

Aprender haciendo

Una serie



basada en investigación y acciones de desarrollo de capacidades

PARTICIPACIÓN DE LA DIÁSPORA Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Turismo de raíces en la era digital

Financiado por
la Unión Europea



Implementado por



Índice

03
Contexto

04
Desafíos

05
Oportunidades

06
El papel de la diáspora en el desarrollo del turismo de raíces

08 Promoviendo el turismo de raíces en Moldavia a través de la experticia de la diáspora

09 El turismo de raíces a nivel local como conexión con la diáspora en Sierra Leona

11 ¿Y ahora qué?

12
La diáspora como...

12 turistas

14 creadores de tendencias

16 expertos interculturales

17 influyentes

18
Más información

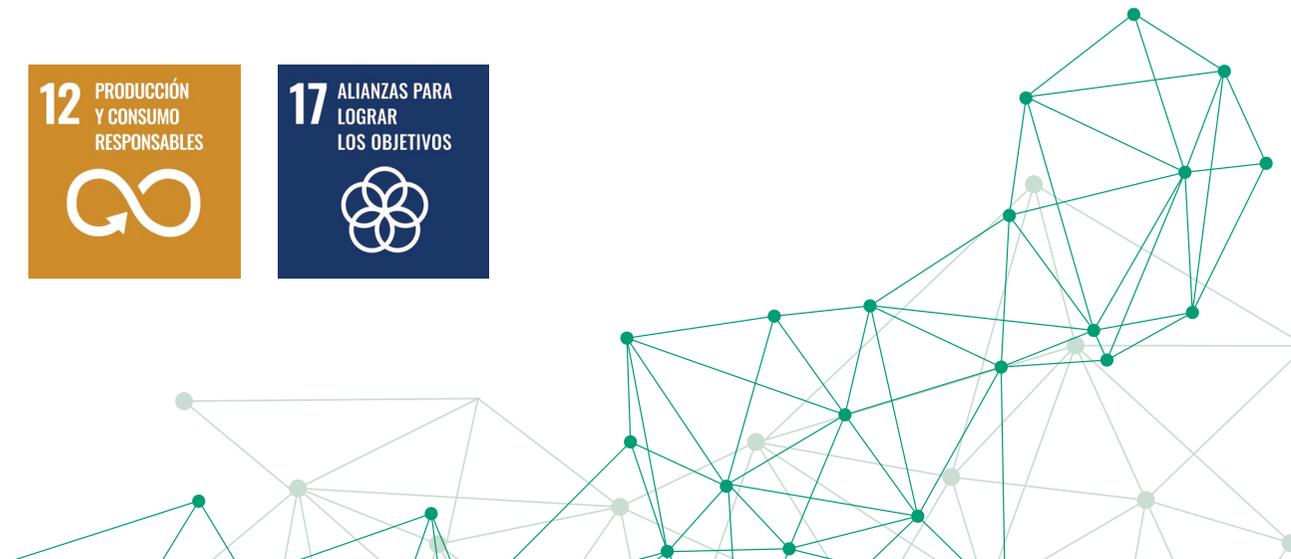


Contexto

Según la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), el turismo cultural es uno de los mercados mundiales de más rápido crecimiento y representa el 40% del sector turístico. Desde la pandemia de Covid 19, la atención se ha centrado en la creación de un modelo turístico más resiliente y digitalizado. De hecho, fue el tema central del Día Mundial del Turismo 2022, en el que se subrayó la importancia de “repensar el turismo” como pilar clave para el desarrollo y como contribución a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Reconociendo la conexión entre turismo, educación y empleo, este enfoque sostenible también tiene en cuenta el impacto medioambiental del turismo y las oportunidades de crecimiento sostenible.

El turismo cultural incluye el turismo de raíces, que se centra en los recursos culturales, históricos y naturales. Al hacer especial hincapié en el fortalecimiento de la identidad cultural, este sector es una vía especialmente prometedora para el desarrollo impulsado por la diáspora. Dentro de este sector, la digitalización -un proceso que está cambiando profundamente la forma en que accedemos y experimentamos la cultura en general- también ha ampliado el acceso a las actividades de turismo de raíces.

