



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA
FACULTAD
DE TURISMO

GRADUADO EN TURISMO TRABAJO FIN DE GRADO

***FOMENTO DE LA CULTURA DIGITAL Y EL TURISMO
SOSTENIBLE A PARTIR DEL ANÁLISIS, DISEÑO E
IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLATAFORMA WEB 2.0 PARA LA
CIUDAD DE LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN***

Realizado por:

INMACULADA CARLA BARRANQUERO PELÁEZ

Fdo.:

Dirigido por:

MARIEMMA I. YAGÜE DEL VALLE

Vº Bueno del tutor

Fdo.:

MÁLAGA, diciembre 2013

TÍTULO: Fomento de la cultura digital y el turismo sostenible a partir del análisis, diseño e implementación de una plataforma web 2.0 para la ciudad de la Línea de la Concepción.

PALABRAS CLAVE: *La Línea de la Concepción, promoción turística, análisis web, tecnologías web 2.0, redes sociales, blogs, wikis, historia, patrimonio, Wikitravel.*

RESUMEN: *La finalidad de este trabajo consiste en fomentar y apoyar el turismo sostenible en la ciudad de La Línea de la Concepción (Cádiz), a través del uso de las tecnologías web 2.0. Se parte de un análisis y evaluación previa de la información disponible en la web sobre esta ciudad, llegando a la conclusión de que no es completa. El objetivo es aprovechar las ventajas que nos presentan las tecnologías web 2.0 para la difusión de la historia y los recursos turísticos de esta ciudad. Para ello, se ha utilizado la plataforma web 2.0 Wikitravel para incluir una nueva entrada con información turística sobre la ciudad de La Línea de la Concepción.*

ÍNDICE

Capítulo 1	Introducción	1
Capítulo 2	Análisis de las distintas entradas en la web referentes al turismo de esta ciudad. detección de anomalías y carencias	2
2.1.	Objetivos de las páginas web turísticas de un destino	2
2.2.	Análisis y evaluación del contenido de las web turísticas de la ciudad de La línea de la concepción	3
2.2.1.	Ámbito de estudio	3
2.2.2.	Análisis de las web turísticas evaluadas	4
Capítulo 3	Estudio de las tecnologías web 2.0 y su impacto	9
3.1.	La web 2.0	9
3.2.	Redes sociales	11
3.2.1.	Facebook	12
3.2.2.	Twitter	14
3.2.3.	YouTube	15
3.2.4.	LinkedIn	16
3.2.5.	Redes sociales turísticas	17
3.3.	Blogs	19
3.4.	Wikis	20
Capítulo 4	Recolección documentación relativa a la historia de la ciudad de la Línea de la Concepción, desde el punto de vista político, social y turístico	23
4.1.	Introducción	23
4.2.	Historia	23
4.3.	Cultura y patrimonio	28
Capítulo 5	Inclusión en la web wikitravel de una entrada para la ciudad de la línea de la concepción	32
5.1.	¿Qué es wikitravel?	32
5.2.	Copyleft	32
5.3.	Cómo crear un artículo nuevo	33
5.4.	Nueva entrada en wikitravel para la ciudad de la Línea de la Concepción	35
Capítulo 6	Conclusiones	42
Capítulo 7	Bibliografía	45

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

Nos encontramos en plena Era de la Información por lo que Internet, más que cualquier otra tecnología, se está convirtiendo en una herramienta esencial para esta búsqueda de la información por parte de los consumidores. Éstos, cada vez más, utilizan esta tecnología para informarse y mantenerse informado sobre cualquier asunto que les interese, y saben que pueden conseguirlo de manera instantánea, por lo que se están convirtiendo en consumidores exigentes en cuanto a su satisfacción informativa.

