
Valeriano Piñeiro-Naval

vale.naval@usal.es

Investigador del Observatorio de los Contenidos Audiovisuales (OCA). Departamento de Sociología y Comunicación. Universidad de Salamanca, España.

Juan José Igartua

jgartua@usal.es

Director del Observatorio de los Contenidos Audiovisuales (OCA). Departamento de Sociología y Comunicación. Universidad de Salamanca, España.

Isabel Rodríguez-De-Dios

isabelrd@usal.es

Investigadora del Observatorio de los Contenidos Audiovisuales (OCA). Departamento de Sociología y Comunicación. Universidad de Salamanca, España.

Recibido

25 de noviembre de 2016

Aprobado

28 de mayo de 2017

© 2018**Communication & Society**

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.31.1.1-21

www.communication-society.com

2018 – Vol. 31(1)

pp. 1-22

Cómo citar este artículo:

Piñeiro-Naval, V.; Igartua, J. J. & Rodríguez-De-Dios, I. (2018). Implicaciones identitarias en la divulgación del patrimonio cultural a través de Internet: un estudio desde la Teoría del *Framing*. *Communication & Society* 31(1), 1-22.

Implicaciones identitarias en la divulgación del patrimonio cultural a través de Internet: un estudio desde la Teoría del *Framing*

Resumen

Esta investigación, centrada en el patrimonio de los municipios, procura señalar aquellos elementos culturales que, de manera latente, son reflejo de la identidad colectiva de las localidades a través de la red. Por tanto, se plantea que un sitio web municipal es un dispositivo identitario, construido sobre la base de objetos patrimoniales y sucesos históricos, que categorizan a un grupo social y, al mismo tiempo, lo diferencian de los demás colectivos. El objetivo de este trabajo radica, entonces, en identificar los componentes del patrimonio que acaparan mayor cobertura informativa en los portales de los municipios de España, para luego señalar el enfoque que predomina en cuanto a su caracterización; un encuadre basado en la dialéctica entre lo local y lo global. Para ello, se implementó un análisis de contenido sobre una muestra de 500 sedes web de todo el país. A la vista de los resultados, se puede postular que la identidad patrimonial de España está marcada por un cariz religioso, ya que las manifestaciones que mayor presencia suelen tener son las construcciones eclesíásticas (en el plano de lo tangible), así como los eventos litúrgicos (a nivel intangible).

Palabras clave

Patrimonio Cultural, municipios, portales web, Teoría del Framing, Teoría de la Identidad Social, análisis de contenido web.

1. El Patrimonio Cultural como soporte de identidades colectivas

1.1. Definición y tipos de patrimonio

En líneas generales, “el concepto de patrimonio nos permite discutir sobre la continuidad entre el pasado y el presente. El patrimonio nos provee de profundidad histórica y de unas pautas permanentes en un mundo en perpetuo cambio” (Bessière, 1998: 26). Por tanto, traza un puente temporal entre el pasado y el futuro de un colectivo social, y en cuyo presente ha de ser cuidado y preservado de forma sostenible para

que las generaciones venideras puedan aprender los modos de obrar y proceder de sus antepasados.

Con el fin de ahondar en el concepto, parece oportuno detallar los subtipos que lo componen. Para ello, nos vamos a servir de una de las clasificaciones más extendidas en la literatura sobre el tema, propuesta por la UNESCO. Según los expertos que integran dicho ente, el patrimonio se divide en dos categorías: el cultural y el natural. En lo concerniente al patrimonio cultural, el que acapara nuestro interés en mayor medida, se contempla la siguiente relación de elementos constitutivos:

Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumental, 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 la ciencia.

Los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la 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 vista histórico, estético, etnológico o antropológico (UNESCO, 1973: 141).

Esta definición habría resultado insuficiente, pues únicamente se tuvo en cuenta su dimensión material o tangible, de no haber sido completada en la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, en la que se define el patrimonio cultural intangible como:

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

Así pues, se constata que el patrimonio puede ser bien natural (el relativo a un ecosistema medioambiental), bien cultural (el propio de un entorno social y humano). Además, el patrimonio cultural engloba, a su vez, los patrimonios material o tangible e inmaterial o intangible.

1.2. Cuestiones de identidad en el actual contexto mundializado

Castells declara que “en las ciencias sociales se entiende por identidad aquel proceso de construcción de sentido sobre la base de un atributo cultural que permite a las personas encontrar sentido a lo que hacen en su vida” (2005: 16). Distingue, además, tres tipos de identidades colectivas.

La primera de ellas es la denominada identidad legitimadora: “aquella que se construye desde las instituciones y en particular desde el Estado” (Castells, 2005: 16). El segundo tipo atiende al vocablo identidad de resistencia, que “estaba dormida y que no se había expresado con toda la fuerza con la que se está expresando ahora. Y la causa es que se articula como resistencia al proceso de marginación en que le sitúa la globalización” (Castells, 2005, p. 17). La identidad proyecto es la tercera clase de identidad observada por este autor, que se constituye “a partir de una autoidentificación, siempre con materiales culturales, históricos y territoriales. Y aunque siempre sea con esos materiales, hay un proyecto de construcción de una colectividad” (Castells, 2005: 17).

Una vez reconocidos y descritos los distintos tipos de identidad, Castells realiza la siguiente consideración en cuanto a las dinámicas relacionales que se establecen entre ellas:

Esa identidad legitimadora se encuentra hoy día enfrentada con identidades de resistencia que surgen en todo el mundo como trincheras, con identidades de ser algo propio, aunque ese algo propio no sea necesariamente lo más extraordinario, lo más exaltable. Entre las dos, la capacidad de la identidad de resistencia de convertirse en identidad proyecto que proponga algo con lo que todos los miembros de una sociedad puedan identificarse (no sólo en el pasado sino en el futuro) es lo único que puede salvar al mundo de vivir entre aparatos de poder y comunas fundamentalistas (Castells, 2005: 20).

Esta valiosa reflexión nos da pie a introducir nuevas nociones, como por caso la de *glocalización* (Acosta, 2003; Bolívar, 2001; Robertson, 2000), ya que en ella se condensan las tensiones derivadas de la interrelación entre lo local y lo global apuntadas por Castells. Se ha convenido en denominar *glocalización* “a la mezcla que, en términos culturales, se da entre los elementos locales y particulares con los mundializados (...) Es objeto de las ciencias sociales ver cómo las fuerzas globales interactúan con las culturas locales, al tiempo que son mediadas y filtradas por ellas, produciendo configuraciones locales en una especie de *glocalismo*” (Bolívar, 2001: 269).

Otro de los términos que contribuyen a esclarecer la complejidad que, en términos culturales, presenta el actual contexto mundializado es el de *multiculturalismo*. Según Bauman, “parece inspirarse en el postulado de la tolerancia liberal y el respaldo a los derechos de las comunidades a la independencia y a la aceptación pública de sus identidades elegidas (o heredadas), pero en realidad actúa como una fuerza socialmente conservadora” (2013: 43-44). La intención subyacente al *multiculturalismo* no radica en el pleno reconocimiento de la diversidad cultural, sino en un subrepticio camuflaje de la desigualdad social que provocan las consecuencias demoleadoras de la globalización.

En consecuencia, parece razonable defender que, frente “a la homogeneización cultural que destruye las culturas locales, también llamada *cocacolonización* de la cultura” (Urry, 1999: 316), surgen con fuerza otras pautas, de tipo local y regional, que reclaman su espacio y su importancia en la definición de las identidades colectivas.

1.3. Patrimonio cultural e identidad social: la comunicación de la diferencia

El patrimonio juega un papel fundamental en la construcción de la identidad social de los pueblos al reafirmarse estos en sus peculiares valores culturales frente a los demás grupos. En palabras de Bessière, “el patrimonio, ya sea un objeto, un monumento, una habilidad inherente o una representación simbólica, ha de ser considerado como una seña de identidad y un elemento distintivo de un grupo social” (1998: 26). Por su parte, Tubella condensa esta idea al alegar que “la elaboración de la identidad comprende la difusión de representaciones simbólicas y la forja de instituciones culturales y redes sociales. Captamos el significado de una colectividad a través de las imágenes que proyecta, los símbolos que usa y las ficciones o narrativas que evoca” (2006: 471); un conjunto de factores que proporciona al grupo (por caso, un municipio dado) un sistema cultural que lo diferencia con respecto a las demás categorías sociales (véanse, las localidades limítrofes).

Asimismo, y en las coordenadas culturales y mediáticas en que se halla la sociedad actual, resulta imprescindible llevar a cabo una divulgación eficaz del repertorio patrimonial que ostenta un colectivo. Capriotti ilustra esta circunstancia al constatar que “la comunicación se hace indispensable: si no se comunica la existencia del patrimonio cultural, este no existe para los públicos. Si no se comunica su identidad, no se conocen sus particularidades. Si no se comunica su diferencia, no hay diferencia” (2008: 133).