El nexo entre la participación de la diáspora, el turismo de raíces y la digitalización se ha convertido en un área clave de interés para EUDiF, abordada a través del Future Forum anual, un estudio de caso específico y dos intervenciones a nivel local en Moldavia y Sierra Leona. La confluencia del trabajo práctico y los resultados de la investigación dejaron claro que “repensar el turismo” debe incluir la participación de la diáspora. En este dossier, reflexionamos sobre lo que hemos aprendido de nuestras investigaciones y acciones con el fin de compartir prácticas inspiradoras e ideas para futuras políticas e iniciativas.



Desafíos

El turismo de raíces es una industria floreciente en varios países. Sin embargo, existen deficiencias que impiden a los gobiernos y a los agentes locales gestionar eficazmente los sitios culturales y alcanzar todo su potencial turístico, como:

- ▶ Sitios patrimoniales que carecen de infraestructuras adecuadas, educación e instalaciones de ocio;
- ▶ Capacidades institucionales insuficientes para una conservación y comercialización adecuadas;
- ▶ Empresas y consumidores afectados por el cierre de la pandemia y la crisis económica;
- ▶ Gobiernos deben preparar a la población local para que vea el turismo de raíces como una oportunidad de negocio;
- ▶ Es necesario identificar colaboraciones creativas para dar una nueva imagen a los destinos turísticos y satisfacer la demanda de los consumidores;
- ▶ Creciente demanda de acceso virtual a los sitios patrimoniales en una era postcovid y un mundo cada vez más digitalizado;
- ▶ Falta de “patrimonio digital”, es decir, de conservación digital de materiales valiosos para las generaciones futuras.

¿Sabías que

...un turista de raíces gasta hasta un **38%** más al día y permanece un **22%** más en total en comparación con otros viajeros?

Fuente: www.mytravelresearch.com

Oportunidades

A pesar de estos retos, surgen oportunidades para construir el sector del turismo de raíces generando colaboraciones, mejorando el intercambio de información entre sectores y reinventando conjuntamente los servicios y productos turísticos. Existe un enorme potencial para aprovechar los lazos de la diáspora y el transnacionalismo para revitalizar el sector a través de productos *tangibles* (por ejemplo, edificios, museos o ruinas), así como *intangibles* (por ejemplo, danza tradicional, narración de cuentos, cocina, rituales). Además, en la era digital, la diáspora de jóvenes expertos en tecnología puede desempeñar un papel especial en la innovación de los productos del patrimonio y el avance del turismo virtual.

En este documento, basado en las acciones de desarrollo de capacidades de EUDiF en **Moldavia** y **Sierra Leona**, examinamos las contribuciones de los actores de la diáspora en el sector del turismo de raíces. Estas dos acciones introducen nuevos enfoques del turismo de raíces a través de diferentes modelos de asociación de la diáspora y la transferencia de conocimientos. Además, nos basamos en el estudio de caso de EUDiF sobre Emprendimiento juvenil y turismo de raíces, una investigación realizada con la Universidad de Winchester con estudios de caso de Barbados, Brasil y Ruanda. Explora las conexiones entre el espíritu empresarial en el sector del turismo de raíces, la identidad de la diáspora juvenil y el potencial para la planificación de la participación de la diáspora a largo plazo.

¿Qué es el “turismo virtual”?

El turismo virtual implica el uso de la tecnología para mejorar o crear artificialmente una experiencia turística. Este modelo concede a los viajeros un acceso remoto que les permite descubrir destinos sin visitarlos físicamente. Los métodos de turismo cultural virtual aprovechan al máximo los avances tecnológicos y ayudan a satisfacer la sed de conectividad de la generación del milenio.

El papel de la diáspora en el turismo de raíces

A través de la investigación y el trabajo operacional de EUDiF hemos observado siete papeles que la diáspora suele desempeñar en el consumo, el desarrollo y la innovación del turismo de raíces, aunque pueden existir más. Esta publicación profundiza en las cuatro primeras funciones, basándose en nuestro trabajo.



