



Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social
"Disertaciones"

ISSN: 1856-9536

Universidad del Rosario

Piñeiro-Otero, Teresa; Martínez-Rolán, Xabier; Mihura López, Rocío
AUDIO GEOLOCALIZADO. EL MÓVIL COMO MEDIADOR
DE EXPERIENCIAS DEL PATRIMONIO INMATERIAL

Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social
"Disertaciones", vol. 16, núm. 1, 2023, Enero-Junio, pp. 1-22
Universidad del Rosario

DOI: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11864>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511577547007>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)



Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto



Para citar este artículo: Piñeiro-Otero, T., Martínez-Rolán, X., & Mihura López, R. (2023). Audio geolocalizado. El móvil como mediador de experiencias del patrimonio inmaterial. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 16(1), 1-22. Doi: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11864>

AUDIO GEOLOCALIZADO. EL MÓVIL COMO MEDIADOR DE EXPERIENCIAS DEL PATRIMONIO INMATERIAL

Geolocated audio. Cell phones as mediators of intangible heritage experiences

Áudio geolocalizado. O celular como mediador de experiências do patrimônio imaterial

Teresa Piñeiro-Otero, *Universidade da Coruña (España)*

teresa.pineiro@udc.es

Xabier Martínez-Rolán, *Universidade de Vigo (España)*

xabier.rolan@uvigo.es

Rocío Mihura López, *Universidade da Coruña (España)*

rocio.mihura@udc.es

Recibido: 28 de marzo de 2022

Aprobado: 09 de mayo de 2022

Fecha de prepublicación: 15 de septiembre de 2022

RESUMEN

Las nuevas tecnologías no solo han transformado las estrategias de difusión patrimonial, también han favorecido una reflexión en torno a cuestiones como patrimonio, cultura, identidad y participación. La vinculación del patrimonio cultural con el espacio y las comunidades que lo habitan, y la multiplicación de los terminales móviles conectados en los bolsillos de las personas, con sus potencialidades implícitas para la geolocalización



y participación han propiciado el desarrollo de nuevas experiencias basadas en la interacción y retroalimentación del espacio virtual y del espacio real. En este sentido, el presente trabajo efectúa una revisión bibliográfica de la literatura de la investigación sobre el sonido como elemento cultural e identitario de un lugar-comunidad, poniendo especial énfasis en las narrativas sonoras como forma de expresión-visibilización del patrimonio cultural para proveer experiencias únicas e inmersivas del espacio, diferentes de las tradicionales. Unas expresiones que aúnan creatividad, diversidad social-cultural y las potencialidades de geoposicionamiento de los dispositivos para ofrecer unas rutas alternativas de la ciudad.

Palabras clave: patrimonio inmaterial; ciudad; geolocalización; *smartphone*; sonido.

ABSTRACT

New technologies have not only transformed heritage dissemination strategies but also led to reflection on issues such as heritage, culture, identity, and participation. The linkage between cultural heritage and space and inhabiting communities, as well as the proliferation of mobile terminals connected in people's pockets, with their implicit potential for geolocation and participation, have led to the development of new experiences based on the interaction and feedback between virtual and real space. Thus, this work conducts a bibliographical revision of research literature on sound as an element of culture and identity of a place-community, placing special emphasis on sound narratives as a form of expression that increases the visibility of cultural heritage to provide unique and immersive experiences of space, different from traditional ones. Such expressions combine the creativity, sociocultural diversity, and geopositioning potential of devices to offer alternative routes of the city.

Keywords: Intangible heritage; city; geolocation; smartphone; sound.

RESUMO

As novas tecnologias não só transformaram as estratégias de divulgação do patrimônio, como também favoreceram a reflexão sobre questões como patrimônio, cultura, identidade e participação. A vinculação do patrimônio cultural com o espaço e as comunidades que o habitam, e a multiplicação de terminais móveis conectados nos bolsos das pessoas, com seu implícito potencial de geolocalização e participação, levaram ao desenvolvimento de novas experiências baseadas na interação e feedback do espaço virtual e do espaço real. Neste sentido, o presente trabalho efetua uma revisão bibliográfica da literatura da investigação sobre o som como elemento cultural e identitário de um lugar-comunidade, dando especial ênfase às narrativas sonoras como forma de expressão-visibilidade do patrimônio cultural para proporcionar experiências únicas e imersivas do espaço, diferentes das tradicionais. Tais expressões combinam criatividade, diversidade sociocultural e potencial de geoposicionamento de dispositivos para oferecer rotas alternativas pela cidade.

Palavras-chave: patrimônio imaterial; cidade; geolocalização; *smartphone*; som.



El entorno sonoro es un elemento esencial para el equilibrio de la relación que mantiene cada ser humano con los demás y con el mundo en los ámbitos económico, ambiental, social, médico, industrial y cultural. Además de un espejo y una puerta de entrada al mundo, dice la resolución adoptada por la UNESCO en su 39ª Conferencia Mundial (París, 2017), el sonido refleja y condiciona nuestro comportamiento, tanto a nivel individual como colectivo, así como nuestra productividad y nuestra capacidad de vivir juntos en armonía.

Desde esta resolución se ha producido una explosión del sonido tanto desde la perspectiva de los contenidos como de las audiencias. La multiplicación de dispositivos móviles conectados ha propiciado una nueva cultura de escucha liderada por el *podcasting*. El potencial *multitasking* del sonido aporta una nueva dimensión al paradigma del “siempre, en cualquier momento y lugar” que ha caracterizado la cultura móvil. Más allá de limitarse a las burbujas de ocio intersticiales, o *micromomentos* para el disfrute que surgen gracias a los dispositivos móviles (Igarza, 2008), el sonido acompaña y envuelve las actividades diarias de las personas, generando sono-esferas privadas a través de la selección de contenidos y momentos de escucha (Bull, 2001). En estas sono-esferas la información, ficción sonora, documentales y otros contenidos sonoros de carácter educativo de entretenimiento, han comenzado a conquistar poco a poco el espacio anteriormente dedicado a la música.

Perona et al. (2014) defienden un carácter integral de estas sono-esferas compuestas por el conjunto de sonidos que rodean a la persona tanto en sus elecciones personales, cuya metáfora son los auriculares, como en la injerencia del espacio en que transitan (Piñeiro-Otero, 2018).

Estas sono-esferas van a afectar la percepción del entorno y las vivencias que se establecen alrededor de este. Ya en *Tratado de los objetos musicales* (1966, en español 1988), Pierre Schaeffer puso el foco en la escucha como una práctica compleja y multidimensional que afecta y se ve afectada por el entorno en el que se desarrolla. Schaeffer defiende una escucha cultural, en contraposición a la natural, que implica la existencia de códigos socialmente aprendidos y compartidos que injieren en la concepción y estructuración que los individuos tienen del mundo, que comparten con su grupo social y que permean el patrimonio cultural o la relación con este.

En este sentido, el objeto del presente trabajo ha sido efectuar una aproximación al sonido como elemento cultural e identitario de un lugar-comunidad, poniendo especial énfasis en las narrativas sonoras como forma de expresión-visibilización del patrimonio cultural para proveer experiencias únicas e inmersivas del espacio, diferentes de las tradicionales. A partir del corpus de estudios académicos, declaraciones de organismos internacionales e incluso iniciativas desarrolladas en el ámbito del patrimonio inmaterial, la integración de las nuevas tecnologías y los *smartphones* para su difusión-disfrute y, en particular, del audio geolocalizado y las narrativas derivadas, se ha llevado a cabo un trabajo de corte ensayístico en torno a las potencialidades de *audio mobile drama* para ofrecer experiencias alternativas del espacio.

Patrimonio y nuevas tecnologías

Más allá de su esencia histórica, el patrimonio es una referencia cultural e identitaria para residentes y visitantes (Marques, 2020).

La evolución del concepto de cultura y su relación con los modos de vida-interacciones de una sociedad ha llevado a una concepción compleja del término que, desde una perspectiva sociológica, hace referencia tanto a normas y hábitos como a repertorios de acción y representación (Warnier, 2001).



En la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, adoptada por la Conferencia General de la UNESCO (2003), se define como patrimonio cultural:

(...) los **usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas** -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la **diversidad cultural y la creatividad humana** (UNESCO, 2003).

Se trata de una ampliación de la idea de patrimonio que integra y participa de la nueva concepción de cultura. Frente a la definición de 1972 (UNESCO, 1972) que preserva monumentos, conjuntos (arquitectónicos y su relación con el paisaje) y lugares, Sant’Anna (2015) subraya el apoyo de la Convención de 2003 a las comunidades productoras y depositarias del saber, hacer, habilidades y prácticas. Asimismo, este documento pone especial énfasis en el respeto a la diversidad cultural y la creatividad.