Y es que, a causa del entorno mundializado circundante, “que tiende a absorber las culturas regionales, sus costumbres, tradiciones y productos culturales, la reconstrucción de la identidad tiene gran importancia, ya que posibilita el fortalecimiento de las culturas locales y su sentimiento de pertenencia a un lugar” (Kravets & de Camargo, 2008: 14); y, por ende, a un grupo o categoría social. Finalmente, incidimos en que “el patrimonio (cuando es definido y conocido por los miembros de una sociedad que es sujeto y objeto de su propio desarrollo y no por agentes externos) adquiere el valor de instrumento para el autorreconocimiento de los individuos y los grupos en su pasado y en su presente” (Zamora, 2011: 109); una idea que pone de manifiesto el carácter esencial que presenta el patrimonio en la configuración de las identidades grupales.

2. Las Teorías de la Identidad Social y del *Framing*

2.1. Principales mecanismos de la Teoría de la Identidad Social

Tradicionalmente, la Teoría de la Identidad Social (en adelante, TIS) ha sido aplicada bien a un nivel individual (micro), bien grupal, pero no a un nivel societal (macro). No obstante, si examinamos los mecanismos nucleares mediante los que opera la TIS apuntados por Tajfel (1981), y que son la categorización y la comparación sociales, es posible esgrimir que se reproducen también en el caso de los portales web municipales.

Así pues, los municipios, mediante la información que contienen en sus sedes en la red, unifican objetos patrimoniales y acontecimientos históricos y sociales que remiten a sus conciudadanos, categorizando a su localidad como un grupo cultural unificado. Esos rasgos compartidos y aglutinados en el sitio web marcan la diferencia entre el endogrupo municipal y otros exogrupos colindantes, originando las consiguientes comparaciones sociales.

Por otro lado, Hogg y Abrams (1988) sugieren que las categorías (o grupos sociales) en las cuales se inscriben los individuos son parte de una sociedad estructurada *a priori*, que existen solamente en relación y/o confrontación con otras categorías. Por tanto, los municipios serían esas unidades administrativas y espaciales, al tiempo que culturales, gracias a las que se divide, de partida, el entorno social.

Igualmente, se sabe que “la ampliación del rango de aplicación de la TIS a ámbitos cada vez más numerosos” (Lisbona, 2010: 187) es toda una realidad. Una de esas múltiples dimensiones o esferas en la que plasmar la identidad colectiva basada en el patrimonio bien podría operar a través de Internet; una misión de la que se encargan las corporaciones municipales, elevando a un nivel societal y mediático la transmisión de sus valores culturales.

Al hilo de las ideas contempladas hasta ahora, Carvalheiro establece la siguiente afirmación:

En el contexto contemporáneo, estudiar las identidades sociales requiere un análisis de la relación entre los grupos que se configuran, simultáneamente, como audiencias y como representaciones en el campo de los medios. Grupos a los cuales, incluso sin transacción de mensajes entre sí, los textos mediáticos proporcionan una interacción de tipo simbólico (Carvalheiro, 2008: 27).

Es decir, se produce un reflejo de las identidades culturales de los distintos grupos a través de los medios. En el caso que centra nuestra atención, el razonamiento es aplicable porque los portales de los distintos ayuntamientos de España encarnan simbólicamente a su población a través de la información patrimonial y cultural que brindan, y que es reflejo de una identidad que se compara, inevitablemente, con la de otras localidades adyacentes. Defendemos, pues, que uno de los encargados de encauzar ese conjunto de símbolos que

representan culturalmente a la ciudadanía de una localidad es, en la presente realidad tan condicionada por las TIC, el portal institucional de las distintas corporaciones municipales.

2.2. La Teoría del Framing y su aplicación a entornos web

En lo concerniente a la Teoría del *Framing*, también es necesario hacer una serie de precisiones, ya que ha sido eminentemente trasladada al examen de textos periodísticos, lo que ha derivado en numerosas investigaciones sobre los llamados encuadres noticiosos. Así las cosas, ¿por qué es relevante utilizar el *framing* en este trabajo? ¿Qué tiene que ver un sitio web de un municipio con una noticia?

Pues bien, la principal similitud existente entre ambas unidades de análisis estriba en los procesos que se dan para la elaboración de sus contenidos: la selección, la organización y el énfasis de ciertos aspectos de la realidad, con la consiguiente exclusión de otros (de Vreese, Peter & Semetko, 2001; Entman, 1993). Bessière defiende que “el patrimonio no es una mera colección de cosas y productos, sino una selección social real; una selección realizada acorde a valores particulares consensuados por los miembros de un grupo social” (1998: 27-28). Por tanto, en los portales web municipales es donde se plasma esa selección premeditada de los elementos patrimoniales más característicos, que vehiculan la identidad cultural de la ciudadanía.

Este fenómeno sitúa a los encuadres identitarios en la red en la línea del *framing* como un macroconcepto, del cual hablan Scheufele y Tewksbury (2007). En este sentido, se englobarían en una perspectiva más sociológica, denominada *frame-building*, muy estudiada con metodología de análisis de contenido, y donde no sólo son periodistas, sino también otros comunicadores (como los gestores de un sitio web), los responsables de usar un determinado enfoque en la creación de los contenidos.

En esta investigación, centrada en el patrimonio de los municipios, se pretende detectar aquellos elementos culturales que, de manera latente, son reflejo de la identidad colectiva de las localidades. Es por ello que los sitios web son dispositivos identitarios, contruidos sobre la base de objetos patrimoniales y sucesos históricos, que categorizan al endogrupo y, al mismo tiempo, lo diferencian de los exogrupos restantes. Así pues, la identidad podrá estar fundamentada, en mayor o menor medida, bien en el patrimonio tangible, bien en el intangible del cual informen las localidades.

En cuanto al encuadre de los citados elementos patrimoniales, se ha diseñado una escala de medida politómica (detallada más adelante) con arreglo a la disyuntiva cultural existente en la sociedad actual: lo local frente a lo global. En función de ciertas palabras o expresiones que remitan al rasgo patrimonial en cuestión (inventariadas en el libro de códigos), su enfoque o alcance será medido en términos de: local, regional, nacional o global. En este sentido, los portales municipales cumplen una función informativa, a través de la que ensalzan unos elementos del patrimonio municipal en detrimento de otros.

3. Método: el análisis de contenido web

Tal y como hemos avanzado líneas arriba, el objetivo primordial de nuestro trabajo es identificar los elementos del patrimonio que mayor cobertura informativa acaparan en los portales web de los municipios de España, para luego señalar el enfoque que predomina en cuanto a la caracterización de dichos elementos. Por ende, y siguiendo además una línea de investigación previa (Piñeiro-Naval & Igartua, 2012, 2013; Piñeiro-Naval, Igartua & Rodríguez-de-Dios, 2015; Piñeiro-Naval, Igartua & Sánchez-Nuevo, 2017; Piñeiro-Naval, Serra & Mangana, 2017), hemos efectuado un análisis de contenido, que “es uno de los métodos de investigación más utilizados por los estudiosos que se ocupan de los medios y de la comunicación” (Berger, 2000: 173).

Con respecto a su traslado a entornos web, McMillan (2000: 81-82) establece como nucleares las siguientes etapas: el investigador plantea preguntas o hipótesis; luego selecciona una muestra; a continuación estipula las categorías de análisis; posteriormente, los codificadores son entrenados, examinan el contenido y la fiabilidad de su trabajo es chequeada; y, finalmente, los datos obtenidos son interpretados. Siguiendo este esquema, las preguntas de investigación formuladas son:

- PI₁: ¿Qué elementos relativos al patrimonio cultural sobresalen a nivel informativo en los sitios web de los municipios de España seleccionados?
- PI₂: ¿Qué enfoque se le confiere de manera predominante a dichos elementos?
- PI₃: ¿En qué regiones del país se realiza una mayor difusión del patrimonio cultural a través de los portales web de sus municipios?

Por otra parte, y con arreglo a la población de las localidades, se plantean las siguientes hipótesis:

- H₁: Cuanto mayor sea el tamaño poblacional del municipio, mayor cantidad de información patrimonial contendrá su sitio web.
- H₂: El alcance o proyección de los elementos patrimoniales será más amplio a medida que el tamaño poblacional de la localidad aumente.

En los siguientes subapartados daremos cuenta de los pasos intermedios, dejando para el final la interpretación de los datos.

3.1. Muestra

Internet supone un torrente de información de tal calibre que convierte en una tarea harto complicada el diseño de una muestra que represente al universo del que procede. Krippendorff, a colación del proceso de diseño muestral, declara que: “está orientado por un plan de muestreo que especifica con suficiente detalle de qué manera ha de proceder el investigador para obtener una muestra de unidades que, en su conjunto, sean representativas de la población que le interesa” (1990: 95). Pues bien, acto seguido se explica el plan de muestreo polietápico (Wimmer & Dominick, 1996) empleado en la presente investigación.