■ Turistas

El sentimiento de pertenencia, la curiosidad y la fuerte conexión con sus raíces inspiran a muchos a viajar a sus tierras ancestrales y comprometerse con la comunidad local. ▶ [Página 12](#)



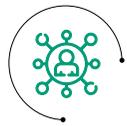
■ Creadores de tendencias

Gracias a su mentalidad y experiencia globales, los miembros de la diáspora pueden ser pioneros a la hora de aportar nuevas ideas y soluciones prácticas, contribuyendo así a revitalizar el sector y a revalorizar los productos y sectores turísticos a diferentes niveles, incluidos los mercados locales e internacionales. ▶ [Página 14](#)



■ Expertos interculturales

La ventaja de la afinidad, el idioma y la comprensión del contexto local permite a la diáspora transferir su experiencia transnacional y transponer las prácticas globales a la acción a nivel local. ▶ [Página 16](#)



■ Influentes

Con el capital social y la experiencia migratoria, la diáspora puede llegar a diversos grupos sociales y asumir el papel de personas influyentes cuya comunicación puede influir en el comportamiento de un amplio abanico de ciudadanos y capacitarlos para ver el potencial del turismo de raíces sostenible y participar en él. ▶ [Página 17](#)



■ Embajadores culturales

La diáspora está bien situada para promocionar en el extranjero los atractivos distintivos y la belleza de su país de origen, apoyando así los esfuerzos de la marca nacional.



Programa de Jóvenes Embajadores de Georgia, un programa anual diseñado para que la juventud georgiana residente en el extranjero represente a Georgia en sus respectivos países de residencia y destinado a promover el turismo, la inversión y las actividades culturales.



■ Inversionistas

Gracias a su conocimiento del país de origen y de residencia, la diáspora es capaz de identificar oportunidades e invertir en negocios relacionados (viajes organizados, marcas de artesanía), actuando a veces como inversionistas ángeles. También envían remesas para ayudar a la familia, los amigos y la comunidad en general, que a su vez apoya a las empresas locales.



El Año del Retorno en Ghana 2019 es una iniciativa gubernamental que anima a la diáspora africana a venir a África (especialmente a Ghana) para establecerse, volver a conectar, involucrarse e invertir en el continente, incluido el turismo.



■ Emprendedores sociales

A menudo la diáspora tiene interés en “marcar la diferencia” a través del emprendimiento social. Gracias a su mayor adaptabilidad al cambio y a su capacidad para trabajar en un entorno multicultural y digital, por ejemplo, la juventud emprendedora de la diáspora tienen talento para identificar nichos de mercado y responder con creatividad a las oportunidades que surgen en el sector cultural.



La ecoaldeia Valeni, en Moldavia, está fundada por jóvenes de la diáspora. Ofrece una experiencia enriquecedora con un museo histórico (“Casa de la tala”), tradiciones locales, gastronomía y agricultura.



Diáspora y turismo de raíces en acción

Promoviendo el turismo de raíces en Moldavia a través de la expertise de la diáspora

En colaboración con el Museo Nacional de Etnografía e Historia Natural

Resumen

La reserva paisajística Tipova-Saharna, gestionada por el museo, abarca uno de los monumentos naturales más antiguos de Moldavia y Europa del Este. EUDIF contribuyó a modernizar los servicios turísticos de la reserva y las actividades del museo:

- ▶ Pilotaje de herramientas y conceptos estratégicos para la reconstrucción de rutas;
- ▶ Exploración de modelos alternativos de turismo de raíces local y emprendimiento;
- ▶ Mejora de las capacidades organizativas y de gestión de los sitios patrimoniales del museo.

Ejes de trabajo

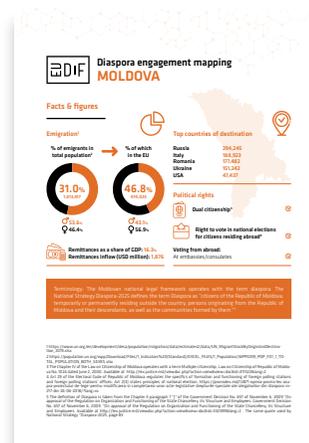
1. Diseño de un paquete conceptual y material promocional para la ruta Tipova-Saharna;
2. Desarrollo de la estrategia de modernización de la ruta, incluida la nota conceptual sobre la narración de historias;
3. Desarrollo de competencias y conocimientos temáticos sobre turismo sostenible para el personal del museo y las autoridades locales.