El turismo, debido a su naturaleza intangible, depende en gran medida de la información. Los productos turísticos no existen en el momento en el que el consumidor los adquiere. En esta venta el viaje, vuelo en avión o habitación de hotel no es normalmente más que información en el sistema de reservas de la empresa. Estos productos no se pueden probar antes de tomar la decisión de compra, por lo que esta decisión se basa sólo en la información ofrecida al consumidor (folletos de las Oficinas Nacionales de Turismo, anuncios en los medios de comunicación, recomendaciones de amigos etc.). Pero como hemos mencionado antes, esta información cada vez más la encontramos en Internet convirtiéndose en un importante recurso básico para los turistas que deseen informarse sobre un destino.

Por todo esto, las organizaciones turísticas o de marketing de los destinos deben aprovechar las oportunidades que brinda Internet para realizar su labor de promoción y presentar su oferta al público. Esta nueva realidad hace casi obligatoria la presencia del destino en la red para poder estar en el negocio y que no lo pasen por alto millones de personas que tienen acceso a Internet. Por consiguiente, Internet pasa a ser un nuevo instrumento para la comercialización de los destinos y productos turísticos.

Otro de los factores que ha hecho posible este incremento de la difusión de la información turística ha sido la web 2.0. En estos últimos 5 años, el desarrollo de las tecnologías 2.0 ha sido muy positivo para el sector turístico. Este concepto se vincula al auge de las redes sociales y el contenido generado por el propio usuario permitiendo una mayor facilidad al acceso de la información turística.

En este trabajo se pretende fomentar y apoyar el turismo sostenible en la ciudad de la Línea de la Concepción (Cádiz) aprovechando las oportunidades que nos ofrecen Internet y las tecnologías web 2.0. Para ello, en primer lugar se realizará un análisis y evaluación de la información turística que se dispone en la red sobre esta ciudad. En segundo lugar, se estudiará las distintas herramientas de la web 2.0 y su impacto en el sector turístico. Seguidamente

se procederá a la recolección de documentación relativa a la historia de esta ciudad, tanto desde el punto de vista político y social, como turístico, haciendo especial referencia a los bienes del Patrimonio Histórico Andaluz de esta ciudad. Para finalizar, se hará una inclusión en la web Wikitravel de una entrada para esta ciudad siguiendo las directrices marcadas por esta herramienta de la web 2.0.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DE LAS DISTINTAS ENTRADAS EN LA WEB REFERENTES AL TURISMO DE ESTA CIUDAD. DETECCIÓN DE ANOMALÍAS Y CARENCIAS

2.1. OBJETIVOS DE LAS PÁGINAS WEB TURÍSTICAS DE UN DESTINO

En un sector tan competitivo como es el turístico, el hecho de contar con un sitio web práctico, dinámico y atractivo puede determinar estar en la lucha por el liderazgo o caer en el olvido. Para ello se deben fijar unos objetivos que reflejen la finalidad de la página web turística antes de ponerla en marcha, y que a continuación enumeraremos:

- Potenciar y aumentar el negocio turístico en el destino por medio de la promoción e información de su oferta, sus atractivos y recursos.
- Favorecer la comunicación y relaciones entre los distintos agentes que intervienen en la actividad turística del destino (turistas, proveedores de servicios turísticos e intermediarios).
- Adquisición de ingresos para la web a través de la esponsorización del portal, inclusión de publicidad, venta de servicios turísticos o cobro de comisiones por ventas a los proveedores turísticos.
- Disminución de los costes de promoción y distribución del material impreso. El impacto que supone la creación de una página web turística es mucho mayor que los que causaría una campaña normal, siendo esta mucho más costosa y sin llegar a la cantidad de personas que a través de Internet sí se llega.

Tras la fijación de estos objetivos generales, los creadores de web turísticas deben fijar unos objetivos específicos en cuanto al diseño del portal los cuales se adecúen a los objetivos mencionados anteriormente.

2.2. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS WEB TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN

Para realizar el análisis de las páginas web referentes a la ciudad de La Línea de la Concepción que a continuación se desarrollará, se ha seguido la línea de dos documentos.

El primero se trata de “Promoción Turística de las Comunidades Autónomas en Internet”, realizado para el V Congreso “Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones” TuriTec 2004 en la Universidad de Málaga, el cual se basa en las pautas que la Organización Mundial del Turismo propone en dos de sus publicaciones sobre el comercio electrónico y la promoción de destinos turísticos en Internet (Díaz Luque, Guevara Plaza, & Caro Herrero, 2004).

