalmente en proporcionar información y en implementar el marketing turístico local y regional.



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

- FATOSZ: representa las organizaciones dedicadas al turismo rural y agrario y coordina sus actividades.
- MUISZ: asociación húngara de agencias de viajes.

Otras organizaciones relevantes para la conservación del valor cultural

- Comité Nacional Húngaro del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS): sus miembros son los expertos líderes en la protección de monumentos húngaros. Se compone de arquitectos, arqueólogos, historiadores del arte, jardineros, restauradores, historiadores, químicos, geólogos, estadistas y demás expertos del resto de disciplinas relacionadas con la protección de monumentos. Los miembros del Comité Nacional Húngaro de ICOMOS participan de forma regular en las tareas del ICOMOS.
- Comisión Nacional Húngara para la UNESCO: el objetivo de la Comisión es contribuir al trabajo de la UNESCO en el ámbito de la educación, la ciencia, la cultura, la información y la comunicación con otros comités nacionales, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, la sociedad civil, las instituciones y las escuelas, así como promover la ciencia y la cultura húngara mediante la UNESCO.

Datos sobre el turismo

Desde 2010, el comportamiento del turismo ha batido records año tras año en Hungría y el año 2018 fue el mejor año para el turismo de toda la historia. A lo largo del año, el número de huéspedes que hicieron uso de un alojamiento comercial fue de 12,5 millones y el número de pernoctaciones fue de un millón.

Principales resultados del turismo interior

En 2018, el número de huéspedes nacionales fue de 6,6 millones y el número de pernoctaciones fue de 15,6 millones. Gracias al crecimiento sostenido vivido desde 2009, el número de pernoctaciones de huéspedes nacionales registrado en 2018 fue un 57,0% mayor que en 2010.

Principales resultados del turismo procedente de terceros países

En 2018, el número de huéspedes procedentes de terceros países fue de 5,9 millones y el número de pernoctaciones fue de 15,3 millones. Desde 2010, el crecimiento de los visitantes extranjeros ha sido estable.



Diagrama: porcentaje de pernoctaciones extranjeras por región turística en 2018
fuelle: www.napi.hu



Diagrama: porcentaje de pernoctaciones de residentes por región turística en 2018
fuelle: www.napi.hu

Al analizar los dos diagramas podemos ver que el principal destino en Hungría para los turistas extranjeros sigue siendo Budapest y sus alrededores. En segundo lugar se encuentra la región de Balaton, pero la región del Transdanubio Occidental mantiene una posición relevante. En el caso de los residentes, el lago Balaton es la región más fuerte, seguida de Budapest en segundo lugar y Hungría septentrional en tercer lugar.

Con la excepción del lago Tisza, la distribución de porcentajes es casi insignificante. El orden de mercados emisores varía cada año, pero el mercado emisor más importante continúa siendo Alemania con más dos millones de huéspedes.

Entre los países emisores más relevantes, la República Checa y los Estados Unidos experimentaron un crecimiento notable en el número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros en 2018 en comparación con las cifras de 2017 (www.mtu.hov.hu).

Promoción del turismo

La crisis económica mundial de 2008/2009 afectó tanto al turismo húngaro como al mercado hotelero, haciéndose necesaria una solución para abordar el problema.



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

Herramientas para la promoción del turismo nacional

La tarjeta SZÉP

En 2011, se introdujo la tarjeta de ocio Széchenyi, un cheque electrónico universal similar a las tarjetas bancarias con el que se pueden pagar comidas calientes, estancias dentro del país, deportes, tratamientos de bienestar y gimnasios o entradas para museos y teatros.

El propósito de la introducción de la tarjeta es la promoción del turismo y la economía del país, incentivando a la población húngara a viajar y manteniendo en el país los ingresos que aquí se generan. Gracias a la introducción de la tarjeta SZÉP, el tráfico de los huéspedes nacionales se ha multiplicado por cuatro en 2014. En 2017, los huéspedes de los hoteles húngaros pagaron más de 17.000 millones HUF con la tarjeta SZÉP, que representa casi el 20% de los ingresos de pensiones y hoteles por alojamiento de huéspedes nacionales. Además, cabe destacar el efecto en el desarrollo económico que ha tenido la tarjeta en el área rural, ya que más del 80% del gasto se ha dado en dicha área, reduciendo así la desigualdad entre el turismo de la capital y el de las áreas rurales (www.turizmusonline.hu).

Años temáticos

Para concienciar y concentrar recursos, la Hungarian Tourism Ltd. ha venido presentado a los turistas nacionales ofertas turísticas en Hungría englobadas en el marco de los años temáticos desde 2006. El año 2009 fue el año del turismo cultural (www.mtu.gov.hu).

Campañas turísticas

Con las campañas turísticas la Agencia Húngara de Turismo pretende que los diseñadores de viajes reconsideren las vacaciones que ofrecen a los nacionales, busquen lugares poco conocidos y prueben nuevos programas, ya que Hungría es mucho más emocionante y tiene mucho más potencial de lo que muchos piensan. Los socios de cada campaña crean, venden y promocionan ofertas especiales mediante sus propios canales. La Agencia recoge, publica y promueve a los socios en el sitio web de la campaña de 2018: Hola, verano. Más de 300 socios se han unido a la Asociación de Hoteles y Restaurantes Húngaros en todo el país, con ofertas y descuentos especiales bajo el nombre de Hola, verano. La nueva campaña para el verano de 2019 se llama La Bella Hungría (www.turizmusonline.hu, www.hellomagyarorszag.hu/).

Herramientas para la promoción internacional del turismo

Películas promocionales

Los espectaculares vídeos han dejado de ser meramente documentales, son mucho más que eso. Inspirados en nuevas tendencias turísticas, ponen el énfasis en la experiencia y lo visual. Su objetivo es atraer la atención de turistas extranjeros potenciales y apelar a la emoción, de forma que el individuo se identifique con el país. En los últimos años, han recibido reconocimiento internacional varias películas promocionales húngaras. Algunos ejemplos son



Think Hungary- More than Expected (2013) o WOW Hungary (2018), que ganó el premio a la mejor película promocional de turismo en Shanghái.

Capitales Europeas de la Cultura

La iniciativa, lanzada en 1985, pretende conseguir que los ciudadanos europeos aprendan más sobre la cultura de otros países, contemplen los recuerdos de nuestra historia común y experimenten la riqueza de los valores europeos, así como el sentido de la unidad de Europa.

En 2010 Pécs fue Capital Europea de la Cultura. Fruto del programa, el número de pernoctaciones en la ciudad aumentó de un 25% a un 27% y el número de visitantes en la ciudad fue tres veces mayor que los casi 900.000 turistas que visitaron la ciudad en 2010.