En primer lugar, el universo (los portales web del conjunto de municipios de España) se estratificó según las provincias en que se divide el territorio nacional: 50. La estratificación efectuada atiende a criterios geográficos, “en la que los estratos son áreas compactas, y que generalmente viene acompañada por un incremento en la precisión” (Cochran, 1987: 140). En un segundo paso, fue seleccionado de forma intencional un caso crítico por provincia: el sitio web de su capital. Por lo que atañe a este criterio, Henry asegura que “el investigador selecciona un número limitado de casos donde la lógica y la experiencia previa indican que van a permitir una generalización poblacional” (1990: 21). En tercer y último lugar, se procedió a realizar un muestreo aleatorio de sitios web por cada provincia, cuya afijación fue uniforme; es decir, se asignó el mismo número de unidades muestrales (en concreto, 9 sedes) a cada estrato. Las localidades entre las cuales se desarrolló el muestreo aleatorio, en el que “cada miembro de la población de estudio tiene la misma probabilidad de ser seleccionado” (Henry, 1990: 27), debían cumplir un requisito indispensable basado en su tamaño poblacional: tener más de 1.000 habitantes.

Por consiguiente, acudimos al directorio web del Instituto Nacional de Estadística (una fuente *online* en permanente actualización) para elaborar el listado de municipios, empleando después el motor de búsqueda *Google* para elaborar el listado de enlaces correspondientes.

En suma, la muestra final ascendió a 500 sitios web, una cifra que supone el 6.15% de los municipios de España (8117 en total), y que comporta un margen de error inferior al 5%

recomendado (en concreto, un 4.25%). En términos demográficos, los 500 municipios seleccionados suponen, en habitantes, el 43.32% de la población total del país.

3.2. Categorías de análisis

Una vez formuladas las preguntas de investigación y escogida una muestra, “se debe elaborar un libro de códigos (*codebook*) en el que se especifique con gran detalle cómo debe evaluarse cada criterio o variable” (Igartua, 2006: 204). Las categorías que se detallan a continuación se basan en el criterio apriorístico de entes de prestigio global, así como en investigaciones previas similares (véanse: Hofstede *et al.*, 1990; Olivera, 2011; Piñeiro-Naval & Igartua, 2012; UNESCO, 1973, 2003). Además, algunas de ellas son fruto de lo que Stemler (2001) denomina código emergente, mediante el cual las categorías de análisis son establecidas siguiendo un examen preliminar de las unidades de análisis (en nuestro caso, el estudio piloto efectuado).

Antes de detallar las categorías que conforman el *codebook*, cabe concretar que nos hemos servido de ciertos datos para la identificación de las unidades de análisis, como son: el número de la sede web y el de la provincia a la cual pertenece el municipio; su número de habitantes (gracias a los datos extraídos del INE); el código correspondiente a cada uno de los codificadores; y la fecha de análisis del sitio web.

En cuanto a las variables, se agruparon según los tipos de patrimonio existentes. Primeramente, y con relación al patrimonio cultural (a su vez dividido en material e inmaterial), se evaluó la presencia o la ausencia de información relacionada con:

1. Aspectos vinculados con el patrimonio cultural material, como por caso: museos, salas de exposiciones o casas de cultura; restos o depósitos arqueológicos; bibliotecas, filmotecas u otros archivos documentales; teatros o anfiteatros; catedrales o basílicas; otras edificaciones de tipo religioso (iglesias, capillas, ermitas o monasterios); edificaciones emblemáticas de tipo civil (castillos, fortalezas, puentes, murallas, torres, casonas o caseríos); cascos, conjuntos o centros urbanos; plazas o patios de especial interés arquitectónico o artístico; parques o jardines diseñados y construidos por el ser humano; estatuas o esculturas; y, en última instancia, plazas de toros.
2. Aspectos relacionados con el patrimonio cultural inmaterial, como por ejemplo: tradiciones o expresiones orales del municipio (proverbios, adivinanzas, cuentos, canciones, leyendas, mitos, cantos, poemas épicos o himnos); artes del espectáculo (festivales de música vocal o instrumental, folklore, festivales de cine, danza, flamenco o teatro); eventos festivos municipales; eventos religiosos y eclesiásticos; la gastronomía típica del lugar; la artesanía tradicional; figuras o personalidades destacadas originarias o características del municipio; y, por último, los festejos ligados a la tauromaquia.

Por otra parte, y con respecto al patrimonio natural, también se cuantificó la presencia o la ausencia de información relacionada con: reservas de la naturaleza o parques naturales; parajes, caminos, grutas o cuevas; y playas o formaciones litorales de especial interés natural. Debido a que todas estas variables miden la existencia o la carencia de la información, su escala de medida es dicotómica: 1=sí existe información al respecto; 0=no existe información al respecto.

Asimismo, se incidió de forma especial en el enfoque o proyección que se le confiere a la información relativa a todos los elementos patrimoniales. Tomando como guía la dialéctica entre lo local y lo global (Bolívar, 2001; Castells, 2005; Robertson, 2000), se

¹ Para el cálculo del margen de error que suponía la muestra de 500 sitios web seleccionada acudimos al enlace: www.netquest.com.

establecieron los siguientes enfoques, ideados a partir de una escala de tipo ordinal: 0=no se informa al respecto; 1=local; 2=regional; 3=nacional; 4=global; 9=no se precisa ningún enfoque. Para facilitar la tarea de los codificadores, se definieron cada uno de los tipos de encuadre en los siguientes términos:

1. Local: perteneciente o relativo a la localidad, municipio o ciudad en cuestión y alrededores. Se aplicaría a todo elemento patrimonial del que se informe en términos locales. Sirvan como ejemplos el portal de Teruel, que “es una de las siete puertas con las que contaba el recinto amurallado de la villa de Sarrión en el siglo XIII” [www.sarrion.es]; o el culto a la buena mesa, cuyos “aromas, colores y sabores son el legado fiel de la historia de Vera y reflejo de su rica gastronomía” [www.vera.es].
2. Regional: perteneciente o relativo a la región donde se ubica el municipio; es decir, a la comarca, provincia o comunidad autónoma. Se aplicaría a todo elemento patrimonial del que se informe en términos regionales. Sirvan como ejemplos los Carnavales de Viveiro, que “se encuentran entre los más antiguos de Galicia” [www.viveiro.es]; o el museo de la Guerra Civil, “creado para el recuerdo de la profunda huella que el trágico conflicto dejó en toda la provincia de Teruel” [www.sarrion.es].
3. Nacional: perteneciente o relativo a la nación o país donde se ubica el municipio. Se aplicaría a todo elemento patrimonial del que se informe en términos nacionales. Sirvan como ejemplos la plaza mayor de Salamanca, “declarada Monumento Nacional desde 1935. Es la plaza más decorada, proporcionada y armónica de todas las de su época existentes en España” [www.aytosalamanca.es]; o un evento relacionado con la artesanía popular, como es el Encuentro Nacional de Bolillas de Chinchilla [www.chinchillademontearagon.com].
4. Global: referente al planeta o globo terráqueo. Se aplicaría a todo elemento patrimonial del que se informe en términos internacionales. Sirvan como ejemplos dos elementos patrimoniales de Córdoba, donde “la UNESCO reconoció en 1994 la importancia universal de los bienes históricos cordobeses, ampliando el título de Patrimonio de la Humanidad no sólo a la Mezquita Catedral, sino también a todo el conjunto urbano que la rodea” [www.turismodecordoba.org].

Además de estas definiciones, se sumaron las siguientes indicaciones, o criterios, para calibrar el enfoque de la información patrimonial:

1. La nomenclatura de los elementos patrimoniales. Sirvan como ejemplos el “Festival Internacional de las Artes de Castilla y León” (encuadre global), o la “Feria Municipal del Libro de Salamanca” (encuadre local).
2. La identificación de palabras clave en el contenido de la información. Sirva como ejemplo la “Fiesta de la Vendimia de Cacabelos”, caracterizada en el hipertexto web como “una de las fiestas vinícolas más veteranas de cuantas se celebran en Castilla y León” (ámbito autonómico), cuyo encuadre es regional. En el hipotético caso de que se informase de dicho evento como “una de las fiestas vinícolas más veteranas de cuantas se celebran en España”, el encuadre sería, obviamente, nacional.
3. La catalogación oficial del elemento patrimonial. Sirvan como ejemplos la “Catedral de Burgos”, el “Camino de Santiago” o la “Cueva de Altamira”, todos declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (encuadre global); las “Fiestas de San Fermín”, declaradas por la Secretaría General de Turismo de España como unas Fiestas de Interés Turístico Internacional (encuadre global); o la “Semana Santa de Viveiro”, declarada Fiesta de Interés Turístico Nacional (encuadre nacional).

