



## COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA AL DESTINO TURÍSTICO-CULTURAL DE CARTAGENA (MURCIA- ESPAÑA)

### STRATEGIC COMMUNICATION APPLIED TO THE CULTURAL-TOURISTIC DESTINATION OF CARTAGENA (MURCIA - SPAIN)

María Dolores Teruel-Serrano<sup>a,\*</sup>, María José Viñals-Blasco<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Departamento de Economía y Ciencias Sociales, Universitat Politècnica de València, Camino de Vera s/n, 46022 Valencia, España.  
[dteruel@upvnet.upv.es](mailto:dteruel@upvnet.upv.es)

<sup>b</sup> Departamento de Ingeniería Cartográfica, Geodesia y Fotogrametría. Camino de Vera s/n, 46022 Valencia, España.  
[mvinals@cgf.upv.es](mailto:mvinals@cgf.upv.es)

#### Abstract:

Arqueological heritage is presented as a development resource of tourism in Mediterranean destinations. The work of public managers to reach obtain balance in conservation-tourism is a challenge to achieve in the majority of heritage destinations. So that, among other tourist management tools, strategic communication through ICT offers a great value considering the behaviour of virtual approaches to heritage by users, in a planned manner, can well perform if objectives are assigned beyond the promotional or informational ones. Thus, in an attempt to further focus on this topic, this research work was suggested as an objective to identify the communicative capacities of three tourist and cultural websites of Cartagena (Murcia-Spain). This was carried out by a methodological tool of analyses and evaluation (called Communicative Eficiencia Survey). The results highlight the potential of strategic communication and the opportunity to attribute it higher uses in heritage and tourism management.

**Key words:** strategic communication; heritage resources; tourist management; websites

#### Resumen:

El patrimonio arqueológico se presenta como un recurso dinamizador del turismo en los destinos mediterráneos. La labor de los gestores públicos para alcanzar un balance equilibrado entre la conservación-turismo es un reto a alcanzar en la mayoría de los destinos patrimoniales. Para ello, entre otras herramientas de gestión turística, se plantea conceder a la comunicación estratégica a través de las TIC mayor valoración, dado el comportamiento de acercamiento virtual al patrimonio por parte de los usuarios, y la contribución que, de forma planificada, puede realizar si se le asignan objetivos más allá de los promocionales o informativos. Así, en un intento de profundizar en este tema, este trabajo de investigación se plantea como objetivo identificar las capacidades para la comunicación estratégica de tres sitios web turístico-culturales de Cartagena (Murcia-España) a través de un instrumento metodológico de análisis y evaluación (que se ha denominado "Cuestionario de Eficiencia Comunicativa") referido a indicadores para conocer la aplicación del mismo. Los resultados ponen de manifiesto el potencial de la comunicación estratégica y la oportunidad de atribuirle usos superiores en aspectos de gestión turística y patrimonial.

**Palabras clave:** comunicación estratégica; recursos patrimoniales; gestión turística; sitios web

### 1. Introducción

Los destinos turísticos que cuentan con patrimonio arqueológico recurren a estos activos para su puesta en valor. Así, muchos municipios turísticos incorporan esta oferta cultural como estrategia de diferenciación y diversificación de sus atractivos turísticos. El estado de conservación de estos recursos, la fragilidad o vulnerabilidad de los mismos condicionarán la puesta en valor de este patrimonio y su gestión turística que será

diferente si el destino ya tiene consolidadas las relaciones turismo-patrimonio o si, por el contrario, se estrena en este binomio. En cualquier caso, es necesario planificar la experiencia turística y esto no siempre está planificado lo cual, a menudo, trae consigo consecuencias no deseadas para los destinos provocando el efecto antagónico en la población y en el patrimonio como ya apuntó Doxey (1975).

Los gestores públicos se preocupan por la conservación, difusión y promoción del patrimonio

\* Corresponding Author: María Dolores Teruel-Serrano, [dteruel@upvnet.upv.es](mailto:dteruel@upvnet.upv.es)