En 2023 Veszprém será Capital Europea de la Cultura (www.turizmusonline.hu, www.portfolio.hu).

Ferias turísticas

Son los eventos internacionales más relevantes de la industria del turismo. Su función se ve cada vez más limitada debido al auge de internet y las redes sociales.

Hungarikum, como atractivo potencial

Hungarikum es un término colectivo que hace referencia a un bien digno de distinción y atención dentro de un sistema unificado de calificación, clasificación y registro y que representa el buen hacer de las gentes de Hungría debido a sus atributos, singularidad, especialidad y calidad típicamente húngara. Algunos ejemplos son el barrio cultural Zsolnay o la sopa de gulash húngara. El valor cultural de los Hungarikum, su importancia en el desarrollo del atractivo y el producto turístico es inestimable (www.hungarikumok.hu).

Estrategia 2030 para el Desarrollo del Turismo Nacional

En 2017 el Gobierno aprobó el marco de la Estrategia 2030 para el Desarrollo del Turismo Nacional elaborado por la Agencia Húngara de Turismo, que es la piedra angular de todos los actores de la industria turística. Los fines de la estrategia son aumentar la contribución directa e indirecta del turismo al PIB (del actual 10% a un 16%), mejorar la percepción del papel de Hungría en el turismo mundial y doblar el número de pernoctaciones en hoteles.

En lugar de centrarse en atracciones aisladas, las áreas turísticas (destinos) se situarán en el centro del desarrollo. Como oferta turística, se presentan destinos con marca propia.

Prioridades de desarrollo:

- Turismo de salud: el turismo médico y de bienestar juega un papel fundamental en el turismo del país; la mayoría de las pernoctaciones de 2017 y 2018 se registraron en estos hoteles.



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

- Turismo cultural: la relevancia internacional del turismo cultural en Hungría incluye principalmente Budapest y las ciudades. La mayoría de turistas extranjeros llegan de Europa y la capital húngara es uno de los destinos del circuito de Europa Central entre los turistas extranjeros dentro del mercado del turismo cultural.

En el futuro, las atracciones combinadas e interrelacionadas de las áreas de desarrollo turístico prioritarias serán capaces de atraer al público internacional.

- Turismo activo: nuevos desarrollos de turismo activo y ecoturismo
- Gastroturismo: uno de los pilares del turismo cultural que se ha convertido ya en una motivación turística en sí misma (turismo enológico, festivales)
- Turismo accesible: los turistas con necesidades especiales representan el surgimiento de un nuevo grupo objetivo. El fin es desarrollar las atracciones para que resulten accesibles para todo el mundo.
- Turismo familiar: la incorporación del turismo familiar incluye el diseño de la infraestructura adecuada y el desarrollo de herramientas y servicios disponibles.
- Turismo profesional (turismo MICE)

El Programa de Desarrollo Turístico Kisfaludy

El programa pretende incentivar la integración de los elementos turísticos individuales en los destinos prioritarios (hoteles con atracciones, atracciones) para alargar las estancias y aumentar las pernoctaciones en las áreas de desarrollo prioritarias.

Nuevas estrategias de marketing

Para cambiar las motivaciones de viaje se precisan nuevos enfoques. Además de poner el énfasis en la experiencia, se está imponiendo un enfoque cada vez más centrado en la autenticidad, la seguridad y la inmediatez a la hora de tomar decisiones de viaje (www.kormany.hu).

Turismo accesible

Según el informe de la OMT de Naciones Unidas los distintos grupos de la población mundial se ven mucho más afectados por el fenómeno de la discapacidad de lo que los investigadores y expertos en el tema pensaban antes. El 15% de la población total puede asociarse de algún modo con un fenómeno de discapacidad, lo que supone que mil millones de personas pueden verse limitadas de algún modo por falta de accesibilidad.

En Hungría los proveedores de servicios aún no han contemplado oportunidades turísticas para personas con discapacidad, pese a que según los datos de la Oficina de Estadística Central hoy en día casi un millón y medio de húngaros sufren limitaciones en sus actividades diarias debido a sus problemas de salud (<http://www.ksh.hu/>).



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

Experimentos de turismo activo

- El Programa de Cooperación en materia de Marketing e Innovación Turística (TIMEA), coordinado por la Agencia Húngara de Turismo, se centra en la promoción de la oferta turística del país relacionada con el turismo médico, para personas mayores y sin barreras y en favorecer la entrada al mercado de las iniciativas empresariales. En Hungría, la Asociación de Hoteles y Restaurantes Húngaros ha elaborado también una recomendación exhaustiva en materia de accesibilidad.
- La Asociación de Agencias de Viaje Húngaras y la Asociación Nacional de Personas con Discapacidad trabajarán mano a mano en el futuro para hacer accesibles los servicios y atracciones turísticas.
- En la nueva Estrategia de Desarrollo Turístico en Hungría el desarrollo del turismo accesible también es una prioridad.
- Interpretación: el objetivo es vincular la transferencia de información con el impacto emocional. Eso supone que las atracciones deben conmover a los turistas, provocando tristeza, alegría o enfado. Es posible lograr y provocar una reacción emocional de distintas maneras no verbales: con luces, colores, instantáneas de imágenes impactantes, efectos de sonido, etc. Gracias a ello, se generan espacios experienciales complejos en los que las reacciones emocionales inconscientes involucran al visitante en el proceso comunicativo (<https://turizmus.com/>).

Buenas prácticas

- Día del turismo accesible en Orfű: el propósito del evento es dirigir la atención hacia la importancia de eliminar la brecha entre las personas discapacitadas y las personas sanas, fomentando la mutua aceptación. Durante el evento se ponen muchas oportunidades turísticas y deportivas a disposición de personas que nunca antes habían tenido acceso a ellas. Se ofrecen experiencias para personas con discapacidad como montar en bici, moto, quad o barca, navegar, conducir en coche para discapacitados visuales, hacer kayak o canoa, montar a caballo o pescar (<http://hetedhethatar.hu/hethatar/>).
- Route4u: aplicaciones web y móviles con tecnología automatizada para generar mapas dirigido a personas con discapacidad que se encuentren en Budapest (<https://route4u.org/>).
- Matraresort: el municipio de Parádsasvár y los proveedores de alojamiento aparecen bajo una única fórmula vacacional con el nombre de Matra Resort. Se prevé que tanto el alojamiento como las distintas atracciones turísticas sean fácilmente accesibles para cualquiera. Se construirán senderos para personas con discapacidad y también se ofrecerá en el futuro transporte con rutas de autobús accesibles (<https://www.heol.hu/>).