Por último, fue preciso señalar la procedencia o ubicación de la información sobre el patrimonio, cuyas posibilidades eran: el propio sitio web (1=sí; 0=no) u otro sitio web

temático, con diferente URL, ligado al principal (1=sí; 0=no). Cabe aclarar, en este sentido, que se otorgó el mismo peso específico a toda la información, con independencia del lugar en que haya sido localizada dentro del mapa de la sede o, incluso, de otro portal temático.

3.3. Codificación y fiabilidad

El período de codificación transcurrió desde el 17 de febrero hasta el 11 de abril de 2014. En el examen de los 500 sitios web que conformaron la muestra se vio implicado un equipo de 4 codificadores, y en el que no figuró el investigador principal. Todos los codificadores recibieron formación acerca del análisis de contenido para familiarizarse con él antes de comenzar su trabajo. En este sentido, Neuendorf resulta muy clarificadora cuando afirma que: “tres palabras describen la preparación de un buen codificador: entrenar, entrenar y entrenar” (2002: 133). Por tanto, se llevó a cabo un estudio piloto sobre una selección de cuatro sitios que no estaban incluidos en la muestra, con el fin de calibrar el funcionamiento de las categorías, así como la interpretación que los codificadores hacían de estas.

Habiendo consensuado con el equipo el diseño final de la herramienta, el siguiendo paso fue la asignación, proporcional y homogénea, de unidades de análisis a cada miembro. Fueron encomendadas a cada codificador, aleatoriamente, 125 sedes que debían inspeccionar de forma individual. Con el propósito de uniformizar las condiciones del análisis, se pidió a los colaboradores que empleasen el mismo buscador (*Google Chrome*) y, en la medida de su disponibilidad, que realizasen el trabajo bajo la conexión a Internet de que dispone el Observatorio de los Contenidos Audiovisuales (OCA), lugar donde se coordinó y realizó la mayor parte del trabajo.

En cuanto a las unidades de análisis (esto es, las sedes web), se estimó razonable efectuar una captura de pantalla de la página de inicio, que suele ser la más visitada y su principal escaparate al exterior. Esta captura se produjo en el momento preciso de su codificación, con la idea de crear un repertorio muestral, a modo de archivo gráfico, que diese fe del estado en que se encontraban los sitios en el lapso temporal en que fueron analizados. Para esta tarea se empleó el programa *Gadwin Printscreen*, previamente instalado y configurado en cada uno de los equipos empleados para la codificación.

Inicialmente, sí se contempló la posibilidad de descargar los sitios web en sistemas de almacenamiento masivo y, a partir de ahí, efectuar la codificación. Sin embargo, y tras un primer intento con los softwares específicos *WebSuction* y *HTTrack WebSite Copier*, se comprobó que la captura íntegra, e imprescindible, de los sitios web iba a ser excesivamente lenta y que ocuparía demasiado espacio en disco. Por tanto, se desechó esta opción dados los limitados recursos técnicos, humanos y temporales de los cuales se disponía.

Por lo que respecta al chequeo de la fiabilidad intercodificadores, seleccionamos una sub-muestra del 12%; esto es, 60 sitios web codificados por todos los miembros del equipo. Esta parte crítica del trabajo sí se desarrolló íntegramente en el OCA bajo la supervisión del investigador principal, pues resultaba muy importante que el examen de cada portal se produjese en el mismo lapso temporal; paliando, así, uno de los principales inconvenientes que presenta la WWW: la volatilidad de la información.

En cuanto al índice empleado para calcular la fiabilidad intercodificadores, se optó por el Alpha de Krippendorff, el más robusto a nivel estadístico, así como el que mejor se ajusta a los distintos tipos de escalas de medida y a un número indeterminado de codificadores (Hayes & Krippendorff, 2007; Krippendorff, 2012). Sin embargo, y debido a que el programa estadístico SPSS no dispone de un comando para realizar tales cálculos, se procedió a la instalación de una extensión llamada *Macro Kalpha*, desarrollada por Andrew F. Hayes.

Gracias a dicha extensión, disponible para su descarga, de forma gratuita, a través de la web personal de su creador², fue posible el chequeo del acuerdo entre los codificadores.

Pues bien, la fiabilidad media de las 48 variables que integran el libro de códigos asciende a $\alpha_k=.68$; un dato suficientemente satisfactorio si se atiende a la recomendación que efectúa Krippendorff (2004), que asegura que cuando este índice es mayor o igual a “.66”, ya pueden establecerse conclusiones acerca del objeto de estudio tratado en la investigación. La variable cuya fiabilidad fue menor es el enfoque de los cascos o conjuntos urbanos ($\alpha_k=.47$).

3.4. Creación de índices agregados

Antes de reportar los resultados de la investigación, debemos detenernos en una cuestión importante, ya que vertebrará, en gran medida, el siguiente apartado: la creación de índices agregados, cuyo poder explicativo excede el de las variables que los componen. Debido a que el patrimonio cultural se divide en material e inmaterial, resultó pertinente (además de crear un indicador global de información patrimonial) configurar dos índices relativos al tangible y al intangible. Como todas las variables implicadas presentan un mismo nivel de medida dicotómico, no fue necesario recodificar ninguna de ellas, lo que provocó que su rango oscilase entre 0 y 1.

La fiabilidad del Índice de Información sobre Patrimonio Cultural (I₂PC) ascendió a $\alpha_c=.79$, y presentó los siguientes valores descriptivos: $M_{I_2PC}=.46$ ($DT=.19$). En lo que respecta al Índice de Información sobre Patrimonio Cultural Material (I₂PCM), su fiabilidad es de $\alpha_c=.73$, mientras que la $M_{I_2PCM}=.46$ ($DT=.21$). En tercer lugar, el Índice de Información sobre Patrimonio Cultural Inmaterial (I₂PCI) alcanza una fiabilidad de $\alpha_c=.61$, y unas cifras semejantes a los anteriores índices: $M_{I_2PCI}=.47$ ($DT=.22$).

En lo concerniente al alcance o proyección de los elementos patrimoniales, también fueron diseñados diferentes indicadores agregados. No obstante, y por mor de la escala ordinal que presentaban inicialmente las variables implicadas, fue preciso recodificarlas para que computasen sólo los valores comprendidos entre “1=local” y “4=global”, tratando al resto como perdidos. De esta forma, los indicadores creados sobre el enfoque del patrimonio presentan un rango de 1 a 4; donde, a modo de diferencial semántico, se bipolarizan ambos extremos (local vs. global), mediando, entre ellos, una serie de valores.

Siguiendo la misma estrategia detallada anteriormente, la fiabilidad del Índice sobre el Enfoque del Patrimonio Cultural (IEPC) ascendió a $\alpha_c=.56$, y presentó los siguientes valores descriptivos: $M_{IEPC}=1.67$ ($DT=.61$). En lo que respecta al Índice sobre el Enfoque del Patrimonio Cultural Material (IEPCM), su fiabilidad es de $\alpha_c=.83$, mientras que la $M_{IEPCM}=1.56$ ($DT=.65$). En última instancia, el Índice sobre el Enfoque del Patrimonio Cultural Inmaterial (IEPCI) alcanza una fiabilidad de $\alpha_c=.92$, y unas cifras de: $M_{IEPCI}=1.84$ ($DT=.79$).

4. Resultados

4.1. Elementos patrimoniales

A continuación figuran los porcentajes de los sitios web que recogen información al respecto de alguna de las 23 variables en que se ha dividido el patrimonio de los municipios (PI):

² Sitio web personal de Andrew F. Hayes: www.alfhayes.com.

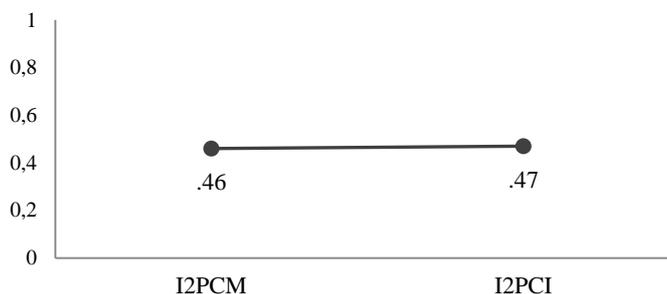
Tabla 1. Porcentaje de sitios web municipales que ofrecen información acerca de las distintas manifestaciones del patrimonio.