turístico conscientes de las oportunidades pero también de las consecuencias negativas que puede conllevar el desarrollo turístico para la población receptora y para el patrimonio en sí mismo. Se hace necesario, por tanto, el establecimiento de herramientas de gestión básicas y tradicionales como es la puesta en valor del patrimonio, la planificación y gestión turística (inventario y valoración de recursos turísticos, determinación de la capacidad de carga recreativa, gestión de la congestión, control de impactos, gestión de visitantes, etc.) ampliamente descritas en la bibliografía especializada, pero también aparecen otras nuevas de base tecnológica relacionadas con la comunicación estratégica. Entre estas nuevas herramientas de gestión basadas en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) se sitúan los sitios web los cuales, si se aprovechan bien sus capacidades comunicativas, permiten otras prestaciones más allá de las puramente comunicativas y permiten establecer un diálogo eficiente entre todos los sectores implicados en la gestión del patrimonio, el desarrollo turístico y los usuarios o visitantes. Los sitios web y las redes sociales de los sitios patrimoniales son un medio excelente para llevar a cabo este tipo de comunicación ya que facilita la interpretación del patrimonio a los visitantes, entendida ésta en los términos descritos ya por Ham en 1992. Se observa pues, que la utilización de herramientas tecnológicas presenta muchas ventajas como es la de ofrecer una amplia información pública actualizada, disponible para cualquier persona y en cualquier momento, además de servir como fuente de información y de inspiración previa a la realización de un viaje como ya apuntaba Lyons (2002). Además, es importante tener presente que el sitio web es la carta de presentación y reflejo de la identidad de los sitios Patrimonio de la Humanidad, ya que de esta forma, se transmite el prestigio y marca de calidad de la UNESCO, lo cual contribuye también en el proceso de motivación y generación de expectativas del visitante (Viñals *et al.* 2014).

## 2. Metodología

A pesar de que se constata una creciente utilización de las TIC en general y de los sitios web en particular de sitios con patrimonio cultural, se puede decir que no todas las capacidades previstas son aplicadas. En una investigación previa (Teruel y Viñals 2012) se planteaba un Plan de Comunicación Estratégica para los sitios patrimoniales en el que se reparaba en el estudio de las capacidades comunicativas y de gestión para el desarrollo turístico de estos enclaves. A partir de la situación de partida y en un intento de profundizar en este tema, este trabajo de investigación se plantea como objetivo el identificar las capacidades de los sitios web patrimoniales como herramientas comunicativas estratégica a través de un instrumento metodológico de análisis y evaluación (que se ha denominado "Cuestionario de Eficiencia Comunicativa") referido a indicadores para conocer la aplicación del mismo.

Para verificar los resultados de esta propuesta metodológica se han analizado en profundidad los sitios web de contenido turístico e informativo en torno al patrimonio arqueológico de Cartagena (Murcia-España). Concretamente, se ha centrado el análisis en: el sitio web del "Museo del Teatro Romano de Cartagena" del Ayuntamiento de Cartagena, del proyecto "Cartagena

Puerto de Culturas", y el sitio web turístico "Cartagena Turismo". La actividad que se refleja del análisis de estos tres sitios web contempla las acciones de desarrollo turístico y de promoción de la conservación y difusión de los hallazgos arqueológicos en torno al patrimonio cultural de la ciudad de Cartagena lo cual ha servido para convertir al turismo cultural como una actividad estratégica para el desarrollo económico de la ciudad, mediante la implementación de procesos de recuperación y musealización de los recursos arqueológicos como el Museo del Teatro Romano o las Termas del Barrio del Foro entre otros (Ruiz *et al.* 2005). Son diversas las instituciones que promueven la conservación y difusión de los hallazgos arqueológicos en torno a este importante recurso patrimonial.

## 3. Aplicación del Cuestionario de Eficiencia Comunicativa

Los resultados de la aplicación del CEC a los sitios web objeto de estudio ofrece datos significativos. En términos generales, los sitios web analizados cuentan como responsable de los mismos la concejalía de nuevas tecnologías por lo que el diseño es bastante similar. Además, existen enlaces entre todas ellas y cumplen con los estándares de accesibilidad de la Web Accessibility Initiative, normativa en cuanto a accesibilidad y buenas prácticas encaminadas a salvaguardar y asegurar la accesibilidad de los contenidos de la web. A pesar de estas similitudes, cada una de ellas tiene una proposición comunicativa clara siendo informativa y comercializadora de la oferta en el caso de la web turística donde queda patente las relaciones establecidas entre el sector público y el sector privado; informativa-institucional en el caso de la web de "Puerto de Culturas" y descriptiva-interpretativa del patrimonio arqueológico en el caso del sitio web del "Museo Teatro Romano".

En todos los sitios web analizados queda patente la voluntad de los gestores por presentar el patrimonio arqueológico como un recurso turístico más que apoye la desestacionalización y que convierta a la ciudad de Cartagena en un referente de turismo cultural. Así, en general, los temas incluidos en sus comunicaciones web presentan el interés mostrado por sus responsables en la ampliación y mejora de la difusión del patrimonio.

