

Presentación del manual y características





Estructura del manual

El manual se divide en las siguientes secciones:

- a) Introducción al término narración
- b) Flujo de trabajo de la narración digital
- c) Problemas técnicos
- d) Supuesto práctico
- e) Referencias
- f) Anexos

El manual

Este manual es un documento que guiará a los estudiantes en la presentación, a través de historias, de los activos culturales de un territorio con el fin de aumentar el compromiso y el conocimiento de marca, utilizando técnicas de marketing visual que para que, a través de una narración, cree una opinión generalizada.

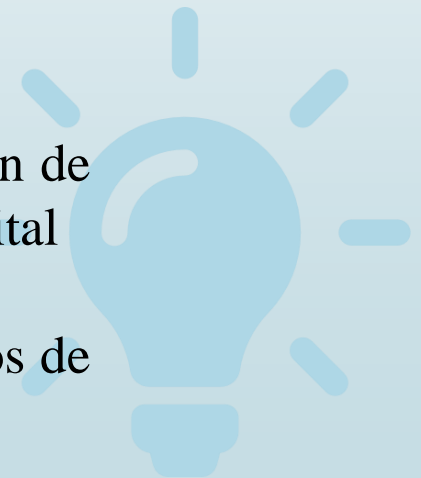


Las pautas que nos llevaron a la creación de este manual

- Proporcionar a los estudiante del sector del turismo y el patrimonio cultural conocimientos sobre la herramienta para la narración de historias.
- Desarrollo de material educativo relacionado con metodologías para la creación de historias digitales.
- Utilización de narraciones para una promoción eficiente de los bienes del patrimonio cultural
- Práctica y paradigmas sobre público objetivo y desarrollo de narraciones interesantes como herramientas promocionales.

El manual ofrece

- * Consejos prácticos, cuestiones críticas y precauciones a tener en cuenta
- * Casos a emular y ventajas a la hora de elegir un medio en concreto para utilizar y combinar para dar vida a la comunicación cultural, en formato, digital, transmedia, serie...
- * Procedimientos operativos para desarrollar acciones integradas con el fin de planificar, orientar y controlar la estrategia de comunicación cultural digital
- * Listas de verificación para garantizar la correspondencia de los productos de narración cultural digital creados con el estándar de calidad esperado





Público objetivo

- Estudiantes del sector de humanidades, turismo, patrimonio cultural y marketing
- Emprendedores que participen en programas de formación profesional y deseen aumentar la popularidad de los bienes del patrimonio cultural.
- Cualquiera que desee participar en la formación profesional y hacer uso de las historias en el proceso de promoción de los bienes del patrimonio cultural.

Estructura de la presentación

Esta presentación tiene como objetivo mostrar las principales características del manual y se divide en 4 partes de acuerdo con el mismo.

En la primera parte, se abordarán los antecedentes de la literatura sobre el término narración. Se explicarán los comentarios introductorios y los términos relacionados para que los alumnos tengan la oportunidad de familiarizarse con ellos.

En la segunda parte, hablaremos sobre el flujo de trabajo de las historias y su desarrollo. Se presentarán las principales herramientas, técnicas y metodologías.

En la tercera parte, se tratarán brevemente las cuestiones técnicas relacionadas con el desarrollo de historias. Se introducirán herramientas y software multimedia.

En la cuarta sección, se presentará un supuesto práctico como ejemplo de aplicación de herramientas tecnológicas a los bienes del patrimonio cultural.



Sección 1

Introducción al término narración

Presentamos el término *narración* de historias

Es de suma importancia que los alumnos conozcan el término narración verbal. Ha formado parte de la cultura humana durante miles de años, incluso cuando las palabras y los idiomas todavía no existían. Las imágenes y símbolos se utilizaban como señales para mostrar nuestra necesidad de “ser escuchados”.

Más tarde, a medida que se iban desarrollando las distintas lenguas, estos signos se convirtieron en mitos, fábulas, cuentos folclóricos ...

Los narradores tuvieron que cultivar una forma única y especial de narrar sus historias a la gente, ya que era la forma con la que les hacía sentir.

La importancia de la narración verbal ...

- ❑ Las sociedades son entidades complejas con personas de diversos orígenes y todas, sin importar su nivel cultural, tienen derecho a disfrutar de los sentimientos y sensaciones que proporciona una buena historia.
- ❑ Las historias constituyen una parte muy importante de nuestra cultura folclórica.
- ❑ Las historias contribuyen a difundir el conocimiento
- ❑ Promueve el patrimonio cultural y las tradiciones.



Las historias enseñan a la sociedad

Los cuentos y las historias nos han ido guiando hacia la moralidad y permitiendo descubrir las reglas fundamentales que adopta cada la sociedad.

Se puede decir que la narración es el arte interactivo de usar palabras y acciones para revelar los elementos e imágenes de una historia, mientras se estimula la imaginación del oyente. Piense en las fábulas de Esopo, por ejemplo ... o más específicamente en el zorro y la cigüeña ... La cigüeña le enseña al zorro a respetar las diferencias y las características únicas que tienen nuestros amigos ...