El segundo estudio al que se ha tenido acceso para el análisis ha sido “Las Organizaciones de Promoción Turística de Destinos del Mediterráneo” de la Universidad de Almería, el cual propone una lista de características similares al del documento anterior, con el fin de evaluar la frecuencia con la que se han encontrado estas características en las webs de las organizaciones de promoción de destinos (Marín Carrillo & Sánchez Fernández).

El estudio abarca 6 páginas web turísticas de la ciudad, por ello se ha elegido este enfoque para facilitar la visión global de éstas y llevar a cabo el análisis de las deficiencias encontradas.

2.2.1. *Ámbito de estudio*

Este análisis se centra en páginas web referentes a la ciudad de La Línea de la Concepción que contienen información y recursos meramente turísticos. Se han analizado las siguientes webs que a continuación se detallan:

- Página web con información turística de la ciudad <http://www.lalineadelaconcepcion.net/>
- Web oficial de Turismo de Cádiz – Diputación de Cádiz <http://www.cadizturismo.com/destinos/provincias/cadiz/municipios/la-linea-de-la-concepcion/>
- Página web Comunidad Turística de Andalucía – Conserjería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía <http://www.andalucia.org/es/destinos/provincias/cadiz/municipios/la-linea-de-la-concepcion/>
- Página web turística de la ciudad <http://www.visitalalineacom.com/index.htm>
- Página web Andalucía Turismo Digital <http://www.andaluciaturismodigital.com/noticia.asp?idcontenido=7916>
- Página web Central de Reservas <http://www.andalucia.com/lalineadelaconcepcion/index.htm>

2.2.2. *Análisis de las web turísticas evaluadas*

Para elaborar el análisis de las web turísticas elegidas de la ciudad de La Línea de la Concepción se han agrupado las características evaluadas en 7 apartados: la página inicial, información general, servicios de intermediación ofrecidos, navegación y accesibilidad e idiomas.

- ***Página inicial***

La página inicial suele ser el primer contacto que tiene el usuario cada vez que accede a cualquier tipo de página web. Se puede decir que es nuestra página de presentación, la primera impresión que tendrán los visitantes que busquen información sobre nuestro destino. Por lo que esta página inicial deberá captar la atención del usuario causándole una impresión positiva para que éste continúe interesándose en el destino. El diseño de esta página web es parte esencial para su éxito.

Por tanto, deberá incluir una correcta combinación de características que permita hacer atractiva la web y que transmita su idea general. Imágenes, logos, texto, efectos, acceso a diferentes idiomas, menú de navegación y forma de contacto son elementos que pueden captar la atención del visitante de la web.

Uno de los aspectos que inciden en la atracción visual y que se han de tener en cuenta a la hora del diseño de la página inicial es el uso de una imagen principal o varias imágenes que vayan apareciendo cada cierto tiempo pero siempre en relación con el contenido de la página. También el uso de imágenes centradas en personas genera confianza al internauta además de llamar su atención.

Para realizar el análisis se ha observado si las páginas iniciales de las web turísticas de la ciudad de la Línea de la Concepción poseían estas características que se detallan en el siguiente cuadro:

Características	Descripción	Nº
Logotipo o marca	Imagen de marca del destino	5
Exclusividad turística	Web destinada en exclusiva al turismo	6
Breve descripción del destino	Breve texto promocional del destino	5
Fotografía	Imagen representativa	6
Menú extensible	Pasando con el ratón	3
Efectos	Que hacen atractiva la página inicial (flash, etc)	0
Acceso a otros idiomas	Enlace a la página web en otros idiomas	5
Meteorología	Información del tiempo, temperatura del destino	1
Hora local	Información de la hora del destino	2
Información de contacto	Teléfono, e-mail y dirección de la organización responsable	2
Fecha de actualización	Última fecha en que se modificaron contenidos en la web	0

Cuadro 1. Principales características de las páginas iniciales. Elaboración propia.

