



**PROYECTO O-CITY**



Erasmus+

Proyecto fundado por: **Erasmus+ / Key Action 2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, Knowledge Alliances.**

## 1. Difusión audiovisual del patrimonio

### Tema 1 Lección 1

Esta lección ha sido especialmente desarrollada para profesores o docentes de áreas de alto valor patrimonial, pero también puede ser interesante para gestores públicos de conservación del patrimonio y difusión de activos en ayuntamientos o para técnicos encargados de oficinas de turismo o pymes. Las universidades, especialmente las que cuentan con alguna titulación en turismo y patrimonio, juegan un papel fundamental en la economía naranja, que generan puestos de trabajo a través de la difusión, conservación y puesta en valor del patrimonio. La colaboración entre instituciones (universidades, pymes y administraciones públicas) garantizará no solo la conservación del patrimonio, sino también su promoción turística.

Una vez completada y aprobada la lección, los estudiantes podrán:

1. Decidir qué tipo de multimedia (basada en foto o vídeo) puede ayudarnos mejor a difundir un bien patrimonial en particular en función de su tipología y características.
2. Conocer cuáles son los primeros pasos para crear el multimedia basado en foto o vídeo.

#### **Cuándo usar una foto o un video para promover algún patrimonio**

Por un lado, la fotografía es una visión estática del patrimonio, un momento que será retratado para siempre. Por ejemplo, es interesante para el patrimonio cultural material inmueble porque las fotos nos darán acceso a los detalles de la construcción durante un largo período de tiempo. Por otro lado, el video es interesante para el patrimonio con movimiento, que no se puede capturar con una foto.

Algunos ejemplos en los que el video se puede utilizar para promover el patrimonio:

- 1) Patrimonio natural: flora y fauna en movimiento, eventos naturales,...
- 2) Patrimonio cultural inmaterial: música, danza, teatro, celebración, juego, rituales, tradiciones, etc.



Créditos: <https://www.heritagefund.org.uk/stories/digital-attitudes-and-skillsheritage-what-we-have-learned-so-far>

**¿Qué necesito hacer para difundir un patrimonio a través de una foto?**

Necesitaremos una ubicación fija, una cámara y, en la mayoría de los casos, un trípode. Una foto es capaz de comunicar, denunciar y despertar conciencias más que cualquier otro medio y sin las limitaciones del lenguaje.



Fotografía denunciando el actual estado de degradación del Teatro Argentino de la ciudad de La Plata. Créditos: Colegio de Arquitectos de Buenos Aires CAPBA.



Fotografía que muestra la gestión realizada en el Marjal de Gandia (España) en la ruta informativa y las instalaciones complementarias al espacio natural. Créditos: Nacho Yusim.

### **¿Qué pasa si quiero usar un video para promover algún patrimonio?**

En este caso, debemos buscar una ubicación o crear un decorado ficticio y hacer los preparativos necesarios antes del rodaje. Luego crearemos un guión técnico de las tomas. Debemos pensar qué grabar y cómo mostrarlo.

#### **En ambos casos necesitaremos:**

1. Exploración de ubicaciones o creación de escenarios
2. Preparación de la filmación (fecha, hora, iluminación)
3. Guión gráfico

#### **Conclusiones**

Considerar los medios y productos audiovisuales en los procesos de difusión y dinamización Cultural y Natural en las comunidades cercanas a los sitios patrimoniales es una apuesta definitiva hacia la consolidación de la comunicación como eje transversal e integral en los proyectos de cooperación. (Gumucio, 2010; Barranquero, 2012; Gudynas y Acosta 2011)