VARIABLES RELATIVAS AL PATRIMONIO	% SITIOS QUE SÍ INFORMAN
PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL:	
Museos, salas de exposiciones o casas de cultura	71%
Restos o depósitos arqueológicos	44%
Bibliotecas, filmotecas u otros archivos documentales	73.4%
Teatros o anfiteatros	27.6%
Catedrales o basílicas	13.2%
Edificaciones de tipo religioso: iglesias, capillas, ermitas o monasterios	87.2%
Edificaciones emblemáticas de tipo civil: castillos, fortalezas, puentes, murallas, torres, casonas o caseríos	78.8%
Cascos, conjuntos o centros urbanos	39.2%
Plazas o patios de especial interés arquitectónico o artístico	47.4%
Parques o jardines diseñados y construidos por el ser humano, y de especial interés arquitectónico o artístico	37.6%
Estatuas o esculturas que simbolizen a personalidades, héroes o pasajes históricos del municipio	25.4%
Plazas de toros	11.2%
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL:	
Tradiciones o expresiones orales: proverbios, adivinanzas, cuentos, canciones, leyendas, cantos, poemas épicos o himnos	31.8%
Artes del espectáculo: festivales de música vocal o instrumental, folklore, festivales de cine, danza, flamenco o teatro	39.6%
Eventos festivos municipales	88.2%
Eventos religiosos y eclesiásticos	77.2%
Gastronomía típica del lugar	69.2%
Artesanía tradicional	23.6%
Figuras o personalidades destacadas, originarias o características del municipio	33.4%
Festejos ligados a la tauromaquia	18.4%
PATRIMONIO NATURAL:	
Reservas de la naturaleza o parques naturales con protagonismo en la conservación de la biodiversidad	26.4%
Parajes, caminos, grutas o cuevas de interés patrimonial	65.4%
Playas o formaciones litorales de especial interés natural	17.6%

En cuanto al patrimonio cultural material, se aprecia que las manifestaciones más recurrentes son las edificaciones de tipo religioso, con el 87.2% de los sitios que informan a este respecto; seguidas de las edificaciones emblemáticas de tipo civil, con el 78.8%. A nivel inmaterial, los eventos festivos del municipio hegemonizan la información (88.2%), por delante de los eventos religiosos y eclesiásticos (77.2%). En lo que atañe a los recursos naturales, son los parajes, caminos, grutas o cuevas de interés patrimonial los que reciben mayor cobertura informativa; en concreto, en el 65.4% de los portales web analizados.

Como ya indicamos, fueron diseñados varios índices agregados relativos a la información patrimonial, entre los que destaca, primordialmente, el I2PC, que aglutina las 20 variables en que se dividió el patrimonio cultural. Sin embargo, antes de proceder con el empleo del I2PC para realizar una serie de comparaciones, resulta pertinente comprobar si existen, o no, diferencias en cuanto a los dos tipos de patrimonio cultural; a saber, el material o tangible (I2PCM) y el inmaterial o intangible (I2PCI):

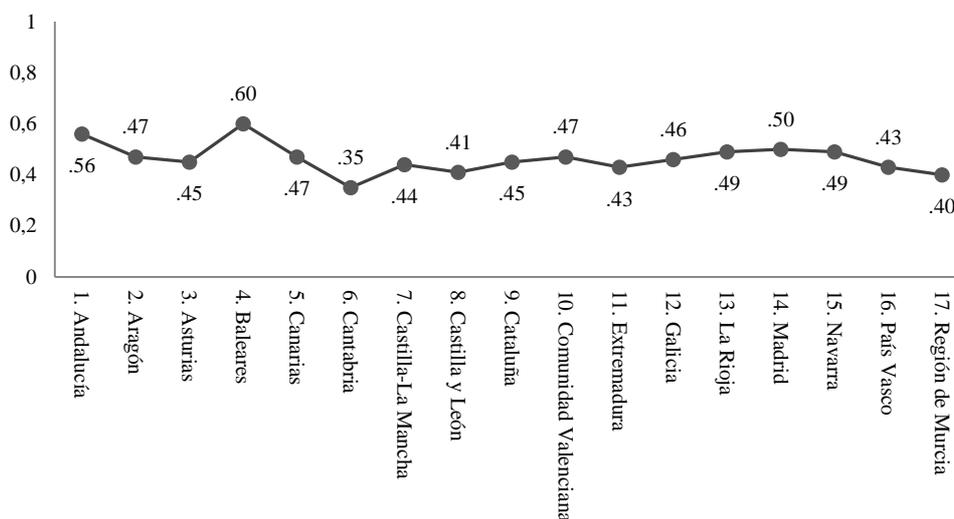
Figura 1. Diferencia de medias entre los Índices de Información sobre Patrimonio Material e Inmaterial (*t* de Student).



A la vista de los promedios mostrados en la figura 1, y mediante la prueba *t* de Student para muestras relacionadas, se determina que no existen diferencias, estadísticamente significativas, entre los dos índices de información sobre patrimonio cultural [$t(499)=-1.398$, $p=.163$; $d=-.04$]; lo que permite aseverar que el protagonismo informativo que ostentan lo tangible y lo intangible en los portales es casi idéntico.

A lo largo de las próximas páginas se tomará el I2PC para hacer comparaciones según determinados criterios (PI₃), como son: el administrativo, el demográfico y el geográfico (que manifiesta, a su vez, dos versiones: costa frente a interior, y los 5 bloques o cuadrantes territoriales de España). Comenzaremos con la comparación entre las comunidades autónomas derivadas de la recodificación de las provincias, un criterio basado en la división administrativa del territorio:

Figura 2. Promedios del Índice de Información sobre Patrimonio Cultural (I2PC) según las comunidades autónomas (ANOVA).



En función de las cifras de la figura 2, y por medio de un análisis de la varianza (ANOVA), se detecta la existencia de diferencias significativas en lo referente a las medias del I2PC según las 17 autonomías [$F(16, 483)=2.507$, $p<.001$, $\eta^2=.077$]. A partir de la prueba *post hoc* T3 de Dunnett, se observó que las diferencias más relevantes se dan entre Andalucía y Castilla y León ($p<.001$), y entre Andalucía y Cantabria ($p<.025$).

En términos demográficos, los promedios correspondientes al I2PC según los 7 grupos de poblaciones³, creados en función del número de habitantes, son:

Tabla 2. Promedios del Índice de Información sobre Patrimonio Cultural (I2PC) según los tipos de poblaciones (ANOVA).

TIPO DE POBLACIÓN	M (I2PC)	DT	N
Muy pequeña	.38 _a	.13	71
Pequeña	.37 _b	.16	72
Algo pequeña	.39 _c	.16	71
Mediana	.45 _d	.16	72
Algo grande	.46 _e	.16	71
Grande	.50 _f	.18	72
Muy grande	.69 _{abcdef}	.17	71
TOTAL	.46	.19	500
	<i>F</i> (6, 493) 33.230		
	<i>p</i> .001		

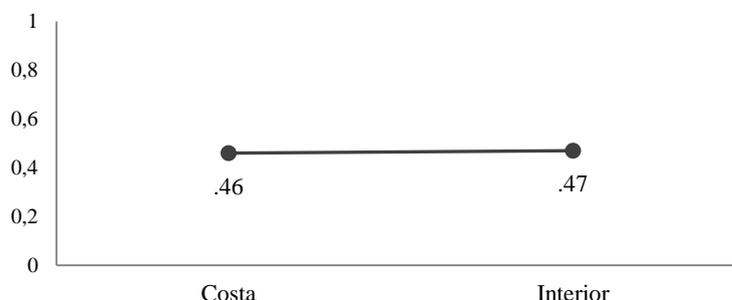
Nota. Las medias acompañadas de las letras subíndice «a», «b», «c», «d», «e» y «f» se diferencian respectivamente, y de manera significativa ($p < .001$), de la media acompañada de las letras «abcdef».

Deteniéndonos en los dígitos de la tabla 2, y a través del análisis de la varianza (ANOVA), apreciamos diferencias significativas en cuanto al I2PC según los tipos de población [$F(6, 493) = 33.230, p < .001, \eta^2 = .288$]. Con arreglo a la prueba *post hoc* de Scheffe, comprobamos que las diferencias más significativas se producen entre las poblaciones muy grandes y el resto de grupos ($p < .001$), que comparten la misma letra subíndice en la tabla. Además, se ha detectado una correlación positiva entre el I2PC y la variable “número de habitantes” [$r(498) = .29, p < .001$], que ilustra el hecho de que: cuanto mayor sea la localidad, mayor será su nivel de información patrimonial (H_1).

³ Se solicitó al programa SPSS que dividiese la muestra en 7 grupos iguales para poder determinar los siguientes tipos de población: muy pequeña (desde 1.008 habitantes hasta 1.496), pequeña (desde 1.497 hasta 2.406), algo pequeña (desde 2.407 hasta 3.537), mediana (desde 3.538 hasta 5.800), algo grande (desde 5.801 hasta 13.760), grande (desde 13.761 hasta 40.774) y, por último, muy grande (desde 40.775 hasta 3.207.247 habitantes).

Desde el punto de vista geográfico, se han cotejado los valores del I2PC según las provincias costeras e interiores:

Figura 3. Promedios del Índice de Información sobre Patrimonio Cultural (I2PC) según el criterio geográfico "Costa vs. Interior" (*t* de Student).