Más recientemente, la declaración de 2018 como Año Europeo del Patrimonio Cultural (Consejo Europeo, 2017) supuso un paso más en la defensa de esta perspectiva integral del patrimonio, más inclusiva y dinámica; una “memoria viva que urge preservar y continuar” (Sidoncha, 2019, p. 15). Como señala Sidoncha (2019) la dimensión inmaterial de la cultura ya no contamina la idea de patrimonio, sino que lo permea en un sentido positivo desplazando el énfasis de las obras a los recuerdos, prácticas y conocimientos... aspectos intangibles de un lugar-comunidad.

El reconocimiento del patrimonio inmaterial ha conllevado el desarrollo de nuevos significados, perspectivas y prácticas que han adquirido una nueva dimensión con la evolución de las tecnologías y, dentro de estas, de un elevado número de aplicaciones y formas multimedia que multiplican y enriquecen interacciones comunicativas y mensajes (Gere, 2002).

Unas potencialidades que han sido aprovechadas por los museos para la exposición de contenidos intangibles que necesitan de la experiencia directa y en primera persona para ser aprehendidos. Un ejemplo de ello son las recreaciones virtuales inmersivas que, mediante el uso de *Cave Automatic Virtual Environment* (CAVE) desde el año 2001 o gafas de realidad virtual, permiten experimentar una vivienda en la Edad de Bronce (Rae y Edwards, 2016) o conocer el mundo Helénico.

La disponibilidad en la web de contenidos audiovisuales y multimedia de determinados lugares, visitas 360°, aplicaciones de realidad virtual o la socialización de experiencias pueden suscitar el interés por conocerlos de primera mano. No obstante, esta digitalización, que vivió un fuerte impulso con las restricciones de movilidad-acceso derivadas de la COVID-19, pueden llevar a considerar innecesario vivir la experiencia en primera persona. Importa, como señalan Piñeiro-Naval y Serra, “que el mapa no sustituya el territorio, que el ‘museo imaginario’ (Marlaux) no sólo (sic) no sustituya al museo real, sino también al (destino) real como un todo” (2018, p. 18).

Para García Canclini (2004) las nuevas tecnologías presentan un importante impacto en el ciclo básico de la cultura (la formación, las formas de producción de patrimonio simbólico) lo que hace precisa su revisión. “Los términos con que se acostumbra a asociarlo: identidad, tradición, historia, monumentos, delimitan un perfil, un territorio en el cual ‘tiene sentido’ su uso” (García Canclini, 2004, p. 64). Frente a la tradicional estrategia conservacionista de archivos, fonotecas o museos, las tecnologías brindan numerosas oportunidades para la democratización del



patrimonio (en términos de acceso, pero también del proceso de producción) al tiempo que su carácter global (o glocal) exige una revisión de conceptos como patrimonio, memoria, identidad o nación (Mejía, 2012).

En este contexto, los *smartphones* se sitúan como mediadores esenciales de experiencias *on* y *offline*, configurándose, como señala la UNESCO (2013), como herramientas estratégicas y de fácil acceso para un público heterogéneo, capaces de brindar experiencias turísticas ricas y coloridas, a través de vídeos, imágenes y otras formas más avanzadas de representación como la realidad virtual (Huertas, 2018; Huertas y Gonzalo, 2020).

Aunque el primer modelo de *iPhone* no se comercializó hasta el año 2007, la introducción de dispositivos digitales asociados al entorno familiar estaba ya consolidada. Los museos, iniciales depositarios del patrimonio material e inmaterial de la humanidad, según la definición del International Council of Museums (ICOM, s.f.), anticiparon esta dimensión colectiva y viva del patrimonio, entendida como la acción de la colectividad (León, 1990) e implementaron la digitalización del usuario como un elemento más para atraer al gran público y “conectarlo” con sus contenidos.

Los dispositivos móviles como herramientas de mediación y creación

Desde hace años la telefonía móvil se ha integrado en los museos para proveer experiencias informativas, educativas y lúdicas más o menos interactivas (López Benito, 2014), e incluso localizadas a través de marcadores digitales como QR o iBeacons (Santaca y Coma, 2014).

Más recientemente, en pleno proceso de democratización de los teléfonos inteligentes, Wang et al. (2012) señalaron su potencial como mediadores de la experiencia turística en todas sus fases, tanto como dispositivos proveedores de información para la planificación, reserva y localización de espacios, en muchos casos basados en las sugerencias de otras personas usuarias, como para enriquecer el disfrute de la experiencia y su socialización.

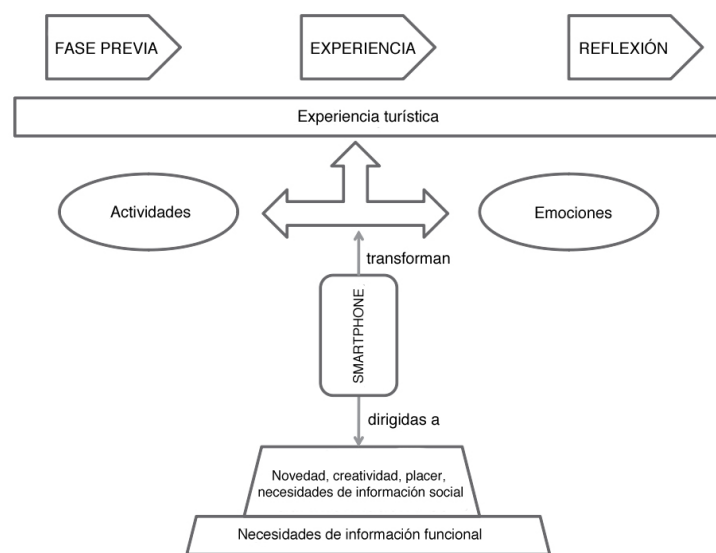


Figura 1. Mecanismos de mediación del teléfono móvil en las experiencias turísticas.

Fuente: Wang et al. (2012).



Es en el espacio urbano donde los *smartphones* pueden proveer experiencias de gran valor para la exploración y vivencia del patrimonio (Grevtsova, 2016), que se ven potenciadas con el desarrollo de las *smart cities* (Gómez et al., 2017).

Como señalan Gillate et al. (2017) en los espacios patrimoniales las aplicaciones móviles se han convertido en un recurso dinámico y flexible, favoreciendo una experiencia más próxima, vivencial, accesible; se trata de espacios tecnosensibles donde converge una superposición de territorios sociales, creativos y simbólicos (Falcón y Torregrosa, 2014).

Su esencia de dispositivos multimedia, su conectividad y capacidad de geolocalización, junto a su sempiterna presencia en palmas de las manos y bolsillos los sitúan como herramientas de excepción para explorar el patrimonio de un determinado territorio; para convertir arquitectura y lugares en soportes e interfaces de su historia (Gausa et al., 2003) integrando también la esencia de los individuos-comunidades que los habitan, así como las perspectivas de visitantes y turistas que las transitan. En la ciudad, como ningún otro entorno físico, “se muestra en vivo la historia de la humanidad tangible e intangible y donde los hechos históricos están tan estrechamente entrelazados y la ubicación de los monumentos patrimoniales es muy a menudo irregular y confusa” (Grevtsova, 2016, p. 135) por lo que funcionalidades como la geolocalización, las aplicaciones de realidad aumentada o la interactividad de los dispositivos móviles simplifican el acceso y enriquecen la experiencia del patrimonio.

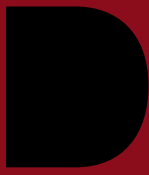
Se trata de una experiencia alineada con el turismo cultural en tanto sus atractivos se relacionan con un conjunto de características distintivas, materiales intelectuales, rasgos espirituales y emocionales de una sociedad que abarcan tanto el arte y arquitectura, el patrimonio histórico y cultural como las industrias creativas o las culturas vivas con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones (World Tourism Organization, 2018). Para Marujo (2019), en el turismo la idea de lugar está íntimamente unida a la capacidad de reconocer y responder a las diversas identidades de un espacio.

En un momento donde, siguiendo a Paiva (2020), ciudades y lugares precisan de nuevos instrumentos de interpretación y de una cartografía que pueda mapear el espacio relacional tanto en los aspectos culturales, simbólicos y turísticos como en sus áreas de tensión y de conflicto, los dispositivos móviles ofrecen numerosas potencialidades tanto para informar-educar, como para entretener e implicar a las personas (turistas y residentes) en la construcción del entorno. La propia conectividad de los teléfonos móviles y su posibilidad de socializar experiencias, ideas y contenidos han cambiado las formas de conocer-percibir las ciudades y, con estas, la experiencia y el significado de la visita (Van Dijk, 2011; Martínez-Rolán y Piñeiro-Naval, 2019).

