

## COMUNICACIÓN Y CONOCIMIENTO DEL PATRIMONIO MUNDIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID\*

*Enrique Ortega Martínez*

Universidad Complutense de Madrid

*María Jesús Such Devesa*

Universidad de Alcalá de Henares

### RESUMEN

Existe la creencia que el reconocimiento por la UNESCO de un lugar como Patrimonio Mundial es un factor importante para atraer turistas hacia el mismo, aunque los datos disponibles no sean suficientes para poder llegar a conclusiones definitivas. Este trabajo analiza la utilización de la denominación Patrimonio Mundial en la información-comunicación de los tres lugares reconocidos como tales en la Comunidad de Madrid. El trabajo trata también los resultados de una encuesta sobre las relaciones entre la utilización de la denominación Patrimonio Mundial y su influencia en las decisiones de los turistas para visitar esos lugares.

**Palabras clave:** Atracción de turistas, Comunicación, Patrimonio Mundial, UNESCO.

**Communication and tourists awareness about World Heritage sites in Madrid Regional Area**

### ABSTRACT

It is commonly held view that World Heritage Site recognition is an important factor in attracting tourists but data available are insufficient to draw definitive conclusions. This

---

Recibido: 30 de julio de 2012

Devuelto para revisión: 24 de septiembre de 2012

Aceptado: 30 de octubre de 2012

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Complutense de Madrid. Campus de Somosaguas. 28223 Pozuelo de Alarcón. MADRID (España). E-mail: eortegam@ccee.ucm.es

Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo. Universidad de Alcalá. Plaza San Diego, s/n. 28801 Alcalá de Henares. MADRID (España). E-mail: mjesus.such@uah.es

\* Este artículo forma parte del proyecto de investigación CCG10-UCM/HUM-5148 financiado por la Dirección General de Universidades e Investigación de la Consejería de Educación y Empleo de la Comunidad de Madrid y de la Universidad Complutense.

paper analyses the use of World Heritage Site in information-communication about three places located in Madrid Regional Area. The paper also reports on a survey concerning the tourists' perception about the relationship between Word Heritage Site and how this denomination can influence in tourists decisions to visit those places.

**Key words:** Tourist attraction, Communication, World Heritage Site, UNESCO.

## 1. INTRODUCCIÓN

Una buena parte de la gente realiza por diferentes motivos viajes dentro y fuera de su propio país. Muchos de estos viajes son de naturaleza turística, lo que entraña la búsqueda y elección del destino más adecuado (Fodness y Murray, 1999; Gursoy y McCleary, 2004; Kozak, 2007; Hyde 2008). En los destinos turísticos se integran una amplia variedad de productos y servicios existentes en los mismos (Buhalis, 2005; Morgan y Pritchard, 2005; Lichrou, O'Malley y Patteson, 2008), entre los que se encuentran los diferentes bienes culturales de los propios destinos. El atractivo de los bienes culturales y el interés de los turistas hacia ellos ha favorecido la creación de flujos turísticos crecientes bajo la denominación de «turismo cultural». Esta denominación ha tenido muchas y variadas definiciones a lo largo del tiempo (Hausmann, 2007; ICOMOS, 1976; OMT, 1985; Richards, 2001). Para Hausmann (2007) el turismo cultural puede definirse como *«las visitas realizadas a una comunidad o destino por gente procedente de diversas procedencias motivadas plenamente o parcialmente por la oferta cultural y valores de un destino concreto»* (pág. 174). De esta forma, la fuerza de la motivación en las personas para implicarse en el turismo cultural ha dado lugar a diversas clasificaciones o tipologías de los turistas (Hausmann, 2007; Jansen-Verbeke, 1997; McKercher, 2002; Pechlaner y Raich, 2001). La clasificación de los turistas culturales propuesta por Hausmann (2007) comprende cuatro tipos: 1) La gente altamente motivada; 2) La gente parcialmente motivada; 3) La gente con otros intereses preferentes; 4) Los visitantes circunstanciales.

El patrimonio cultural, como señala Rodríguez (2009), resulta necesario para atraer a los turistas hacia un destino, pero no es suficiente. El Patrimonio Cultural *«debe transformarse en un recurso turístico a través de estrategias y políticas que desarrollen y lleven a cabo tanto entidades públicas como privadas»* (pág. 46). Dentro de esas estrategias y políticas se encuentra la información y comunicación del propio patrimonio cultural existente en cada destino.

Algunos destinos turísticos cuentan con un patrimonio cultural especial, reconocido por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, lo que para algunos autores representa una forma de marca prestigiosa para aquellos destinos que gozan de esta distinción (Buckley, 2004; Ryan y Silvanto, 2009). De esta manera, los destinos que tienen este reconocimiento pueden utilizar esta denominación en la promoción de los mismos, lo que puede plantear algunos problemas entre la afluencia de visitantes y la sostenibilidad de los lugares Patrimonio de la Humanidad (Buckley, 2004; Huang, Tsaur y Yang, 2012; Landorf, 2009; Shen, S., Schüttemeyer y Braun, 2009). La utilización de la denominación Patrimonio de la Humanidad, según señalan Huang, Tsaur y Yang (2012), es ampliamente utilizada como herramienta de marketing en las campañas de promoción de algunos países.

Los trabajos realizados sobre los efectos de la denominación Patrimonio de la Humanidad en la atracción de turistas muestran resultados contradictorios ya que existen diferentes tipos de sitios, tanto en sus características, como en su dimensión y localización, por lo que no se puede generalizar los impactos de la utilización de esa descripción (Ryan y Silvano, 2009). De esta forma, el trabajo de Cellini (2011) sobre Italia a partir de una serie de datos de 1996 a 2007 no parece encontrar eficacia en la atracción de turistas por la utilización de la denominación Patrimonio de la Humanidad. Huang, Tsaur y Yang (2012) se refieren a un trabajo en curso de Arezki, Cherif y Piotrowski (2009) con datos de 127 países en el que estos autores tampoco encuentran evidencias de influencias del Patrimonio de la Humanidad en la atracción de turistas. Tampoco el propio estudio de Huang y Yang (2012) sobre la utilización de spots con el Patrimonio de la Humanidad sobre Macau parece haber producido un impacto positivo en la llegada de turistas internacionales. Por el contrario, en el estudio de Buckley (2004) sobre los parques nacionales de Australia se llega a la conclusión de la existencia de un crecimiento continuo en las áreas Patrimonio de la Humanidad estudiadas, aunque no resulta claro si el incremento de visitantes en esas áreas sobre otras zonas de control tomadas como referencia, se deben a que las primeras son áreas más conocidas, más accesibles o más amplias. En el trabajo de Hall y Piggin (2002) se señala que para algunos autores esta denominación es el factor más importante para atraer turistas, mientras que para otros autores, son las características específicas de los lugares las que ejercen una mayor influencia en la atracción de los turistas, correspondiendo a la denominación de Patrimonio de la Humanidad un efecto marginal sobre la misma.

La Comunidad de Madrid (CAM) cuenta con tres importantes lugares designados Patrimonio de la Humanidad, como son el Monasterio y Sitio de El Escorial, la Universidad y el Barrio Histórico de Alcalá de Henares y el Paisaje Cultural de Aranjuez. La comunicación de estos lugares, junto con la percepción de los turistas potenciales de la CAM sobre ellos como Patrimonio de la Humanidad, constituyen el objeto de este estudio, en el que se plantean las cuatro cuestiones de investigación siguientes:

- ¿Cuál es la utilización de la denominación Patrimonio de la Humanidad en la comunicación de los tres lugares existentes en la Comunidad de Madrid?
- ¿De qué manera se relaciona la comunicación de la Comunidad de Madrid, del Ayuntamiento de la Capital, del Visitors Convention Bureau (V & CB) y de TurEspaña con los tres lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la Comunidad de Madrid?
- ¿Cuál es el conocimiento de los turistas sobre los tres lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la Comunidad de Madrid?
- ¿Cómo se percibe la denominación de Patrimonio de la Humanidad sobre un lugar determinado y la influencia de la misma en los turistas para visitar esos lugares?

## **2. EL PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD**

El alto grado de destrucción y expolio que alcanzó el patrimonio artístico al término de la Segunda Guerra Mundial provocó una urgente necesidad de reconstrucción que se desarrolló con una participación cada vez mayor de todos los sectores sociales (Llul,

2005). En la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en su decimoséptima reunión celebrada en París del 17 de octubre al 21 de noviembre de 1972 (UNESCO, 1972), se aprobó *la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural*. Bastantes años después, el 17 de octubre de 2003, se aprobó también *la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial* (UNESCO, 2003).