Tras el análisis de la página inicial de las 6 páginas web seleccionadas se observa que la mayoría de ellas poseen las características de logotipo, exclusividad turística, breve descripción del destino, fotografía y acceso a otros idiomas. Sin embargo sólo dos de estas seis páginas web son exclusivas de turismo de la ciudad de La Línea, las demás son páginas dedicadas al turismo de Andalucía o de la provincia de Cádiz que tienen un apartado para La Línea de la Concepción, por lo que sus páginas iniciales no son páginas iniciales como tales. Carecen de características y herramientas que puedan atraer la atención del visitante, no se resalta la imagen de la ciudad con fotografías de buena calidad y su diseño en general resulta bastante pobre.

- **Información general**

Los últimos estudios han demostrado que los turistas actualmente, a la hora de planificar su viaje, buscan previamente toda la información a través de Internet. Por lo que el tipo y la calidad de la información turística a la que se tiene acceso es esencial a la hora de la toma de la decisión de compra del turista.

Esto sucede debido a la intangibilidad de los productos y servicios turísticos y a que éstos no se obtienen o consumen en el momento de la compra o reserva. Por esto las webs turísticas tienen la misión de ofrecer y generar la adecuada información a los potenciales visitantes del destino para hacer la mejor promoción posible.

Esta información debe resultar atractiva, útil e interesante para el visitante, ofreciéndose de una manera ordenada, accesible y utilizando un lenguaje claro y conciso.

En este tipo de web turística lo más habitual es que contenga información sobre la **localización del destino, cómo llegar** a él, los **recursos turísticos** que se pueden visitar, información sobre **establecimientos** turísticos y también sobre **actividades** a realizar (visitas guiadas, turismo activo, etc) o eventos que ayuden a atraer a los turistas. Esta información es básica para una web de un destino turístico, que se puede considerar una información “estática” ya que no varía en el tiempo.

Aunque cuanta más dinámica sea la web mejor, por lo que se necesita de una **constante actualización** en aquella información que pueda ser susceptible de variaciones. Esto es muy importante ya que, hoy en día, las webs “mueren” o se vuelven obsoletas rápidamente.

Se ha elaborado una serie de contenidos informativos que pueden ser relevantes para los visitantes de las páginas web que a continuación se analizarán.

Tipo de información	Descripción	Nº
Localización	Información sobre la localización geográfica del destino	4
Cómo llegar	Diferentes medios para llegar a él	1
Mapa	Mapa a escala	3
Clima	Información climatológica de la región	1
Recursos turísticos	Información sobre monumentos, museos, plazas, etc.	6
Transporte público	Cómo moverse por el destino	0
Historia	Historia del destino	6
Cultura y costumbres	Información sobre la cultura, costumbres y tradiciones	0
Eventos y fiestas	Agenda cultural de eventos y fiestas populares	3
Gastronomía	Gastronomía de la zona, información sobre restaurantes	5
Alojamientos	Información sobre alojamientos: hoteles, apartamentos, etc.	3
Información turística	Oficinas y puntos de información turística	2

Cuadro 2. Contenidos informativos básicos de la web de un destino turístico. Elaboración propia.

Se observan diversas carencias informativas de significativa relevancia para el visitante que se interese por el destino. Información referente a la localización de La Línea, el cómo llegar a ella y un mapa orientativo es básica para el visitante a la hora de decidir y organizar su viaje, pero en este caso la mayoría de estas webs no le dan la importancia que merece y la información es

insuficiente. Solo una web da información de los diferentes medios para llegar a La Línea, y tres disponen de un mapa de la misma.

En su mayoría disponen de información de los principales museos y monumentos pero resulta bastante escueta, así como tampoco aparece la información sobre sus horarios, tarifas, consejos o curiosidades para el visitante. Tampoco se hace referencia a su cultura y costumbres ni información detallada de establecimientos de alojamiento, restaurantes u oficinas de información turística.