En otras palabras, las historias tienen el poder de enseñar fuertes virtudes y la audiencia tiene la oportunidad de relacionarlas.



Las razones de una buena historia

Se hace hincapié en las razones por las que los estudiantes deben desarrollar historias interesantes:

- 1) Las historias tienen el poder de **inspirar** a la audiencia
- 2) **Energizan** e **intrigan** a los oyentes.
- 3) Les **motivan** a actuar
- 4) **Humanizan** y **promueven** nuestros rasgos culturales únicos.



El enfoque del manual en la narración digital

- Nos enfocamos en herramientas contemporáneas para crear historias atractivas e interesantes.
- Herramientas digitales para promover los activos del patrimonio cultural
- Técnicas para desarrollar personajes y técnicas de guión



Sección 2

El flujo de trabajo de la narración digital



Historias digitales

La narración digital combina el arte de contar historias con una variedad de recursos **digitales multimedia**, como imágenes, audio y video. Las historias digitales reúnen una mezcla de gráficos digitales, texto, narración de audio grabado, video y música para presentar información sobre un tema específico ”. (Robin, 2008). Es un cortometraje/clip que contiene varias herramientas de medios digitales y proporciona a las personas la oportunidad de compartir sus intereses, aspectos y actitudes personales.

¿Por qué las historias digitales en el patrimonio cultural y los activos turísticos?

El manual se centra en el papel fundamental que desempeñan las historias en la promoción del patrimonio cultural y la marca de los destinos turísticos. La demanda de los viajeros sigue siendo muy alta, ya que los usuarios quieren saber cada vez más qué atracciones visitar, dónde pueden comer o qué pueden comprar, etc. Las guías anteriores intentaban ser todo para todos, pero las historias y narraciones digitales son la herramienta para diferenciarse. Mejoran la experiencia del visitante y aumentan las recomendaciones a través del boca-a-boca. Aquella audiencia activa en las redes sociales y otros medios digitales fomenta las visitas repetitivas gracias a que comparten y publican sus experiencias y opiniones.

Los resultados de aprendizaje esperados

- Los estudiantes aprenderán los orígenes de la narración.
- Se entenderán las razones básicas para contar historias auténticas.
- Los principales elementos de una buena historia serán presentados analíticamente y adquiridos por los alumnos (modelos, técnicas de guión, personajes, lugares).
- Los estudiantes tendrán una experiencia práctica en la creación de sus propios escenarios.



Descripción del público objetivo

El desarrollo de la descripción del grupo objetivo consiste en identificar a quién se desea involucrar en el proyecto de patrimonio y tomar medidas proactivas para atraer y retener su interés y convertirlos de visitantes primerizos a clientes recurrentes y leales que aporten junto a Ud. valor y difundan opiniones boca-a-boca positivas, mejorando su valor y atrayendo más visitantes.



Grupos de público objetivo y segmentación de mercado

Los grupos objetivo describen una selección de personas con rasgos más o menos similares. La descripción del grupo objetivo se basa en datos cualitativos y cuantitativos, generalmente una combinación de investigación de mercado primaria y contacto con el cliente, datos de observaciones directas, así como datos de investigación secundaria o análisis de la competencia. Los grupos objetivo definen a los usuarios actuales y/o futuros. Dependiendo de la complejidad de un producto o servicio del patrimonio cultural, puede haber de uno a cinco grupos destinatarios diferentes, que se utilizan principalmente en marketing y estudios de mercado.

Segmentos por

- ❑ Demografía (edad, género, clase social, educación, etc.)
- ❑ Geografía (residencia, lugar de trabajo, etc.)
- ❑ Comportamiento (lo que hacen: visitantes nuevos o existentes, turistas o excursionistas)
- ❑ Actitud (lo que les motiva: un día en familia, razones educativas, sociales, lúdicas o de entretenimiento búsqueda de familiaridad,)

Para facilitar la comprensión de los grupos objetivo, utilizamos la segmentación de audiencia. Es el proceso de dividir a los clientes, o clientes potenciales, dentro de un mercado en diferentes grupos o segmentos, dentro de los cuales los clientes tienen los mismos requisitos o similares satisfechos por una combinación marketiniana distintiva.



Personas

Debido al hecho de que los segmentos del mercado generalmente se delimitan, ignorando la dinámica social de los sitios culturales y la naturaleza grupal de la mayoría de las visitantes, se ha desarrollado el modelo de "persona" en un esfuerzo por crear un nuevo perfil de visitante más preciso.

Las personas describen representaciones ficticias de sus clientes ideales con sus necesidades y objetivos en un contexto determinado. Se basan en datos reales sobre la demografía de los clientes y el comportamiento en línea, junto con especulaciones informadas sobre sus historias personales, motivaciones e inquietudes.