El papel de las herramientas digitales en el turismo

Para la renovación de las atracciones de patrimonio cultural es indispensable la convivencia con las herramientas informáticas modernas. En el caso de los proyectos de la UE, debe destinarse al menos el 10% del coste total a desarrollos interactivos convenientes para el visitante, incluyendo las tecnologías de la información y la comunicación.

La solución más habitual es recurrir a una variedad de sistemas de pantalla táctil, desde el monitor informativo más sencillo a los juegos interactivos para varios jugadores. La mayoría de los últimos avances hacen uso de soluciones móviles, como sencillos códigos QR o la creación de información para aplicaciones móviles. Menos habitual es el empleo de las herramientas de realidad aumentada (RA) y realidad virtual (RV), por ejemplo, la proyección de periodos arquitectónicos de un edificio o la recreación de un evento o emplazamiento histórico con gafas de realidad virtual. También existen proyectos piloto que muestran el patrimonio cultural con la ayuda de proyecciones pseudoholográficas en el espacio, una solución de RA que no se ve limitada por el tamaño del teléfono o la tableta y que se convierte en una parte integral del espacio histórico. Además del empleo turístico, los museos digitalizan las colecciones más relevantes y las hacen accesibles

Conclusiones

En resumidas cuentas, se puede afirmar que el turismo es uno de los factores económicos decisivos considerando las capacidades y el atractivo de Hungría.

Las atracciones turísticas culturales como los lugares Patrimonio de la Humanidad, los festivales o las rutas temáticas son las motivaciones más importantes para los turistas extranjeros. Se presta especial atención a los mismos a la hora de elaborar estrategias y fomentar el desarrollo.

En los últimos años las personas con discapacidad han conformado nuevos segmentos de mercado. Con la difusión del turismo orientado a la experiencia, la cuestión del turismo accesible ha ido ganando protagonismo. Lamentablemente, aún existen pocos destinos y atracciones en Hungría sin barreras. Según el principio de trato igualitario, el objetivo de los profesionales del turismo debe ser el de desarrollar nuevas atracciones o renovar las ya existentes para ayudar a las personas con discapacidad a encontrar información, a viajar y a disfrutar de experiencias turísticas. Una de las prioridades de desarrollo de la Estrategia 2030 para el Desarrollo del Turismo Nacional será el turismo accesible.

La relación entre el turismo cultural y el turismo accesible puede fomentarse con los aparatos digitales, las aplicaciones descargables en el teléfono móvil, las pantallas táctiles y los



dispositivos que emplean técnicas proporcionadas por experiencias turísticas accesibles para todos.

PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y LA ACCESIBILIDAD EN PORTUGAL

Introducción

El turismo es una actividad estratégica para Portugal y su actividad económica principal es la exportación, representando un 15,3% de las exportaciones de bienes y servicios. Es también un factor de desarrollo regional, ya que diversas áreas y agentes intervienen de forma transversal y trabajan en red.

Con el paso del tiempo se producen cambios y adaptaciones a las necesidades de la comunidad, generando innovación.

En los últimos años, los números relacionados con el turismo en Portugal han experimentado un gran aumento. Ello implica la renovación y modernización de los estándares y los servicios. Uno de los objetivos principales es hacer lo más accesible posible para todos las estructuras y servicios, promoviendo el contenido digital para el turismo y el patrimonio cultural de la ciudad. Los visitantes tienen diversas necesidades y resulta obligatorio estar preparados para proporcionarles apoyo.

El éxito de las actividades turísticas está cada vez más ligado a procesos de innovación y creatividad y a la habilidad de generar iniciativas de valor añadido que atraigan a los turistas. En este contexto, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) juegan un papel fundamental a la hora de generar dichos desarrollos. El uso de las TIC en las políticas municipales para la promoción del turismo ha caracterizado los intentos de las autoridades locales para promover el turismo cultural y de patrimonio.

Desarrollo

Innovación en TIC para el turismo

Las TIC proporcionan poderosos instrumentos que pueden promover ventajas competitivas en términos de promoción turística, el fortalecimiento de las estrategias y las operaciones industriales y la promoción de la accesibilidad de las infraestructuras, los equipamientos y los servicios turísticos.

Gracias a las TIC se desarrollan experiencias interactivas estimulantes, con el objetivo de aumentar la satisfacción y la valoración de los visitantes, que potencialmente pueden regresar.



Es crucial que los actores económicos del sector turístico desarrollen productos y servicios accesibles para todos: “La satisfacción del cliente depende enormemente de la precisión y la exhaustividad de la información específica sobre la accesibilidad, las instalaciones, las atracciones y las actividades del destino” (Buhalis, 1998).

Una herramienta muy sencilla y útil es el código QR. Una de las primeras iniciativas que decidió adoptar este instrumento fue un proyecto del municipio de Tomar. El personal informático desarrolló códigos QR para los principales monumentos de la ciudad, que proporcionan enlaces a la historia, horarios, calendarios semanales y otra información relevante relacionada con el monumento en cuestión. También se desarrollaron audioguías, que se promovieron en el sitio web de la localidad y se distribuyeron en plataformas online de audioguías.

Los códigos QR son códigos bidimensionales desarrollados en 1994 que poseen una capacidad sustancialmente superior a los códigos de barras convencionales. Pueden emplearse desde cualquier tipo de dispositivos por parte de una infinidad de sectores, principalmente, el turismo.

En un primer lugar, los códigos QR se crearon en portugués para las principales atracciones de la ciudad. Después, se ampliaron a otras tecnologías y lenguas, se desarrolló una plataforma electrónica que facilitaba la gestión de datos electrónicos para los ayuntamientos y se produjo un vídeo promocional, con la intención de ser retransmitido en las plataformas de las redes sociales. Debido a ello, ha aumentado la accesibilidad turística, permitiendo a todo tipo de personas el acceso a la información, independientemente de sus limitaciones o conocimiento, y eliminando muchas barreras, como las lingüísticas.

Hoy en día estas tecnologías son una realidad para los negocios turísticos, posicionándose como importantes herramientas para aumentar la satisfacción y promover la accesibilidad de la información. Esto favorecerá la independencia y la autonomía de todas las personas durante sus vacaciones.

El turismo, al igual que otros sectores económicos estratégicos, debe tratar de sacar el mayor provecho al desarrollo tecnológico ya que los dispositivos electrónicos son un aliado fiel y constante durante los viajes de cualquier persona.

De hecho, pueden emplearse para distintos propósitos: obtener direcciones, hacer fotografías, obtener información de diversa índole, localizar atracciones, eventos, tiendas, restaurantes o bares, consultar horarios, comprar entradas, hacer reservas o traducciones.