- ***Servicios de intermediación ofrecidos***

En estos últimos años la cadena de valor en el sector turístico se ha visto transformada por completo. La revolución que ha supuesto Internet nos ha dado la posibilidad de obviar el intermediario y dirigirse directamente al cliente final, creándose un diálogo directo con él. Siendo esto así, los destinos a través de la red pueden llegar a convertirse en **intermediarios comerciales**.

Además de aprovechar esta tecnología para darse a conocer al ser una útil herramienta de información y promoción, puede aportar un valor añadido a su destino a través de su comercialización online. Este tipo de tecnología supone también la reducción de la necesidad de intermediación de un tour operador, además de la reducción tanto de los costes de búsqueda como de los costes de coordinación directa entre turista y vendedor final.

A pesar de que la mayoría de las grandes empresas del sector turístico han integrado esta tecnología a sus páginas web, las organizaciones de marketing y administraciones públicas de los destinos están teniendo bastantes problemas para la integración de estos servicios comerciales online. Problemas como la integración tecnológica, la compleja gestión de disponibilidades y precios en establecimientos pequeños, la competencia del sector privado, los gastos de gestión que supone, etc. Por lo que después de invertir en proyectos costosos se dan cuenta de que es casi imposible y recurren a una simple integración en marca blanca con uno de los grandes (Entrevista a Toni Mascaró. Destinos que intentan intermediar online: más fracasos que éxitos., 2013).

Esta tendencia se puede observar en las webs seleccionadas para el análisis. Ninguna de ellas ofrece un servicio directo para la venta o reserva de servicios turísticos. Una de ellas ofrece enlace para las webs de reserva de alojamientos de Tripadvisor, Kayak y Trivago, y otra web es en sí una central de reservas.

- ***Navegación y accesibilidad***

La fácil navegación y accesibilidad al sitio web deben estar enfocados a la consecución de los objetivos que se mencionaron anteriormente, tales como hacer al cliente potencial que su primera experiencia sea agradable, con el fin de fidelizarlo a nuestra web.

Se puede también utilizar el concepto de **usabilidad web** que hace referencia al grado de facilidad de uso de un sitio web para sus visitantes. Esto es facilitarles la tarea de navegar por el sitio web y mejorar su experiencia.

Esta usabilidad web se convierte en una característica muy significativa ya que repercute en que el visitante visite el destino, desee seguir consultando la web y participar en su construcción escribiendo comentarios y opiniones, o realice recomendaciones a otras personas.

Para la mejora de la usabilidad web se proponen tres indicaciones a tener en cuenta:

- Evitar tanto el exceso de contenido informativo como la escasez. Establecer prioridades de acuerdo a los objetivos de los usuarios, ponerse en su lugar y ofrecer aquella información que realmente les va a ser útil.
- Facilidad de lectura del sitio web, prestando atención al tipo y tamaño de letra y al suficiente contraste de color y fondo. Sería conveniente realizar pruebas de lectura
- Realizar la estructura, el contenido y el diseño del sitio web en función de los objetivos establecidos. (Barba, 2013)

En cuanto a las facilidades para la accesibilidad del sitio web es conveniente que se cumplan varios aspectos tales como incluir enlaces a la página inicial en todas las páginas para evitar así perderse en sitios con muchas páginas y enlaces internos, disponer de una lista de los contenidos principales o menú principal que siempre esté presente para el fácil acceso a los contenidos, disponer de un buscador en la web a través de una palabra clave para saber si está dentro del sitio lo que se busca y, por último, de un mapa de la misma. Todas estas herramientas ayudan al visitante a acceder a la información que está buscando desechando la que no le interesa en ese momento. Un sitio web sencillo y rápido es más efectivo que uno creativo y lento.

Existe una pequeña regla que nos dice que el visitante saldrá de nuestra web si al tercer clic no encuentra lo que vino buscando, por esto es muy importante estructurar la información del sitio de una manera que el visitante lo tenga todo a la mano.