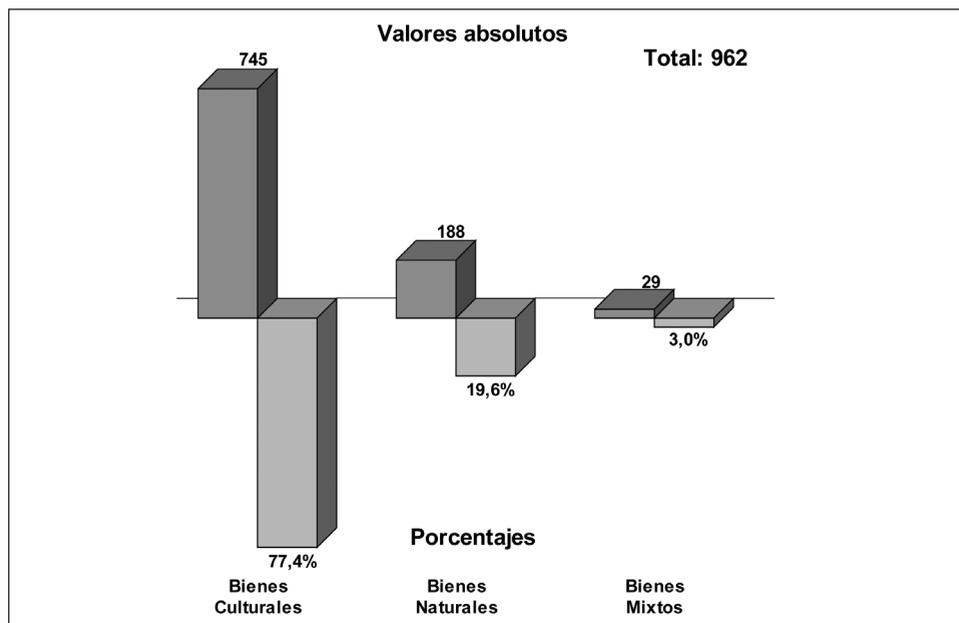
El patrimonio cultural y natural incluye los bienes culturales y naturales existentes de carácter histórico y aquellos otros de creación contemporánea a los que se les otorga un valor relevante para la sociedad. El patrimonio cultural comprende «*los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de ciencia; los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vistas histórico, estético, etnológico o antropológico*» (UNESCO, 1972. Artículo 1 de la Convención). El patrimonio natural está formado por: «*los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de visita estético o científico, las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies, animal y vegetal, amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico, los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza*» (UNESCO 1972. Artículo 2 de la Convención).

El patrimonio cultural inmaterial de acuerdo con la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial está formado por «*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*». (UNESCO, 2003. Artículo 2, punto 1, de la Convención). Por ello, el patrimonio cultural inmaterial se manifiesta a través de «*a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; b) artes del espectáculo; c) usos sociales, rituales y actos festivos; d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; e) técnicas artesanales tradicionales*». (UNESCO, 2003. Artículo 2, punto 2, de la Convención).

En el año 2012 la Lista del Patrimonio Cultural de la Humanidad incluye un total de 962 bienes materiales, distribuidos en 745 bienes culturales, 188 bienes naturales y 29 bienes mixtos (UNESCO, 2012). La distribución de los lugares que cuentan con el reconocimiento de la UNESCO muestra un claro predominio de Europa y América del Norte, que acumulan el 48,0% de los lugares declarados Patrimonio de la Humanidad. Algunos autores como Ryan y Silvanto (2010), proporcionan explicaciones a esa realidad al poner en valor variables como democracia y estabilidad política en la promoción de sitios declarados Patrimonio de la Humanidad frente a otras relacionadas con la gobernanza, el desarrollo económico y el turismo. Los autores aplican un análisis multivariante en una

línea de investigación dominada por los casos de estudio. Su muestra cubre 54 países que reúnen 94 sitios declarados Patrimonio de la Humanidad y concluyen que la democracia facilita muy significativamente el consenso entre los diversos agentes implicados a favor de la especial significación que para el destino tiene conseguir las denominaciones de la UNESCO. La inestabilidad política, por el contrario, complica el consenso que permite a una nación invertir y promocionar los sitios Patrimonio de la Humanidad.

**Figura 1**  
**DISTRIBUCIÓN DEL PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN 2012**



Fuente: Elaboración propia con datos UNESCO (2012).

**Cuadro 1**  
**DISTRIBUCIÓN POR REGIONES Y TIPOS DE BIENES DEL PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN 2012**

Regiones	Bienes Culturales	Bienes Naturales	Bienes Mixtos	Total	Porcentaje
África	47	35	4	86	8,9
Estados árabes	67	4	2	73	7,6
Asia y Pacífico	148	55	10	213	22,1
Europa y Norteamérica	393	59	10	462	48,0
América Latina y el Caribe	90	35	3	128	13,3
<b>Total</b>	<b>745</b>	<b>188</b>	<b>29</b>	<b>962</b>	<b>100,0</b>

Fuente: UNESCO (2012)

A nivel de países, Italia es el país que cuenta con un mayor número de bienes Patrimonio de la Humanidad con 46 lugares en total. El segundo y tercer lugar lo ocupan España y China con 44 y 43 lugares. Los otros países que se encuentran entre los diez primeros del mundo son Francia, Alemania, México, India, Gran Bretaña y Rusia.

**Cuadro 2**  
**LOS DIEZ PRIMEROS PAÍSES CON MAYOR NÚMERO DE BIENES**  
**PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN 2012**

País	Bienes Culturales	Bienes Naturales	Bienes Mixtos	Total	Porcentaje*
Italia	43	3	0	46	4,6
España	39	3	2	44	4,4
China	30	9	4	43	4,3
Francia	33	3	1	37	3,7
Alemania	32	3	0	35	3,5
México	27	4	0	31	3,1
India	23	6	0	29	2,9
Gran Bretaña	23	4	1	28	2,8
Rusia	15	10	0	25	2,5
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>45</b>	<b>8</b>	<b>318</b>	<b>31,8</b>

\* Porcentaje sobre total de bienes (962)

Fuente: UNESCO (2012)

### a) El patrimonio de la Humanidad en España

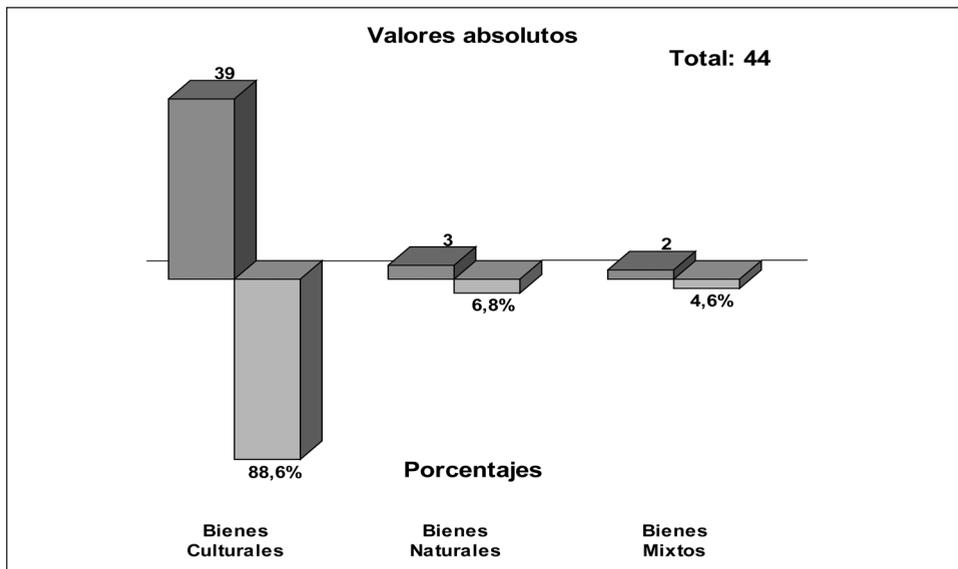
En España el patrimonio histórico-artístico se halla regulado por la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español (Ministerio de Cultura, 1985), siendo el Consejo del Patrimonio Histórico el órgano, en el que están representados el Estado y todas la Comunidades Autónomas, que eleva al Gobierno la lista indicativa de aquellos bienes aspirantes a ser declarados Patrimonio de la Humanidad.