En la construcción de experiencias en torno al patrimonio cultural, en su sentido más amplio, cabe destacar dos potencialidades de los dispositivos móviles:

Participación

Inmersos en la llamada cultura de la participación (Jenkins, 1992) la implementación de estrategias de acción y cocreación en la comunicación y divulgación del patrimonio puede llevar a un mayor compromiso de propios y ajenos, a experiencias y aprendizajes más profundos como efecto colateral de la producción creativa, la colaboración y organización comunitarias (Ito, 2016). En un contexto en que los individuos interactúan con tecnología y medios digitales de forma ubicua (Brandão Pereira, 2018), y que el *produsage* (Bruns, 2006) supone una parte



consustancial de la cultura, resulta esencial repensar las fórmulas de información, acceso y disfrute del patrimonio más participativas.

Un ejemplo de la capacidad de integración social que tienen estos soportes, en este caso dentro del museo, es la aplicación heyKH del Kunsthalle München (Alemania)¹. Se presenta como una experiencia participativa, ya que permite a los asistentes a una exposición interactuar entre ellos enviándose comentarios, fotos o publicando imágenes y videos en un *feed* en tiempo real que pueden ser vistos en pantallas colocadas en la sala.

El *crowdsourcing* puede transformar la experiencia del patrimonio cultural y lograr el compromiso de los públicos, habitantes y visitantes, con fórmulas que van de la socialización de la vivencia a una intervención esencial en la producción de la misma (Ridge, 2014): relatos compartidos-colaborativos, performances, cartografías *online*, etc.

Geolocalización

La consideración e interpretación del patrimonio dentro de un espacio, hace de los *smartphones* dispositivos únicos por su movilidad, su conectividad y, sobre todo, por su funcionalidad de geolocalización y geoetiquetado que posibilita nuevas formas y posibilidades de exploración del territorio.

Así, la geolocalización supone una funcionalización clave para el desarrollo de aplicaciones de realidad aumentada, que permiten conocer y explorar otra versión del entorno que se transita *in situ*. A través de la pantalla del móvil los visitantes pueden obtener una perspectiva diferente de la ciudad: la vista original de edificios (antes de remodelaciones o derribos), la vuelta a la vida de ruinas o arquitectura desaparecida, la fisonomía de una calle en una época concreta...

Una visita al pasado que además de incrementar la satisfacción con la experiencia a través de una imagen vívida, y en muchos casos 360°, del entorno y mejorar la transmisión de información sobre este, también genera una sensación de presencia, de estar allí (Huertas y Gonzalo, 2020).

Ya no se trata de crear un mundo virtual, como propone la realidad aumentada, de acceso a través de intrincada tecnología, sino de aprovechar el entorno real para ofrecer una integración de realidad y representación que se puede disfrutar de forma natural, como si estuviésemos retratando el entorno, a través del teléfono móvil.

Rodríguez (2019) señala diversos usos de la geolocalización en la preservación y vivencia del patrimonio cultural:

- Generar experiencias que puedan potenciar el valor del espacio-comunidad, pero también propiciar reacciones y relaciones afectivas (y compromiso) de las personas usuarias —habitantes y turistas— con el espacio.
- Crear comunidad. Apostar por iniciativas que vean los públicos no solo como destino de la información y estrategias en torno al patrimonio, sino como parte de todo el proceso para motivarlos en la creación de contenido y suscitar-estrechar vínculos.
- Adaptar el contenido al público general. Buscar nuevos diseños y enfoques más accesibles y cercanos.

1 Antenna International. <https://www.antennainternational.com/visitor-experience-case-studies/up-close-and-social-at-kunsthalle-munchen/>



Más allá de estas posibilidades que permiten reinventar el espacio y la forma de acceder, sentir y vivir el patrimonio a partir de experiencias memorables, participativas y centradas en el usuario, la ubicuidad de los *smartphones* y sus funcionalidades para la locación los convierte en tecnologías únicas para la integración de relatos en un determinado entorno físico, a través de contenidos georreferenciados. De este modo, los espacios reales se convierten en escenografía de las historias que se cuentan (Rosito et al., 2016).

Si bien estas narraciones localizadas integran y conjugan los tres usos señalados por Rodríguez (2019) para el desarrollo de experiencias memorables, son los contenidos sonoros especialmente diseñados y adaptados a la ubicación los que pueden proveer experiencias únicas con la convergencia de vista y otras sensaciones del espacio físico, con la inmersión y vividez del relato sonoro *online*. Una conjunción que implica al público y abre la puerta a nuevas oportunidades creativas (Piñeiro-Otero, 2018).

Los dispositivos móviles como puerta de acceso al espacio

Las oportunidades que brindan los *smartphones* para la aproximación-experiencia del patrimonio cultural ha dado lugar a diversas estrategias que Grevtsova (2016) vincula a tres actitudes de las personas receptoras: informar[se], jugar y construir.

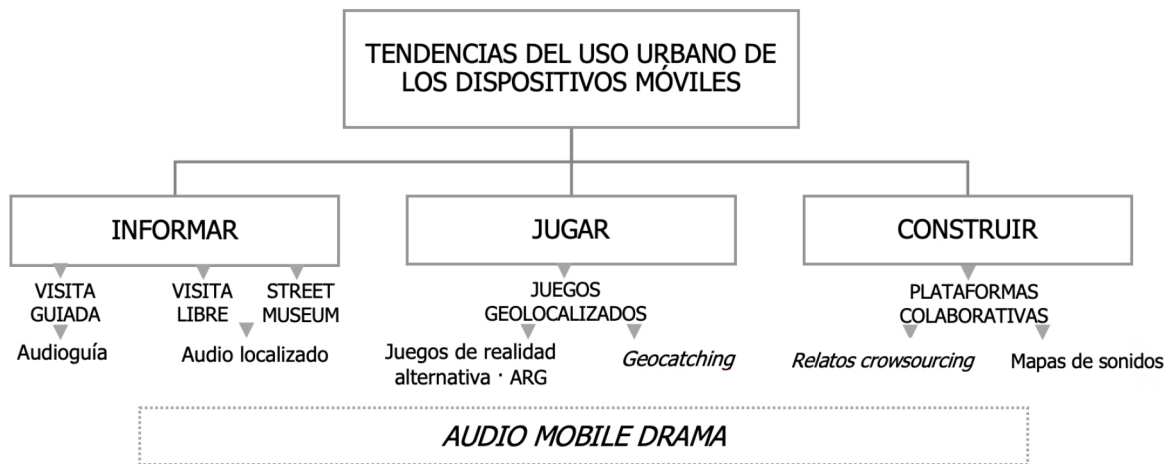


Figura 2. Tendencias sonoras del uso urbano de los dispositivos móviles

Fuente: elaboración propia a partir de Grevtsova (2016).

Estas tres actitudes no solo remiten a una gradación *in crescendo* de la actividad de las personas usuarias, sino también de la intensidad con la que se vive la experiencia. Así, una visita guiada a través de GPS o balizas digitales puede diferir significativamente si se integran elementos de gamificación, si se prevén formas de inmersión o la participación de las personas en la construcción de la experiencia. En cualquier caso, como señala Grevtsova (2016), la atención a estas tres actitudes no es excluyente, sino que su combinación puede enriquecer y potenciar las vivencias del entorno, enlazando ideas, conceptos e historias.



Frente al mapa turístico como metonimia del itinerario “institucionalizado”, con eje fundamental en arquitectura y monumentos, la tecnología móvil ofrece diversos enlaces de ideas, conceptos e historia(s). Unos recorridos que pueden construirse en tiempo real en función de los intereses y decisiones de las personas usuarias (que pueden convertir a la ciudad en un mundo de juego, (Avouris y Yiannoutsou, 2012), pero también ofrecer otras rutas y experiencias de la ciudad, valorizando expresiones patrimoniales alternativas (en ocasiones más próximas al espacio y las comunidades que lo habitan).

Se trata de una materialización del nuevo concepto de espacio. Frente al interés por los monumentos y las estructuras sociales, económicas, políticas, religiosas que los sustentan, como entes aislados surge con fuerza la idea del patrimonio como un entramado de llenos y vacíos, en el que el espacio juega un papel fundamental (Choay, 2007; Rodríguez, 2019).

Del acceso a materiales de archivo otrora limitados a públicos especializados a experiencias tejidas de los recuerdos e historias de vida de la comunidad, como la propuesta de *Invisible Maps*² para la ciudad de Barcelona, las cadenas de los puntos de interés pueden ser infinitas, aunque dependen de la perspectiva de la intervención patrimonial (Grevtsova, 2016). Como señalan Wang et al. (2012), cada vez más los *smartphones* desarrollan el papel de herramientas de mediación turística con la construcción de una “mirada mediada” que estructura y da forma a la experiencia.

En este contexto cobra relevancia la idea del espacio como producción social, de Lefebvre (2013), que Rodríguez (2019) pone en diálogo con el factor líquido de Zygmunt Bauman (2006). Así, cualquier aproximación al espacio debe tener en cuenta las relaciones que se establecen en torno a este, y que son inestables, líquidas y marcadas por la tecnología.