En el caso de las webs seleccionadas para el análisis se observan bastantes carencias de usabilidad y accesibilidad web que pueden hacer que el visitante no llegue a interesarse por el destino. En su mayoría están compuestas solo de texto, a veces sin disponer de una lista de contenidos que haga más fácil la consulta para el visitante. Solo dos de estas páginas webs disponen de buscador, probablemente se deba a la insuficiente información que ofrecen no han visto necesario la inclusión de él. Tampoco se presta demasiada atención al formato de letra utilizado llegando a ser en algunos casos demasiado pequeño para su fácil lectura.

En general, no se ha tenido demasiado en cuenta los objetivos de los usuarios que desean informarse sobre la ciudad ya que hay información que no es de mucha utilidad y otras que sí lo son pero no aparecen en ellas.

- **Idiomas**

Uno de los objetivos de las páginas web turísticas de los destinos es intentar llegar al mayor número de personas posibles, capturar la atención de una mayor cantidad de **público internacional** y que éstas sean comprensibles para todos. Por tanto se hace imprescindible disponer de varias versiones del sitio web en diferentes idiomas además del inglés ya que lo hará más atractivo para aquellas personas que no hablan español o inglés.

Sería interesante incluir 4 o 5 idiomas, principalmente idiomas de aquellos países de los que se reciban el mayor número turistas en el destino.

Del análisis de nuestras páginas web sobre la ciudad de La Línea de la Concepción se ha observado que sólo 4 de las 6 seleccionadas tienen la opción de poder ver la información en varios idiomas. De esas 4 sólo una ofrece versiones en otros idiomas, las demás utilizan la aplicación de Google Translator. Con esta aplicación que Google ofrece puede suceder que la traducción automática que realiza no sea la más correcta.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE LAS TECNOLOGÍAS WEB 2.0 Y SU IMPACTO

3.1. LA WEB 2.0

La **web 2.0** es un término que apareció en 2004 y que desató una nueva revolución en la era de Internet. Este concepto hace referencia a la evolución que sufrieron las aplicaciones tradicionales convirtiéndose en aplicaciones enfocadas a la participación y colaboración del usuario. Un sitio web 2.0 permite la **interacción entre usuarios** como creadores de contenido, a diferencia de los sitios web estáticos donde el usuario sólo se limitaba a lectura de la información que se había creado para él.

La gran evolución que ha tenido la web 2.0 en estos últimos años se debe al gran desarrollo y abaratamiento de estas tecnologías que facilitan su acceso a los usuarios.

Tim O'Reilly hizo popular este término en una conferencia para referirse a una segunda generación de web basada en las comunidades de usuarios/as y en una nueva serie de servicios. Propuso siete principios básicos de la web

2.0 bajo los cuales se han ido desarrollando y propiciando la colaboración e interacción de los usuarios en estos nuevos servicios:

- Utilización de la web como plataforma de trabajo, no sólo como forma de difundir información sino también para compartirla.
- Fortalecimiento de la inteligencia colectiva. Aprovechar el conocimiento de la multitud para mejorar los resultados.
- Gestión de las bases de datos como competencia básica. El valor de una aplicación de la web 2.0 viene dado por los datos que almacena y que hace disponibles.
- Fin del ciclo de las actualizaciones de versiones de software. Cada vez que el usuario visite un sitio el navegador descargará automáticamente la última versión disponible de la aplicación.
- Modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad.
- Software no limitado a un solo dispositivo. Se puede navegar en la web 2.0 a través de múltiples dispositivos que se adaptan para su correcta visualización.
- Experiencias enriquecedoras de los usuarios. (Guevara Plaza, 2008)

Esta nueva tendencia tecnológica ha sido aprovechada por los distintos sectores económicos de los países industrializados y en vías de desarrollo para para posicionar sus productos y/o servicios en los mercados nacionales e internacionales.

En cuanto al impacto que ha supuesto la web 2.0 en el sector turístico podemos decir que su evolución ha sido imparable y que ha cambiado significativamente la forma de viajar y de organizar el viaje de los usuarios. La aparición de nuevos canales de distribución como agencias de viajes online, y sitios web de empresas turísticas ha provocado una auténtica revolución en la comercialización del turismo, así como las nuevas herramientas para el intercambio de información y experiencias sobre destinos y productos turísticos de los visitantes han configurado la denominada web 2.0 que aplicada al turismo se conoce como **travel 2.0**.

