

# NUEVOS RETOS DEL PATRIMONIO CULTURAL

Comunicación, educación y turismo



---

María Cristina Fernández-Laso  
Alejandro Barceló Hernando  
(Coords.)



MARÍA CRISTINA FERNÁNDEZ-LASO  
ALEJANDRO BARCELÓ HERNANDO  
(Coordinadores)

# Nuevos retos del Patrimonio cultural: comunicación, educación y turismo

 *Dykinson, S.L.*

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con Cedro a través de la web [www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) o por teléfono en el 91 702 19 70/93 272 04 07.

Este libro ha sido sometido a evaluación por parte de nuestro Consejo Editorial.  
Para mayor información, véase [www.dykinson.com/quienessomos](http://www.dykinson.com/quienessomos)

© Copyright by  
Los autores  
Madrid

Ilustración portada: Gonzalo Saéz Díaz-Merry

Editorial DYKINSON, S. L. - Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid  
Teléfonos (+34) 91 544 28 46 - (+34) 91 544 28 69  
e-mail: [info@dykinson.com](mailto:info@dykinson.com)  
<http://www.dykinson.es>  
<http://www.dykinson.com>

ISBN: 978-84-1377-464-0  
Depósito legal: M-9506-2021

ISBN electrónico: 978-84-1377-508-1

*Preimpresión e Impresión:*  
SAFEKAT, S.L.  
Laguna del Marquesado, 32 - Naves J, K, y L - 28021 Madrid  
[www.safekat.com](http://www.safekat.com)

*in memoriam*  
*Alicia León-Gómez*



## Presentación

El libro *nuevos retos del patrimonio cultural: comunicación, educación y turismo* tiene como objetivo mostrar ante los profesionales y especialistas las últimas tendencias que se están desarrollando en el Patrimonio cultural desde la comunicación, el turismo y la educación. Los siguientes capítulos constituyen los resultados de nuevas aportaciones dentro del ámbito académico en relación con los de futuro del Patrimonio cultural en pleno siglo XXI. El lector encontrará diferentes textos sobre el uso de las TIC (realidad aumentada, realidad virtual, apps, uso de las redes sociales, etc.), y metodologías constructivistas para motivar e incentivar a los visitantes-usuarios en los museos, la educación patrimonial y el turismo cultural. Así como, nuevas propuestas que abordan el paisaje como recurso turístico en los destinos urbanos o la recuperación de bodegas para potenciar el turismo rural.

Para cumplir con los criterios de calidad, se ha constatado que los capítulos integrados en este volumen son inéditos, es decir trabajos originales fruto de la investigación individual de cada uno de los autores firmantes. También nos consta que los autores han dado el consentimiento para su difusión, así como los coordinadores del libro.

Con la finalidad de contar con un nivel de exigencia de alta calidad en los contenidos del presente libro, la editorial Dykinson exigió que el proceso de revisión de manuscritos presentados se realizara bajo el sistema estandarizado internacional de evaluadores durante todo el proceso de revisión. Todos los trabajos enviados han sido evaluados de acuerdo con criterios de estricta calidad científica. Los coordinadores han constatado que todos los trabajos son de carácter científico y que cumplen con los objetivos y alcance temático del libro. Para ello, los evaluadores del comité científico han tenido en cuenta los siguientes criterios de calidad: idoneidad del manuscrito con la temática central, estructura del manuscrito, metodología empleada, calidad de los resultados y conclusiones, y referencias bibliográficas.

Y, con la finalidad de servir a la divulgación y a la excelencia científica, se presentan los capítulos que componen el volumen y que intentan reflejar los retos a los que se enfrenta el Patrimonio cultural en el siglo XXI en la comunicación, el turismo y la educación.

MARÍA CRISTINA FERNÁNDEZ-LASO  
ALEJANDRO BARCELÓ HERNANDO

*Coordinadores nuevos retos del patrimonio cultural:  
comunicación, educación y turismo*