Paisajes sonoros

La relevancia del sonido dentro del patrimonio inmaterial, *per se* y como vehículo de otras formas de patrimonio basadas en la oralidad, lo sitúan en una nueva concepción patrimonial que incluso llega a trascender los aspectos visuales de la cultura (Morales Males, 2008).

Para Woodside (2008) toda expresión sonora se localiza en un contexto social, histórico, cultural concreto y bebe del paisaje sonoro en el que se inserta. El carácter del sonido (y la música) como parte del ADN de un determinado lugar-sociedad se hace especialmente patente en los paisajes sonoros.

Un paisaje sonoro supone una construcción perceptiva que las personas efectúan de un fenómeno físico, el entorno acústico (ISO, 2014). El papel del individuo en la selección y jerarquización de los sonidos de su entorno va a afectar cómo entienden las personas el espacio que habitan o transitan (Truax, 2001).

Un paisaje sonoro es, a la vez, un entorno físico y una forma de percibir dicho entorno (Samuel et al., 2010). Esta práctica, como sugiere Thomson implica “maneras escénicas y estéticas de escuchar, la relación del oyente con su entorno y las circunstancias sociales que dictan quién escucha qué” (2002, pp. 1-2) y, por tanto, los paisajes sonoros son un trabajo en progreso permanente (Long y Collins, 2012).

2 Invisible Maps. <https://www.facebook.com/invisiblemaps/>



Aunque la globalización ha conllevado un proceso de homogeneización de la cultura, también auditiva, cada entorno presenta cualidades sonoras propias, fruto de la combinación de diversos factores-fuentes del espacio y de las interacciones sociales que allí se establecen (origen-resultado de las mismas) (Schafer, 1977). En este sentido, autores como Cárdenas-Soler y Martínez-Chaparro (2015) conciben los paisajes sonoros como espacios portadores de diálogos que constituyen o conforman la mayoría de significaciones sociales, culturales e ideológicas, sobre las que los sujetos construyen su identidad.

El componente cultural e identitario implícito en los paisajes sonoros ha llevado a su consideración como parte del patrimonio inmaterial. El carácter singular y diverso de estos paisajes y su relación con la memoria colectiva, como resultado de las interacciones de los sujetos y entorno, hacen preciso su reconocimiento y visibilidad, ante propios y ajenos, como parte de los rasgos definitorios de un lugar-sociedad (Mejía, 2012). Dentro de los paisajes sonoros merecen especial protección las huellas sonoras, sonidos que detentan un valor afectivo y simbólico, y que hacen única la vida acústica de una comunidad (Schafer, 1977).

De forma global los *soundscape*s pueden marcar la impresión y experiencia de un lugar, hasta tal punto que autores como Westerkamp (1994) asocian la familiaridad con un determinado paisaje sonoro con sensaciones de afectividad y seguridad. Así, sonidos universalizados como el Big Ben en Londres o el del reloj de la Puerta del Sol en Madrid, las voces y sonoridades del zoco de Marrakech o de Times Square en Nueva York, funcionan como huella sonora (*soundmark*) de estas ciudades generando sensaciones de felicidad y familiaridad incluso para las personas que las visitan por primera vez.

Como parte de la preservación del patrimonio cultural inmaterial Schafer (1977) y Truax (2001) proponen la conservación de los paisajes sonoros: su documentación, archivo, descripción, análisis y visibilidad promoviendo la escucha y el pensamiento crítico.

Proyectos como World Soundscape Project, World Forum for Acoustic Ecology, Acoustic Ecology Institute, Acoustic Environments in Changes, European Acoustic Heritage, Locus Sonus, Centre de recherche sur l'espace sonore et l'environnement urbain, entre otros, han abordado el estudio de los paisajes sonoros con un nexo común: su estudio como bien cultural, reflejo de los ecosistemas sonoros y los cambios sociales (Sánchez Cid, 2012).

En el contexto español uno de los pioneros fue Escoitar.org (2006, 2016), una iniciativa divulgativa-colaborativa que buscaba reivindicar la escucha como proceso fundamental en la construcción de los discursos culturales. El proyecto tenía como elemento central un mapa sonoro *online* alimentado con las grabaciones geolocalizadas de decenas de personas usuarias.

Frente al archivo sonoro tradicional como un proceso vertical de preservación del patrimonio cultural, la concepción colaborativa de Escoitar.org permitió la democratización efectiva y afectiva en el proceso de acceso, constitución e interpretación del archivo que preconizaba Derrida (1997).

Más recientemente entidades públicas, grupos de investigación, colectivos y autores individuales han desarrollado numerosas iniciativas de mapas de sonidos *online*: NYSoundmap, Audiomapa, Sound maps, Soinumapa, Mapa Sonoro, Soundscape of China, Sonidos de Rosario, son algunos de estos proyectos, muchos de ellos de carácter colaborativo.

La democratización de los dispositivos móviles conectados, que facilitan el registro-envío de audios geolocalizados con metadatos; el desarrollo-accesibilidad de aplicaciones cartográficas *online* (muchas de ellas con base

en la API de Google Maps); sumado a un mayor interés en la participación como forma de construcción de narrativas comunes, en una suerte de inteligencia colectiva (Levy, 2004), y una mayor consciencia del sonido, su valor social y cultural, han supuesto un impulso a estas iniciativas de mapas sonoros.

Siguiendo a Mejía “la creación de mapas culturales permite mostrar ese universo simbólico, las cosmovisiones que determinan valores y formas culturales, miradas introspectivas que permitan una identificación de las expresiones patrimoniales significativas y representativas de esa cultura” (2012, p. 4).

Si la visualización del sonido en una cartografía no implicase por sí misma el reconocimiento territorial de estos sonidos, aplicaciones como *SoundTransit*, *Recorrido Sonoro* o incluso *Voices*, y sus implicaciones con la memoria oral, proveen a las personas usuarias una experiencia de viaje a través de la construcción de itinerarios sonoros más o menos estructurados.

Audio mobile drama

El patrimonio inmaterial existe y se significa en relación con un espacio. Está ligado a lugares, edificios, caminos o localidades (históricas-actuales) y a sus comunidades, lo que ha llevado al desarrollo de iniciativas participativas para la recuperación, visibilidad y valoración de música, relatos, expresiones y narraciones orales, pero también de historias de vida [cotidianas] de individuos y grupos acotados (García, 2008) cuyo registro ofrece una perspectiva enriquecida y plural del territorio y de quienes lo habitan.

Volver a la idea de espacio como producción social (Lefebvre, 2013), un espacio “es” en tanto las personas lo perciben, interpretan, habitan y viven (Augé, 1993; Rodríguez, 2009). Desde esta perspectiva el patrimonio cultural va a estar estrechamente ligado a las comunidades y no se puede entender al margen de estas. Ejemplos de esta relación entre sonido, oralidad y espacio son iniciativas como [murmur]³, un proyecto documental que registra historias, recuerdos y vivencias de diferentes barrios de Toronto, Vancouver y Montreal a través de las voces de sus habitantes. Para su disfrute, en la época *pre-smartphone*, se instalaron carteles en puntos geográficos concretos con un número de teléfono al que llamar para escuchar el relato ligado a ese lugar.

En este contexto el audiodrama resurge y se resignifica respecto al radioteatro y radio drama clásicos. Su salto a los dispositivos portátiles junto al potencial *multitasking* del sonido, convierten a los audiodramas en contenidos ideales para las narraciones geolocalizadas. Estos audiodramas localizados, cuya experiencia en movilidad ha llevado a su denominación como *urban mobile dramas* (Hansen, 2008), se enriquecen con la vivencia del entorno, también auditiva, para la construcción de experiencias inmersivas capaces de suscitar imágenes mentales de gran intensidad.

Un ejemplo de ello es la APP King’s Cross Streetstories⁴ del diario *The Guardian*. Se trata de una nueva experiencia de visita de esta conocida área londinense que lleva a transitar a través del tiempo y de historias, de la realidad y la ficción, sobre una ruta física de interacción constante entre el universo de las narraciones sonoras y el espacio. Esta aplicación, Streetstories⁵, presenta en el momento actual experiencias y vivencias similares en torno a las ciudades de Leicester, Stirling y Colchester.

3 <http://cfccreates.com/productions/76-murmur>

4 <https://www.theguardian.com/mobile/interactive/kings-cross-london-streetstories-app-audio>

5 <https://street-stories.co.uk/>



Para el disfrute de estos *audio mobile dramas* los oyentes-usuarios deben contar con dispositivos móviles y auriculares con los que experimentar la historia en el espacio. El geoposicionamiento en estos relatos actúa como detonante de las diferentes escenas (Hannsen, 2008), historias que se entrelazan como parte de una ruta a la que pertenecen y en la que se interconectan.