Una vez analizadas las fortalezas y debilidades comunicativas de las mismas, se revelan aquellos aspectos en donde las nuevas tecnologías pueden ofrecer más prestaciones que las que actualmente se están utilizando para la comunicación estratégica en cuanto a la gestión de la conservación del patrimonio y el desarrollo turístico sostenible de los sitios, sobre todo, en relación a la existencia o no de programas de interpretación ya que se considera un instrumento fundamental para la concienciación, educación y formación de las personas que tratan con el turismo y para los visitantes y, además, es muy relevante para poder involucrar mejor a las comunidades locales en el proceso de conservación y puesta en valor del patrimonio.

#### 4. Conclusiones

Entre las conclusiones más destacables a las que se llega de los casos analizados se encuentran las siguientes:

- Se constata que los sitios web analizados en la fase previa a la visita contribuyen a alimentar las motivaciones y expectativas, y en la fase posterior consolida actitudes y conocimientos y se postulan como herramientas de gestión turística por las diferentes capacidades que pueden alcanzar. No obstante, existen riesgos como es la falta de plan de comunicación o la inexperiencia o pericia del gestor de contenidos en la emisión de mensajes interpretativos. También el exceso de información o la falta de contenidos interpretativos puede constituir un riesgo.
- El cuestionario de Eficiencia Comunicativa es una herramienta que permite la evaluación de la calidad de los contenidos comunicativo-interpretativos así como la forma y habilidad con la que son presentados en los sitios web.
- Cabe destacar que señalar que el destino turístico-cultural Cartagena encuentra un equilibrio en la emisión de contenidos a través de los tres sitios web los cuales se complementan entre sí. el sitio web Cartagena Turismo contiene mensajes informativos-descriptivos centrados en la

información útil y comercial; Cartagena Puerto de Culturas se encarga de concentrar la oferta de destino y aporta datos a nivel institucional, mientras que el Museo Teatro Romano se centra en mensajes interpretativos con mayor profundización en los mensajes transmitidos y estructurados lo cual refleja el interés divulgativo del patrimonio y amplifica la información histórica y científica de importante recurso arqueológico.

- Las redes sociales permiten una comunicación más popular menos institucionalizada con mensajes puntuales y efímeros similar a la proposición comunicativa que pretende la publicidad frente a una información dinámica pero permanente que presentan los sitios web.
- Se consiguen un buen equilibrio entre los tres sitios web y esto se refleja en los resultados obtenidos en la aplicación del CEC. En su conjunto el CA1 alcanza resultados superiores a la media si se compara con una investigación anterior sobre sitios patrimoniales en España (Teruel 2016).

#### Agradecimientos

Este trabajo se enmarca en el proyecto I+D de la D.G. Investigación Científica y Técnica (Ministerio de Economía y Competitividad): "Teatros Romanos de Hispania" (BIA2012-37063), 2013-1015.

#### Referencias

- DOXEY, G.V., 1975. A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences. In travel and tourism research associations. Sixth annual conference proceedings. San Diego. pp. 195-98.
- HAM, S.H., 1992. Interpretación ambiental. Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños. Fullcrum/ North American Press. Golden, Colorado, USA.
- LYONS, G., 2002. Internet: investigating new technology's evolving role, nature and effects on transport. Transport policy, 9 (4), pp. 335-346. [http://dx.doi.org/10.1016/S0967-070X\(02\)00023-9](http://dx.doi.org/10.1016/S0967-070X(02)00023-9)
- RUIZ, E., LECHUGA, M. y MARTINEZ, A., 2005. Cartagena Puerto de Culturas: una apuesta por el patrimonio de la ciudad. En c. De Francia Gómez y Erice Lacabe (coords.), De la excavación al público: procesos de decisión y creación de nuevos recursos. Congreso Internacional Sobre Musealización De Yacimientos Arqueológicos. Ayuntamiento de Zaragoza, Zaragoza, pp. 197-202.
- TERUEL, L. y VIÑALS, M.J., 2012. Internet applications for strategic communication, tourism and local communities in relation to heritage. Community development through World Heritage, 54.
- TERUEL, I., 2016. Eficiencia comunicativa de las páginas web en el caso de la Gestión turística de los Sitos Patrimonio de la Humanidad en España. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 71, pp 325-345.
- UNESCO, 2001. World Heritage Tourism Programme. Disponible en <http://whc.unesco.org/en/sustainabletourism/> (21/01/16)
- UNESCO, 2002. Managing Tourism at World Heritages Sites. UNESCO ED. 2002.
- UNESCO, 2008. Directrices prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial. Comité intergubernamental de protección del patrimonio mundial cultural y natural. World Heritage Centre 2008. PARIS.
- VIÑALS, M.J.; MORANT, M. y TERUEL, L., 2014. Confort psicológico y experiencia turística. Casos de estudio de espacios naturales protegidos de la comunidad valenciana (ESPAÑA). Boletín de la Asociación Geógrafos Española, 65, pp. 293-316.