## Comité Científico

Enrique Baquedano

*Museo Arqueológico Regional de la Comunidad de Madrid*

María Isabel Baquedano Beltrán

*Dir. Gral. Patrimonio de la Comunidad de Madrid*

Eudald Carbonell i Roura

*Fundación Atapuerca*

Alicia Castillo Mena

*Universidad Complutense de Madrid*

Olaia Fontal Merillas

*Observatorio de Educación Patrimonial en España*

María Ángeles Querol Fernández

*Universidad Complutense de Madrid*

Pilar Moreno Collado

*Liceus – Portal de Humanidades*

Pilar Rivero Gracia

*Universidad de Zaragoza*

Joan Santacana Mestre

*Universidad de Barcelona*

Trinidad Vacas Guerrero

*Universidad Rey Juan Carlos*



## Índice

PRESENTACIÓN .....	7
COMITÉ CIENTÍFICO .....	9
PRÓLOGO, por <i>María Cristina Fernández-Laso</i> .....	17
CAPÍTULO I. EL USO DE INSTAGRAM COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN MUSEÍSTICA PARA LA GENERACIÓN DEL ENGAGEMENT, por <i>José Ramón Sarmiento Guede</i> .....	
1. INTRODUCCIÓN .....	21
2. LA COMUNICACIÓN MUSEÍSTICA A TRAVÉS DE INSTAGRAM.....	23
3. LOS MEDIOS SOCIALES Y SUS PRINCIPALES FUNCIONES EN LOS MUSEOS.....	25
4. <i>INSTAGRAM</i> COMO HERRAMIENTA DE GENERACIÓN DE <i>ENGA- GEMENT</i> EN LOS MUSEOS.....	28
5. RESULTADOS.....	29
6. CONCLUSIONES .....	32
7. BIBLIOGRAFÍA .....	33

CAPÍTULO II. EL MUSEO DE BELLAS ARTES DE VALENCIA A TRAVÉS DE UNA APP MÓVIL, por <i>María Cristina Fernández-Laso y Marta Tornero Ferrando</i> .....	35
1. INTRODUCCIÓN .....	35
2. LA CULTURA DIGITAL EN LOS MUSEOS: LAS APP MÓVILES.....	37
3. EL MUSEO DE BELLAS ARTES DE VALENCIA.....	40
3.1. El museo en la actualidad.....	42
4. APP MÓVIL PARA EL MUSEO DE BELLAS ARTES DE VALENCIA.....	44
5. CONCLUSIONES .....	52
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	53
CAPÍTULO III. EL MARKETING DE CONTENIDOS EN LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL: MUSEOS Y EXPOSICIONES TEMPORALES, por <i>M<sup>a</sup> Luisa Fanjul Fernández, José Rodríguez Terceño y Ángel Millán Campos</i> .....	57
1. INTRODUCCIÓN .....	57
2. EL PAPEL DEL MARKETING DIGITAL EN LA PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA .....	58
3. MARKETING INBOUND y MARKETING DE CONTENIDOS .....	59
4. LOS OWNED MEDIA Y LOS FORMATOS DEL MARKETING DE CONTENIDOS.....	61
5. EL MARKETING DE CONTENIDOS APLICADO A LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL: CONCLUSION.....	63
6. BIBLIOGRAFÍA .....	64
CAPÍTULO IV. ESTRATEGIAS ACTUALES PARA POTENCIAR EL TURISMO Y LA EDUCACIÓN. EL CASO DEL MUSEO CERRALBO EN 2019, por <i>Carmen Sanz y Cecilia Casas</i> .....	67
1. INTRODUCCIÓN .....	67
2. LA IMPORTANCIA DE LA CONEXIÓN TURÍSTICA PARA UNA CASA-MUSEO .....	71
3. LA EXPERIENCIA DEL PÚBLICO VIRTUAL EN EL MUSEO CERRALBO.	76
4. PONIENDO EL ACENTO EN LA EDUCACIÓN.....	80

5. CONCLUSIÓN .....	88
6. BIBLIOGRAFÍA .....	90
7. OTROS RECURSOS DE INTERÉS .....	91
CAPÍTULO V. EL PAISAJE COMO RECURSO TURÍSTICO EN LOS DESTINOS URBANOS, por <i>Libertad Troitño Torralba</i> .....	93
1. EL SISTEMA TURÍSTICO TERRITORIAL: LA CIUDAD COMO UN PRODUCTO TURÍSTICO INTEGRADO .....	93
1.1. Componentes del sistema turístico .....	95
2. LA LECTURA DEL PAISAJE URBANO EN CLAVE TURÍSTICA.....	98
3. CATEGORIZACIÓN DEL PAISAJE URBANO .....	99
4. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE LA FUNCIONALIDAD TURÍSTICA DEL PAISAJE URBANO .....	109
5. CONCLUSIONES .....	113
Agradecimientos.....	114
6. BIBLIOGRAFÍA .....	114
CAPÍTULO VI. EL TURISMO CULTURAL A TRAVÉS DE LA CULTURA VITIVINICOLA Y DE SU PATRIMONIO. LAS BODEGAS-CUEVA DE LA VILLA DE FUENTIDUEÑA, por <i>Alejandro Barceló Hernando</i> .....	117
1. INTRODUCCIÓN .....	117
2. METODOLOGÍA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	118
3. LAS NUEVAS CONCEPTUALIZACIONES DEL TERMINO PATRIMONIO CULTURAL Y SU VINCULACIÓN AL TURISMO CULTURAL ....	119
3.1. La evolución del turismo cultural en la actualidad y la pérdida de valores en beneficio de la mercantilización .....	119
3.2. El patrimonio etnológico y la cultura vitivinícola .....	122
4. LA EDUCACIÓN EN EL PATRIMONIO CULTURAL: UNA NUEVA ÉTICA Y MORAL PARA EL FUTURO DEL TURISMO PATRIMONIAL.....	123
5. ANTEPROYECTO DE LA RECUPERACIÓN DE LAS BODEGAS-CUEVA DE LA VILLA DE FUENTIDUEÑA PARA UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN .....	125