Gracias a la prueba *t* de Student para muestras independientes se verifica, con claridad, que no existen diferencias estadísticamente significativas entre las localidades pertenecientes al litoral español, y las emplazadas en el interior del país con relación a la información patrimonial [$t(498) = -.473, p = .637, d = -.05$].

La segunda comparación geográfica implica la observación de las medias del I2PC según los 5 bloques estipulados, creados gracias a la agrupación de provincias limítrofes:

Tabla 3. Promedios del Índice de Información sobre Patrimonio Cultural (I2PC) según los bloques o cuadrantes geográficos (ANOVA).

BLOQUE GEOGRÁFICO	M (I2PC)	DT	N
Noroeste	.42 _a	.17	120
Noreste	.46	.17	100
Centro	.44 _b	.20	100
Suroeste	.54 _{ab}	.20	80
Sureste	.47	.19	100
TOTAL	.46	.19	500
	$F(4, 495)$	5.321	
	p	.001	

Nota. Las medias acompañadas de las letras subíndice «a» y «b» se diferencian respectivamente, y de manera significativa ($p < .001$; $p < .016$), de la media acompañada de las letras «ab».

Tomando como punto de partida los datos que desprende el I2PC en función de los cuadrantes geográficos, se puede constatar, gracias a un análisis de la varianza (ANOVA), que existen diferencias significativas entre los bloques [$F(4, 495) = 5.321, p < .001, \eta^2 = .041$]. De forma más concreta, y tras efectuar la prueba *post hoc* de Scheffe, se observa que los mayores desequilibrios se producen entre el suroeste y el noroeste del país ($p < .001$), así como entre suroeste y el centro ($p < .016$), pares de bloques señalados con la misma letra subíndice en la tabla.

4.2. Enfoques de los elementos patrimoniales

En el anterior apartado, correspondiente al método de la investigación, se indicaba que una de las funciones del libro de códigos era determinar el enfoque, o proyección, conferido a la información de los elementos patrimoniales. Con tal propósito, se establecieron 6 clases de enfoques, conceptualizados en base a una escala de tipo ordinal. En la tabla que a

continuación se muestra, figuran los porcentajes de sendos enfoques en relación a cada uno de los elementos patrimoniales (PI₂):

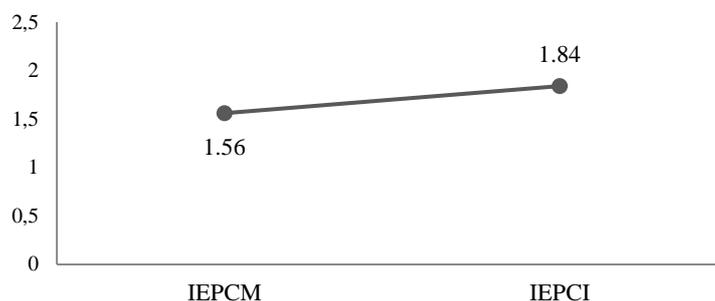
Tabla 4. Porcentaje de sitios web según los enfoques dados a la información sobre los elementos en que se divide el patrimonio.

VARIABLES DEL PATRIMONIO	ENFOQUES					
	LOCAL	REGIONAL	NACIONAL	GLOBAL	SIN ENFOQUE	NO SE INFORMA
PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL:						
Museos	23.6	8.8	4.6	8	25.8	29.2
Restos arqueológicos	10	6	6.6	3.4	17.8	56.2
Bibliotecas y archivos	51.8	5.2	.8	.4	15.2	26.6
Teatros o anfiteatros	11	2	2.4	.8	11.4	72.4
Catedrales o basílicas	2.6	1.2	3.2	2	4.2	86.8
Edificios religiosos	32.2	8.6	10.2	1.8	34.4	12.8
Edificaciones civiles	28.8	8	10.4	4.2	27.4	21.2
Cascos urbanos	17.2	2	4.6	1.6	13.8	60.8
Plazas o patios	18.4	1.2	1.4	.8	26.5	52.6
Parques o jardines	12.4	2.2	1	2.2	19.8	62.4
Estatuas o esculturas	10.4	2.6	1.2	.8	10.4	74.6
Plazas de toros	3.8	.6	1.2	.6	5	88.8
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL:						
Tradiciones orales	19.4	2.2	1.4	2.2	6.6	68.2
Artes del espectáculo	9.2	4.8	3.2	12.8	9.6	60.4
Eventos festivos	39.4	9.8	7.4	4	27.6	11.8
Eventos religiosos	34	8.6	5.6	3.4	25.6	22.8
Gastronomía	22.6	15.6	4.8	8	18.2	30.8
Artesanía tradicional	10.8	2.8	2.4	1.6	6	76.4
Personalidades	7	4.2	4.6	11.8	5.8	66.6
Tauromaquia	5.2	1.2	1.8	1.2	9	81.6
PATRIMONIO NATURAL:						
Reservas naturales	5	6.8	4.8	5.4	4.4	73.6
Parajes y caminos	24.2	7.6	4.6	4.4	24.6	34.6
Formaciones litorales	5	3	1.8	3.8	4	82.4

Como se puede apreciar en la tabla 4, el enfoque que predomina sobre los demás es el local, salvo en la información sobre catedrales o basílicas (nacional), artes del espectáculo y personalidades (global), y reservas naturales (regional). Tampoco se puede obviar el hecho de que no precisar ningún enfoque es una práctica recurrente, ya que en un elevado porcentaje de la información no se concreta la proyección de los elementos patrimoniales.

De igual modo, fueron diseñados varios índices agregados relativos al enfoque del patrimonio, entre los que destaca, especialmente, el Índice sobre el Enfoque del Patrimonio Cultural (IEPC), que aúna las 20 variables en que se dividió el alcance del patrimonio cultural. Sin embargo, antes de proceder con el empleo del IEPC para realizar la comparación entre los tipos de poblaciones, resulta pertinente comprobar si existen, o no, diferencias en cuanto a los dos tipos de enfoques; a saber, el vinculado al patrimonio material (IEPCM) y al inmaterial (IEPCI):

Figura 4. Diferencia de medias entre los Índices sobre el Enfoque del Patrimonio Material e Inmaterial (*t* de Student).



A la vista de los promedios mostrados en la figura 4, y mediante la prueba *t* de Student para muestras relacionadas, existen diferencias, estadísticamente significativas, entre los dos índices sobre el enfoque del patrimonio [$t(393) = -6.409, p < .001, d = -.32$]; lo que permite aseverar que la proyección de los elementos inmateriales tiende a ser más amplia que la de los materiales.

A continuación observamos una tabla donde se recogen, en función del IEPC, las medias que presentan los tipos de poblaciones:

Tabla 5. Promedios del Índice sobre el Enfoque del Patrimonio Cultural (IEPC) según los tipos de poblaciones (ANOVA).

TIPO DE POBLACIÓN	M (IEPC)	DT	N
Muy pequeña	1.53 _a	.51	64
Pequeña	1.51 _b	.55	64
Algo pequeña	1.50 _c	.58	64
Mediana	1.56 _d	.55	69
Algo grande	1.67 _e	.59	67
Grande	1.62 _f	.52	69
Muy grande	2.25 _{abcdef}	.58	71
TOTAL	1.67	.61	468
	$F(6, 461) = 15.925$		
	$p = .001$		

Nota. Las medias acompañadas de las letras subíndice «a», «b», «c», «d», «e» y «f» se diferencian respectivamente, y de manera significativa ($p < .001$), de la media acompañada de las letras «abcdef».

Deteniéndonos en los dígitos de la tabla 5, y a través del análisis de la varianza (ANOVA), apreciamos diferencias significativas en cuanto al IEPC según los tipos de población [$F(6, 461) = 15.925, p < .001, \eta^2 = .172$]. Con arreglo a la prueba *post hoc* de Scheffe, comprobamos que las diferencias más significativas se producen entre las poblaciones muy grandes y el resto de grupos ($p < .001$), que comparten la misma letra subíndice en la tabla. Además, se ha detectado una correlación positiva entre el IEPC y la variable “número de habitantes” [$r(466) = .31, p < .001$], que ilustra el hecho de que: cuanto mayor sea la localidad, mayor será el alcance o proyección de su patrimonio cultural (H_2).

4.3. Ubicación de la información patrimonial

Por último, resulta pertinente medir la asociación entre las dos posibles ubicaciones de la información patrimonial; a saber, en el sitio oficial del municipio o en algún otro sitio temático, enlazado al anterior:

Tabla 6. Relación entre las dos posibles ubicaciones de la información patrimonial: Sitio institucional vs. Otro sitio temático (% columna).

OTRO Sitio Temático	% Total	Sitio INSTITUCIONAL	
		Sí se ubica la información	No se ubica la información
Sí se ubica la información	30.2	29.6–	83.3+
No se ubica la información	69.8	70.4+	16.7–
N	500	494	6

– Valor estadísticamente menor (análisis de los residuos tipificados corregidos).