La importancia del contenido digital para teléfonos móviles que satisfagan las necesidades turísticas, aumenten la satisfacción y promuevan el turismo accesible ha reforzado tecnologías como la realidad aumentada y la virtual.

Estas tecnologías permitirán la recolección de información sobre visitantes y lugares visitados, lo que dará la posibilidad al municipio de cruzar datos con otras fuentes (respetando la



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

privacidad de los datos), obteniendo información estratégica para dirigir de forma adecuada las estrategias de marketing. A su vez, esta iniciativa puede servir de impulso para la creación de proyectos similares relacionados con restaurantes, industrias hoteleras, comercio local, etc., promoviendo la economía local y el emprendimiento.

Una perspectiva amplia sobre la accesibilidad en el turismo

Accesibilidad en servicios, el PNL y el presupuesto participativo de Portugal

La accesibilidad ha de ser entendida en términos de servicio, infraestructura y promoción. Es un requisito previo que las personas con discapacidad participen y jueguen un papel activo en la sociedad.

Algunos turistas y visitantes sufren enfermedades o tienen limitaciones físicas.

La accesibilidad a los espacios y la promoción de contenido en formatos accesibles para todos los ciudadanos deberían ser una prioridad municipal, tratando de adaptar el producto turístico a los distintos ciudadanos en lugar de dejar que se enfrenten a los obstáculos por sí solos.

La administración local juega un papel fundamental a la hora de emprender acciones centradas en la promoción del territorio, especialmente en lo que respecta a la promoción y la conservación del patrimonio local a nivel regional como estrategia de desarrollo basada en la descentralización de recursos y programas, así como a la hora de invertir en una lógica de proximidad.

A este nivel, los municipios desarrollan un conjunto de iniciativas y programas de difusión y promoción de actividades culturales dirigidas a la población joven, principalmente a través de los servicios municipales bajo la supervisión de las consejerías municipales en materia de juventud y/o cultura.

La revitalización cultural a nivel local se basa en una serie de redes coordinadas por el poder central, que es responsable de la promoción y apoyo al desarrollo de las distintas iniciativas de promoción cultural, muchas de las cuales están diseñadas para atraer y formar a los jóvenes como estrategia para involucrar a público nuevo.

Esta línea de acción tiene distintos propósitos, incluyendo el fomento del conocimiento del patrimonio artístico cultural como proceso de afirmación de la ciudadanía y como medio para desarrollar la alfabetización cultural.

El Plan Nacional de Lectura

En este marco de compromiso político transversal para el emprendimiento de acciones enfocadas a la promoción de la lectura, el acceso plural al conocimiento y el enriquecimiento cultural como eje del gobierno y prioridad política, la resolución del gobierno (marzo de 2017) de volver a invertir en el Plan Nacional de Lectura es ejemplarizante. Esta decisión dio lugar al



lanzamiento de una nueva fase a diez años vista, de 2017 a 2027 (PNL 2027). En esta nueva fase, mediante una comisión interministerial, las áreas de gobierno local, cultura, ciencia, tecnología, educación superior y educación son las responsables del desarrollo de una política integrada para la promoción de la lectura y la escritura en múltiples esferas, como la cultura, la ciencia y la tecnología digital.

El Plan Nacional de Lectura 2027 es una intervención estratégica para desarrollar distintos conocimientos en varios sectores de la población. Se puso en marcha en 2006 y ha entrado en vigor de nuevo para la década 2017-2027. En concreto, esta edición pretende invertir más en el apoyo a programas para favorecer la inclusión social mediante lecturas y la formación de distintos segmentos de la población, así como facilitar el acceso al conocimiento y la cultura gracias a la ayuda de las tecnologías de la información y la comunicación.

A continuación se exponen algunas directrices del PNL:

- Crear un compromiso social amplio en torno a la promoción de la lectura como una prioridad política, con el objetivo de desarrollar la alfabetización y fortalecer los hábitos de lectura de la población.
- Impulsar programas dirigidos a niños, jóvenes y adultos con el objetivo de promover el desarrollo de conocimientos múltiples, especialmente la lectura, la escritura y la información digital, visual y científica, con el fin de preparar a la población portuguesa para las exigencias de la sociedad del siglo XXI.
- Reforzar y diversificar la intervención en materia de desarrollo de las capacidades de niños y jóvenes en el contexto escolar y las de aquellos adultos que buscan obtener una titulación.
- Fomentar un nuevo tipo de intervención dirigida a jóvenes adultos y a adultos, en particular entre los sectores de la población que han adquirido habilidades lectoras deficientes o que, por un motivo u otro, no las han adquirido en absoluto a lo largo de sus vidas.
- Implementar una serie de acciones con el fin de fortalecer las competencias de lectura y escritura de las personas con necesidades especiales y fomentar así su inclusión.
- Promover relaciones entre la lectura, la literatura, las artes, las ciencias y la tecnología y promover la cultura científica, tecnológica y artística en colaboración con instituciones de ciencia y cultura.
- Incentivar la producción y difusión de contenido y de estudios académicos sobre lectoescritura.
- Promover proyectos de formación para profesores, mediadores de lectura, agentes culturales y otros actores.
- Fortalecer la conexión de la sociedad y las comunidades locales, principalmente mediante la movilización de los círculos literarios y científicos y los medios, fomentando su participación en la promoción de proyectos de lectoescritura.



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

- Promover el establecimiento de nuevas alianzas y la implantación de acciones concertadas con el apoyo de organismos nacionales e internacionales, públicos y privados.
- Promover el contenido inclusivo, intercultural y libre de estereotipos que estimule el pensamiento crítico y la ciudadanía activa.
- Fortalecer la coordinación entre la Red Nacional de Bibliotecas Públicas, la Red de Bibliotecas Escolares y las bibliotecas de las instituciones de educación superior.

Presupuesto Participativo de Portugal

Otra interesante iniciativa es el Presupuesto Participativo de Portugal, que se implementó por primera vez en 2017. El Gobierno lo promovió mediante una presentación de propuestas realizadas por los ciudadanos en distintas áreas de gobierno, con el fin de incentivar la participación en la vida política y social y revitalizar los proyectos nacionales y regionales.

A nivel nacional uno de los proyectos ganadores fue Cultura para Todos, basado en el principio que entiende la cultura como un “pilar fundamental de la educación, del sentimiento de pertenencia y la integración del individuo en la sociedad”. Una de las medidas de este proyecto es ÉS.CULTURA’18 que garantiza la disponibilidad de libre acceso a distintos espacios e iniciativas culturales durante un año para jóvenes nacidos en 2000 (desde abril de 2018 a abril de 2019).