Frente a las grandes narrativas de la ciudad, los dispositivos móviles como los *walkmans*, posibilitan el desarrollo de “*micro-narrative, a customised story and soundtrack, not merely a space but a place, a site of dwelling. Our listening acts as an escape from our lived environment while also intersecting with this environment forming an accidental soundtrack to our real lives*”. (Chambers, 2004, p. 100)

En este sentido han sido diversas las investigaciones que exploran las posibilidades del audiodrama geolocalizado para la difusión-vivencia del patrimonio cultural. Autores como FitzGerald et al. (2013) o Reid et al. (2004, 2005) han analizado el papel de sistemas de audio geolocalizado para el aprendizaje de historia en lugares donde sucedieron los hechos narrados. Esta tipología de audiodramas también han sido analizados desde la perspectiva de su empleo en iniciativas y guías turísticas (Epstein y Vergani, 2006; Szymczak, 2012) o en el marco de experiencias en museos (Bannon et al., 2005; Lanir et al., 2013).

Por su parte, Mcgookin et al. (2012-2014) han profundizado en la capacidad de contenidos localizados para suscitar vivencias y sentimientos respecto a determinados espacios. Pitarello y Bertani (2012) abordaron la emoción y el *engagement* de dichos contenidos y Rossitto et al. (2016) analizaron cómo los oyentes-usuarios imaginan y desarrollan la conexión entre medios locativos y localizaciones físicas, incluso como parte de experiencias gamificadas (Bichard y Waern, 2008).

En estos relatos, movilidad y geoposicionamiento de los dispositivos portátiles conforman un recurso más del audiodrama (Piñeiro-Otero, 2018). Así, la escucha del relato se entrelaza con la experiencia personal de los oyentes y las vivencias de los espacios donde su ubican, dado que la materialización del emplazamiento constituye un aspecto esencial en la interpretación de los *urban mobile drama* (Rositto et al., 2016).

La vinculación y compromiso con el espacio, a través de la tecnología, puede suscitar la imaginación de los oyentes-usuarios y con ella la creación de sentido (Casey, 2013). Pero también puede llevar a un diseño de experiencias que permita la reflexión e interpretación en torno a la ciudad (como espacio y comunidad) más allá de determinadas coordenadas espaciales, en la línea de la nueva concepción de patrimonio cultural.

Aproximaciones alternativas al patrimonio de ciudades

La relación de estos relatos sonoros con el patrimonio cultural de una ciudad se hace especialmente patente en proyectos de audio geolocalizado como Storywalker o DramaWalker.

Storywalker

Storywalker se define como un “proyecto que, entre teatro documental y comunitario y las nuevas tecnologías, relata y hace visibles las historias de la comunidad china del barrio”. Se trata de una iniciativa pionera en el uso de narraciones sonoras geolocalizadas para proponer miradas, rutas alternativas de la ciudad, en este caso de Madrid, a través de historias e intrahistorias de barrio (entendido como espacio y como la comunidad que habita).



Esta iniciativa comenzó a gestarse en 2013 (se estrenó en 2014), cuando el director teatral Fernando Sánchez-Cabezudo planteó el desarrollo de una plataforma digital con historias geolocalizadas de la vecindad de Usera, un barrio obrero que en los últimos años se ha convertido en destino de diferentes comunidades migrantes. Para el desarrollo de este proyecto, para dotarlo de un valor genuino, se integró la participación del vecindario de este barrio en las diferentes fases del proceso creativo, hasta el punto de convertirlos en actores de sus propias historias.

Este carácter multicultural de Usera y, más concretamente, su concepción como “barrio chino” de Madrid, supuso el germen de Storywalker Usera-Quingtian (2015). Una nueva aproximación a la intrahistoria de estos barrios madrileños a través de los recuerdos y vivencias de la comunidad china. Además del paisaje sonoro de Usera, integran sonidos de Quingtian, la región de origen de las protagonistas de estas historias, una mezcla presenta un vínculo más estrecho entre este proyecto de audio geolocalizado y la nueva concepción del patrimonio. Al igual que la propia comunidad china de Usera, estas historias recogen y se enriquecen con elementos, rasgos y sonidos de ambos lugares, como epítomes de cultura, e incluso con la superposición del paisaje sonoro y la experiencia real (como sucede con el sonido de un mercado de Wenzhou geolocalizado sobre el mercado del mismo nombre del barrio).

En 2019 el proyecto se expandió al romano barrio de Garbatella. Esta experiencia alternativa de Roma, en todos los sentidos, se organiza en torno a una ruta sonora en la que las historias y vivencias de sus habitantes se mezclan con los paisajes sonoros de sus calles y rincones, para capturar la esencia del barrio.

En su última expansión hasta el momento Storywalker se traslada a la localidad asturiana de Avilés (norte de España) para proponer un recorrido sonoro por el pasado y presente de Llaranes, un barrio marcado por la industria siderúrgica (hasta suponer un exponente del patrimonio industrial español). Al igual que sus predecesores, Storywalker Llaranes (2019, encargo de la concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Avilés) implicó a la vecindad y asociaciones en la captación de la esencia del barrio a través de testimonios, que fueron la base de las producciones sonoras.

Dramawalker

Dramawalker es un proyecto de audiodrama geolocalizado, desarrollado en 2021 por el Centro Dramático Nacional de España en colaboración con otras entidades de ámbito nacional e internacional. Se trata de un proyecto que integra la participación vecinal en el proceso creativo de una ruta guiada a través de historias de barrio localizadas en el espacio donde tuvieron lugar. Una intrahistoria de estos lugares creada por las personas que los habitan y llevada a escena por dramaturgos y elencos de actores locales.

Como se señala en la web del proyecto:

Más allá de la historia del oficial del barrio, Dramawalker pretende construir una intrahistoria creada por las y los propios vecinos, potenciando su vínculo emocional e identitario y acercando al resto de la ciudadanía a un nuevo mapa de vivencias por descubrir. Las grandes historias viven en lo cotidiano, lo cercano, en las plazas, en los bares, en la gente que nos encontramos por la calle. (Dramawalker, s.f.)

En su cometido de captar la memoria urbana-comunitaria, y de proveer una nueva experiencia de la ciudad, se han desarrollado tres iniciativas, Poblenuu (en colaboración con la Sala Beckett), Cañada Real y Vite (en colaboración con el Centro Dramático Galego y Grupo Chévere), en torno a los barrios homónimos de Barcelona, Madrid y Santiago de Compostela, respectivamente.



Se trata de barrios con una identidad propia y diversa dentro de ciudades que se han convertido en exponentes del turismo nacional.

Para recoger la historia viva de estos barrios se han llevado a cabo diversas formas de integración de la vecindad, tanto personas individuales como asociaciones, en el proceso creativo.

Así, para plasmar la riqueza y complejidad de la Cañada Real, la recopilación de historias contó con la participación de un amplio y diverso tejido asociativo: la asociación AMAL, Mujeres Árabes Luchadoras; la Fundación Secretariado Gitano; la ONG en defensa de los derechos humanos Accem; las Asociaciones de Vecinos de los sectores 4 y 5; el colectivo de artistas Todo por la Praxis (TXP); Ciudad Educativa Municipal Fuhem Hipatia; la Federación Red Artemisa y las asociaciones El Fanal y Barró.

A pesar de que las experiencias se pueden consultar directamente en la web en una ruta virtual por estos lugares que, en el caso de Dramawalker Poblenu y Dramawalker Vite se puede disfrutar en castellano y catalán o gallego, sobre terreno la experiencia se enriquece.

La selección de estas dos iniciativas radica en la relevancia que han logrado dentro del ámbito español, así como la existencia de características comunes.

Desde una perspectiva visual y de navegación ambos proyectos guardan importantes similitudes.

Ambos están centralizados en una aplicación móvil-web, con similitudes en su forma e incluso en los íconos empleados, que permiten a las personas usuarias conocer estos barrios y por extensión las ciudades a las que pertenecen. En estas piezas de audio se produce una materialización del espacio a través de un diseño de sonido que presenta-reconstruye el *soundscape* de cada lugar y que, si bien se puede vivir virtualmente, es sobre el terreno donde se enriquece con la experiencia de los sonidos-sensaciones del espacio real.

Asimismo, su representación en un mapa implica una ruta y una propuesta de recorrido. Una propuesta que se hace patente en la organización espacial (y su numeración) de las historias narradas en varias partes e incluso en algunos relatos cuya narración esboza una organización-direccionalidad espacial. Este es el caso de DramaWalker Vite, que presenta una dramatización de una vista guiada a través del casco histórico de Santiago de Compostela (con un enfoque divergente de las historias y leyendas habituales en esta tipología de guías) hasta recalar en la entrada del barrio sobre el que se construye la experiencia. Esta guía incluye una serie de instrucciones para que las personas usuarias puedan disfrutar de la visita real, aportando datos de la localización de los edificios-calles a los que hace referencia e incluyendo efectos de sonido que contribuyen a su materialización o invitan a imaginar-reflexionar sobre aquello que se cuenta (como el impacto social de la apertura de una avenida en el tardofranquismo para facilitar el acceso del turismo a la catedral).