+ Valor estadísticamente mayor (análisis de los residuos tipificados corregidos).

Pese a que los datos porcentuales acerca del emplazamiento de la información patrimonial indican que los sitios web institucionales de los municipios son los que contienen, frecuentemente, la citada información (N=494; esto es, un 98.8% del total), la tabla de contingencia que relaciona ambas opciones permite afirmar que existe una asociación, estadísticamente significativa, entre mostrar la información patrimonial en el sitio institucional al tiempo que en algún sitio temático [$\chi^2(1, N=500)=8.133, p<.004, v=.128$]. En concreto, un 29.6% de los municipios que ubican la información patrimonial en su sitio oficial, presentan también alguna clase de sitio temático, vinculado con el patrimonio. Por tanto, disponer de ambos portales no supone una iniciativa aislada.

5. Conclusiones y discusión general

5.1. Interpretación sustantiva de los resultados

Este epígrafe ha sido organizado en función de las preguntas de investigación e hipótesis planteadas, de modo que aludiremos a los hallazgos que respondan, ordenadamente, a dichas cuestiones.

En primer lugar, se puede postular que el patrimonio cultural de España está claramente marcado por un cariz religioso, ya que las manifestaciones que mayor presencia tienen, a nivel informativo, son las construcciones eclesiásticas y los eventos litúrgicos. Aunque el Estado español se reconoce en su Constitución como aconfesional, la católica sigue siendo la práctica religiosa dominante. Por consiguiente, uno de los factores que explicarían este cariz religioso hunde sus raíces en su arraigada tradición eclesiástica, aún muy vigente en la actualidad.

No obstante, la importancia de otros factores paganos, como pueden ser las festividades locales o las construcciones arquitectónicas civiles, no debe ser soslayada; siendo elementos de indudable relevancia en lo que respecta al reflejo de la identidad cultural de los pueblos y las ciudades. En esta misma línea, cabe destacar que la gastronomía juega un papel capital en el ocio popular, ya que acostumbra a ser uno de los principales activos culturales de muchas de nuestras localidades.

En segundo lugar, el enfoque que predomina sobre los demás es, sin discusión, el local. Así pues, cabe relacionar este hallazgo con una clara apelación al genoma cultural de los pueblos, cuyo propósito es que la variedad cultural y la heterogeneidad identitaria prevalezcan. El hecho de que la información sobre los atractivos patrimoniales se encuadre, generalmente, desde la perspectiva local representa la voluntad de los colectivos humanos

por autoafirmarse en su propio legado frente al molde homogeneizador global, así como su deseo por tratar de diferenciarse de los demás grupos sociales adyacentes.

Esta reivindicación de lo propio y lo genuino responde a la reacción cultural que se produce en el seno de cualquier agrupación social frente a la alienación identitaria. Es inevitable que los flujos globales tengan ciertos efectos sobre la población mundial, pero no hasta el punto de convertir a todas las sociedades en una masa uniforme. Es ahí donde irrumpen las identidades de resistencia y las identidades proyecto (Castells, 2005), encargadas de desenmascarar el *multiculturalismo* (Bauman, 2013) y de anular, en cierta medida, la *cocacolonización* de la cultura (Urry, 1999).

En relación a la tercera de las preguntas, el bloque geográfico que lleva a cabo una mayor tarea informativa a nivel patrimonial es el suroeste, conformado, mayoritariamente, por provincias andaluzas. Por tanto, cabe asumir que su herencia histórica y cultural, derivada de la presencia musulmana en la región durante siglos, ha sido un pasaje que ha enriquecido exponencialmente su patrimonio. Asimismo, otra de las causas que explicarían la gran divulgación, a través de Internet, de sus activos patrimoniales estriba en “el impacto de los grupos locales de conservación, cuyas acciones de preservación del patrimonio a menudo incrementan el turismo (...), y el papel central organizativo de la administración local” (Urry, 2005: 201). Estos organismos e instituciones son, en el caso del cuadrante suroeste, plenamente conscientes de la relevancia del patrimonio en sus dinámicas locales, tratando de apostar, además, por una comunicación global (en tanto que integral) de su patrimonio cultural (Mateos, 2008).

En lo que a las hipótesis respecta, hemos constatado que las localidades de mayor tamaño poblacional son las que mayor exposición del patrimonio efectúan mediante sus sitios web. Con toda probabilidad, y en la línea de lo encontrado en trabajos como los de Díaz y López (2012), los municipios más poblados dispondrán de mayores posibilidades, medios y preparación para catalogar y exponer su patrimonio que los menos poblados. Por otro lado, y en cuanto a su proyección, también se ha contrastado que las localidades más grandes son las que divulgan más ampliamente su patrimonio, encuadrándolo desde una perspectiva más extensa con el fin de hacer de su identidad cultural un atractivo de interés general, tratando de llegar a un mercado turístico transfronterizo.

5.2. Implicaciones teóricas y metodológicas de la investigación

Una de las principales implicaciones teóricas de este trabajo se relaciona con la TIS; uno de los marcos epistemológicos de mayor calado en la psicología social de las últimas décadas (Scandroglio, López Martínez & San José, 2008). Esta teoría ha sido trasladada a múltiples ámbitos de estudio y, dada esta permeabilidad, contemplamos la posibilidad de aplicarla al estudio del patrimonio cultural en Internet. Tal y como manifiesta Tajfel, precursor de la TIS, la identidad social es: “aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social, junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (1984: 292). Pues bien, aquí se plantea que los ciudadanos de un determinado pueblo o ciudad (es decir, los miembros de un endogrupo social) tenderán a sentirse identificados de forma unitaria con su patrimonio, provocando que una parte de la idea que tienen de sí mismos esté íntimamente ligada a su herencia cultural.

Otra de las implicaciones teóricas más relevantes del trabajo tiene que ver con el encuadre de la información; esto es, con la Teoría del *Framing*. Esta teoría (una de las más representativas en la investigación sobre comunicación de masas), ha sido, por lo general, aplicada a textos de índole periodística de medios tradicionales. Aquí se ha pretendido dotar al paradigma de un nuevo campo de aplicación como lo es la WWW, pero no desde la óptica periodística, sino a través del contenido de los sitios web. Se trató, por consiguiente, de

estudiar el modo en que los municipios enmarcan la identidad cultural a través de sus portales institucionales. Siguiendo las dimensiones centrales del *framing* (de Vreese, Peter & Semetko, 2001; Entman, 1993), los municipios seleccionan una serie de elementos patrimoniales de entre todos los que disponen, organizan la información en sus sedes, enfatizan ciertos aspectos de esa realidad cultural y, por consiguiente, excluyen (o conceden menos importancia) a otros que consideran poco representativos o atractivos. Tras una aproximación deductiva (de Vreese, 2005; Semetko & Valkenburg, 2000) para el estudio de la construcción de los encuadres (Zhou & Moy, 2007) por parte de los desarrolladores de las sedes, se ha llegado a la conclusión de que el patrimonio religioso (en forma de edificaciones y de celebraciones eclesiásticas), así como también el secular (las construcciones civiles y los festejos populares), son los elementos culturales más recurrentes en la información web. Estos se ensalzan, a su vez, desde un punto de vista local como autoafirmación de la identidad más propia y genuina de los pueblos y ciudades.

En cuanto a la metodología empleada, hemos aplicado el análisis de contenido al estudio de sitios web, una práctica no muy extendida hasta la fecha. Es sabido que este método (equiparable a un microscopio o a una lupa) es uno de los más recurrentes en la investigación en comunicación; sin embargo, su aplicación a entornos web exige, como advierten McMillan (2000) o Weare y Lin (2000), ciertas precauciones añadidas; todas ellas tomadas en cuenta en este trabajo.

Entre las fortalezas del presente análisis de contenido, podríamos destacar las que siguen. En primer lugar, el investigador principal no intervino en la codificación de la muestra, favoreciendo la objetividad del proceso y evitando la intromisión de sesgos extraños. En segundo lugar, fue diseñada una estrategia de muestreo polietápica que permitió la obtención de una muestra amplia y representativa. En tercer lugar, se llevó a cabo un estudio piloto previo con un doble objetivo: por una parte, testar el diseño del libro de códigos antes de acometer la codificación final; y, por otra parte, hacer que los codificadores se familiarizasen tanto con las herramientas de la investigación (el *codebook* y la plantilla de codificación), como con el protocolo del análisis. En cuarto lugar, y para afrontar uno de los pasos más críticos en cualquier análisis de contenido, como es el chequeo de la fiabilidad intercodificadores, se empleó el más robusto y exigente de todos cuantos índices estadísticos existen, y que controla el azar: el Alpha de Krippendorff (Krippendorff, 2004). Así pues, y habiendo seguido un protocolo secuencial, lógico y escalonado, consideramos que este trabajo puede ser una referencia para otros estudios de analítica web, sea cual sea su temática.