5.1. La cultura etnológica de la enología: de las bodegas-cuevas a los lagares, y la elaboración del vino, toda una tradición casi olvidada.....	126
5.2. Las bodegas-cueva de la villa de Fuentidueña. Un valor patrimonial en alza .....	129
5.3. Bases para le presentación de un anteproyecto para la recuperación de las bodegas cueva de la villa de Fuentidueña .....	129
6. CONCLUSIONES .....	131
7. BIBLIOGRAFÍA .....	133
CAPÍTULO VII. ACERCANDO EL PATRIMONIO A LOS ALUMNOS DE GRADO EN MAESTRO A TRAVÉS DE UN ENTORNO VIRTUAL 3D: UNA EXPERIENCIA CON THE EDUCATION DISTRICT, por <i>Alicia León-Gómez, Raquel Gil-Fernández y Diego Calderón-Garrido</i> .....	
1. INTRODUCCIÓN .....	137
2. LA ASIGNATURA DE CONOCIMIENTO MEDIO SOCIAL Y CULTURAL EN EL GRADO DE MAESTRO DE PRIMARIA. RELACIÓN CON LA DIDÁCTICA DEL PATRIMONIO.....	139
2.1. El uso de entornos 3D en la enseñanza virtualizada .....	140
2.2. El entorno TED: The Education District.....	141
3. METODOLOGÍA.....	141
3.1. Materiales de la experiencia.....	141
3.2. Muestra y materiales empleados para comprobar el grado de satisfacción de la experiencia .....	148
3.3. Análisis de los resultados .....	149
4. CONCLUSIONES .....	150
5. BIBLIOGRAFÍA .....	151
CAPÍTULO VIII. REPENSAR EL PATRIMONIO: DESDIBUJANDO LAS FRONTERAS ENTRE LO VIRTUAL Y LO REAL, por <i>Pablo Aparicio Resco y Néstor F. Marqués</i> .....	
1. INTRODUCCIÓN .....	153
2. VIRTUALIZACIÓN Y DISEÑO 3D: DANDO FORMA AL BARRO VIRTUAL.....	154
3. REALIDAD VIRTUAL: VIAJE INMERSIVO AL PASADO .....	156

4. REALIDAD AUMENTADA: UNA VENTANA TEMPORAL EN NUESTRAS MANOS.....	162
5. REALIDAD MIXTA: LA ÚLTIMA FRONTERA INMERSIVA .....	166
6. CONCLUSIONES .....	167
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	168
CAPÍTULO IX. LA ENSEÑANZA Y EL APRENDIZAJE DEL PATRIMONIO A TRAVÉS DEL APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS (ABP), por <i>Miguel Ángel Novillo López</i> .....	
1. INTRODUCCIÓN .....	171
2. LA ENSEÑANZA Y EL APRENDIZAJE DEL PATRIMONIO A TRAVÉS DEL ABP.....	175
3. CONCLUSIONES .....	180
4. BIBLIOGRAFÍA .....	181



## Prólogo

María Cristina Fernández-Laso

Universidad Rey Juan Carlos

Coordinación del libro *nuevos retos del patrimonio cultural: comunicación, educación y turismo*

Este libro intenta dar respuesta, en cierto modo, a los nuevos retos a los que se enfrenta la difusión y la promoción del Patrimonio cultural en el siglo XXI. Los distintos capítulos que lo integran son el resultado de la experiencia investigadora de un equipo seleccionado con un enfoque multidisciplinar dentro del ámbito de la universidad y los museos, en el que se pretende poner de relieve los aspectos clave que está marcando el cambio en el comportamiento y en la actitud del investigador y del consumidor de Patrimonio cultural. Las distintas formas de comunicación a través de los medios sociales, la concepción tecnológica de los espacios patrimoniales, y la creciente y diversidad de herramientas y recursos digitales en el ámbito de la educación permiten vislumbrar, en la actualidad, un amplio abanico de posibilidades para acercar los recursos culturales al visitante, al turista y/o al usuario-estudiante.