El valor de *Personas*

A través de estos perfiles:

- Puedes relacionarte con tu audiencia
- Ayúdarlos a superar desafíos
- Pueden considerar la consecución de nuevas metas
- Aumenta la participación de los visitantes

Complementarán las tácticas de marketing al crear un retrato claro de la audiencia a la que se dirige. Van más allá de los identificadores estándar, como la edad, la educación, la carrera y la ubicación, y profundizan en lo que impulsa, desafía y afecta a sus clientes a diario. Además, a menudo incluyen citas directas y otras formas de comentarios abiertos de personas de la vida real que forman parte de su audiencia, lo que ayuda a darle más profundidad a la persona.



Trabajar con multiples personas

Es habitual que una empresa satisfaga varias necesidades, pero incluso si ésta solo hace una cosa, dicho servicio puede significar cosas distintas para diferentes personas. Por eso es fundamental desarrollar varias personas. A medida que se define una persona objetivo, descubrimos que algunos de los clientes con los que se desea trabajar no encajan en la información demográfica que está utilizando para crear su perfil de comprador. Durante el proceso de desarrollo, tenga en cuenta que las personas objetivo pueden cambiar o alterar con el tiempo, por lo que es esencial seguir revisando la información que ha desarrollado para asegurarse de que sigue siendo relevante y mantenerla actualizada.



El modelo de narración y sus elementos

Para comunicar una historia de manera eficaz, es importante identificar algunos de los elementos clave que se cubrirán.

Los elementos de la narración

- ❑ Escenario: dónde se desarrolla la historia
- ❑ Conflicto: desafíos que afrontan los personajes / creación de la trama
- ❑ Personajes: las personalidades que se ven afectadas por el conflicto.
- ❑ Tema: los mensajes enviados por el narrador. ¿Qué lección aprendemos?
- ❑ Tono: el estado de ánimo dentro de una historia. Se ve afectado por situaciones directas o indirectas.
- ❑ Punto de vista: primera, segunda o tercera persona. El más típico es el punto de vista en tercera persona donde la historia se desarrolla a medida que los personajes "viven sus vidas ..."

Puntos de control importantes

Para garantizar que el narrador se dirija directamente a su audiencia y comunique su mensaje, debemos centrarnos en:

- 1) **Fin:** el final deseado
- 2) **Audiencia:** Los personajes concretos en los que la historia pretende influir
- 3) **Objetivo:** el alcance general de su campaña.
- 4) **Circunscripción:** Activo particularmente importante debido a las posibilidades ilimitadas de involucrar a la audiencia y hacer que juegue su propio papel en la historia.



Puntos cruciales

Puntos de intervención: La dirección en la que se dirigirá la historia se puede delimitar observando el sistema utilizado por el narrador. Las historias deben conectarse con el punto elegido y deben incluir acciones claras para lograr los cambios deseados. Más concretamente:

- 1) Punto de producción
- 2) Punto de consumo
- 3) Punto de destrucción
- 4) Punto de decisión
- 5) Punto de suposición



Desarrollando la historia de la narración

"El concepto que subyace a un discurso, una obra poética o literaria, el significado esencial de un razonamiento, el significado oculto de una oración" (Idea, 2019)



Elementos claves

Tema: este es el objetivo final de una historia. Este es el elemento que guiará todo el proceso de narración.

Medio: canal de comunicación para hacer que su historia sea "escuchada" o "mostrada"

Acto narrativo: Plan de narración y plan de discurso

Estructuras de la transmisión narrativa: el estado del narrador, la definición de quién es el narrador y desde qué punto de vista se cuenta la historia.

Trama: La historia en pocas palabras

Tratamiento: historia ampliada en la que, a diferencia de la trama, se escudriñarán en detalle los personajes, los entornos y las distintas dinámicas de la historia.

Historia/guión: el texto muy detallado que incluye todos los elementos de la historia.

Los personajes

El diseño de personajes o la elaboración de perfiles de personajes es el proceso de definición de los personajes. ¿Cuáles son sus características físicas y emocionales/psicológicas?

Asegúrese de que se desarrollen de manera coherente con respecto a los eventos y la secuencia narrativa.

Las características pueden probarse como una herramienta eficaz para mostrar protagonismo y poner énfasis en situaciones particulares.



Tipos de personajes

- ❑ **Personajes principales:** héroe / protagonista, héroe antihéroe/antagonista
- ❑ **Personajes secundarios:** personajes de apoyo (como los asistentes / amigos del personaje principal)



Los cuatro criterios

- ✓ Función
- ✓ Jerarquía
- ✓ Características
- ✓ Arquetipos

Los cuatro criterios

- ✓ **Función:** el papel del personaje en la historia.
- ✓ **Jerarquía:** ¿Es un personaje principal, secundario o de fondo?
- ✓ **Características:** Los diversos comportamientos, la información que se le da a la audiencia sobre ellos y los rasgos especiales y únicos que los caracterizan.
- ✓ **Arquetipos:** definen los personajes fundamentales de una historia.