Se trata de un proyecto único para el Museo, ya que reúne a dos miembros altamente cualificados de nuestra diáspora. Tenemos la oportunidad de beneficiarnos de la experiencia y los conocimientos que han acumulado en la universidad sueca de Uppsala. Esta acción contribuye a los intensos esfuerzos del museo por desarrollar y modernizar la ruta Tipova-Saharna de acuerdo con las normas europeas.

- Petru Vicol, Director Ejecutivo, Museo Nacional, Moldavia

Seguir leyendo



Aprovechar a las comunidades locales es crucial

El Museo Nacional fue el principal beneficiario, pero la acción involucró también a las comunidades locales. Desde su lanzamiento, autoridades locales, guías locales, artesanos, activistas, profesores e historiadores formaron parte de los debates, las formaciones y las actividades de concientización. Aportaron perspectivas locales e identificaron las lagunas existentes. El involucramiento directo de las comunidades y empresas locales en el desarrollo turístico crea apropiación de lo que sigue. Además, si las comunidades locales participan desde el principio, estarán menos dispuestas a resistirse a los esfuerzos de desarrollo y a ser más tolerantes con los turistas.

El turismo de raíces a nivel local como conexión con la diáspora en Sierra Leona

En colaboración con el Ayuntamiento de Freetown (FCC)
y AfricaOracle

Resumen

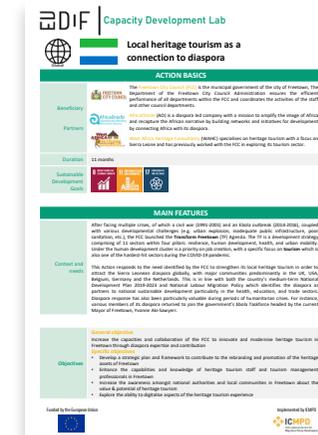
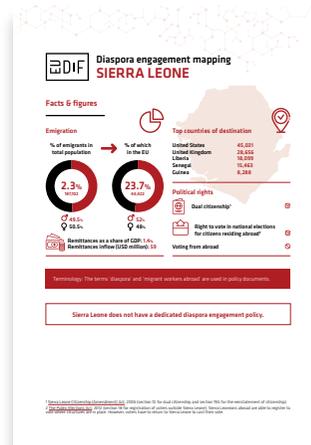
La acción apoya las prioridades de turismo de raíces de FCC basadas en la agenda de FCC Transform Freetown, que guía la planificación del desarrollo de la ciudad. Transform Freetown subraya el potencial del turismo para la creación de empleo y la mejora del sector empresarial. La colaboración con EUDiF y AfricaOracle permite a FCC:

- ▶ Desarrollar un marco estratégico de turismo de raíces para revalorizar los bienes patrimoniales de Freetown;
- ▶ Aumentar la concientización de las autoridades nacionales y las comunidades locales sobre el valor del turismo de raíces;
- ▶ Reforzar las capacidades y conocimientos del personal de turismo de raíces y de los profesionales de la gestión turística en FCC.

Ejes de trabajo

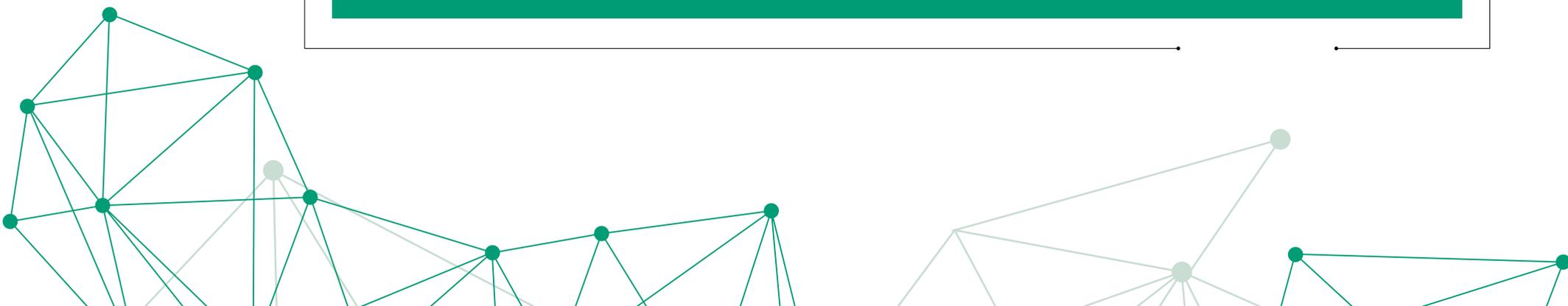
1. Evaluación de las necesidades sectoriales y de las partes interesadas para comprender mejor las prioridades del mercado;
2. Desarrollo de paquetes estratégicos y conceptuales para promover el turismo de raíces, incluidas notas conceptuales sobre recorridos a pie y un festival de las raíces;
3. Sesiones de formación e intercambios entre pares sobre turismo sostenible y buenas prácticas en turismo de raíces para el personal de FCC.