Respecto al contenido, tanto Storywalker como Dramawalker se presentan como proyectos colaborativos, que han implicado a las comunidades de cada uno de los barrios en la narración y creación de las historias que se relatan. Esta implicación, próxima al concepto de transmedia de Jenkins (2006), además del extra de genuinidad que aporta a las historias, les imprime la esencia e identidad de cada uno de estos barrios (incluso como instantáneas sonoras de la vida de esta comunidad, como sucede con Storywalker Garbatella).

La propia elección de estos barrios no es casual. Frente a la idea de estas ciudades como realidades compactas con una imagen marcada por una concepción clásica e institucionalizada del patrimonio histórico y cultural, surgen estas rutas alternativas que se aproximan a otros barrios y espacios de estas ciudades con una identidad propia e, incluso, disidente de la idea común de Madrid, Barcelona, Roma o Avilés. Usera, Cañada Real (Madrid),



PobleNou (Barcelona), Llaranes (Avilés), Vite (Santiago de Compostela) o Garbatella (Roma), comparten una identidad social marcada por el origen de sus habitantes y su carácter obrero.

En algunos casos la colaboración va más allá de la transmisión de la oralidad y la memoria de la comunidad para hacerla patente a través de sus voces. Así sucede, por ejemplo, en el caso de Storywalker Usera-Quingtian donde las voces de la comunidad adquieren un rol central y protagonista en el audiodrama localizado. En otros relatos estas voces ceden (o comparten) espacio con actores o actrices profesionales que se embeben de la esencia del barrio y de sus historias para narrar o interpretar algunas de las historias (con la emoción, expresión oral y otros rasgos propios de la oralidad-cultura de las personas que lo habitan).

La proximidad de ambos proyectos a iniciativas teatrales convierte a estos audiodramas geolocalizados en un ejemplo paradigmático de preservación-difusión del patrimonio cultural. Además de transmitir la historia, cultura e incluso el latir de las comunidades que los habitan también permite su experiencia, y la experiencia del espacio, a través de los paisajes sonoros, convirtiendo a la persona usuaria en una asistente más de las narraciones o de los “fragmentos de vida”, e integra formas y expresiones teatrales locales en su construcción (permitiendo incluso la selección de idioma de acceso).

La apuesta por la dramatización y el testimonial, saca partido a dos de las características clásicas del medio sonoro: su familiaridad-afectividad, que puede llevar a una mayor implicación con las voces e historias, y su capacidad de generación de imágenes mentales. Como señala Crook el audiodrama es “auditivo en la dimensión física, pero igualmente poderoso como una fuerza visual en la dimensión psicológica” (2013, p. 8). En apenas unas décimas de segundo el sonido ofrece una imagen mental de su fuente [real o construida] y genera una emoción o reacción alrededor de esta (López Vigil, 1997).

El uso de diálogos dramatizados, incluso aquellos que sitúan como interlocutoras a las personas usuarias, permiten un mayor nivel de participación entendida como identificación, atención, interés y emoción (Huwiler, 2005). Estos diálogos incluso cuentan con un carácter autorreferencial y así, una de las piezas de Dramawalker Vite, se construye como una entrevista a un vecino de Vite para el proyecto y su diseño sonoro intenta convencerle del potencial del sonido para la contextualización de la historia y la generación de imágenes mentales.

Si bien se pueden disfrutar estas historias desde cualquier lugar del mundo con conexión a Internet, y pese a que su cuidada producción permite suscitar imágenes mentales de gran intensidad sobre el espacio y las personas que lo habitan, la experiencia virtual no supera la real. Como *mobile urban drama*, estas historias se enriquecen con la experiencia del entorno: la perspectiva visual del espacio (al que, con frecuencia, apelan las voces y protagonistas de esta historia), los sonidos reales que se filtran a través de los auriculares e incluso otro tipo de sensaciones (derivadas del clima, del momento del día, de la realidad del espacio...).

De hecho, en todas ellas se han desarrollado experiencias colectivas de escucha a través de rutas guiadas mediadas por la aplicación. Estas experiencias permitieron a las personas asistentes, habitantes y visitantes, disfrutar y compartir las sensaciones y vivencias (e incluso desterrar estereotipos) respecto a cada uno de los barrios-ciudades.

A modo de conclusión

La transformación derivada del desarrollo tecnológico y la multiplicación de pantallas, plataformas digitales y conexiones ha conllevado una revisión de las estrategias de difusión patrimonial. Mejía (2012) incluso va más allá

y señala la necesidad de replantear la idea de patrimonio, así como de otros conceptos como memoria, identidad o nación.

En un contexto en el que hablar de patrimonio implica hacerlo mediante usos, representaciones y conocimientos que las comunidades reconozcan como parte inherente de su patrimonio cultural, las nuevas tecnologías, su carácter multimediático y su esencia social van a contribuir en esta nueva concepción de patrimonio como expresión de lo propio frente a “lo otro”, como construcción simbólica que reconoce y aporta valor a determinados bienes y manifestaciones sociales y culturales. El anclaje territorial del patrimonio convierte a los dispositivos portátiles, de altas prestaciones, en mediadores únicos de las vivencias y experiencias desarrolladas en torno a este.

Como recuerdan Guillate et al. (2017) las APPs móviles posibilitan una experiencia vivencial, real, compartida y situada, que pueden aportar el valor de centrarse en las personas usuarias, permitiéndoles generar contenidos, tomar decisiones y enriquecer las relaciones con el patrimonio de forma personal, interactiva y emocional: una hipertextualidad creativa que si bien está basada en el espacio cuenta con una clara geometría humana.

Frente a la retórica de la participación, expresión con la que Jenkins (2016) se refiere a la urgencia de las entidades por proveer espacios de participación (centrados en plataformas), el diseño de estrategias de difusión patrimonial debe construirse situando a la persona usuaria (y posible *produzadora*) en el centro de la experiencia y aportarles valor. No se debe olvidar que, como señala Brandão Pereira (2018), la participación se produce en un contexto en que cada nodo percibe el valor de su participación y contribuciones, como parte de un tejido social que afecta y se ve afectado por los contenidos que producen y comparten, y que puede dar lugar a un “territorio afectivo” para todos los agentes implicados en esta narrativa local-global.

Si bien el exceso visual de nuestra cultura ha impregnado las APPs patrimoniales, el audio facilita experiencias inmersivas que, junto a la visión “real” del espacio, pueden llegar a generar una sensación de vividez y granularidad. Frente al estándar de las aplicaciones histórico-patrimoniales, basadas en imágenes, con un discurso generalista (aún con alguna anécdota), impersonal y meramente informativo, con poco espacio para interacciones verdaderas y reales (Martínez et al., 2018), las narraciones sonoras geolocalizadas como Storywalker o Dramawalker hacen a las personas usuarias partícipes de conversaciones y eventos, como “trozos de vida” de esos barrios-lugares y que son retazos del patrimonio cultural en su sentido más amplio y genuino.

Como señalaba Rodríguez Luque (2018) el desarrollo de estos audiodramas geolocalizados ha permitido una nueva vivencia de la ciudad a partir de la inmersión en un barrio y sus “escenas” en diversos edificios y rincones.

Si las guías turísticas convencionales (incluso las audioguías) presentan un recorrido a través de edificios-monumentos, el desarrollo de audiodramas geolocalizados presenta una historia viva a través de las costumbres y vivencias de las personas que pueblan una comunidad, susceptible de generar una mayor conexión y compromiso con el espacio, que pueden derivar en una experiencia transmediática en la línea señalada por Barrientos-Báez et al. (2021).

Las voces, los paisajes sonoros y su articulación en el marco de relatos sonoros pueden llevar a suscitar una experiencia imaginativa de gran intensidad que lleva al oyente a disfrutar de las vivencias y sensaciones de los personajes como si se localizase dentro del propio relato. Esta transportación, como la denomina Sood (2002), alcanza su máxima expresión en el marco de un *mobile urban drama*, al enriquecerse con otro tipo de sensaciones y experiencias del espacio físico en el que se inscriben (y al que pertenecen).

Así, aunque la escucha de estos relatos geolocalizados puede disfrutarse en cualquier momento y lugar, es en el entorno físico del barrio donde adquieren su máxima expresión. En este sentido la experiencia virtual no sustituye a la real, sino que, en la línea señalada por Piñeiro-Naval y Serra (2018), puede hacer más atractiva e interesante la vista a la ciudad física.