El libro *nuevos retos en el patrimonio cultural: comunicación, educación y turismo* está dividido en tres grandes áreas. La primera se compone de tres capítulos en torno al *patrimonio cultural y la comunicación*. En el capítulo I, el autor se centra en analizar las estrategias de comunicación de las principales casas-museos de la ciudad de Madrid a través del medio social *Instagram*. Hoy en día, los museos muestran un gran interés en convertir al público en algo más que un visitante, animándolo a formar parte del mismo en una comunidad virtual. *Instagram*, en los últimos años, es un medio que facilita el intercambio de imágenes y vídeos con un *post*, y fomenta la comunicación museística ayudando a los usuarios a comprender mejor el arte. El capítulo analiza como *Instagram* es una herramienta de comunicación con una alta capa-

ciudad de generación de *engagement*. El capítulo II presenta el diseño de una aplicación móvil para el Museo de Bellas Artes de Valencia y como ésta se convierte en un valioso recurso digital para sus visitantes. Las autoras analizan como la tradicional concepción de museo, como almacenador de los bienes patrimoniales, ha dado paso a espacios dinámicos y abiertos al diálogo e interacción con el público, donde la tecnología digital proporciona un apoyo esencial para potenciar la educación patrimonial.

Finalmente, esta primera área se cierra con el capítulo III, *marketing de contenidos para la difusión del patrimonio cultural: museos y exposiciones temporales*, en el cual sus autores definen el *Content Marketing* como el arte de entender exactamente qué necesitan saber sus clientes para poder entregárselo de forma pertinente y convincente, a través de diferentes opciones, tales como *white papers*, *e-books*, *blogs*, *podcasts*, aplicaciones móviles, etc., atendiendo, en todo momento, a la creciente importancia del ecosistema digital para su posterior difusión. Este capítulo propone considerar el marketing de contenidos como una vía para la difusión del Patrimonio cultural. Concretamente, en el caso de los museos, les permite crear marca estableciendo relaciones estables con sus visitantes a través de acciones menos invasivas y más segmentadas, llegando no solo a los turistas sino también a la población local o residentes. Concluyen que el marketing de contenidos presenta toda una serie de ventajas que permiten, entre otros, generar comunidades o foros de opinión a través de las redes sociales o diseñar campañas de comunicación a largo plazo de bajo presupuesto.

La segunda parte del libro, *patrimonio cultural y turismo*, está compuesto de cuatro capítulos. El primero de ellos, capítulo IV, *estrategias actuales para potenciar el turismo y la educación: el caso del Museo Cerralbo en 2019*. En este trabajo, las autoras presentan los nuevos retos a los que se enfrenta el Museo Cerralbo en Madrid. Su perfil de casa-museo de ambientes decimonónicos originales, prácticamente única en España, hace que sea un lugar de visita obligada para turistas nacionales e internacionales. Y esto, es el principal motivo por el que el museo desarrolla diferentes estrategias, como la colaboración con embajadas o la traducción de su cuaderno de salas a nueve idiomas, entre los que se incluye el ruso y el japonés. Las autoras, ponen de manifiesto que, en los últimos años, su labor se centra, sin descuidar a otros sectores del público nacional, en el público joven. Para ello, llevan a cabo diferentes acciones de captación, tales como talleres específicos y redes sociales. Desde 2018, además, el museo ha puesto un acento especial en la educación, con la oferta de un nuevo programa de visitas-taller para escolares y la publicación de una guía didáctica para profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional y Educación de personas adultas, así como el contacto continuo con la comunidad escolar y docente.

El capítulo V, *el paisaje como recurso turístico en los destinos urbanos*, presenta la ciudad como una construcción social dinámica donde se evidencian tensiones deri-

vadas de los cambios sociales, urbanos, económicos y funcionales. En un contexto de expansión del turismo y, especialmente del turismo urbano, la autora se aproxima a la conflictividad de la inserción del turismo en los centros urbanos, referentes identitarios de la ciudad europea. Más allá de los elementos e hitos monumentales que actúan como atractivos de primer orden ya consolidados, existen otra serie de recursos que enriquecen la visita, como es el caso del paisaje urbano. Las diferentes escenas o unidades actúan no solo como piezas singulares dentro del sistema turístico sobre el que se vertebra el destino, sino que se conforman como referentes diferenciadores ante posibles competidores, de ahí, que desde las administraciones se esté trabajando para su inclusión en el discurso turístico. El capítulo aborda la cuestión derivada de la lectura del paisaje como recurso turístico y los procesos de valorización necesarios, en un escenario como el actual, en el que los destinos urbanos precisan dotarse de nuevos instrumentos de planificación y gestión en el marco de estrategias de multifuncionalidad, capaces de controlar una poderosa actividad como es la turística, antes de que sea demasiado tarde y los efectos de una excesiva banalización y turistificación sean irreversibles.