Seguir leyendo



La diáspora de retornados como motor del desarrollo local

La experiencia de la diáspora (personal y profesional) puede inspirar asociaciones para el desarrollo local. En el caso de Sierra Leona, la acción construye sobre el entusiasmo y el liderazgo de la alcaldesa de Freetown, Yvonne Aki-Sawyer, una retornada de la diáspora que promueve la Agenda FCC Transform. Su experiencia en la diáspora incluye la fundación de una organización benéfica, la contribución a la lucha contra el virus del Ébola y la creación de ciudades hermanadas. La alcaldesa Yvonne aprovecha su experiencia en el extranjero para llevar a Freetown oportunidades de desarrollo sostenible a través de asociaciones holísticas, también con la diáspora.



¿Y ahora qué?

Escalabilidad y replicabilidad

Geográfica

Estas acciones pueden replicarse mediante el desarrollo de otras rutas turísticas en estos dos países y más allá.

Gama de servicios

Ambos beneficiarios pueden ahora compartir las herramientas y conceptos probados (por ejemplo, la narración de historias) con otros subsectores de la industria turística, como el turismo rural, el enoturismo, el agroturismo, el turismo rural y el ecoturismo.

Gama de beneficiarios finales

Esto puede ampliarse a otros grupos destinatarios como, por ejemplo, los inversionistas, la diáspora juvenil, la sociedad civil, etc.

La acción con el Ayuntamiento de Freetown, en Sierra Leona, se inspiró en nuestra colaboración con el museo de Moldavia, que es un ejemplo directo del potencial del aprendizaje entre iguales para generar acción. Seguimos ofreciendo este tipo de espacios porque vemos potencial para más iniciativas de turismo d y participación de la diáspora. Además, nos complace comprobar que los métodos utilizados en nuestras acciones logran los resultados deseados (¡y a veces más!). Las acciones de EUDiF se caracterizan por ser de naturaleza práctica, adoptar un enfoque multiparticipativo y contar con la diáspora como catalizador para la creación de asociaciones locales. Para más detalles sobre lo que consideramos factores de éxito para el desarrollo de capacidades, explore "Aprender haciendo: Factores de éxito para el desarrollo de capacidades en la participación de la diáspora".



La diáspora como turista

Los turistas de la diáspora suelen tener una profunda relación con los sitios patrimoniales, debido a su conexión con la historia ancestral, las raíces, la cultura, las tradiciones, etc. Esto puede explicarse por el hecho de que puede ayudarles a experimentar un sentimiento de pertenencia, como se argumenta en el estudio de [caso de EUDiF](#).

El estudio de caso puso de relieve que los jóvenes de la diáspora están más interesados en el patrimonio inmaterial porque a menudo no se reconocen en los productos del patrimonio material propuestos por sus países de origen. Por ejemplo, la juventud de la diáspora de **Barbados** buscaban el patrimonio cultural en la música y la comida. Otro ejemplo procede de **Ruanda**, donde el gobierno organiza experiencias para que los jóvenes ruandeses de la diáspora exploren una narrativa sobre el país que vaya más allá de la historia reciente del genocidio que a menudo se enseña en sus países de residencia. Según un estudiante ruandés, *“nos permitió ver nuestro pasado con nuestros propios ojos”*. El interés de los jóvenes de la diáspora por los productos intangibles está en consonancia con el reciente giro del turismo hacia las experiencias culturales.

Además, es probable que la diáspora disponga de competencias lingüísticas, contactos, conocimientos generales y medios económicos de comprometerse activamente con la población y las empresas locales. En comparación con los visitantes sin conexión con la diáspora, pueden optar por alojarse en alojamientos de propiedad local, comer en restaurantes locales, organizar sus propios viajes y buscar experiencias temáticas como la búsqueda de raíces o los viajes de aventura. De este modo, pueden tener un impacto más directo en la economía local.