Modelos según su personalidad

Clasificación de los personajes

Modelos según su personalidad

- ❑ **El Héroe** es la persona/cosa en la que se basa la historia, y generalmente tiene un punto débil, llamado defecto fatal, a menudo resaltado durante la historia, y debe lidiar con la muerte también entendida de manera simbólica. El héroe tiene las cualidades con las que el lector o espectador tiende a relacionarse y es impulsado por conductores universales y primitivas.
- ❑ **El Mentor:** guía que ayuda, entrena e instruye al héroe. A menudo tiene un pasado heroico y se identifica como una conciencia moral o código de conducta que motiva al protagonista y lo empuja en la dirección correcta.
- ❑ **El Guardián del umbral:** pone a prueba al héroe creando dificultades para investigar su fuerza de voluntad. Aparentemente es un obstáculo pero también puede transformarse en un aliado o en un personaje del que el protagonista absorbe energía.
- ❑ **El Heraldo:** comunica el inicio de la aventura y su causa desencadenante, el cambio que está por llegar y la necesidad de emprender un viaje hasta el héroe. En la estructura de la historia, tratada en los siguientes párrafos de este manual, el heraldo coincidirá con el incidente desencadenante, de hecho, no importa que sea un personaje, pero también puede ser un objeto o una acción que provoca el inicio del viaje.
- ❑ **La figura Cambiante:** cambia de forma o estado, que se convierte en amigo de un enemigo y viceversa. A menudo tiene la función de sembrar dudas y crear suspenso.
- ❑ **La Sombra:** antagonista que debe, sin embargo, mostrar siempre características de humanidad para no ser identificado como un estereotipo simplemente malo. Es el conflicto o choque entre el héroe y la sombra lo que sirve como motor de la historia.
- ❑ **El Embaucador** es el compañero del protagonista que a menudo es la fuente de eventos alegres. Crea contratiempos y también estimula cambios negativos.

Ambientación de la historia

La ambientación de una historia se desarrolla en torno a cuatro dimensiones: periodo, duración, localización y nivel de conflicto (McKee 2018).

Periodo: el momento en el que se desarrolla la historia y que representa una ubicación temporal.

Duración: es la extensión de una historia a través del tiempo, que se aclara con los hechos narrados y el desarrollo de los personajes.

Localización: dimensión física, ubicación especial


Nivel de conflicto: la ubicación de la historia en relación con las luchas humanas /el aspecto social



Técnicas de guion

Personajes + Ambientación

Enlazar los personajes y la ambientación es vital para la secuencia de escenas que componen la trama.



Las **5W** (*en Inglés: who, what, where, when, why*): ésta es una técnica utilizada en la edición de artículos periodísticos.

- **Quién** es el protagonista
- **Dónde** actúa
- **Qué** hace
- **Cuándo** y **porqué** lo hace

Las 3Cs (*en Inglés: character, conflict, conclusion*)

Engri, 2003 desarrolló una técnica adicional en la que hay que preguntar:

- ¿Quién es nuestro **personaje**?
- ¿Qué **conflictos** enfrenta?
- ¿Cuál es la **conclusión** de la historia?

Modelos más comunes utilizados en el desarrollo de historias y personajes.

1er modelo: La historia en tres actos

2do modelo: El viaje del héroe

3er modelo: El arco transformacional del personaje

En todos los modelos, cada historia se define por un **principio**, que desencadena la acción a través de la motivación de los personajes, un **desarrollo** que enriquece los eventos y lleva la historia hacia adelante, y un **final**, donde los objetivos del protagonista deben llegar a una solución, que puede ser positivo, negativo o abierto. La condición en la que comienza la historia debe ser siempre diferente a la condición en la que termina, como evidencia de que ha habido una evolución narrativa (McKee 2018).



Historia en tres actos

En el primer acto (incipit) se presentan los personajes y escenarios. La audiencia comienza a sentir empatía y comienzan a suceder leves conflictos.

En el segundo acto, los conflictos comienzan a desarrollarse y se generan nuevas series de eventos. Nuevas situaciones y eventos secundarios surgen y rodean la historia principal, arrojando al protagonista a la fase más tensa de la historia. El acto secundario termina hasta el punto de máxima tensión, el clímax.

En el tercer acto todos los conflictos tienden a resolverse. El final se desarrolla en momentos narrativos que obligan al protagonista a regresar al mundo ordinario.

Tercer acto: momentos narrativos

Los momentos narrativos que llevan al protagonista al regreso al mundo real se pueden resumir en lo siguiente:

1. El camino de regreso: El protagonista comprende que el mundo ordinario representa su realidad y decide dejar atrás el mundo extraordinario, escapando de aquellos que quieren recuperar lo adquirido, recibiendo el apoyo de los aliados encontrados en su camino y finalmente llegando a la resolución de su conflicto.
2. La resurrección/dueno de los dos mundos: El nuevo juicio del protagonista que sirve de acto depurativo y demuestra el cambio y su haber llegado a la resolución del conflicto.
3. La resolución con el "elixir" o "libre para vivir": El final de la historia. Gracias a lo adquirido en su viaje, la recompensa, obsequio o elixir, el personaje principal resuelve su conflicto, llegando así al final.