Distintos organismos del Ministerio de Cultura, entidades privadas y autoridades locales se unieron a esta medida, poniendo en 2018 cientos de ofertas culturales al alcance de jóvenes de 18 años.

Accesibilidad en términos de costes e iniciativas relacionadas

La accesibilidad en el turismo puede interpretarse también en términos de costes. En este caso la Dirección General de Patrimonio Cultural tiene un papel fundamental: ofrece, como complemento a las entradas individuales, una amplia variedad de entradas especiales, combinando circuitos museológicos con criterios geográficos o temáticos. El objetivo de esta medida es promover el acceso universal a la cultura, garantizando condiciones de acceso gratuito o condiciones especiales a las personas con dificultades de acceso por motivos económicos. Además, según la condición o el origen individual existen descuentos específicos. Las distintas entidades responsables son las encargadas de divulgar y promover la información sobre las oportunidades y facilidades de acceso a las instalaciones culturales.

A lo largo de los años, se han desarrollado un número de eventos/iniciativas conjuntas en el campo de la Educación para el Patrimonio Cultural. En 2013 se celebró el Programa de Educación Estética y Artística y un protocolo de colaboración entre la Dirección General de Educación (DGE) y la Dirección General de Patrimonio Cultural (DGPC). La DGPC, en el marco



de su ámbito de actuación estratégica, sigue dinamizando actividades de concienciación sobre la importancia del patrimonio cultural mediante diversos proyectos dirigidos a jóvenes para estimular un conocimiento e interés mayor en la historia y el patrimonio cultural. A continuación se describen dos proyectos que forman parte del programa.

Base de datos de la colección del patrimonio inmaterial. Es un recurso educativo disponible desde 2011 para concienciar a los jóvenes de la necesidad de proteger el patrimonio cultural inmaterial. La base de datos de acceso gratuito se concibió para uso en el contexto escolar o en actividades formativas y educativas promovidas por otras entidades, particularmente los servicios educativos de los museos. Además, la base de datos se elaboró siguiendo las directrices de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (UNESCO, 2003) que resalta la importancia de los programas educativos para la sensibilización de los jóvenes.

De repente... ¡el patrimonio! (Numinstante... o Património!) Este proyecto, que fomenta la creación artística fotográfica, se celebra cada año desde 2008. Es el resultado de una asociación entre DGPC y GAZES (OLHARES) y se integra en el proyecto Experiencia Fotográfica Internacional de Monumentos (EFIM) del Consejo de Europa. Está dirigido a jóvenes entre los 14 y los 21 años y, a través del registro fotográfico de un elemento del patrimonio, pretende acercar a los jóvenes a la riqueza histórica y del paisaje cultural, al pasado y al presente. Lo interesante es ver cómo los participantes generan una nueva interpretación del patrimonio.

Conviene destacar las actividades promovidas anualmente por la DGPC en el marco de las celebraciones de los Días del Patrimonio Europeo, una iniciativa anual del Consejo de Europa y la Unión Europea.

El propósito es concienciar a los ciudadanos de la importancia de proteger el patrimonio como testigo del pasado. En 2016, el tema Comunidades y Culturas pretendía involucrar a los distintos tipos de comunidades: comunidades locales, escuelas, vecindarios, clubs, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, ya sean culturales, religiosas, filosóficas, científicas, recreativas o deportivas, en la promoción, protección y desarrollo de actividades artísticas y culturales.

Dentro del marco de las actividades de la Dirección General de Libros, Archivos y Bibliotecas, algunos distritos organizan talleres temáticos y visitas a archivos dirigidos a jóvenes, con el fin de promocionar el conocimiento y la exploración de distintas áreas.

Otra iniciativa importante es la Bienal Ibérica del Patrimonio Cultural cuyo objetivo principal es promocionar, valorizar y visibilizar el sector del patrimonio cultural, así como demostrar a su vez cómo el patrimonio puede ser una fuente de inspiración inagotable para cuestiones pedagógicas y lúdicas. Es fruto de la fusión entre la Bienal de la Restauración y Gestión del Patrimonio AR & PA, que se celebra en Valladolid desde 1998, y la Feria de Patrimonio, un evento creado en 2013 en Portugal. Este año se celebrará entre el 11 y el 13 de octubre.



Accesibilidad para personas con discapacidad

Como ya se ha mencionado, la accesibilidad turística se ocupa también de la discapacidad. Hoy en día, la misión de algunas empresas o asociaciones es la de dar a todo el mundo la oportunidad de disfrutar al máximo de sus vacaciones, así como del patrimonio natural y cultural. Una de ellas es Adapted & Senior Tours Portugal, creada con el fin de fomentar la autonomía de aquellos que se enfrentan a retos de movilidad. Ayuda a personas con movilidad reducida, proporcionando asistencia a las mismas y a sus respectivas familias y amigos. Su objetivo son normalmente las personas con discapacidad física. La empresa les proporciona vehículos adaptados especializados con todo el confort y los elementos necesarios. El equipo también diseña y elige, por y con el cliente, itinerarios o excursiones a destinos compatibles con el uso de silla de ruedas. Pagando una cuota adicional la empresa ofrece a los clientes la opción de tener la asistencia de un enfermero durante los itinerarios. Bajo petición, también existe la posibilidad de beneficiarse de desplazamientos privados como recogidas en el aeropuerto, el hotel o la residencia efectuadas por colaboradores de la empresa.

Adapted & Senior Tours Portugal se encuentra a disposición de los clientes cuando los cruceros se detienen en Lisboa, haciéndose cargo de las personas con necesidades durante las excursiones, ayudándoles a aprovechar al máximo su viaje, con itinerarios especiales diseñados para aquellos con problemas de movilidad y usuarios de sillas de ruedas.

Tourism 4 All es una asociación similar establecida en Portugal y financiada por Turismo do Portugal.

La Estrategia para el Turismo 2027 “Pensar en el futuro, actuar en el presente” se centra en la construcción de un marco estratégico para los próximos 10 años, teniendo en cuenta diversos cambios y perspectivas, así como aquellas oportunidades y retos que surjan de los mismos.

Estos factores, junto con las oportunidades identificadas como pueden ser el crecimiento sostenible del turismo hasta 2030, la configuración de Portugal como destino o la creciente demanda de hábitos saludables y productos de salud y bienestar, conferirán al proyecto ACCESSIBLE PORTUGAL plena pertinencia e idoneidad.

Es en este marco en el que ACCESSIBLE PORTUGAL trata de desarrollar una plataforma y una aplicación móvil (para Adroid e iOS) de información y difusión de la oferta turística en Portugal, que ayudará a captar nuevos segmentos de demanda y mejorará la experiencia turística de personas con necesidades especiales, contribuyendo además al diseño de Portugal como destino turístico. Es un instrumento informativo (no evaluativo) con plena objetividad. Con el fin de fortalecer una interacción con el público es conveniente impulsar el modelo de las redes sociales, que en la actualidad resultan muy accesibles para los turistas.