La transformación digital

El turismo de raíces es un ámbito en el que la diáspora se involucra digitalmente y puede participar en la creación conjunta del patrimonio, además de ser consumidora. Por ejemplo, en colaboración con el Museo de Barbados, el proyecto EU-LAC-MUSEUMS ideó un Museo Virtual de la Migración y la Memoria Caribeñas centrado en la historia de la generación de emigrantes Windrush a partir de finales de la década de 1940. Esto despertó un gran interés por la historia de las comunidades de la diáspora, pero también por las historias más amplias de los países de origen.



Foto de las galerías - VMCM (eu-lac.org)

Incentivos para la diáspora juvenil

Además, los gobiernos pueden aprovechar este sentimiento de pertenencia y añoranza del país del origen para atraer a los turistas de la diáspora, como en el ejemplo de Moldavia. La diáspora. Orígenes. Programa de Retorno (DOR), que significa literalmente “echar de menos su país” - incluye campamentos de verano anuales para las jóvenes generaciones de la diáspora. Lo dirige la Oficina de Relaciones con la Diáspora de Moldavia desde 2013. El programa pretende sensibilizar a las generaciones más jóvenes sobre la identidad cultural y nacional y reforzar su conexión emocional y cultural con Moldavia.



Foto de la página web oficial de la Oficina de Relaciones con la Diáspora de Moldavia www.emoldovata.md

La diáspora como creadora de tendencias

La diáspora puede impulsar la innovación¹ en el turismo de raíces creando nuevas asociaciones, pilotando nuevos productos y servicios turísticos o modelos de emprendimiento. En nuestras acciones, trabajamos con profesionales de la diáspora que actuaron como **creadores de tendencias** al co-crear productos turísticos patrimoniales con FCC y el Museo, respectivamente, aportando nuevas ideas:

	Moldavia	Sierra Leone
en el enfoque del turismo de raíces	<i>Los profesionales de la diáspora integraron los principios del <u>turismo sostenible</u> en la estrategia de modernización de la ruta Tipova-Saharna al redactar conjuntamente la Estrategia Plan de acción de aplicación (2022-2024) con el museo.</i>	<i>Los actores de la diáspora concientizaron al personal de la FCC y a los actores locales sobre las mejores prácticas de productos turísticos sostenibles, por ejemplo promoviendo el concepto de rutas temáticas que fomentan el turismo de raíces sostenible en Freetown.</i>
en la gestión del patrimonio cultural	<i>Se introdujo el modelo de museo al aire libre (es decir, un museo que recrea paisajes y edificios del pasado para crear una experiencia de historia viva para los visitantes). por diásporas con experiencia en el museo sueco al aire libre de <u>Skansen</u> y la ciudad <u>medieval de Visby</u>.</i>	<i>Desarrollo de recorridos históricos a pie para ofrecer un relato vinculado a los lugares patrimoniales y a la cautivadora historia de Freetown. Los recorridos a pie pueden incorporar herramientas digitales para facilitar la narración de historias a lo largo de la ruta de los lugares históricos.</i>
en la creación de marcas de productos y servicios turísticos	<i>Por ejemplo, los expertos proporcionaron una nota sobre cómo organizar eventos de narración de cuentos, inspirada en la práctica de <u>Land of Legends</u> en Suecia.</i>	<i>Conceptualizar la narración de historias y promover su experimentación. El equipo desarrolló un concepto para un Festival de Raíces que ofrece un compromiso cultural experiencial a través de la música, la danza y mucho más.</i>

Cambio...

¹ Introducción de nuevas cosas, ideas o formas de hacer algo, incluyendo elementos de escalabilidad, replicabilidad y -cuando proceda- la inclusión de grupos específicos.

Prueba piloto del modelo de narración

La narración de cuentos es una forma de patrimonio cultural inmaterial. Sin embargo, en Moldavia no se utiliza ni se conoce mucho. En el marco de la acción EUDiF, profesionales de la diáspora prepararon una nota informativa para presentar un nuevo tipo de festival de narración de cuentos y ofrecieron formación sobre cómo organizar un festival de este tipo basándose en su experiencia en Suecia. Tras la formación y con la orientación de los expertos, el museo organizó la primera edición del **Festival de Leyendas** en Țipova el 17 de septiembre de 2022. Fue organizado conjuntamente por el museo local y una casa de huéspedes dirigida por un empresario local. Nos entusiasmó ser testigos del uso inmediato de los productos de la acción.