La lista del Patrimonio de la Humanidad de 2012 registra para España un total de 44 bienes, de los que 39 son bienes culturales, 3 bienes naturales y 2 bienes mixtos. Dentro de los bienes culturales se encuentran 13 ciudades-municipios, Alcalá de Henares, Ávila, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Elvissa, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona y Toledo.

Considerando la estructura de los bienes Patrimonio de la Humanidad en España se podría afirmar que estos bienes expresan las asimetrías que de forma general se evidencian en la Lista del Patrimonio de la Humanidad y que pueden resumirse en un predominio muy acentuado del patrimonio cultural sobre el natural. Por otro lado, y reforzando la manera que la Lista española refleja la orientación de la Lista en general, los bienes culturales son básicamente monumentos, ciudades históricas y zonas arqueológicas.

La importancia del Patrimonio Cultural de la Humanidad existente en España y las posibilidades de utilización como atractivo para los destinos, ha dado lugar a una gran

**Figura 2**  
**EL PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN ESPAÑA 2012**



Fuente: Elaboración propia con datos UNESCO (2012)

cantidad y variedad de trabajos (Landorf, 2006; Pedersen, 2005; Plaza, 2000; Poria, Biran y Reichel, 2009; Shen, Schüttemeyer y Braun, 2009; Troitiño, García y De la Calle, 2011), poniéndose de manifiesto la importancia de la existencia de planes de gestión adecuados para los lugares Patrimonio de la Humanidad. Estos planes de gestión son herramientas necesarias para el ordenamiento de un lugar o sitio, diseñándose y ejecutándose con el fin de identificar, controlar y minimizar los factores que puedan provocar impactos en las zonas de protección. En este sentido, uno de los aspectos en los que UNESCO pone el énfasis durante los últimos años a la hora de una nueva inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial, es precisamente la obligación de contar con un buen instrumento de gestión. Para Troitiño, García y De la Calle (2011), los planes de gestión deberían contemplarse desde una perspectiva integral con incorporación de aspectos morfológicos, paisajísticos, sociales y funcionales, teniendo al mismo tiempo una orientación fundamentalmente coordinadora.

**b) El Patrimonio de la Humanidad en la Comunidad de Madrid**

La Comunidad de Madrid cuenta con tres lugares declarados Patrimonio de la Humanidad, El Monasterio y Sitio de El Escorial, La Universidad y Casco Histórico de Alcalá de Henares y el Paisaje Cultural de Aranjuez. Situados a media hora de Madrid, los tres destinos participan de un turismo de carácter eminentemente excursionista, que no pernocta en el destino, cuya base de operaciones es Madrid. Como otros núcleos históricos

**Cuadro 3**  
**SITIOS DECLARADOS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN ESPAÑA**

<b>Año</b>	<b>Nombre del Bien</b>	<b>Tipo</b>
1984	Alhambra, Generalife y Albaicín de Granada	Cultural
1984	Catedral de Burgos	Cultural
1984	Centro histórico de Córdoba	Cultural
1984	Monasterio y sitio de El Escorial en Madrid	Cultural
1984	Obras de Antoni Gaudí	Cultural
1985	Ciudad vieja de Ávila e iglesias extramuros	Cultural
1985	Ciudad vieja de Santiago de Compostela	Cultural
1985	Ciudad vieja y acueducto de Segovia	Cultural
1985	Cuevas de Altamira	Cultural
1985	Monumentos de Oviedo y del reino de Asturias	Cultural
1986	Arquitectura mudéjar de Aragón	Cultural
1986	Ciudad histórica de Toledo	Cultural
1986	Ciudad vieja de Cáceres	Cultural
1986	Parque Nacional de Garajonay	Natural
1987	Catedral, Alcázar y Archivo de Indias de Sevilla	Cultural
1988	Ciudad vieja de Salamanca	Cultural
1991	Monasterio de Poblet	Cultural
1993	Camino de Santiago de Compostela	Cultural
1993	Conjunto arqueológico de Mérida	Cultural
1993	Real Monasterio de Santa María de Guadalupe	Cultural
1994	Parque Nacional de Doñana	Natural
1996	Ciudad histórica fortificada de Cuenca	Cultural
1996	Lonja de la seda de Valencia	Cultural
1997	Las Médulas	Cultural
1997	Monasterios de San Millán de Yuso y de Suso	Cultural
1997	Palau de la Música Catalana y hospital de Sant Pau en Barcelona	Cultural
1997	Pirineos - Monte Perdido	Mixto
1998	Arte rupestre del arco mediterráneo de la Península Ibérica	Cultural
1998	Sitios de arte rupestre prehistórico del Valle del Còa y de Siega Verde	Cultural
1998	Universidad y barrio histórico de Alcalá de Henares	Cultural
1999	Ibiza, biodiversidad y cultura	Mixto
1999	San Cristóbal de La Laguna	Cultural
2000	Conjunto arqueológico de Tarragona	Cultural
2000	Iglesias románicas catalanas de Vall del Boí	Cultural
2000	Muralla romana de Lugo	Cultural
2000	Palmeral de Elche	Cultural
2000	Sitio arqueológico de Atapuerca	Cultural
2001	Paisaje cultural de Aranjuez	Cultural
2003	Conjuntos monumentales renacentistas de Úbeda y Baeza	Cultural
2006	Puente de Vizcaya	Cultural
2007	Parque Nacional del Teide	Natural
2009	Torre de Hércules	Cultural
2011	Paisaje cultural de la Serra de Tramuntana	Cultural
2012	Patrimonio del mercurio (Almadén e Idria)	Cultural

Fuente: UNESCO (2012)

del entorno de Madrid (Toledo, Segovia, Ávila...), desde hace décadas han basado su éxito turístico en la confluencia de dos factores: la potencia de su patrimonio monumental y la proximidad al área urbana de Madrid (gran centro emisor y reemisor de visitantes).

El modelo turístico actual que comparten los tres lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la Comunidad de Madrid, ha funcionado con éxito durante décadas, aunque actualmente presenta síntomas de agotamiento, que vienen de la mano de problemas ya tradicionales, como el predominio del excursionismo, imagen madura y, en cierto modo,

**Cuadro 4**  
**PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN LA COMUNIDAD DE MADRID**

LUGAR	INSCRIPCIÓN	BREVE DESCRIPCIÓN
Monasterio y Sitio de El Escorial	1984	Construido a finales del siglo XVI siguiendo un trazado en forma de parrilla –en memoria del suplicio de San Lorenzo–, el Monasterio de El Escorial se ubica en un paisaje de singular belleza. La austeridad de su estilo rompió con las tendencias arquitectónicas imperantes, ejerciendo posteriormente una acusada influencia en la arquitectura española durante más de medio siglo. Lugar de retiro del rey Felipe II en un principio, el Monasterio fue en los últimos años de su reinado el centro del poder político durante su reinado. Se trata de un «Real Sitio».
Universidad y Casco Histórico de Alcalá de Henares	1998	Fundada por el cardenal Jiménez de Cisneros a principios del siglo XVI, Alcalá de Henares fue la primera ciudad universitaria planificada del mundo. Fue el ejemplo de la Civitas Dei (Ciudad de Dios), comunidad urbana ideal que los misioneros españoles trasplantaron a América, y sirvió de modelo a toda una serie de universidades en Europa y otras partes del mundo.
Paisaje cultural de Aranjuez	2001	Pretende simbolizar la compleja relación entre el hombre y la naturaleza. De elevado valor paisajístico con canales sinuosos combinados con las líneas rectas del paisaje rural y urbano, jardines y arquitectura delicada en sus palacios. Durante tres siglos, entre el XVI y XIX, los monarcas españoles se dedicaron a diseñar y cuidar este sitio, convirtiéndolo en una muestra de la evolución de los conceptos de humanismo y centralización política, así como un paisaje en el que confluyen las características del jardín barroco francés del siglo XVIII con las del modo de vida urbano propio del Siglo de Luces, en el que también se desarrollan prácticas científicas en materia de aclimatación botánica y cría del ganado. En tanto que «Real Sitio» es patrimonio relacionado con la Corona y vinculado a actividades institucionales de alta representación.