El final debe reflejar la atmósfera.

Final feliz → El viaje narrativo debe llevarnos hasta él

Historia trágica → El text/guión debe preparar a la audiencia para este final triste y desfavorable.



Algunas notas importantes sobre la redacción del final, mencionadas en el manual ...

- ❑ Desata todos los nudos de la historia a través del proceso de desenlace; escribe un final creíble. La credibilidad se obtiene solo con una preparación adecuada durante la obra.
- ❑ Elabora un final coherente con el resto de la obra, siendo fiel al estilo y género seguido durante la narración.
- ❑ Define un final, abierto, con final feliz o triste, que debe estar en línea con el objetivo planteado al inicio de la fase de escritura.



Sección 3

Cuestiones técnicas

Cuestiones técnicas

El propósito de la sección de cuestiones técnicas de este manual es abordar en profundidad los problemas inherentes a la producción de narraciones digitales. Abordaremos las herramientas para la producción multimedia.



El papel de los recursos multimedia en la actualidad

La creación de productos multimedia y digitales representa el punto fundamental en la producción de material de narración digital de éxito. Hoy en día, los contenidos multimedia se utilizan mucha más que antes, favorecidos por la fuerte expansión de la tecnología. Existen muchas herramientas para producir contenido multimedia que hacen que el proceso de creación de contenido multimedia sea simple e inmediato.

Multimedia

Multimedia es aquel contenido que utiliza una combinación de diferentes formas de contenido, como texto, audio, imágenes, animaciones, video y contenido interactivo. El término está compuesto por los términos latinos multi- y media (plural de medium = "medio", que pretende ser un dispositivo para procesar información), se difundió a finales de los ochenta y principios de los noventa. Nos referimos a :

- Imágenes en movimiento
- Imágenes estáticas
- Música
- Textos

Objetos multimedia

- ❑ Formas tradicionales: los multimedia se definían comúnmente como CD-Roms y/o DVD en los que las imágenes, el texto y los sonidos, combinados, creaban un único soporte para ser "leído" solo en un ordenador.
- ❑ Formas contemporáneas: los multimedia ya no están destinados a ser un contenido vinculado a un solo tipo de soporte, sino una información utilizable, compartible y modificable en cualquier lugar y en diferentes dispositivos, desde el ordenador, hasta la tableta, el teléfono inteligente o la pizarra interactiva.



Interactividad

Internet y una mayor capacidad de gestión de contenidos multimedia han transformado los ordenadores personales en dispositivos capaces de transformarse en TV, radio, teléfono, libro, cámara, etc.

A veces, el término multimedia se confunde con interactividad. Esto se debe a la progresiva superposición entre multimedia e interactividad intrínseca de los nuevos dispositivos de medios, que son cada vez más capaces de emular la interacción comunicativa entre pares.

Los multimedia crean un entorno viable

- ❑ **Hipertextualidad:** esta es una característica de un documento que utiliza la estructura del hipertexto. En ocasiones, el neologismo "hipermedial" o "hipermedia" se utiliza para indicar con mayor precisión la fusión de contenidos multimedia en una estructura hipertextual.
- ❑ **Aprendizaje y enseñanza:** El uso de contenidos multimedia genera verdaderas transformaciones en la comprensión, transmisión y organización de la información tanto en profesores como en alumnos. La multimedia promueve el aprendizaje inmersivo. Los jóvenes viven en un entorno sonoro, caracterizado por el sistema de medios (TV, radio, teléfono inteligente ...), por lo que aprenden muy a menudo incluso sin saberlo a través de la participación y el intercambio de contenido de audio/video



Metodologías

- Localización de contenidos multimedia y audiovisuales
- Notación musical digital
- Procesamiento de pistas de audio
- Procesando imagen digital
- Procesamiento de video digital

Metodologías

Localización de contenidos multimedia y audiovisuales: conjunto de técnicas utilizadas para hacer que los productos audiovisuales (películas, documentales, series de televisión, retransmisiones) sean utilizables para hablantes de lenguas distintas de la lengua de origen. Los principales métodos son:

Subtítulos

Doblaje

Localización de la multimedia

Doblaje

El término doblaje designa el procedimiento técnico mediante el cual se sustituye la banda sonora original en los productos audiovisuales. El doblaje de un contenido multimedia es siempre una operación compleja y potencialmente controvertida: la dificultad de preservar el significado, el estilo y los matices de la versión original. Las técnicas de traducción dirigidas al doblaje no son una excepción, de hecho presentan ciertos elementos problemáticos diferentes a los encontrados, por ejemplo, en la traducción de un libro.

Localización de la multimedia

Subtítulos

El subtulado es una técnica que consiste en hacer que los textos de los diálogos aparezcan en un idioma diferente al original, sin modificar el significado. Esta técnica se utiliza en cine, televisión y teatro. El subtulado puede ser interlingüístico, es decir, incluye la traducción del contenido verbal de un contenido audiovisual a otro idioma, o intralingüístico: subtulado del contenido audiovisual en el mismo idioma. Aunque tiene algunas desventajas en cuanto a sincronía y posibles errores gramaticales, el subtulado también puede ser simultáneo o en tiempo real, a menudo se aplica en entornos ruidosos para que los usuarios disfruten del contenido multimedia.