Siguiendo a Mejía (2012) el anclaje territorial vinculado al patrimonio se enfrenta hoy al desafío de la transnacionalización, las migraciones y la producción cultural fuera de los propios territorios. Unos desafíos que han supuesto una oportunidad en el desarrollo de los *audio mobile dramas* señalados: por una parte, la participación de las comunidades en la construcción de estas experiencias ha permitido integrar su complejidad y diversidad de un modo orgánico; por otra, la posibilidad de mezclar la riqueza de voces (y acentos) y el diseño de cada nodo-pieza, con las sensaciones y vivencias del espacio físico en el que se insertan, en una misma experiencia, permite trasladar a las personas la esencia real del barrio, su identidad social y cultural. Sucede con la intromisión de los sonidos del espacio recordado en el presente de los personajes, pero también con la superposición de los paisajes sonoros del lugar de origen y del de destino, como metáfora de la identidad de las comunidades y del barrio. La creatividad sonora al servicio de la diversidad cultural, y viceversa, como dos elementos implícitos e inter-influyentes en la nueva concepción del patrimonio cultural y en su producción simbólica.

Los *mobile urban drama* suponen una lectura enriquecida del concepto de patrimonio inmaterial, en tanto conjuga la tecnología móvil y la geolocalización para aportar un valor añadido a la historia, a la identidad de una colectividad (como algo que se transmite pero también que se siente y que genera sensación de pertenencia) y, sobre todo, a su continuidad.

Estas piezas permiten aproximarse a la ciudad, conocer su esencia cultural y social más allá de los edificios y monumentos, y de la argamasa histórica que los une, que han marcado la identidad de las ciudades (desde una perspectiva patrimonial y turística). Permiten romper la idea compacta de ciudad y mostrar sus diversidades, a través de un recorrido alternativo por sus calles y de la identidad de las personas que los habitan. Permiten divulgar el patrimonio, pero también capturar y constituir parte del mismo.

En definitiva, parafraseando uno de los títulos de Dramawalker Vite, los *mobile urban drama* permiten experimentar la ciudad real que se esconde tras la ciudad simbólica.

Referencias bibliográficas

1. Augé, M. (1993). *Los 'no lugares': Espacios del anonimato. Una Antropología de la Sobremodernidad*. Gedisa.
2. Avouris, N. & Yiannoutsou, N. (2012). A review of mobile location-based games for learning across physical and virtual spaces. *JUCS - Journal of Universal Computer Science*, 18(15), pp. 2120-2142. <https://doi.org/10.3217/jucs-018-15-2120>
3. Bannon, L., Benford, S., Bowers, J. & Heath, C. (2005). Hybrid design creates innovative museum experiences. *Commun ACM*, 48(3), pp. 62-65.
4. Barrientos, A., Caldevilla Domínguez, D. y Parra-López, E. (2021). Posibilidades Transmedia y Neuromarketing para la explotación turística 3.0. *Journal of Tourism & Development*, 37, pp. 151-163. <https://doi.org/10.34624/rtd.v37i0.26365>
5. Bauman, Z. (2006). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.



6. Bichard, J. P. & Waern, A. (2008). Pervasive play, immersion and story: designing interference. En *Proceedings of DIMEA '08*. ACM. <https://bit.ly/3JWsQfi>
7. Brandão Pereira, J. (2018). A participação criativa do design como potenciador da cultura e património. In V. Piñeiro-Naval & P. Serra (Eds.), *Cultura, património e turismo na sociedade digital: Unha perspectiva ibérica*. (Vol. 1, pp. 133-155). Labcom. <https://doi.org/10.25029/od.2020.252.18>
8. Bruns, A. (2006). Towards produsage: Futures for user-led content production. In F. Sudweeks, H. Hrachovec & C. Ess (Eds.), *Cultural attitudes towards communication and technology* (pp. 275-284). Murdoch University.
9. Bull, M. (2001). The World According to Sound: Investigating the world of walkman users. *New Media & Society*, 3(2), pp. 179-197. <https://doi.org/10.1177/14614440122226047>
10. Cárdenas-Soler, R. N., & Martínez-Chaparro, D. (2015). El paisaje sonoro, una aproximación teórica desde la semiótica. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 5(2), pp. 129-140. <https://doi.org/10.19053/20278306.3717>
11. Chambers, I. (2004). The Aural Walk. In C. Cox & D. Warner (eds.), *Audio Culture, readings in modern music* (pp. 98-101). Continuum.
12. Consejo Europeo (2017) Decisión (UE) 2017/864 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de mayo de 2017 relativa a un Año europeo del patrimonio cultural (2018). <https://bit.ly/3JfNgl>
13. Crook, T. (2013). *The sound handbook*. Routledge.
14. Derrida, J. (1997). *Mal de archivo. Una impresión freudiana*. Simancas ediciones.
15. Epstein, M., & Vergani, S. (2006). History unwired: mobile narrative in historic cities. En: *Proceedings of the working conference on advanced visual interfaces (AVI'06)*. AMC. <https://doi.org/10.1145/1133265.1133327>
16. FitzGerald, E., Taylor, C., & Crave, M. (2013). To the castle! A comparison of two audio guides to enable public discovery of historical events. *Journal of Pers Ubiquitous Comput*, 17(4), pp. 749-760.
17. García Canclini, N. (2004). El Patrimonio Cultural de México y la construcción imaginaria de lo nacional. In E. Florescano (Ed.), *El Patrimonio Nacional de México* (Vol. 1, pp. 57-85). CNA/FCE.
18. García, S. (2008). Estado del arte del patrimonio cultural inmaterial. Argentina. En *Estado del Arte del Patrimonio Cultural Inmaterial* (pp. 11-61). CRESPIAL. <https://crespial.org/wp-content/uploads/2016/10/Estado-del-Arte-del-PCI.pdf>
19. Gausa, M., Muller, W., & Guallart, V. (2003). *The Metapolis Dictionary of advanced Architecture: City, Technology and Society in the Information Age*. Actar.
20. Gere, C. (2002). *Digital culture*. Reaktion Books.
21. Gillate, I., Vicent, N., Gómez-Redondo, C., & Marín-Cepeda, S. (2017). Características y dimensión educativa en apps de educación patrimonial: Análisis a partir del método OEPE. *Estudios pedagógicos*, 43(4), pp. 115-136. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052017000400006>
22. Gómez, A., Server, M. y Jara, A. J. (2017). Turismo inteligente y patrimonio cultural: un sector a explorar en el desarrollo de las smart cities. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), pp. 389-411.



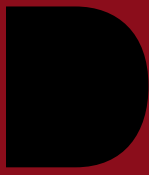
23. Grevtsova, I. (2016). Tendencias del uso de las tecnologías móviles en espacios urbanos: m-learning y patrimonio cultural. *Revista PH*, p. 90. <https://doi.org/10.33349/2016.0.3695>
24. Hansen, F. A., Kortbek, K. J. & Grønbaek, K. (2008). Mobile urban drama. Setting the stage with location based technologies. In U. Spierling & N. Szilas (Eds.), *Interactive Storytelling*. ICIDS 2008. Springer. https://dx.doi.org/10.1007/978-3-540-89454-4_4
25. Huertas, A. (2018). How live videos and stories in social media influence tourist opinions and behaviour. *Information Technology and Tourism*, 19, pp. 1-28. <http://dx.doi.org/10.1007/s40558-018-0112-0>
26. Huertas, A. y Gonzalo, J. (2020). The role of augmented reality in destination branding. *Tourism and hospitality management*, 26(2). <https://doi.org/10.20867/thm.26.2.8>
27. Huwiler, E. (2005). Storytelling by sound: a theoretical frame for radio drama analysis. *Radio Journal*, 3(1), pp. 45-59.
28. ICOM (s.f.). *International Council of Museums ICOM*. <https://bit.ly/3uz1SnA>
29. Igarza, R. (2008). *Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural*. La Crujía.
30. ISO (2014). *Acoustics — Soundscape — Part 1: Definition and conceptual framework*. <https://www.iso.org/standard/52161.html>
31. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York University Press.
32. Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans & participatory Culture*. Routledge.
33. Jenkins, H., Ito, M., & boyd, D. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era. A Conversation on youth, learning, commerce, and politics*. Wiley.
34. Lanir, J., Kuflik, T., Dim, E., Wecker A.J. y Stock, O. (2013). The influence of a location-aware mobile guide on museum visitors' behavior. *Interact Comput*, 25(6), pp. 443-460.
35. Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Capitán Swing.
36. León, A. (1990). *El museo. Teoría, praxis y utopía*. Cátedra.
37. Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del Ciberespacio*. Organización Panamericana de la Salud http://www.fergut.com/pdfs/inteligencia_colectiva.pdf
38. López Benito, V. (2014). *Estudio exploratorio sobre la interpretación didáctica del arte en el museo a través de tecnologías móviles*. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona. <http://www.tdx.cat/handle/10803/134505>
39. López Vigil, J. (1997). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Amarc/Ciespal.
40. Marques, L. (2020). Cultura e Turismo em espaços urbanos: oportunidades e desafios. In V. Piñeiro-Naval & P. Serra (Eds.), *Cultura, património e turismo na sociedade digital: Desafío de futuro* (Vol. 3, pp. 17-38). Labcom. <https://doi.org/10.25029/od.2020.252.18>
41. Martínez Rolán, X., & Piñeiro Naval, V. (2019). Medir la felicidad con Instagram. ¿Cuáles son las ciudades más felices de España? *Journal of Digital Media & Interaction*, 2(4), pp. 22-41. <https://doi.org/10.34624/jdmi.v2i4.7794>
42. Martínez, T., López, V., Asensio, M., & Santaca, J. (2018). ¿Entretener o aprender? La evaluación de las tecnologías móviles en la Didáctica del Patrimonio. *ENSAYOS, Revista de la Facultad de Educación de Albacete*, 33(1). <http://www.revista.uclm.es/index.php/ensayos>