Fuente: Elaboración propia

carente de nuevos atractivos. En este sentido hay que tener en cuenta que han aparecido nuevos elementos a considerar como la intensificación de la competencia con otros destinos de siempre, en un proceso total de renovación de su producto turístico, por ejemplo, Toledo y su apuesta por el turismo de congresos, así como la aparición de destinos emergentes dentro del panorama turístico regional como Chinchón, Manzanares El Real, Navalcarnero, etc. y los grandes equipamientos de ocio de estrategias comerciales muy agresivas que captan la atención de potenciales visitantes, como los parques temáticos de Warner Madrid, Faunia, Madrid-Xanadú y los centros Ikea o de «Shopping» como Las Rozas Village, etc.

### 3. METODOLOGÍA

La investigación realizada ha utilizado dos técnicas diferentes para abordar los objetivos propuestos. Por un lado ha utilizado el método de observación, realizando un análisis del contenido de los portales con información turística específica sobre cada uno de los tres lugares existentes en la Comunidad de Madrid que figuran en la Lista de la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad.

La localización de los portales a analizar se ha realizado introduciendo en el buscador Google los términos de «turismo en El Escorial», «turismo en Alcalá de Henares» y «turismo en Aranjuez». De esta forma se han identificado dos portales específicos para El Escorial, cinco para Alcalá de Henares y cuatro para Aranjuez. Adicionalmente se han analizado los portales de la Comunidad de Madrid, de Madrid Visitors & Convention Bureau, del Ayuntamiento de Madrid y de Turespaña.

La segunda técnica utilizada ha sido la realización de una encuesta telefónica a través del sistema (CATI) a una muestra de 300 turistas potenciales de la Comunidad de Madrid, residentes en 13 comunidades autónomas.

#### **Variables utilizadas**

Con la técnica de observación, la variable clave a estudiar ha sido la presencia de la denominación «Patrimonio de la Humanidad» y cualquier logotipo con el nombre de esta denominación existente en las páginas web de los portales relacionados con los tres lugares que ostentan el reconocimiento de Patrimonio de la Humanidad en la Comunidad de Madrid.

Con la técnica de la encuesta las variables a estudiar han sido las siguientes:

1. El conocimiento de algún lugar o localidad Patrimonio de la Humanidad en la Comunidad de Madrid.
2. La identificación espontánea de los lugares o localidades con la distinción de la UNESCO.
3. La percepción de la denominación Patrimonio de la Humanidad para influir en el comportamiento de los turistas para visitar los lugares con la distinción de la UNESCO.

#### 4. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Los portales específicos existentes sobre San Lorenzo de El Escorial, San Lorenzo Turismo, del Ayuntamiento de San Lorenzo de El Escorial (2012a) y el portal oficial del Ayuntamiento de San Lorenzo de El Escorial (2012b), ninguno de los dos presenta en sus páginas de inicio referencia alguna a la distinción del Monasterio y Sitio de El Escorial como Patrimonio Mundial. En el caso del primer portal, éste tiene una ventana de »Destacados» en la que va apareciendo información continua diversa, entre la que se encuentra una referencia al Patrimonio Mundial, que permite acceder a una página que contiene una placa conmemorativa existente en la ciudad, sobre la inscripción de El Monasterio y Sitio de San Lorenzo de El Escorial en la Lista de la UNESCO. Este portal permite acceder a través de la pestaña «Patrimonio Arquitectónico», a una información sobre El Monasterio, aunque sin hacer referencia alguna a la distinción de la UNESCO. El segundo portal, a través de la pestaña «La Ciudad», permite acceder a una información específica sobre El Monasterio y Sitio de San Lorenzo de El Escorial, en el que se hace mención expresa a la distinción de la UNESCO. También aparece el logotipo oficial de la distinción con una forma circular y el texto en español, inglés y francés. Este logotipo se encuentra muy desplazado a la derecha de la página, por lo que la impresión de la información con el logotipo solamente es posible adaptando la impresora a posición horizontal. Ninguno de los dos portales ofrece la posibilidad de consultar y obtener mediante impresión un folleto o guía del lugar, así como tampoco un plano del lugar, documentos estos en los que podrían emplazar perfectamente la distinción de Patrimonio Mundial. La web está disponible solamente en español.

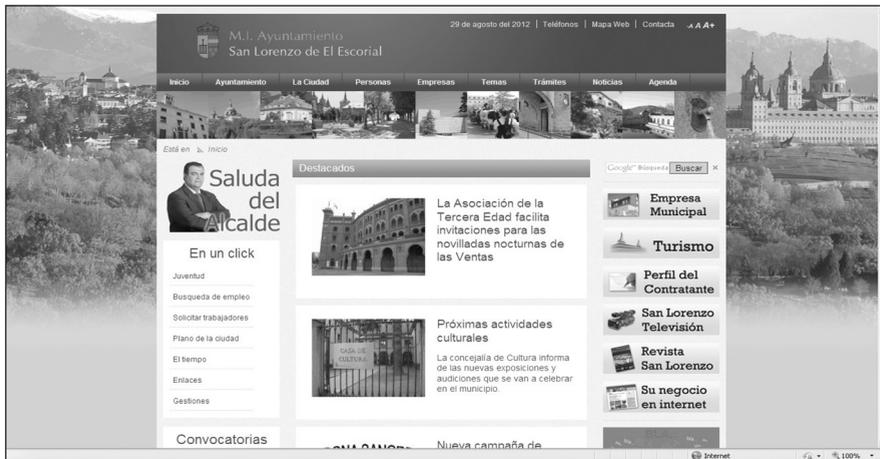
Imagen 1  
PORTAL SAN LORENZO TURISMO



Fuente: Ayuntamiento de San Lorenzo de El Escorial (2012a).

## Imagen 2

### PORTAL DEL AYUNTAMIENTO DE SAN LORENZO DE EL ESCORIAL



Fuente: Ayuntamiento de San Lorenzo de El Escorial (2012b).

De los cinco portales identificados sobre Alcalá de Henares, los dos más importantes corresponden al de Turismo del Ayuntamiento de Alcalá de Henares (2011) y al portal Alcalá de Henares también del Ayuntamiento de Alcalá de Henares (2012). El primero de estos portales presenta en la parte superior de la página de inicio, debajo del nombre de la ciudad, la distinción de «Ciudad Patrimonio de la Humanidad». También en caracteres pequeños, aparece esta denominación a la derecha de la parte superior de la página. Toda la información a la que puede accederse a través de los diferentes menús que figuran en la página, mantienen la estructura de la cabecera de la página de inicio, por lo que resulta bien visible la distinción de la UNESCO. En la parte derecha de la página de inicio se ofrece la descarga de una guía turística y de un plano de la localidad. La guía contiene 36 páginas, si bien en la portada de la misma no se hace referencia alguna a la ciudad como Patrimonio de la Humanidad. Es en la segunda página donde aparece el logotipo oficial, figurando solamente este logotipo en la misma. En la guía hay también una página concreta destinada a la denominación de la ciudad como Patrimonio de la Humanidad. La guía está disponible en español, inglés, francés y alemán. El plano que puede descargarse en dos hojas de papel contiene en la primera hoja, en la parte superior izquierda, la distinción de la UNESCO. Para poder obtener las páginas completas hay que seleccionar la impresora para imprimir en horizontal. La web está disponible en español, inglés y francés.

El segundo portal Alcalá de Henares, del Ayuntamiento de Alcalá de Henares, (2012) presenta en la parte superior derecha de la página de inicio, la denominación de Ciudad Patrimonio de la Humanidad, sobre una fotografía que cubre la parte superior de la página. La percepción de esta denominación queda un poco perdida dentro del contexto de la parte superior de la página. A través de la pestaña «Ciudad» se accede a un amplio menú en el que figura Alcalá Patrimonio de la Humanidad, apareciendo también en la parte derecha de la página el mismo acceso con el logotipo oficial en pequeño de la distinción de la

UNESCO. La información a la que se accede guarda la estructura de la cabecera de la página inicial, aunque para la impresión de la referencia al Patrimonio de la Humanidad hay que hacerla en horizontal. El portal no ofrece la posibilidad de visualizar y descargar ninguna guía o plano del lugar, aunque tiene un enlace a la web turística de la localidad descrita anteriormente. La web está disponible solamente en español.

**Imagen 3**  
**PORTAL TURISMO ALCALÁ**



Fuente: Ayuntamiento de Alcalá de Henares (2012).

**Imagen 4**  
**PORTAL DE ALCALÁ DE HENARES**



Fuente: Ayuntamiento de Alcalá de Henares (2012).