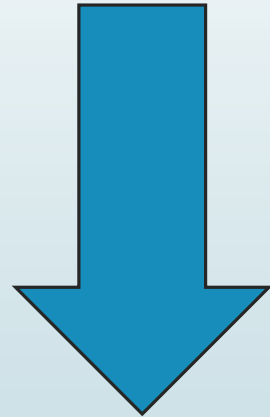


Notación musical digital

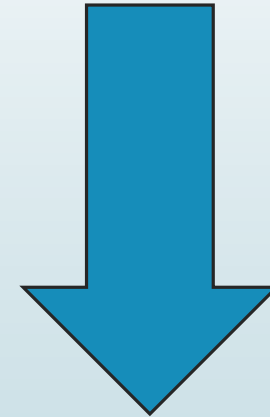
Con la llegada de la tecnología, además de la posibilidad de escribir textos en lenguaje natural, también se ha extendido la posibilidad de gestionar la escritura automática de partituras. La partitura digital es una tecnología para representar y mostrar partituras en un formato legible por ordenador. Con la aparición de varias innovaciones tecnológicas, las partituras evolucionaron en varias etapas hasta convertirse en lo que se denominaría partituras digitales.



El software principal para la notación musical digital.



Editor de partituras



Reconocimiento óptico de música



Los beneficios de usar software para notación musical

- ✓ Escribe partituras
- ✓ Extrae automáticamente partes instrumentales de partituras
- ✓ Edita partituras
- ✓ Reproduce de partituras en formato MIDI
- ✓ Exporta las partituras a los principales formatos de audio
- ✓ Imprime partituras musicales.

Procesamiento de señales de audio

El procesamiento de señales de audio es la técnica que describe el proceso de procesamiento digital de señales de audio a partir de su forma analógica y viceversa. En algunos contextos, también se interpreta como el proceso de manipulado. El procesamiento de señales de audio se introdujo con los primeros sistemas de radiodifusión a partir de la década de 1980, cuando la comunicación digital tuvo prioridad sobre la comunicación analógica. Por señal de audio analógica, nos referimos a una señal variable continua (y no discretizada) que es la representación de una señal acústica que es información sonora que se propaga comprimiendo y enrareciendo el aire.



Procesamiento de señales de audio

Además del hardware, existe gran variedad de software para la edición de audio, en concreto para:

- ✓ **Deslizamiento:** sincronización de tiempo
- ✓ **Corte:** subdivisión
- ✓ **Cortar, copiar, pegar:** eliminar, copiar, pegar
- ✓ **Fundidos:** cambio gradual de volumen
- ✓ **Transiciones:** fundidos de entrada y salidas consecutivas

Procesamiento imagen digital

El procesamiento de imágenes digitales implica el uso de algoritmos que utilizan el procesamiento de señales digitales para modificar una imagen digital. Estos algoritmos, a partir de los valores de los píxeles de la imagen, devuelven una imagen modificada o un dato numérico o tabular representativo de una característica particular de la imagen de entrada. Estas operaciones pueden realizarse de forma totalmente automática o con un manipulado continuo por parte del usuario.

El tipo más conocido de procesamiento de imágenes digitales es la edición o el retoque fotográfico, que se puede realizar mediante un software especial. La edición de imágenes consiste en alterar la imagen original o de forma elemental, por ejemplo haciéndola más brillante o recortando sus márgenes, ya sea de forma más compleja al quitar o añadir cosas o personas o cambiando detalles.




Procesamiento imagen digital

El procesamiento de video es un caso particular de procesamiento de señales, en particular el procesamiento de imágenes, que a menudo emplea filtros de video y donde las señales de entrada y salida son archivos de video o secuencias de video. Las técnicas de procesamiento de video se utilizan en estudios de televisión, VCRs, DVDs, códecs de video, reproductores de video, escaladores de video y otros dispositivos.

Sistemas de edición lineal y no lineal

- ❑ Edición no lineal: la forma de edición de audio, video e imágenes en la que el contenido original no se modifica durante la edición; en cambio, las ediciones son concretadas y modificadas por software especializado
- ❑ Edición lineal: está ligada a la necesidad de ver la película o escuchar la cinta de forma secuencial.

El sistema de edición no lineal es más ventajoso que el lineal, ya que permite el acceso directo a cualquier fotograma de video en un videoclip digital, sin tener que reproducir o desplazarse por todo el metraje para llegar a él, como se hace con los sistemas de edición lineal de cintas de video.



Las metodologías de creación de contenido multimedia tienen numerosos beneficios y representan una herramienta esencial y fundamental para la narración digital y, por lo tanto, contenido atractivo para los usuarios.