La plataforma online se ha basado en una ya existente del proyecto Tur4All de España pero ha experimentado diversas mejoras. Cuenta con la experiencia de más de 20 años de su promotor PREDIF, una plataforma de representación de personas con discapacidad.



La asociación establecida con PREDIF permite a ACCESSIBLE PORTUGAL beneficiarse de una infraestructura y metodología ya ensayada, en continua mejora, con una escala internacional, así como un sistema de producción de contenidos y traducción en siete idiomas distintos, generando sinergias, reduciendo costes y propiciando un desarrollo y ejecución más rápido.

PREDIF, la plataforma estatal de representación de personas con discapacidad, es un organismo estatal sin ánimo de lucro, declarado de utilidad pública en 2003, que representa y promueve acciones en beneficio de casi 100.000 personas con discapacidad física.

En la actualidad PREDIF es una referencia en el ámbito del turismo accesible, preside el Comité de Turismo y Ocio Inclusivo de CERMI, y sus protocolos y criterios en el ámbito de la accesibilidad son aquellos que acuerda el sector de discapacidad en su conjunto.

Asimismo, cabe destacar el proyecto CREATOUR, una incubadora/exposición e iniciativa de investigación multidisciplinar, que apoya procesos de investigación colaborativa implicando a cinco centros de investigación que a su vez trabajan con diversas organizaciones culturales y creativas y otros actores clave ubicados en pequeñas ciudades de las regiones Norte, Centro, Alentejo y Algarve. Nació de la cooperación entre el Programa Operacional Regional de Lisboa, la Fundación Portuguesa para la Ciencia y la Tecnología y el Programa Operacional Regional do Algarve. El objetivo general de CREATOUR es desarrollar y dirigir un enfoque integrado y una agenda investigadora en el ámbito del turismo creativo en ciudades pequeñas y áreas rurales de Portugal, desarrollando fuertes lazos dentro de las regiones y entre ellas. El proyecto se nutre de enfoques teóricos y metodológicos de desarrollo del sector cultural/creativo, del turismo y del desarrollo regional. Se organiza en torno a las dimensiones clave de apoyo para mejorar el desarrollo del sector creativo como marco: generar conocimiento y capacidades, apoyar el desarrollo de contenido y asociar la creatividad al lugar, así como mejorar las redes y clasificar la información.



Conclusiones

Las ciudades históricas de Portugal son en muchos sentidos un ejemplo del cambio socioeconómico que han experimentado las áreas rurales de Portugal en los últimos sesenta años. Hasta mediados del siglo XX, la actividad principal de estas zonas era la agricultura. Más tarde, el declive de la agricultura provocó el éxodo rural. Los censos de población muestran que el número de residentes aumentó entre mediados del siglo XIX y mediados del XX, comenzando a decrecer a partir de entonces. En 2011, se registró el número más bajo de habitantes desde mediados del siglo XIX en la mayoría de los municipios y la mayoría contaba con menos de 200 habitantes, fundamentalmente ancianos con bajo nivel de educación y formación.

En el último cuarto del siglo XX comenzaron a tomarse medidas para combatir el declive de la actividad económica. Algunos particulares, gobiernos locales y municipales y el Instituto Nacional para el Aprovechamiento del Tiempo Libre de los Trabajadores (INATEL) empezaron a ganar dinero recibiendo a un creciente número de turistas en busca de experiencias de turismo cultural. Las primeras localidades en tener instalaciones turísticas fueron Almeida y Sortelha. En Almeida, la primera instalación de este tipo fue un alojamiento de la categoría Pousada de Portugal, que se inauguró en 1985 fruto de una iniciativa promovida por el Estado.

Lamentablemente, la idea general es que la mayoría de las políticas nacionales públicas no se adecúan a las realidades y necesidades de la población y las comunidades rurales: no se consideran apenas o en absoluto las preocupaciones y expectativas de las comunidades rurales en la definición de las políticas nacionales. La complejidad de los problemas identificados por las comunidades rurales requiere una perspectiva amplia de desarrollo rural.

Pese a todas las creencias, Portugal es hoy en día uno de los principales países profundamente comprometidos con el objetivo de lograr un turismo accesible 100% y de impulsar las zonas rurales involucrando a todos los sectores de la población.



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

CONCLUSIONES FINALES

Los resultados obtenidos de este trabajo provienen de una encuesta llevada a cabo por todos los socios de IPER en los países implicados y a nivel de la EU.

Se recurrió al método DAFO para analizar los datos finales de la investigación, lo que permitió poner en relieve aquellos factores internos que constituyen respectivamente una ventaja competitiva (fortalezas) o un límite (debilidades) para la promoción del patrimonio cultural europeo a través de las herramientas digitales y de acuerdo al principio de turismo accesible. Al mismo tiempo, el análisis definió las variables externas que pueden condicionar positiva o negativamente el sistema presentándose como una oportunidad (oportunidades) cuando pueden generar una ventaja o como una amenaza (amenazas) cuando constituyen factores ambientales perjudiciales.

Fortalezas:

- El patrimonio cultural juega un papel fundamental a nivel de la UE ya que constituye un bien de inestimable valor para todos sus ciudadanos y es a la vez una fuente de inversión potencial tanto desde una perspectiva social como económica. A nivel europeo, todas las instituciones de la EU se comprometen a promocionar y proteger el patrimonio cultural. La Comisión Europea, el Parlamento Europeo y el Consejo de la UE, así como el Comité de las Regiones y el Comité Económico y Social Europeo, han venido organizando eventos para promover actividades dedicadas al patrimonio cultural.
- La inversión en patrimonio cultural genera múltiples beneficios, ya sean culturales, sociales, ambientales o económicos. Estos beneficios contribuyen al desarrollo sostenible y mejoran la cohesión social a nivel local, regional y nacional.
- A través de las TIC las personas con discapacidad pueden visitar un lugar desde sus teléfonos o tabletas y no necesitan enfrentarse a un viaje para ver un monumento, un museo o un producto cultural. La velocidad de acceso a la información y la posibilidad de convertir Europa de un modo rápido en un lugar más accesible para personas con discapacidad es un elemento clave de la Estrategia Europea sobre Discapacidad 2010-2020. Esta estrategia proporciona un marco general de acción a nivel de la UE en el ámbito de la discapacidad y la accesibilidad, para completar y respaldar las acciones de los Estados Miembros.
- La digitalización del patrimonio cultural y el apoyo a su explotación económica son actividades promovidas por la Agenda Digital Europea. La agenda insta a la mejora del acceso al contenido cultural incluso en áreas remotas mediante la implantación de tecnologías inteligentes y una mejor integración de los ciudadanos.
- La Unión Europea emplea varios instrumentos para hacer de Europa un lugar más accesible para las personas con discapacidad y mayores. Además de la legislación y las



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

políticas, la investigación y la estandarización sirven para optimizar, entre otras cosas, la accesibilidad de las infraestructuras, las TIC y el transporte.