El portal Alcalá Turismo, de la empresa Promoción Turística de Alcalá, S.L. (2012) no presenta en su página de inicio ninguna referencia a la ciudad como Patrimonio de la Humanidad. Solamente cuando se utiliza la pestaña «Quiénes somos» del menú, se realiza una breve cita a la ciudad con la distinción de la UNESCO. En ninguna de sus páginas adicionales aparece el logotipo oficial de la distinción ni se hace referencia alguna a la misma. La impresión de la información se hace correctamente, pero resulta poco legible por el fondo que tienen las páginas. El portal no ofrece la posibilidad de visualizar ninguna guía o plano del lugar. La web está disponible solamente en español.

El portal Promoción de Alcalá, de la Empresa Municipal de Promoción de Alcalá de Henares, S.A., (2012) no presenta en su página de inicio ninguna referencia al lugar como Patrimonio de la Humanidad. Las cuatro opciones de información que contiene la página conduce a diversas páginas en las que en ninguna de ellas se hace referencia a la distinción de la UNESCO, ni tampoco se hace uso del logotipo oficial. El portal no ofrece la posibilidad de visualizar ninguna guía o plano, no existiendo ningún enlace a la web oficial del lugar. La impresión de las páginas tiene que hacerse en horizontal para obtener el contenido total de las mismas, aunque el fondo de la impresión dificulta la lectura de los textos en ellas. La web está disponible solamente en español.

El portal Guía de Ocio, Cultura y Turismo, de la empresa Introarte, S.L. Comunicación Creativa (2012), no presenta en su página de inicio ninguna referencia a la ciudad como Patrimonio de la Humanidad. Los menús de cultura y turismo conducen a páginas en las que no se hace referencia a la distinción de la UNESCO, ni se visualiza el logotipo oficial. El portal no ofrece la posibilidad de visualizar ninguna guía o plano, no existiendo ningún enlace a la web oficial. La impresión de las páginas tiene que hacerse horizontalmente para obtener íntegramente los contenidos de las mismas. La web está disponible solamente en español.

El portal Turismo en Aranjuez, de Apyme (2012), Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa de Aranjuez, presenta en la parte superior de su página de inicio el nombre de «Turismo en Aranjuez», figurando debajo del mismo la distinción de Paisaje Cultural Patrimonio de la Humanidad. La página contiene cuatro menús desplegados relacionados con dónde dormir, dónde comer, naturaleza y cultura. El acceso a las páginas que se ofrecen en estos menús presenta la misma cabecera de la página inicial con la distinción de la UNESCO, figurando a la derecha, en un marco independiente el logotipo oficial de la distinción. La impresión de las páginas puede realizarse correctamente, pero no aparecen nunca la cabecera ni el logotipo oficial de la distinción. El portal no ofrece la posibilidad de visualizar ni descargar ninguna guía o plano del lugar. La web está disponible solamente en español.

El portal Aranjuez Real Sitio y Villa del Ayuntamiento de Aranjuez (2012), presenta en la parte superior de su página de inicio una amplia fotografía que cubre todo lo ancho de la misma, figurando superpuesta sobre la parte izquierda el nombre de la ciudad y en la parte derecha el logotipo oficial de la distinción de la UNESCO. Este logotipo en un tamaño más pequeño, poco legible, aparece también en la parte derecha inferior de esta página. El acceso a todas las páginas del menú existente en columna, a la izquierda de la página de inicio, presenta la misma estructura, con la cabecera indicada anteriormente. A través de las pestañas de «Patrimonio Histórico» y «Turismo» puede accederse a una amplia información sobre el Patrimonio de la Humanidad, encabezada con el logotipo

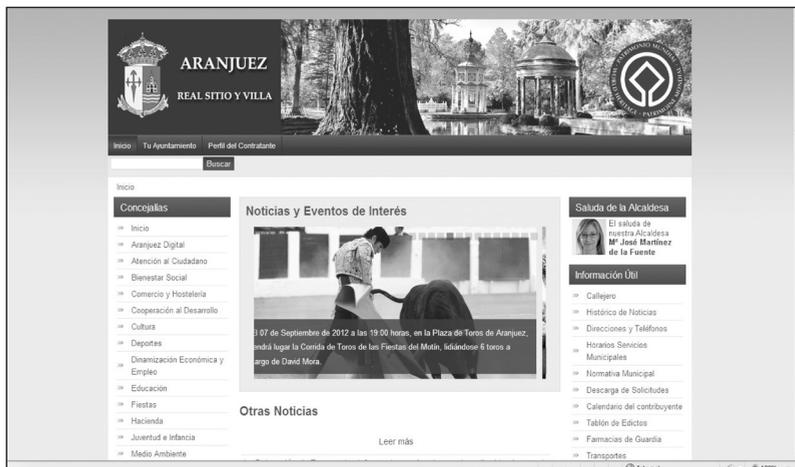
oficial bien legible de la distinción del lugar. Para poder imprimir los textos completos y la impresión de los logotipos oficiales el necesario realizar la impresión horizontal. En la página de «Turismo» se ofrece la posibilidad de descargarse un plano de Aranjuez en el que figura en la parte superior izquierda la distinción Paisaje Cultural de Aranjuez Patrimonio de la Humanidad. En la misma página, al pie de la misma, existe un enlace a la web de Turismo de Aranjuez de la Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa de Aranjuez. El portal no ofrece la posibilidad de visualizar ninguna guía del lugar. La web está disponible solamente en español.

**Imagen 5**  
**PORTAL TURISMO EN ARANJUEZ**



Fuente: Apyme (2012).

**Imagen 6**  
**PORTAL ARANJUEZ REAL SITIO Y VILLA**



Fuente: Ayuntamiento de Aranjuez (2012).

El portal Aranjuez (2012) pertenece a una entidad privada sin identificar, presentando en la parte superior el nombre de la ciudad y debajo la distinción de Paisaje Cultural Patrimonio de la Humanidad. Mas abajo figura una fotografía del Palacio Real y una mención a la distinción de la UNESCO. El menú con los contenidos del portal, de carácter eminentemente turístico, figura en columna en la parte izquierda de la página de inicio. El acceso a cualquiera de las páginas que se ofrecen en el menú no hace ninguna referencia al Patrimonio de la Humanidad, ni figura en ellas el logotipo oficial de la distinción. No se ofrece la posibilidad de descargarse ninguna guía y la descarga del plano de la ciudad que se ofrece procede de Google. Para poder descargarse toda la información de las páginas hay que imprimir en posición horizontal. La web está disponible solamente en español.

La respuesta a la primera cuestión de investigación planteada sobre la utilización de la denominación Patrimonio de la Humanidad en la Comunidad de Madrid, puede sintetizarse en una utilización dispar de la información-comunicación contenida en los portales analizados sobre la denominación distintiva de la UNESCO, principalmente entre los dos portales principales de San Lorenzo de El Escorial y los de Alcalá de Henares y Aranjuez. Los dos portales de San Lorenzo de El Escorial no utilizan prácticamente para nada el reconocimiento del lugar por la UNESCO, que sin duda añade un valor cultural internacional al lugar (Buckley, 2004; Ryan y Silvanto, 2009). Por el contrario, los dos portales principales de Alcalá de Henares y de Aranjuez, realizan una manifestación expresa en la cabecera de sus páginas web sobre el reconocimiento por la UNESCO como lugares Patrimonio de la Humanidad. En estos portales se han integrado el mensaje que la distinción internacional de la UNESCO conlleva. No obstante, podrían mejorarse algunos aspectos relacionados con el emplazamiento de la denominación de la distinción y la utilización del logotipo oficial de la misma en los portales de ambas localidades. Paralelamente debería facilitarse a los usuarios de los portales, que son en buena parte de los turistas potenciales, la impresión con facilidad de toda la información contenida en sus páginas. También sería razonable que los contenidos de estos portales pudieran consultarse en lenguas adicionales al español, principalmente en inglés.

El portal oficial de la Comunidad de Madrid (2012), Madrid.org, no contiene en su página de inicio ninguna referencia explícita sobre el Patrimonio de la Humanidad existente en la misma. En la pestaña «temas» aparecen 19 apartados entre los que se encuentran Cultura y Turismo. A través de ambas pestañas puede accederse indirectamente a una Ruta por los lugares Patrimonio de la Humanidad que permite abrir una página en la que se encuentra una breve descripción de los tres lugares existentes en la Comunidad de Madrid, así como un enlace a la web de turismo de las tres localidades. A través del buscador disponible, mediante palabras clave, se puede obtener la misma información anterior introduciendo el término «Patrimonio». También se puede acceder a esta información a través de la pestaña «Turismo», introduciendo cualquiera de los nombres de las tres localidades. Finalmente, existe otro acceso en la página de turismo a la derecha de la misma, a través del Turismo Cultural, que conduce a la información sobre las tres ciudades Patrimonio de la Humanidad. Hay que destacar de este portal la facilidad de impresión de todas las páginas. La información solamente está disponible en español.