El capítulo VI, *el anteproyecto de las bodegas-cueva de la villa de Fuentidueña en Segovia*. El autor aborda la problemática de la España vaciada y cómo el turismo rural, en las últimas décadas, se ha convertido en un recurso económico para sustentar a la población rural y evitar su éxodo masivo. En este sentido, expone como el Patrimonio cultural juega un importante papel para la atracción del turismo y la recuperación de la España rural. Este capítulo presenta un anteproyecto de recuperación de las bodegas-cueva de la villa de Fuentidueña (Segovia), como un nuevo espacio en el que se aúnan la recuperación tradicional y local de la elaboración del vino con las técnicas y fiestas tradicionales con la finalidad de mostrarlos a las nuevas tendencias de turismo interactivo, y con un claro espíritu de sostenibilidad económica y medioambiental de la localidad.

La última parte del libro, *patrimonio cultural y educación* está formado por tres capítulos. El capítulo VII, *acercando el patrimonio a los alumnos de grado en maestro a través de un entorno virtual 3D: una experiencia con The Education District*, los autores presentan los resultados de una experiencia en un entorno virtual 3D, utilizando la plataforma *The Education District*, para promover el aprendizaje del Patrimonio cultural y evaluar la motivación del alumnado del Grado de Maestro en Educación Primaria en relación al mismo. Los autores diseñaron distintos escenarios, dando protagonismo a determinados elementos patrimoniales, para que los alumnos pudieran explorarlos y ser protagonistas de su propia secuencia de aprendizaje.

En el capítulo VIII, *repensar el patrimonio: desdibujando las fronteras entre lo virtual y lo real*, los autores analizan el abanico cada vez más amplio de herramientas tecnológicas con las que relacionarnos con el Patrimonio cultural. Tabletas y teléfonos móviles se han convertido en verdaderas puertas al pasado, permitiéndonos in-

teractuar cada vez más con los contextos de aquellos que nos precedieron. El capítulo nos propone ir un paso más allá y analizar las tecnologías más punteras que se están abriendo un hueco en el mundo del Patrimonio cultural en los últimos años, y su proyección en el futuro: Realidad Aumentada (RA) y Realidad Disminuida (RD), Realidad Virtual (RV) y Realidad Mixta (RM). Todas estas tecnologías comparten el emocionante potencial de ser herramientas que en un futuro cada vez más cercano nos permitirán disfrutar del Patrimonio cultural como nunca antes había sido posible.

Finalmente, el capítulo IX, el autor nos propone una fundamentación teórica sobre el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) aplicado a la enseñanza-aprendizaje del Patrimonio cultural, y una serie de ejemplos en contextos de la educación formal. Este capítulo nos proporciona un modelo de enseñanza y aprendizaje que intenta acercarse a la realidad social de cada alumno sin obviar la relevancia que supone el empleo de las metodologías activas y los valores que éstas aportan. En este sentido, el ABP permite al alumnado la adquisición, desarrollo y puesta en práctica del conjunto de competencias clave en diferentes contextos y condiciones. En el proceso de enseñanza y aprendizaje el alumnado se convierte en protagonista y responsable de su propio conocimiento y el profesorado actúa como tutor-guía. Por consiguiente, considera que el ABP no es sino una metodología idónea para lograr que el alumnado asuma unos conocimientos sólidos sobre el Patrimonio cultural y, sobre todo, una serie de valores y medidas para su conservación, consolidación y difusión.

Con todo ello esperamos, apreciado lector, que, aunque pueda echarse en falta algunos temas relevantes, el presente libro pueda convertirse en un material de referencia en investigación y que dé visibilidad o inspiración al excelente trabajo que, en los últimos años, viene desarrollándose en torno al Patrimonio cultural. No deseamos finalizar sin agradecer el enorme esfuerzo que requiere un trabajo como este a todos los autores que han contribuido en la presente obra, así como a los miembros del comité científico, y a ESERP *business school* Madrid.



*Colaborador principal*