Debilidades:

- Hasta la fecha, la UE ha hecho uso de instrumentos no vinculantes (resoluciones del Consejo y declaraciones ministeriales) para promover los objetivos en materia de accesibilidad. Pese a los avances realizados, el nivel de accesibilidad de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) dista mucho aún de ser satisfactorio, como reconoce la Comunicación sobre la inclusión digital, publicada en noviembre de 2007. Sin embargo, la UE aún no ha adoptado ninguna Directiva vinculante sobre accesibilidad en el ámbito de las TIC en general ni sobre accesibilidad del entorno web en particular, pese a las reiteradas peticiones realizadas por el Foro Europeo de la Discapacidad.
- Es necesario construir la base de conocimiento y mejorar la capacidad de las autoridades e instituciones públicas para desarrollar e implementar estrategias de digitalización de los artefactos del patrimonio cultural siguiendo estándares y enfoques comunes.
- Faltan cursos de formación profesional relacionados con el turismo accesible y la oferta educativa orientada a la formación de expertos para la promoción del patrimonio cultural en todas sus dimensiones es inadecuada.
- Algunos ámbitos culturales trabajan con información y datos difíciles de compilar y almacenar y apenas susceptibles de comparación, haciéndose necesario diseñar y compartir políticas efectivas tanto a nivel nacional como europeo.
- Cabe destacar el impacto masivo de la digitalización en la forma de percibir, acceder, crear, comunicar y difundir la cultura.
- Es necesario fortalecer las competencias digitales de los profesionales de los museos para convertir estos últimos en lugares más accesible e interesantes, incluyendo acciones en contextos transfronterizos y europeos.
- Es necesario fortalecer las competencias digitales de los profesionales del patrimonio cultural.

Oportunidades:

- La UE financia proyectos de apoyo al patrimonio cultural. Se ha lanzado una convocatoria para proyectos de cooperación para este año bajo el programa Europa Creativa. Erasmus+, Europa con los Ciudadanos, Horizonte 2020 y otros programas europeos ofrecen un sinnúmero de oportunidades.



- Hoy en día las asociaciones y organizaciones implicadas en la conservación y promoción del patrimonio cultural están desarrollándose rápido y existen muchos eventos dedicados a sensibilizar sobre este asunto.
- Europa está inmersa en una transformación digital que afecta a centros de gestión del patrimonio, museos, archivos, bibliotecas, etc. y que, al aprovechar las constantes mejoras tecnológicas y su penetración en el ámbito del patrimonio cultural con fines de conservación y difusión, conlleva la incorporación de la tecnología como herramienta para enriquecer y mejorar las experiencias del usuario.
- Las herramientas digitales convierten el patrimonio cultural en algo accesible para todos, reduciendo la distancia entre la esfera cultural y social.
- Nada puede reemplazar la experiencia personal de tocar, sentir y experimentar patrimonio cultural directamente. Pero al menos podemos estar seguros de que gracias a las TIC se conserva nuestro inestimable patrimonio y de que este seguirá siendo accesible para las generaciones venideras.

Amenazas:

- Existen dificultades para acceder a los fondos necesarios para apoyar las actividades culturales, mantener y aumentar la competitividad e internacionalizar las actividades. Las dificultades son sensiblemente mayores en algunos sectores culturales debido a la naturaleza intangible de muchos de sus bienes o a los posibles riesgos que el crecimiento o la innovación pueden plantear.
- La expansión de las TIC podría generar una brecha digital en lo que respecta a la accesibilidad a algunos servicios entre grupos de población y territorios.
- Las tecnologías digitales evolucionan constantemente. Por ejemplo, una aplicación móvil creada hace cinco años para un lugar de interés cultural ya no soporta los sistemas operativos de los móviles actuales. Los mediadores culturales necesitan, por lo tanto, actualizar sus soluciones digitales constantemente.
- Las herramientas digitales y las redes, en especial internet, ofrecen posibilidades sin precedentes para nuevas rutas de acceso promoviendo la interactividad. Si no se usan de forma adecuada, las herramientas digitales podrían poner en peligro la mediación cultural en los lugares de interés. Por ello es muy importante recurrir a los profesionales de patrimonio que están capacitados para mantener el equilibrio entre las nuevas tecnologías y el patrimonio.



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

Bibliografia

PORTUGAL

BTS:

<https://all-digital.org/projects/digital-invasions/>

<https://all-digital.org/crowddreaming-supporting-the-future-of-digital-cultural-heritage/>

<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/noticias/strategy21.pdf>

<https://europa.eu/cultural-heritage/about>

<http://kultur.creative-europe>

desk.de/fileadmin/2_Publikationen/Final_Draft_digitalisation.pdf

CCIP:

-Accessible Portugal <http://accessibleportugal.com/>

-Case study in the Municipality of Tomar, 2015, <http://www.jotr.eu/index.php/volume17/177-promotion-of-accessible-tourism-through-digital-content-a-case-study-in-the-municipality-of-tomar>

-CREATOUR - Creative Tourism Destination Development in Small Cities and Rural Areas, 2016 <https://ces.uc.pt/en/investigacao/projetos-de-investigacao/projetos-financiados/creatour>

-DGPC - DIREÇÃO-GERAL DO PATRIMÓNIO CULTURAL - <http://picportugal.com/en/maps/item/dgpc.html>

-EACEA National Policies Platform - Developing cultural and creative competences, 2018 <https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/en/content/youthwiki/85-developing-cultural-and-creative-competences-portugal>

-EACEA National Policies Platform - National strategy on creativity and culture for young people, 2018

[-https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/en/content/youthwiki/83-national-strategy-creativity-and-culture-young-people-portugal](https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/en/content/youthwiki/83-national-strategy-creativity-and-culture-young-people-portugal)