Sugerencias para la producción de videos

- ❑ Consigue una buena cámara. (Una cámara de teléfono de 8 megapíxeles o más hará un buen el trabajo)
- ❑ Elige una buena ubicación. Encuentra un lugar con buena iluminación. Un exterior, una habitación con muchas ventanas o buena iluminación. Evite las habitaciones oscuras o con una sola fuente de luz.
- ❑ Consigue un buen ángulo. Probablemente deberás colocar la cámara a la altura de los hombros o por encima de ella. Si estás filmando un video estático, una buena toma generalmente tiene los hombros del personaje en el centro de la imagen y la cintura o rodillas en la parte inferior. SIEMPRE haz un breve video de prueba antes de grabar el contenido. Si deseas un extra , agrega varias cámaras en cada grabación desde diferentes lados.
- ❑ Habla con claridad: si estás hablando de un tema, has de saber de qué estás hablando. Si es un discurso, hazte un guión con viñetas. Practica la grabación para acostumbrarte al volumen que tendrás que utilizar y no tartamudear. A menos que seas un orador experimentado, te equivocarás.

Sugerencias para la producción de videos

- ❑ ¡Actúa con naturalidad! Habla como si estuvieras con alguien. No leas el guión, y toca solo los puntos principales. No mires a la cámara ni a ningún objeto individual. Incluso si te quedas mirando a la cámara, cambia de posición, no abuses de los gestos manuales, habla con más de un tono y usa tu rostro para reforzar tus palabras. Si es posible, cuanta algún chiste o broma, incluso si es malo.
- ❑ Transferir para editar. Si está grabando con un teléfono, súbelo a YouTube. Necesitarás una cuenta de Google o Gmail, pero) registrarse es fácil (y gratis. Puede hacer que los videos sean privados o públicos si deseas guardarlos solo para ti o compartirlos con otros usuarios. Si tu teléfono / cámara no puede hacerlo, descárgalo en un ordenador y edítalo.
- ❑ Haz clips cortos. A menos que haya un diálogo ininterrumpido o una escena que deba ser de una sola toma, córtalo. Cambia de toma cada 1-10 segundos. Esto puede parecer extremo, pero es muy importante para eliminar errores o áreas sin contenido en el video.
- ❑ Utiliza transiciones simples. No utilice animaciones de voltear, rotar, girar, romper, derretir, hacer zoom o de otra manera desagradables. Si bien pueden verse bien, no harán que su video sea mejor.
- ❑ Agrega efectos y filtros. Evalúa si tu video debe ser más brillante o más tenue, rotado, estabilizado o estar silenciado en ciertos clips.

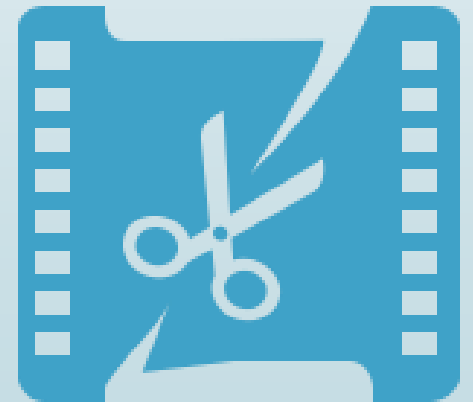
Herramientas gratuitas para la producción de videos

Música

- Creative Commons en Youtube
- Studio Youtube (studio.youtube.com - «audio library section» - debes crearte una cuenta y tu canal personal)
- Epidemicsound (epidemicsound.com - debes crearte una cuenta)
- Freesound (freesound.org - debes crearte una cuenta)

Imágenes

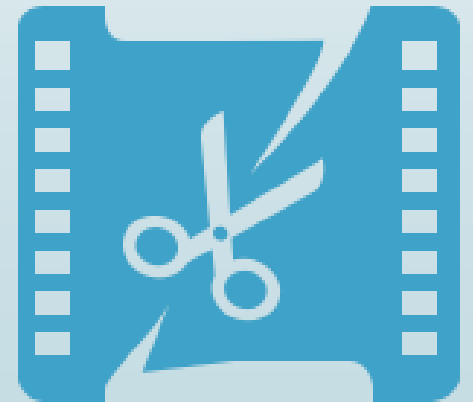
- Unsplash (unsplash.com)
- piXa bay (pixabay.com/)
- Wikimedia (commons.wikimedia.org/)
- Freepik (freepik.com/)
- Pexels (pexels.com/)



Herramientas gratuitas para la producción de videos

Edición

- ❑ Apple – Clips
- ❑ Android - Youcut video editor
- ❑ Blender (www.blender.org)
- ❑ Video suite (movavi.com/)
- ❑ Headliner (<https://www.headliner.app/>)



La presentación de la historia digital

Método: directo

Número de asistentes: 10-50 o más (sugerencia)

Tema: presentación de un video en clase por parte de uno de los actores, difusión y evaluación del vídeo

Duración: 1-2 hours





Otras herramientas

- * Usar mapas virtuales
- * Creador de tours virtuales
- * Utilice Ptqui para crear panoramas de 360 °
- * Repositorio Web 3D
- * Fotometria digital