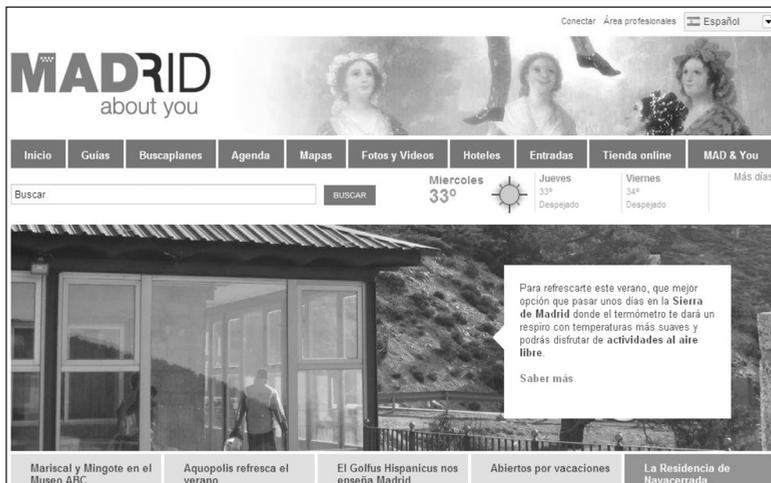
### Imagen 7 PORTAL MADRID.ORG



Fuente: Comunidad de Madrid (2012).

El portal «Madrid about you», de la Red de Información Turística de la Comunidad de Madrid (2012), no presenta en su página de inicio ninguna referencia explícita sobre el Patrimonio de la Humanidad existente en la misma. A través de la pestaña «Guías» del menú principal, se abre una página con Guías Oficiales y Otras Guías. Entre estas últimas, aparece una oferta de seis guías, entre las que se encuentra una con el nombre de «Imprescindibles», que conduce a una relación de nueve lugares para visitar, encontrán-

### Imagen 8 PORTAL «MADRID ABOUT YOU»



Fuente: Red de Información Turística de la Comunidad de Madrid (2012).

dose entre ellos los tres lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la Comunidad de Madrid, aunque sin hacer ninguna referencia a esta particularidad. Pinchando en cada uno de ellos se accede a una página con el nombre del lugar y una fotografía del mismo, sin que exista ninguna referencia al Patrimonio de la Humanidad. Solamente en el caso de El Monasterio y Sitio de San Lorenzo de El Escorial, puede leerse entre líneas la referencia al Patrimonio de la Humanidad. También en la página de Guías Oficiales, a través del menú de Cultura, se puede acceder a una oferta, que no resulta fácil de ver por el diseño y tecnología empleada, de monumentos de la Comunidad de Madrid, abriéndose una página con los tres lugares Patrimonio de la Humanidad. La información del portal está disponible en ocho idiomas. Las páginas, salvo algunas pocas, se imprimen bien. La estructura de este portal no facilita la obtención de información sobre los lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la Comunidad de Madrid.

El portal esMADRID.com, de Madrid Visitors & Convention Bureau-C&CB (2012), no presenta en su página de inicio ninguna referencia explícita sobre el Patrimonio de la Humanidad existente en la misma. Introduciendo en el buscador situado en la parte superior de la página de inicio, los nombres de cada lugar Patrimonio de la Humanidad, se accede a varias referencias sobre San Lorenzo del Escorial, Alcalá de Henares y Aranjuez. Pinchando en la primera de ellas para cada localidad se abre la página que ofrece información de estas localidades, en la que puede leerse entre líneas la distinción de Patrimonio de la Humanidad. La información del portal está disponible en cinco idiomas. La impresión de las páginas se realiza bien. La estructura de este portal tampoco facilita la obtención directa de información sobre los lugares Patrimonio de la Humanidad existente en la Comunidad de Madrid.

El portal ¡MADRID!, del Ayuntamiento de Madrid (2011), en su página de inicio no presenta ninguna referencia a los lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la

### Imagen 9 PORTAL ESMADRID.COM



Fuente: Madrid Visitors & Convention Bureau-C&CB (2012).

### Imagen 10 PORTAL ¡MADRID!



Fuente: Ayuntamiento de Madrid (2011).

Comunidad de Madrid. A través de la pestaña «Turismo» existente en el menú de la página de inicio, se enlaza con el portal de Madrid Visitor & Convention Bureau (V&CB). En la misma página de inicio se encuentra también, a la derecha, un enlace al portal indicado. Este portal no aporta ninguna información sobre el Patrimonio de la Humanidad en la Comunidad de Madrid.

El portal Turismo de España, del Instituto de Turismo de España –Turespaña (2012), no presenta ninguna referencia expresa de los lugares del Patrimonio de la Humanidad en España. Sin embargo, a través de la pestaña «Conoce», del menú existente en la parte superior de esta página, se abre un menú en el que figura el Patrimonio de la Humanidad. Pinchando en el mismo se accede a un listado y a un mapa con todos los lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en España, con un enlace de acceso a cada uno de ellos. La información sobre los lugares existentes aparece con una estructura idéntica para todos, formada por el nombre de la localidad en la parte superior, figurando debajo una fotografía que cubre todo el ancho de la página y que permite acceder directamente a otras fotografías del lugar. Debajo de estas fotografías se encuentra el logotipo oficial de la distinción de la UNESCO, aunque en un tamaño muy reducido que no resulta posible leer su contenido. Mas abajo aparece una breve descripción del lugar en la que puede encontrarse entre líneas la referencia al Patrimonio de la Humanidad. La información puede ampliarse con el enlace directo que figura en el texto. A través del buscador existente en la parte superior derecha de la página de inicio, puede también accederse al Patrimonio de la Humanidad existente en España, aunque resulta algo laborioso. La información existente en este portal se ofrece en diversos idiomas. La impresión de las páginas se realiza bien.

## Imagen 11

### PORTAL TURISMO DE ESPAÑA



Fuente: Instituto de Turismo de España -Turespaña (2012).

Los dos portales analizados de la Comunidad de Madrid y el portal de Madrid Visitors & Convention Bureau (V&CB) recogen todos ellos información sobre los tres lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la Comunidad de Madrid, aunque el acceso a esta información hay que realizarla indirectamente, ya que en ninguno de estos portales se contempla el Patrimonio de la Humanidad como una distinción categórica adecuada para figurar como un elemento principal de información. De esta forma, puede deducirse que los lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la Comunidad de Madrid juegan un papel marginal en la oferta turística de productos y servicios de la misma. La información del portal de Turespaña (2012), sobre el Patrimonio de la Humanidad en España no parece representar un argumento de primer nivel en el marketing y comunicación del turismo internacional, a pesar de que España es el segundo país del mundo con lugares Patrimonio de la Humanidad (44 lugares). Esta estrategia en el marketing internacional de España hacia el turismo, resulta en este sentido parecida a la empleada por Francia, país que también cuenta con un buen número de lugares Patrimonio de la Humanidad (37 lugares), al no figurar este argumento como elemento importante en la promoción del turismo hacia Francia, aunque pueda encontrarse una abundante información sobre los diferentes lugares que ostentan la distinción de Patrimonio de la Humanidad en ese país (Ryan y Silvanto, 2009). De esta manera se da así respuesta a la segunda cuestión de investigación sobre la relación de la comunicación de la Comunidad de Madrid, del Ayuntamiento de la Capital, del Visitors Convention Bureau (C&CB) y de Turespaña con los tres lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la Comunidad de Madrid.

Sobre la tercera cuestión de investigación planteada, acerca del conocimiento de los turistas sobre los tres lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la Comunidad de Madrid, hay que señalar que estos lugares son prácticamente desconocidos para la mayoría de los turistas potenciales de la misma, ya que el 81,6% de los mismos manifiestan no saber que la Comunidad de Madrid tenga algún lugar con la distinción de la UNESCO. Por el contrario, el 18,4% señalan conocer la existencia de algún lugar Patrimonio de la Humanidad. La prueba chi cuadrado de Pearson no muestra existencia de asociación entre los valores indicados y las variables de género, estado civil y edades.