43. Marujo, N. (2019). Turismo e Cultura: Que relação? Que «coisa» é a cultura? In V. Piñeiro-Naval & P. Serra (Eds.), *Cultura, património e turismo na sociedade digital: Diálogos interdisciplinares* (Vol. 2, pp. 69-81). Labcom.
44. Mcgookin, D., & Brewster, S. (2012). PULSE: the design and evaluation of an auditory display to provide a social vibe. In *Proceedings of the CHI (2012) Conference on human factors in computing systems, May 05–10, 2012*. ACM. <https://dx.doi.org/10.1145/2207676.2208580>
45. Mcgookin, D., Brewster, S., & Christiv G. (2014). Studying digital graffiti as a location-based social network. In: *Proceedings of CHI 2014*. ACM: Nueva York. <https://dx.doi.org/10.1145/2556288.2557266>
46. Mejía, M. H. (2012). *El patrimonio cultural: su gestión y significado. Euroamericano*. VIII Campus de Cooperación Cultural. <https://bit.ly/3vCYH8>
47. Morales Males, P. (2008). *Estado del Arte del Patrimonio Cultural Inmaterial. Ecuador*. En *Estado del Arte del Patrimonio Cultural Inmaterial* (pp. 11-61). CRESPIAL. <https://crespial.org/wp-content/uploads/2016/10/Estado-del-Arte-del-PCI.pdf>
48. Paiva, F. (2020). O design e as media artes no turismo criativo. In V. Piñeiro-Naval & P. Serra (Eds.), *Cultura, património e turismo na sociedade digital: Desafío de futuro* (Vol. 3, pp. 63-89). Labcom. <https://doi.org/10.25029/od.2020.252.18>
49. Perona Páez, J. J., Barbeito Veloso, M. L., & Fajula Payet, A. (2014). Los jóvenes ante la sono-esfera digital: medios, dispositivos y hábitos de consumo sonoro. *Communication & Society / Comunicación y Sociedad*, 27(1), pp. 205-224. <https://hdl.handle.net/10171/36271>
50. Piñeiro-Naval, V., & Serra, P. (2018). Introdução. In V. Piñeiro-Naval & P. Serra (Eds.), *Cultura, património e turismo na sociedade digital: Unha perspectiva ibérica*. (Vol. 1., pp. 9-20). Labcom. <https://doi.org/10.25029/od.2020.252.18>
51. Piñeiro-Otero, T. (2018). Urban mobile drama. Narraciones sonoras inmersivas y geolocalizadas. In J. M. Albalad Aiguabella, L. Busto Salinas y V. Muñiz Zúñiga (Coords.), *Nuevos lenguajes de lo audiovisual* (pp. 393-407). Gedisa.
52. Pittarello, F., & Bertani, L. (2012). CASTOR: learning to create context-sensitive and emotionally engaging narrations in-situ. In *Proceedings of the 11th International Conference on Interaction Design and Children*. ACM. <https://dx.doi.org/10.1145/2307096.2307098>
53. Rae, J., & Edwards, L. (2016). Virtual reality at the British Museum: What is the value of virtual reality environments for learning by children and young people, schools, and families? In *MW2016: Museums and the Web*. <https://bit.ly/3qBrwH5>
54. Reid, J., Geelhoed, E., Hull, R., Cater, K., & Clayton, B. (2005). Parallel worlds: immersion in location-based experiences. In: van der. In: Veer. G.C., Gale C. (Eds.), *Proceedings of CHI '05: extended abstracts on human factors in computing systems (CHI '05)*. ACM. <https://dx.doi.org/10.1145/1056808.1057009>
55. Reid, J., Hull, R., Cater, K. y Clayton, B. (2004). Riot! 1831: The design of a location based audiodrama. *UK-UbiNet*. <https://bit.ly/2saUsHM>



56. Ridge, M. (2014). *Crowdsourcing our cultural heritage: introduction*. Ashgate.
57. Rodríguez Luque, C. (2018). Apps y ficción radiofónica: El caso de Storywalker. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, 5(9), pp. 94-103. <https://doi.org/10.24137/raeic.5.9.11>
58. Rodríguez, M. C. (2019). El Patrimonio Cultural y la Era Digital. In *XIII CTV 2019 Proceedings: XIII International Conference on Virtual City and Territory: Challenges and paradigms of the contemporary city CPSV* <http://dx.doi.org/10.5821/ctv.8673>
59. Rossitto, C., Barkhuus, K., & Engstro, A. (2016). Interweaving place and story in a location-based audiodrama. *Pers Ubiquit Comput*, 20, pp. 245-260. <https://dx.doi.org/10.1007/s00779-016-0908-x>
60. Sánchez Cid, M. (2012). Paisaje sonoro un patrimonio cultural inmaterial desconocido. *Instalia*. <https://bit.ly/3vAnS3G>
61. Sant'Anna, M. (2015). Patrimônio urbano e patrimônio imaterial: problemase desafios contemporâneos. In G. Kuark, J. M. Barros, & P. Miguez (Orgs.), *Diversidade Cultural: políticas, visibilidades midiáticas e redes* (pp. 118-119). EDUFBA <https://issuu.com/camilacestaricerreti/docs/diversidade-cultural-repositorio>
62. Santaca, J., & Coma, L. (2014). *El m-learning y la educación patrimonial*. Trea.
63. Schaeffer, P. (1988). *Tratado de los objetos musicales*. Alianza Editorial.
64. Schafer, M. (1977). *The tuning of the world*. Knopf.
65. Sidoncha, U. (2019). Que «coisa» é a cultura? Algumas notas sobre a relação entre cultura e património. In V. Piñeiro-Naval & P. Serra (Eds.), *Cultura, património e turismo na sociedade digital: Diálogos interdisciplinares* (Vol. 2, pp. 9-23). Labcom.
66. Sood, S. (2002). Audience involvement and entertainment-education. *Communication Theory*, 12(2), pp. 153-172.
67. Szymczak, D., Rasmus-Gröhn K., Magnusson C., & Hedvall P.O. (2012). A real-world study of an audio-tactile tourist guide. In *Proceedings of MobileHCI 2012* (pp. 335-344). ACM Press. <https://dx.doi.org/10.1145/2371574.2371627>
68. Truax, B. (2001). *Acoustic communication*. Ablex Publishing CO.
69. UNESCO (2003). Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, adoptada por la Conferencia General de la UNESCO. <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n>
70. UNESCO (2017). La importancia del sonido en el mundo actual: promoción de las buenas prácticas. *UNESCO. Consejo Ejecutivo*, 201/EX/32 https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247952_spa
71. Van Dijk, D. (2011). Exploring heritage in participatory culture: The museum App. In J. Trant & D. Bearman (Eds.), *Museums and the Web 2011: Proceedings. Archives & Museum Informatics*. <https://bit.ly/3sNLYX7>
72. Wang, D., Park, S. & Fesenmaier, D. R. (2012). The role of smartphones in mediating the touristic experience. *Journal of Travel Research*, 51, pp. 371-387.
73. Warnier, J. P. (2001). *La mundialización de la cultura*. Ediciones Abya-yala. <https://bit.ly/3hyzuMv>
74. Westerkamp, H. (1994). Bauhaus y estudios sobre el paisaje sonoro – explorando conexiones y diferencias. *EME Estudio de Música Electroacústica* <https://www.eumus.edu.uy/eme/ps/txt/westerkamp.html>



75. Woodside, J. (2008). La historicidad del paisaje sonoro y la música popular. *Revista Transcultural de Música*, 12(2), pp. 1-17. <https://www.redalyc.org/pdf/822/82201221.pdf>
76. World Tourism Organization (2018). *Tourism and Culture Synergies*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284418978>