Herramientas para la creación de narraciones en línea

- ❑ https://www.canva.com/it_it/creare/storyboard/
- ❑ <https://www.storyboardthat.com/it/storyboard-creatore>
- ❑ <https://theplot.io>





Sección 4

Supuesto práctico: aplicación de realidad
aumentada al visitar una villa romana

Los criterios a la hora de elegir el supuesto práctico

- ✓ Aplicabilidad a la mayoría de los bienes del patrimonio cultural (lugares e instrumentos arqueológicos, monumentos y edificios históricos, etc.).
- ✓ Estandarización de flujos de trabajo para ayudar a maximizar la compatibilidad, interoperabilidad, repetibilidad o calidad.
- ✓ Facilidad de implementación y despliegue.
- ✓ Bajo costo. Esto es fundamental cuando se trabaja con pequeñas instituciones, pequeños museos con un presupuesto muy limitado.
- ✓ Valor añadido que estos proyectos aportan a los yacimientos arqueológicos



Tecnologías utilizadas

- ✓ Fotogrametría digital
- ✓ Imágenes generadas por ordenador
- ✓ Captura de movimiento
- ✓ Edición audiovisual
- ✓ Realidad aumentada
- ✓ Panorámicas de 360 grados

Aplicación de realidad aumentada al visitar una villa romana

El yacimiento arqueológico romano Villa El Palmeral está ubicado en la antigua ciudad romana conocida como Portus Illicitanus, un asentamiento portuario vinculado a la vecina localidad de Elche (Alicante, España), la antigua colonia romana de Ilici Augusta. Fue uno de los puertos más importantes de la costa ibérica romana y su núcleo urbano corresponde a la actual localidad de Santa Pola.



Objetivo

- Conservar y difundir el patrimonio arqueológico
- Enriquecer la oferta de la ciudad
- Introducir elementos clave del patrimonio cultural

El canal de distribución

Se eligió un modelo de distribución híbrido en el que los usuarios pueden descargar libremente la aplicación desde las tiendas de Apple y Android en sus propios dispositivos, mientras que los grupos de visitantes pueden reservar una visita guiada bajo demanda. En este último el caso, un especialista del museo formado en la aplicación dirige el recorrido por la Villa Romana utilizando el iPad y ayudando a los visitantes con cualquier pregunta adicional que pueda surgir durante la visita.

La conclusión del supuesto práctico

Las aplicaciones que permiten visitar un yacimiento arqueológico mediante el uso combinado de Realidad Aumentada y panorámicas 360° ofrecen un producto a bajo coste, poco complejo desde el punto de vista técnico y muy efectivo en relación al nivel de satisfacción que ofrece a usuarios y visitantes. Son ecosistemas abiertos, escalares y modulares que pueden completarse en cualquier momento agregando sin problemas nuevos puntos de Realidad Aumentada en el sitio arqueológico, contenidos adicionales o narraciones más complejas...

Las principales ventajas de las imágenes en 360°

- ❑ Son más fáciles de implementar.
- ❑ Ofrecen a los usuarios más libertad para girar sobre sí mismos (tomando el marcador/disparador como referencia) y ver el contenido recreado a su alrededor, no solo los restos que están inmediatamente frente a ellos.
- ❑ La velocidad a la que el usuario gira el dispositivo no es un problema, la imagen de 360 grados se mostrará incluso si hacemos movimientos bruscos. Esto es especialmente útil si el usuario es un niño o una persona con poco conocimiento de este tipo de tecnología.
- ❑ Dado que lo que el usuario va a percibir es un render (una imagen), no hay limitación de polígonos o tamaño de textura durante la fase previa de modelado y texturizado 3D. Por esta misma razón, el tiempo dedicado a la optimización 3D durante la etapa de producción se reduce drásticamente.
- ❑ En cuanto a los contenidos multimedia y CGI, pueden mostrarse en la pantalla no solo imágenes en 360 grados, sino también videos y animaciones.



Anexo

En esta parte del manual, los alumnos pueden encontrar detalles sobre los arquetipos, personajes, escenarios y los modelos de desarrollo de historias más utilizados. Más específicamente:

Anexo 1: Ejemplos de arquetipos

Anexo 2: Ficha de diseño de personajes

Anexo 3: Ejemplos de entornos y entornos

Anexo 4: Historias que adoptaron los modelos más utilizados, plantilla para historias digitales, plantilla para educación cinematográfica

En cada anexo, se ofrecen actividades para poder practicar.

Conclusión

Este manual intenta proporcionar información sobre el tema de acuerdo con las pautas dadas al inicio. Intentamos mostrar el valor de la narración como herramienta de promoción de los activos del patrimonio cultural. Los ejemplos y actividades que se ofrecen, junto a la teoría, crean un entorno motivador para que los alumnos lo aprovechen al máximo y comiencen a utilizar el poder de una historia buena y genuina.



¡Gracias por su atención!



This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.