La diáspora como expertos interculturales

La experiencia intercultural de la diáspora significa que están bien informados para apoyar el desarrollo de capacidades de las partes interesadas locales. Son capaces de entender qué prácticas globales pueden transponerse al contexto local, teniendo en cuenta al mismo tiempo las sensibilidades locales. También pueden asesorar sobre los recursos y herramientas que pueden utilizarse para crear asociaciones a nivel local gracias a su conocimiento de los mercados locales.

En ambas acciones se organizaron sesiones de formación temática y eventos de transferencia de conocimientos que resultaron de gran utilidad para los beneficiarios. En ellas se trataron temas como la recaudación de fondos en el turismo de raíces, el turismo sostenible, las prácticas patrimoniales modernas y el marketing digital. Además, EUDiF facilitó intercambios de aprendizaje entre pares entre Moldavia y Sierra Leona sobre buenas prácticas relacionadas con la narración de historias y el turismo de raíces. Además de su experiencia en turismo, los expertos en diáspora de ambas acciones están especializados en gestión de proyectos y participación de la diáspora. Los atributos combinados de conocimientos profesionales y fluidez cultural han sido esenciales para que estas intervenciones fueran lo más atractivas y eficaces posible.

En el caso de **Sierra Leona**, la acción adoptó un enfoque de trabajo colectivo más amplio. La transferencia de conocimientos fue dirigida por una organización de la diáspora - AfricaOracle en el Reino Unido - en colaboración con expertos locales en turismo de raíces (West Africa Heritage Consultancy) y académicos (Universidad de Derby). Los beneficios de las diversas perspectivas y la visión de la diáspora enriquecieron enormemente el proceso de diseño.

En el caso de **Moldavia**, los dos profesionales de la diáspora desempeñaron un papel central en la acción. En esta voz de la diáspora se comparte más información sobre la experiencia positiva y la motivación de uno de ellos. El Museo Nacional de Moldavia valoró muy positivamente su compromiso, amplios conocimientos y experiencia distintiva.



Bunces House, un lugar importante por su uso en el comercio de esclavos. Figura en los recorridos que se están desarrollando.



Formación sobre Turismo sostenible en Tipova (Moldavia) en 2022

La diáspora como influyentes

El rápido avance de la tecnología ha influido en la industria turística y ha propiciado el apoyo a nuevas experiencias, así como un cambio en el comportamiento y las preferencias de los consumidores en el nuevo mercado turístico, especialmente en el caso de la generación joven. Para ofrecer un acceso más inclusivo y amplio a los productos turísticos patrimoniales, es importante ir allí donde están las comunidades, y las redes sociales son una forma de acabar con esta brecha.

Las redes sociales ofrecen oportunidades a actores que no son los “sospechosos de siempre”, como los jóvenes, que pueden asumir el papel de activistas, personas influyentes y modelos de conducta, y animar a sus contactos a participar activamente en actividades de turismo sostenible. Dado que el boca a boca es un canal de ventas clave -los consumidores buscan “reseñas auténticas”-, las redes sociales pueden ayudar a los países con patrimonio a llegar a un mayor número de turistas, incluida la clientela internacional. De hecho, Facebook, YouTube, TikTok e Instagram son los hogares digitales de un mundo de personas influyentes en línea en constante crecimiento, donde pueden utilizarse herramientas de bajo costo para promover el turismo de raíces, especialmente entre los jóvenes de la diáspora.