Travel 2.0 hace referencia a las nuevas formas de viajar de los usuarios utilizando sus herramientas para consultar blogs, redes sociales, buscar opiniones, críticas y recomendaciones de otros usuarios que ya estuvieron en el destino, comparar precios, etc. Pero este proceso continúa durante y al final de su viaje compartiendo fotos, grabaciones, opiniones sobre su experiencia, dejando disponible en la red esta información a los potenciales visitantes.

A la hora de su promoción turística los destinos tienen una gran oportunidad a través del uso de las herramientas que les proporciona la web 2.0. Las opiniones y experiencias de los usuarios poseen una significativa influencia en la decisión de visitar o viajar a un destino, debido a que reducen su sensación de riesgo y desconocimiento de los servicios turísticos.

Todo esto es posible gracias a la multitud de herramientas y aplicaciones que la web 2.0 pone a nuestra disposición. A continuación se hará un estudio

de las principales aplicaciones de la web 2.0 y de las relacionadas con el turismo señalando aquellas que la ciudad de la Línea de la Concepción utiliza para su promoción.

3.2. REDES SOCIALES

Las redes sociales se han convertido en un gran fenómeno que ha revolucionado la forma de relacionarse e interactuar de los usuarios. Son espacios donde se facilita la comunicación de usuarios con intereses comunes. Esta tendencia se ha extendido tanto debido a que es un sistema abierto y de fácil acceso para los usuarios hoy en día.

Una definición de red social podría ser “la herramienta de comunicación en línea que permite a los usuarios crear un perfil público o semipúblico, crear y ver sus propias redes, así como la de otros usuarios, e interactuar con la gente en sus redes”. En cuanto a sus características comunes se puede señalar las siguientes:

- Perfiles visibles o semivisibles.
- Intercambio de ficheros (fotos, vídeos).
- Intercambio de información.
- Capacidad de crear nuevos enlaces y modos de conexión en línea.
- Interconectividad entre usuarios (comentarios en red).
(Domínguez Vila, Araújo Vila, & Fraiz Brea, 2011)

En sus comienzos las redes sociales eran más bien un sitio web de ocio pero con el paso del tiempo han ido evolucionando y cada vez más las empresas las incorporan, llegando a tener gran importancia tanto en sus áreas de marketing o de recursos humanos, como incluso en la de producción o financiera. Las empresas y destinos turísticos están utilizando las redes sociales para generar negocios, comunicarse entre sí y entre sus visitantes de manera más rápida e interesante ya que aporta diversos beneficios además de la promoción. Entre estos beneficios podemos destacar:

1. Conocer y escuchar lo que los consumidores dicen acerca del destino o servicio turístico, y así poder tomar acciones frente a las críticas negativas o agradecer las positivas, dando así un mejor servicio según las necesidades de los consumidores.
2. Mantener informado a los consumidores sobre la situación del destino o empresa diariamente. Las redes sociales permiten enviar un mensaje masivo sobre lo que sucede en caso de contratiempos. Con esto se da un servicio adicional y de calidad al turista creándole confianza ya que se muestra una preocupación e interés por él.
3. Conseguir recomendaciones y experiencias de los turistas. Si el turista ha tenido una buena experiencia lo colocará en las redes sociales lo que está siendo más efectivo que el tradicional boca a

boca entre familiares y amigos. Aunque esto, sin embargo, puede ser un arma de doble filo si esta recomendación es negativa.

4. Aumentar el número de personas que visitan el sitio web del destino o empresa turística. A través de las redes sociales se mantiene al tanto a los usuarios de las novedades de sus servicios.

Las redes sociales más utilizadas por los usuarios y empresas son Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Google+ y Pinterest.

También encontramos muchísimas redes sociales enfocadas al turismo donde se comparten experiencias, fotografías y se califican y puntúan la calidad de los productos y servicios turísticos recibidos.

Se hará un breve recorrido por las redes sociales más importantes y sobre diversas redes sociales turísticas.