**Cuadro 5**  
**CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA DE LUGARES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EXISTENTES EN LA COMUNIDAD DE MADRID**  
**Base: 300**

Conocimiento	Número	Porcentaje
Sí	55	18,4
No	245	81,6
Total	300	100,0

El lugar Patrimonio de la Humanidad más conocido es El Monasterio y Sitio de El Escorial, que es indicado por el 11,0% de los turistas, mientras que Alcalá de Henares y Aranjuez son señalados por el 6,0% y 4,7% respectivamente. Solamente el 1% de los turistas indican conocer los tres lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la Comunidad de Madrid, mientras que el 2% conocen dos de estos lugares y el 14,6% un solo lugar. La prueba chi cuadrado de Pearson no muestra existencia de asociación entre el conocimiento de los tres lugares y las variables de género, estado civil y edades.

**Cuadro 6**  
**CONOCIMIENTO DE CADA UNO DE LOS LUGARES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EXISTENTES EN LA COMUNIDAD DE MADRID**

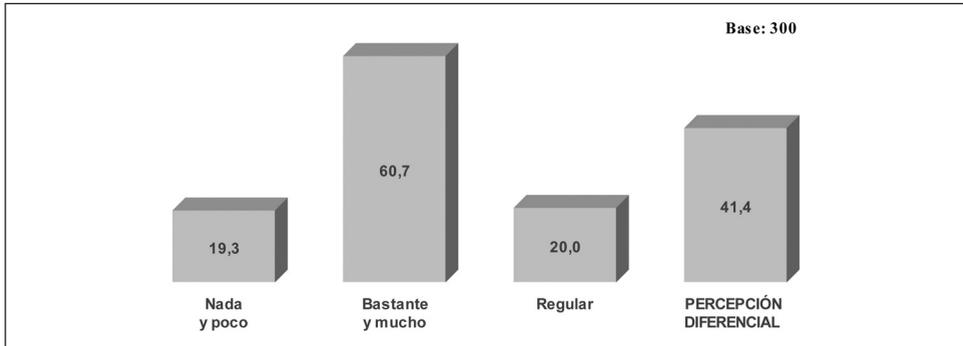
Conocen	El Escorial	Alcalá H.	Aranjuez
Sí	11,0	6,0	4,7
No	89,0	94,0	95,3
Total	100,0	100,0	100,0

Sobre la cuarta cuestión de investigación planteada alrededor de la percepción de la denominación del Patrimonio de la Humanidad y de su influencia en los turistas para visitar los lugares así reconocidos, los resultados de esta percepción muestran que los turistas tienden a valorar positivamente los lugares que tienen esta distinción.

Los datos recogidos a través de la encuesta realizada pueden examinarse a través de la denominada percepción diferencial de los turistas, expresada por la diferencia existente entre el porcentaje de aquellos que consideran que la denominación de Patrimonio de la Humanidad influye mucho o bastante y el porcentaje de aquellos que consideran que esa denominación influye poco o nada, sin tener en cuenta el porcentaje de aquellos que

consideran que influye de forma regular. El valor diferencial así calculado es del 41,4%, valor éste que representa una posición de marcada influencia positiva de la denominación de Patrimonio de la Humanidad para visitar los lugares así designados.

**Figura 3**  
**PERCEPCIÓN DIFERENCIAL DE LA INFLUENCIA DELA DENOMINACIÓN PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD**



**Cuadro 7**  
**NIVEL DE INFLUENCIA DE LA DENOMINACIÓN PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD**  
**Base: 300**

Nivel de influencia	Porcentaje
Nada	9,3
Poco	10,0
Regular	20,0
Bastante	40,7
Mucho	20,0
Total	100,0

La prueba chi cuadrado de Pearson calculada a partir de la escala de cinco puntos del cuadro 7 no muestra existencia de asociación entre los niveles influencia y las variables de género, estado civil y edades.

## 5. CONCLUSIONES

La denominación Patrimonio de la Humanidad que la UNESCO otorga a determinados bienes culturales existentes en diferentes partes del mundo, permite diferenciar estos bienes de otros similares, de forma parecida a como sucede con las marcas de productos (Buckley, 2004; Ryan y Silvanto (2009). En realidad la denominación Patrimonio de la Humanidad, guarda por su estructura, más parecido con un eslogan que con una marca,

formando éste parte de la imagen de marca. Los buenos eslóganes y la denominación de Patrimonio de la Humanidad lo es, superviven con el tiempo, siendo muy útiles para captar la atención e interés de los turistas hacia nuevos y desconocidos lugares Patrimonio de la Humanidad (Ortega, Mora y Campos, 2006).

Aunque los trabajos realizados sobre la influencia de la denominación Patrimonio de la Humanidad no son concluyentes sobre sus efectos positivos para atraer más turistas hacia los lugares así designados, está fuera de toda duda que esta denominación representa un valor positivo para favorecer el conocimiento y la imagen de esos lugares. En este sentido los resultados de la encuesta realizada en la investigación muestran una marcada influencia sobre los turistas de la denominación Patrimonio de la Humanidad.

El conocimiento de la existencia de lugares Patrimonio de la Humanidad existentes en la Comunidad de Madrid por parte de los turistas potenciales interiores puede considerarse bajo, ya que solamente el 18,4% tienen conocimiento de alguno de los tres lugares existentes que tienen este reconocimiento. La causa del bajo nivel de conocimiento de estos lugares hay que encontrarlo en la limitada y poco eficaz utilización de la denominación en los materiales impresos, así como actualmente en los medios on-line.

La investigación realizada sobre el portal de Turespaña y sobre los portales de la Comunidad de Madrid, muestran que la utilización de la denominación Patrimonio de la Humanidad no juega un papel relevante en la comunicación de los atractivos turísticos de España y de la Comunidad de Madrid. En el ámbito de los portales específicos sobre las localidades en las que se ubican los lugares distinguidos por la UNESCO, la utilización de la denominación Patrimonio de la Humanidad es más empleada, aunque existen diferencias entre ellos.

El emplazamiento en las páginas web de la denominación Patrimonio de la Humanidad y del logotipo oficial de esta distinción resulta en ocasiones cuestionable, ya que se encuentra frecuentemente fuera del campo de las páginas en las que se fija la atención de los visitantes de los portales. Además, en una buena parte de los portales, el emplazamiento utilizado no permite que aparezcan la denominación y/o el logotipo cuando se imprimen las páginas en papel.

## REFERENCIAS

- APYME (2012): *Turismo en Aranjuez*, portal oficial de la Asociación de pequeñas y medianas empresas de Aranjuez (<http://www.turismoenaranjuez.com>), Apyme, Aranjuez, Madrid [Acceso realizado el 27/06/2012].
- ARANJUEZ (2012): *Aranjuez*, portal, (<http://www.aranjuez.com>), sin identificación del titular [Acceso realizado el 27/06/2012].
- AREZKI, R., CHERIF, R. y PIOTROWSKY, J. (2009): «Tourism specialization and economic development: evidence the UNESCO world heritage list». *IMF Working Paper*, 09/176.
- AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ DE HENARES (2011): *Turismo Alcalá*, portal oficial, (<http://www.turismoalcala.es>), Concejalía de Turismo de Alcalá de Henares, Madrid [Acceso realizado el 25/06/2012].

- AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ DE HENARES (2012): *Alcalá de Henares*, portal oficial, (<http://www.ayto-alcaldedhenares.es>), Ayuntamiento de Alcalá de Henares, Madrid [Acceso realizado el 21/06/2012].
- AYUNTAMIENTO DE ARANJUEZ (2012): *Aranjuez Real Sitio y Villa*, portal oficial, (<http://www.aranjuez.es>), Ayuntamiento de Aranjuez, Madrid [Acceso realizado el 27/06/2012].
- AYUNTAMIENTO DE MADRID (2012): *¡MADRID!*, portal oficial, (<http://www.madrid.es>), Ayuntamiento de Madrid, Madrid [Acceso realizado el 2/07/2012].
- AYUNTAMIENTO DE SAN LORENZO DE EL ESCORIAL (2012a) *Sanlorenzoturismo*, portal oficial, (<http://www.sanlorenzoturismo.org>), Ayuntamiento de San Lorenzo de El Escorial, Madrid [Acceso realizado el 20/06/2012].
- AYUNTAMIENTO DE SAN LORENZO DE EL ESCORIAL (2012b): *M.I. Ayuntamiento San Lorenzo de El Escorial*, portal oficial, (<http://www.aytosanlorenzo.es>), Ayuntamiento de San Lorenzo de El Escorial, Madrid [Acceso realizado el 20/06/2012].
- BUCKLEY, R. (2004): The Effects of World Heritage Listing on Tourism to Australia National Parks. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 12, nº 1, pp. 70-84.
- BUHALIS, D. (2005): «Information and communications technologies for tourism». En: PENDER, L. y SHARPLEY, R. (Eds.): *The management of tourism*, Sage Publications, Londres, pp. 232-245.
- CELLINI, R. (2011): «Is UNESCO recognition effective in fostering tourism? A coment on Yang, Lin and Han». *Tourism Management*, 32(2), pp. 452-454.
- COMUNIDAD DE MADRID (2012): *Madrid.org*, portal oficial (<http://www.madrid.org>), Comunidad de Madrid, Madrid [Acceso realizado el 28/06/2012].
- EMPRESA MUNICIPAL DE PROMOCIÓN DE ALCALÁ DE HENARES, S.A. (2012): Promoción de Alcalá, portal (<http://www.proalcala.es>), Empresa Municipal de Promoción de Alcalá de Henares, Alcalá de Henares, Madrid [Acceso realizado el 25/06/2012].
- FODNESS, D. y MURRAY, B. (1999): «A model of tourist information search behaviour». *Journal of Travel Research*, 37, pp. 220-230.
- GURSOY, D. y MCCLEARY, K.W. (2004): «An integrative model of tourists' information search behaviour». *Annals of Tourism Research*, Vol. 31 pp. 353-73.
- HALL, C.M. y PIGGIN, R. (2002): «Tourism Business Knowledge of World Heritage Sites. A New Zealand Case Study». *International Journal of Tourism Research*, 4, pp. 401-411.
- HAUSMANN, A. (2007): «Cultural tourism: Marketing challenges and opportunities for German cultural heritage». *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 13, Nº 2, pp. 170-184.
- HUANG, C-N., TSAUR, J-R y YANG, C-H. (2012): «Does world heritage list really induce more tourists? Evidence from Macau». *Tourism Management*, 33, pp. 1450-1457.
- HYDE, K.F. (2008): «Information Processing and Tourism Planning Theory». *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, nº 3, pp. 712-731.
- ICOMOS (1976): *Carta de Turismo Cultural*, disponible en: <[http://ipce.mcu.es/pdfs/1976\\_Carta\\_turismo\\_cultural\\_Bruselas.pdf](http://ipce.mcu.es/pdfs/1976_Carta_turismo_cultural_Bruselas.pdf) > (Acceso realizado el 18/06/2012)

- INTROARTE, S.L. COMUNICACIÓN CREATIVA (2012): *Guía del Ocio, cultura y turismo*, portal, (<http://www.lacalle mayor.net>), Introarte, S.L. Comunicación Creativa, Alcalá de Henares, Madrid [Acceso realizado el 25/06/2012].
- JANSEN-VERBEKE, M. (1997): «Urban tourism. Managing resources and visitors». En: WABAH, S. y PIGRAM, J.J. (Eds.): *Tourism, Development and Growth: The Challenge of Sustainability*, Routledge.
- KOZAK, N. (2007): External information search behavior of visitors to Turkey. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, vol. 8, nº 3, pp. 17-33.
- LANDORF, C. (2009): «Managing for sustainable tourism: a review of six cultural World Heritage Sites». *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 17, nº 1, pp. 53-70.
- LICHROU, M., O'MALLEY, L. y PATTERSON, M. (2008): «Place-product or place narrative(s)? Perspectives in the Marketing of Tourism Destinations». *Journal of Strategic Marketing*, vol. 16, nº 1, pp. 27-39.
- LLUL, J. (2005): «Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural». *Arte, individuo y sociedad*, nº 17, pp. 175-204.
- MADRID VISITORS & CONVENTION BUREAU-V&CB (2012): *esMADRID.com*, portal oficial, (<http://www.esmadrid.com>), Madrid Visitors & Convention Bureau -V&CB, Ayuntamiento de Madrid, Madrid [Acceso realizado el 2/07/2012].
- MCKERCHER, B. (2002): «Towards a Classification of Cultural Tourists». *International Journal of Tourism Research*, vol. 4, nº. 1, pp. 29-38.
- MINISTERIO DE CULTURA (1985): 6 Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español. <<http://www.mcu.es/patrimonio/docs/ley16-1985.pdf>>. (Acceso realizado el 10 /05/2011).
- MORGAN, N.J. y PRITCHARD, A. (2003): *Advertising in Tourism and Leisure*. Butterworth-Heinemann, MA.
- MORGAN, N.J. y PRITCHARD, A. (2005) «Promoting Niche Tourism Destination Brands: Case Studies of New Zealand and Wales». *Journal of Promotion Management*, vol. 12(1), pp. 17-33.
- OMT (1985): *The State's Role in Protecting and Promotion Culture as a Factor of Tourism Development and the Proper Use and Explotation of the National Cultural Heritage of Sites and Monuments for Tourism*, Madrid.
- ORTEGA, E., MORA P. y CAMPOS, L.R. (2006): «El eslogan en el sector turístico español». *Cuadernos de Turismo*, nº 17, pp. 127-146.
- PECHLANER, H. y RAICH, M. (2001): «The Role of Information Technology in the Information Process for Cultural Products and Services in Tourism Destinations». *Information Technology & Tourism*, vol. 4, nº 2, pp. 91-106.
- PEDERSEN, A. (2005): Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: manual práctico para administradores de Sitios del Patrimonio Mundial. *Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO*. París.
- PLAZA, B. (2000): «Evaluating the influence of a large cultural artifact in the attraction of tourism: the Guggenheim Museum Bilbao Case Study». *Urban Affairs Review*, 36 (2), pp. 264-274.
- PORIA, Y., BIRAN, A. y REICHEL, A. (2009): «Visitor' Preferences for Interpretation at Heritage Sites». *Journal of Travel Research*, 48 (1), pp. 92-105.

- PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ALCALÁ, S.L (2012): *Alcalá Turismo*, portal (<http://www.alcalaturismo.com>) Promoción Turística de Alcalá, S.L., Alcalá de Henares, Madrid [Acceso realizado el 25/06/2012].
- RED DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID (2012): *Madrid about you*, portal oficial, (<http://www.turismomadrid.es>), Dirección General de Turismo, Comunidad de Madrid, Madrid [Acceso realizado el 28/06/2012].
- RICHARDS, G. (2001): «El Desarrollo del Turismo Cultural en Europa». *Estudios Turísticos*, n° 150, pp. 3-14.
- RODRÍGUEZ, B. (2009): *La comunicación en los destinos turísticos y el desarrollo del turismo cultural en España*. Tesis doctoral, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid.
- RYAN, J. y SILVANTO, S. (2009): «The World Heritage List. The making and management of a brand». *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 5, n° 4, pp. 290-300.
- RYAN, J. y SILVANTO, S. (2010): «World Heritage Sites: The Purposes and Politics of Destination Branding». *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27 (5), pp. 533-545.
- SHEN, S., SCHÜTTEMEYER, A. y BRAUN, B. (2009): «Visitors? Intention to Visit World Cultural Heritage Sites: An empirical Study of Suzhou, China». *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26 (7), pp. 722-734.
- TROITIÑO, M.A., GARCÍA, M. y DE LA CALLE, M. (2011): «Las actividades turístico-recreativas en los Planes de Gestión de los Sitios Patrimonio Mundial. El caso de Aranjuez, Paisaje Cultural de la Humanidad». *Cuadernos de Turismo*, n° 27, pp. 907-929.
- TURESPAÑA (2012): *Turismo de España*, portal oficial, (<http://www.spain.info/es>), Instituto de Turismo de España (Turespaña) Segitur/Madrid [Acceso realizado el 2/07/2012].
- UNESCO (1972): *Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural*, disponible en: <<http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>> [Acceso realizado el 18/06/2012].
- UNESCO (2003): *Convención para la salvaguardia del patrimonio universal inmaterial*, disponible en: <<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=home>> [Acceso realizado el 18/06/2012].
- UNESCO (2012): *World Heritage List*. Disponible en: <<http://whc.unesco.org/en/list>> [Acceso realizado el 2/07/2012].
- YAN, C.H., LIN, H.L. y HAN, C.C. (2010) «Analysis of International Tourism Arrivals in China: the role of world Heritage Sites». *Tourism Management*, 31(6), pp. 827-837.