5.3. Limitaciones y líneas futuras de investigación

Debemos recalcar, antes de nada, que en este trabajo no se ha cuantificado el patrimonio real de los municipios y regiones, sino la información que, en sus sitios web municipales, se ofrece a este respecto. Por otra parte, y a caballo entre la teoría y la práctica, hay que reconocer la dificultad que supuso dividir el patrimonio en diferentes categorías de análisis (para el caso, un total de 23). Ni siquiera las propias definiciones ofrecidas por la UNESCO (el principal organismo internacional encargado de catalogar los bienes y las expresiones culturales susceptibles de ser considerados patrimonio), detallan todas las manifestaciones que este puede adoptar. En cuanto a la fiabilidad de las variables, el hecho de haber tenido que inspeccionar los sitios web al completo (e, incluso, portales patrimoniales vinculados al institucional), y sobre una muestra tan amplia, pudo haber desgastado la capacidad de análisis de los codificadores.

Como una complicación inherente al medio interactivo, tenemos que poner el acento sobre la volatilidad de los contenidos. A buen seguro, y desde las fechas en que se implementó la codificación, muchos de los sitios web analizados ya habrán cambiado. Por

ende, es imprescindible tomar con precaución las conclusiones a las que hemos llegado, ya que el estado actual de los portales municipales de España habrá podido cambiar.

Finalmente, y dada la ausencia de referentes empíricos previos, una limitación más se debe a la naturaleza descriptiva de la investigación. No obstante, y como una clara pretensión de sus autores, las líneas de trabajo futuro irán encaminadas a la profundización de una realidad, tan compleja como la aquí descrita, mediante la triangulación de diversas metodologías que contribuyan a entender no sólo los mensajes (información contenida en los sitios web), sino también la motivación de los emisores (instituciones municipales) y el impacto de los mensajes en los receptores (usuarios). Sólo así lograremos obtener una comprensión transversal de un fenómeno tan sofisticado como es la relación entre el patrimonio cultural y la identidad social mediada por la comunicación *online* institucional⁴.

Referencias

- Acosta, A. (2003). En la encrucijada de la glocalización. Algunas reflexiones desde el ámbito local, nacional y global. *Revista Latinoamericana Polis* 4, 1-14.
- Bauman, Z. (2013). *La cultura in el mundo de la modernidad líquida*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Berger, A. A. (2000). *Media and communication research methods. An introduction to qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/1467-9523.00061>.
- Bolívar, A. (2001). Globalización e identidades: (des)territorialización de la cultura. *Revista de Educación, número extraordinario*, 265-288.
- Capriotti, P. (2008). La planificación estratégica de la comunicación del patrimonio cultural. En S. M. Mateos (Ed.), *La comunicación global del patrimonio cultural* (pp. 133-154). Gijón: Ediciones Trea.
- Carvalho, J. R. (2008). *Do Bidonville ao Arrastão. Media, minorias e etnicização* Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Castells, M. (2010). Globalisation and Identity. *Quaderns de la Mediterrània*, 14, 89-98.
- Cochran, W. G. (1987). *Técnicas de muestreo*. México, D. F.: CECSA.
- de Vreese, C. H. (2005). News framing: theory and typology. *Information Design Journal* 13(1), 51-62.
- de Vreese, C. H., Peter, J., & Semetko, H. A. (2001). Framing politics at the launch of the euro: a cross-national comparative study of frames in the news. *Political Communication*, 18, 107-122. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/105846001750322934>.
- Díaz, P., & López, B. (2012). La promoción turística oficial en Internet y su relación con el desarrollo turístico de los destinos: Una aplicación a las Ciudades medias de Andalucía. *Revista de Estudios Regionales*, 93, 93-115.
- Entman, R. M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.

⁴ El presente artículo se inscribe en el Proyecto de Investigación titulado: "El Patrimonio Cultural en la Sociedad Digital. Un estudio de su difusión a través de Internet", coincidente con la Tesis Doctoral realizada a cargo del primer autor, y dirigida por el segundo. Dicho proyecto contó con la financiación de la *Fundación Santa María la Real del Patrimonio Histórico* (período 2013-2015), a quien queremos agradecer expresamente su colaboración.

- Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication methods and measures*, 1(1), 77-89. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/19312450709336664>.
- Henry, G. T. (1990). *Practical sampling*. Newbury Park, California: Sage Publications.
- Hofstede, G., Neuijen, B., Ohayv, D. D., & Sanders, G. (1990). Measuring organizational cultures: a qualitative and quantitative study across twenty cases. *Administrative Science Quarterly*, 35(2), 286-316. DOI: <http://dx.doi.org/10.2307/2393392>.
- Hogg, M. A., & Abrams, D. (1988). *Social identifications: a social psychology of intergroup relations and group processes*. London: Routledge.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Editorial Bosch.
- Kravets, I., & de Camargo, P. (2008). La importancia del turismo cultural in la construcción de la identidad nacional. *Cultur. Revista de Cultura y Turismo*, 2(2), 1-16.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Krippendorff, K. (2004). Reliability in content analysis. Some common misconceptions and recommendations. *Human Communication Research*, 30(3), 411-433. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2958.2004.tb00738.x>.
- Krippendorff, K. (2012). A dissenting view on so-called paradoxes of reliability coefficients. En C. T. Salmon (Ed.), *Communication Yearbook 36* (pp. 481-499). New York: Routledge.
- Lisbona, A. (2010). Introducción: teoría de la identidad social y algunas aplicaciones actuales. *Revista de Psicología Social*, 25(2), 185-188. DOI: <http://dx.doi.org/10.1174/0213474107910637966>.
- Mateos, S. M. (2008). Hacia una comunicación global del patrimonio cultural, o cómo potenciar su uso fomentando su preservación. En S. M. Mateos (Ed.), *La comunicación global del patrimonio cultural* (pp. 19-50). Gijón: Ediciones Trea.
- McMillan, S. J. (2000). The microscope and the moving target: the challenge of applying content analysis to the World Wide Web. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(1), 80-98. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/107769900007700107>.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Olivera, A. (2011). Patrimonio inmaterial, recurso turístico y espíritu de los territorios. *Cuadernos de Turismo*, 27, 663-677.
- Piñeiro-Naval, V., & Igartua, J. J. (2012). La difusión del patrimonio a través de Internet. El caso de Castilla y León. *Cuadernos de Turismo*, 30, 191-217.
- Piñeiro-Naval, V., & Igartua, J. J. (2013). El análisis formal de sitios web y su papel en la promoción del e-turismo. *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1(11), 82-98.
- Piñeiro-Naval, V., Igartua, J. J., & Rodríguez-de-Dios, I. (2015). La información turística a escala local. Un análisis de contenido de los portales web municipales de España. *Revista TELOS. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 102, 77-87.
- Piñeiro-Naval, V., Igartua, J. J., & Sánchez-Nuevo, L. A. (2017). Identificación de factores externos que predicen el estado de los sitios web municipales: una aproximación regional al caso de España. *Observatorio (OBS*) Journal*, 11(3), 44-60. <http://dx.doi.org/10.15847/obsOBS11320171041>.
- Piñeiro-Naval, V., Serra, P., & Mangana, R. (2017). Local development and tourism. The socio-economic impact of digital communication in Portugal. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1515-1535. DOI: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2017-1232en>.
- Robertson, R. (2000). Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad. *Zona Abierta*, 92-93, 213-241.

- Scandroglio, B., López Martínez, J. S., & San José, M. C. (2008). La teoría de la identidad social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, 20(1), 80-89.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>.
- Stemler, S. (2001). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 7(17), en línea.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Editorial Herder.
- Tubella, I. (2006). Televisión, Internet y la elaboración de la identidad. In M. Castells (Ed.), *La sociedad red: una visión global* (pp. 465-483). Madrid: Alianza Editorial.
- UNESCO (1973). *Records of the General Conference of the UNESCO. Resolutions Recommendations (volume 1)*. Paris: Imprimerie Polychrome.
- UNESCO (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Document presented in the 32nd meeting of the UNESCO, Paris, France.
- Urry, J. (1999). Globalization and Citizenship. *Journal of World-Systems Research*, 5(2), 311-324. DOI: <http://dx.doi.org/10.5195/jwsr.1999.137>.
- Urry, J. (2005). Gazing on History. En N. Kleniewski (Ed.), *Cities and Society* (pp. 195-214). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Weare, C., & Lin, W.-Y. (2000). Content analysis of the World Wide Web. Opportunities and challenges. *Social Science Computer Review*, 18(3), 272-292. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/089443930001800304>.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Editorial Bosch.
- Zamora, E. (2011). Sobre patrimonio y desarrollo. Aproximación al concepto de patrimonio cultural y su utilización in procesos de desarrollo territorial. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(1), 101-113.
- Zhou, Y., & Moy, P. (2007). Parsing framing processes: the interplay between online public opinion and media coverage. *Journal of Communication*, 57, 79-98. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00330.x>.