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

- EACEA National Policies Platform - Promoting culture and cultural participation 2018, <https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/en/content/youthwiki/84-promoting-culture-and-cultural-participation-portugal>
- European Heritage Days – Council of Europe Portal <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/european-heritage-days>
- Iberian Biennial of Cultural Heritage <https://www.visitportugal.com/en/node/404317>
- NATIONAL READING PLAN STRATEGIC FRAMEWORK 2027, 2017 <http://pnl2027.gov.pt/np4EN/file/8/NRPframework.pdf>
- Portugal Participatory Budget <https://opp.gov.pt/english>
- Predif Portal <http://www.predif.org/>
- “Rural Areas In Portugal And Leader /Communityled Local Development”, Chaves Luís, 2018. <http://www.rederural.gov.pt/images/LEADER CLLD PT Luis Chaves 20171003.pdf>
- Tur4all Portugal portal <https://www.tur4all.pt/pt/o-que-fazemos/accessible-portugal-e-o-turismo-acessivel>
- Turismo de Portugal portal <http://www.turismodeportugal.pt/pt/Paginas/homepage.aspx>

ITALY

- The Strategic Plan for Development of Tourism PST 2017-2022- Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo
- Artribune Magazine – 2018. Italy Museums in 2017.
- Decision (Eu) 2017/864 of The European Parliament and of The Council of 17 May 2017 on a European Year of Cultural Heritage (2018)
- Il Patrimonio Culturale per tutti: Fruibilità, Riconoscibilità, Accessibilità- Quaderni della Valorizzazione – NS4. MiCBAT.
- <http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/index.html>
- <https://www.disabili.com/>
- <http://www.ontit.it/ont/>
- <http://www.labcd.unipi.it/wp-content/uploads/2018/05/Emanuela-Tridente-Nuove-tecnologie-per-la-Valorizzazione-e-Fruizione-del-Patrimonio-Culturale.pdf>



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

- <http://www.infoaccessibilita.it/documenti/turismo-accessibile-commissione.pdf>
- <http://www.turismoaccessibile.eu/siteon/index.php/progetto/storia-turismo-accessibile?showall=1&limitstart=>
- <http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/6041/840364-1173547.pdf?sequence=2>
- <http://www.italia.it/it/info-utili-e-faq/italia-vr.html>
- <https://projectforall.net/>
- https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/collana-seminari-convegni/2018-0023/rapporto_turismo_finale_convegno.pdf

- <https://www.accioncultural.es/>
- http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_patrimonio_ostelea18.pdf
- <https://asociacion-acre.org/acciones/manifiesto/>
- <http://www.ciudadespatrimonio.org/presentaciondelgrupo/index.php>
- <https://espanaglobal.gob.es/en>
- https://europa.eu/cultural-heritage/toolkits/special-eurobarometer-europeans-and-cultural-heritage_en
- <http://www.gestioncultural.org/>
- <http://www.heritageportal.eu/Resources/EU-Countries/Spain.html>
- <https://www.hispanianostra.org/>
- http://www.mitramiss.gob.es/es/Guia/texto/guia_4/contenidos/guia_4_10_6.htm
- <https://www.segittur.es/es/inicio/index.html>
- <http://www.somopatrimonio.es/>
- <http://www.spainheritagecities.com/>
- https://www.spain.info/en/informacion-practica/sobre-espana/cultura/riqueza_cultural.html
- <https://www.statista.com/>
- <https://www.tourspain.es/es-es>



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

- <https://es.unesco.org/>

- <http://www.xn--espaescultura-tnb.es/>

- <http://museo.once.es>

PREDIF:

-Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad

-Manuel Barreiro: Las TIC's aplicadas al patrimonio cultural en el Ayuntamiento de Lugo. Experiencias y proyectos de valorización patrimonial.

-Manuel Castells: Internet y la sociedad red

-Real Decreto Legislativo 1/2013 por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social.

-Comité Español de Representación de las Personas con Discapacidad (CERMI) www.cermi.es

-José Ramón Monge Hernández: Herramientas de difusión del Patrimonio Cultural en España

-Museo virtual – Museo Nacional de Antropología.

<http://www.mcu.es/visitavirtualmuseos/museo-de-antropologia>

-Museo virtual – Museo del Prado. <https://www.museodelprado.es/visita-el-museo>

-Museo Reina Sofía. <https://twitter.com/museoreinasofia>

-MuseoThyssenn. <http://www.artecomacto.com/munch-mira-de-frente-en-el-museo-thyssen/>

-Ministerio Español de Cultura y Deporte.

<http://www.culturaydeporte.gob.es/mnaltamira/home.html>

-Innovación en la comunicación global del patrimonio cultural: TIC SM Mateos-Rusillo. Patrimonio cultural de España 4, 115-127

-Comunicar con los visitantes: una 'nueva' faceta profesional para los conservadores-restauradores. SM Mateos-Rusillo. Ge-conservación. Revista del Grupo Español de Conservación del Internacional.

-Reconstrucción y activación del patrimonio artístico con tecnología audiovisual. Experiencia de Taüll 1123. SM Mateos-Rusillo, A GifreuCastells. El Profesional de la Información 23 (5), 527-533



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

HUNGARY

- <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/pecsturisztreg.pdf>
- <http://mek.oszk.hu/02100/02185/html/96.html>)
- www.ksh.huhttp://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/moborvid_14.pdf
- https://wikitravel.org/hu/Magyarorsz%C3%A1g_gy%C3%B3gyf%C3%BCrd%C5%91i
- https://www.turabasis.hu/turamozgalom_ismerteto_152
- <http://www.leonardoprogram.hu/hirek/borutak-magyarorszagon/>
- http://www.tdmszovetseg.eu/files/_tdmsz/images/TDMSZ_Alapszabaly_2015_05_27_.pdf
- https://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch05s06.html
- <https://mtu.gov.hu/cikkek/a-turizmus-eredmenyei-magyarorszagon>
- http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/indul_az_mtu_uj_belfoldi_kampanya
- <https://kampany.hellomagyarorszag.hu/kampanyjelentkezes>
- <https://www.portfolio.hu/gazdasag/itt-a-nagy-hir-veszprem-lesz-2023-ban-europa-kulturalis-fovarosa-magyarorszagon.307937.html>
- http://turizmusonline.hu/cikk/nem_banta_meg_pecs_idegenforgalma_az_ekf_et
- <http://www.hungarikum.hu/hu/content/mik-azok-hungarikumok-0>
- https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mikrocenzus2016/mikrocenzus_2016_8.pdf
- <https://turizmus.com/desztinaciok/akadalymentesitheto-e-a-kulturalis-turizmus-1157968>
- <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/a-meosz-es-a-muisz-az-akadalymentes-turizmusert-1152707>
- <https://hetedhethatar.hu/hethatar/?p=51781>
- https://route4u.org/index_hu.html#intro



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

https://www.kormany.hu/download/8/19/31000/mtu_kiadvany_EPUB_297x210mm%20-%20preview.pdf

https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mikrocenzus2016/mikrocenzus_2016_8.pdf

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.