Un verano ruandés en las redes sociales

El Rwanda Youth Club comenzó en Bélgica en 2019 con el objetivo de crear espacios de propiedad de los jóvenes para que los estudiantes y profesionales de la diáspora establezcan contactos, socialicen y hablen sobre temas que les importan. El objetivo es centrar los talentos e intereses de los jóvenes de la diáspora ruandesa y debatir sobre las oportunidades de turismo, negocios y prácticas disponibles en Ruanda. Para el viaje de verano de los jóvenes a Ruanda, utilizaron las redes sociales para sensibilizar a la opinión pública. Durante el viaje, participantes y organizadores compartieron y volvieron a compartir fotos y videos; varios participantes hicieron vlogs y videos en TikTok. Los organizadores siguieron utilizando las redes sociales después del viaje, incorporando concursos sobre el patrimonio y fotos nostálgicas del viaje, para suscitar un mayor interés. Unos meses después del viaje, se celebró un acto social de seguimiento muy popular en el que los participantes hablaron de sus experiencias y de lo que habían aprendido. Asistieron más de 200 jóvenes ruandeses y despertó un gran interés por la próxima Gira Juvenil de Verano.

Más información



1. Emprendimiento juvenil y turismo de la diáspora: reflexiones a largo plazo para la participación de la diáspora, lecciones de Ruanda, Brasil y Barbados

El Programa Mundial de la UE para la Diáspora (EUDiF) encargó a investigadores de la Universidad de Winchester (Reino Unido) la realización de un proyecto de investigación basado en el estudio de casos que examinara las conexiones entre la identidad de los jóvenes de la diáspora, el emprendimiento y el sector del turismo de raíces en Barbados, Brasil y Ruanda.

2. Colección EUDiF sobre iniciativas juveniles

EUDiF completó un mapeo de la participación de la diáspora en 108 países, explorando políticas, prácticas y tendencias en la participación de la diáspora en todo el mundo. La colección es una compilación de todas las iniciativas destacadas relacionadas con la participación de los jóvenes en la diáspora en todo el mundo, recopiladas a través de nuestro ejercicio de mapeo y de investigaciones adicionales.

3. Turismo de raíces y comercio de la nostalgia: Un nicho de la diáspora en el panorama del desarrollo

Este estudio del Migration Policy Development explora el potencial de desarrollo de las formas de turismo y comercio que involucran a las diásporas.

4. Centro del Patrimonio de la Humanidad - Programa de Patrimonio de la Humanidad y Turismo Sostenible

El Programa de Patrimonio de la Humanidad y Turismo Sostenible de la UNESCO introduce un nuevo enfoque que hace hincapié en el diálogo y la colaboración entre las partes interesadas, integrando la gestión del turismo y del patrimonio en los destinos, valorando y salvaguardando los bienes naturales y culturales, y promoviendo un desarrollo turístico responsable.





5. **El Patrimonio de la Humanidad ante la COVID-19 - Biblioteca Digital de la UNESCO**

Un año después del inicio de la pandemia, la UNESCO puso en marcha una amplia encuesta entre los administradores de sitios del Patrimonio de la Humanidad y las autoridades nacionales para conocer el impacto de la COVID-19 en el Patrimonio de la Humanidad.



6. **Celebraciones del Día Mundial del Turismo | OMT(PDF) Diáspora, patrimonio cultural y turismo**

Este artículo explora las posibles funciones de la diáspora en la conservación, promoción y desarrollo del turismo en torno al patrimonio cultural de Surakarta, haciendo hincapié en la interacción entre las consideraciones económicas y los elementos culturales intangibles para la prosperidad económica y cultural de la ciudad.



7. **¿Qué es el turismo virtual y es el futuro? (2023)**

Este artículo explora el turismo virtual como futuro modelo turístico a la luz del turismo post-Covid 19.



8. **Repensar el turismo (2023)**

Obtenga más información sobre la tendencia “Repensar el turismo”, que suscita el debate en torno al reconocimiento del turismo como pilar clave para el desarrollo y la contribución a los ODS.

European Union Global Diaspora Facility

ICMPD
Rue Belliard 159
1040 Brussels
Belgium



www.diasporafordevelopment.eu



EU-diaspora@icmpd.org



[@diaspora4devEU](https://twitter.com/diaspora4devEU)

© - 2023 - ICMPD. Todos los derechos reservados. Licencia para la Unión Europea bajo condiciones. Esta publicación ha sido financiada por la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de EUDiF y no refleja necesariamente las opiniones de ICMPD ni de la Unión Europea.

Cita: Hincu D., (2023). Diaspora engagement and economic growth: Heritage tourism in the digital era. EUDiF Learning by doing publication, Brussels: ICMPD.

Financiado por
la Unión Europea



Implementado por