3.2.1. Facebook

Facebook es actualmente la red social más popular en prácticamente el mundo con sus más de 900 millones de usuarios. Su creador fue Mark Zuckerberg estudiante de la Universidad de Harvard en Estados Unidos. Nació para facilitar la comunicación entre los estudiantes, intercambiar apuntes, y organizar reuniones estudiantiles.



Imagen 1. Fuente: www.caminos.upm.es

La base en la que se fundamenta y orienta Facebook es muy simple: es una red que conecta personas con personas. A pesar de esto, también ha ido adquiriendo importancia las empresas a través de las páginas de Facebook debido a la gran cantidad de usuarios que posee.

Las empresas y destinos turísticos se pueden aprovechar de esta importante red social beneficiándose de sus ventajas, tales como:

- **Facilidad en el contacto con el cliente o visitante**, se fomenta el diálogo directo entre empresa y cliente.
- **Propaganda boca a boca**, propicia el efecto viral de las campañas promocionales en las redes sociales donde los usuarios participan en ellas y ayudan a su difusión entre otras personas.
- **Favorece el feedback** en tiempo real con el usuario y así medir el éxito que están teniendo las iniciativas o innovaciones de las empresas a través de las reacciones y comentarios de los usuarios de manera inmediata.
- **Segmentación o targeting**, permite a la empresa dirigirse a un determinado público según sus intereses.

- **Gran número de usuarios** que permite tener un alcance en la red muy amplio, siendo ideal para contactar con clientes potenciales o fidelizarlos. (Marketing, 2010)

Como se ha mencionado anteriormente las **páginas de Facebook** son una útil herramienta para las empresas ya que permiten la fidelización de sus clientes. El usuario que hace clic al botón “Me gusta” de la página de Facebook de una empresa turística o destino, no sólo expresa su agrado ante ella sino que se suscribe a recibir sus actualizaciones, publicaciones y a mantenerse informado en todo momento de sus novedades.

Si hacemos una búsqueda en Facebook de la Línea de la Concepción observamos que aún no hay página de Facebook para esta ciudad, sólo podemos encontrarla en el servicio de **Facebook “Lugares”**. Este es un servicio de geolocalización que permite a los usuarios compartir con sus amigos su ubicación. Localiza al usuario en un mapa y esta información es compartida con otros usuarios de este servicio. Por ejemplo, cuando una persona llega a un destino, restaurante, hotel, etc. lo puede anunciar a través de esta aplicación y ver cuáles de sus amigos están cerca de él en ese momento.

La página de “Lugares” de la ciudad de la Línea de la Concepción se ha creado automáticamente para este servicio, como dice literalmente en ella “Esta página se genera automáticamente según los intereses de los usuarios de Facebook y no está afiliada ni respaldada por nadie asociado con el tema”.

En ella podemos ver qué amigos nuestros han visitado esta ciudad, sus fotos en ella, páginas de Facebook de hoteles y restaurantes de La Línea de la Concepción, grupos relacionados, personas que viven en ella, y una breve descripción de la ciudad extraída de la página de la ciudad en Wikipedia.

The screenshot shows the Facebook 'Lugares' page for 'La Línea de la Concepción, Spain'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and the user's name 'Inma'. The main content area features a large image of the town, followed by the title 'Información La Línea de la Concepción, Spain' and the category 'Ciudad'. Below this is a brief description of the town's location and a link to the Wikipedia page. To the right, there are buttons for 'Te gusta' and 'Editar lugares', along with location information: 'Ubicación Andalucía, Spain', 'A 7896 personas les gusta este tema', and '93 837 han estado aquí'. A weather widget shows 'Parcialmente nublado 22 °C'. Below the main information, there is a section titled 'Amigos que han visitado La Línea de la Concepción' with a sub-header 'Han estado aquí 4 Han vivido aquí 1 Desde aquí 1 Le gusta esta página y otras relacionadas 1'. This section displays four small profile pictures of users. To the right of this section is a map titled 'Mapa' showing the location of La Línea de la Concepción in the Bay of Cádiz, near Gibraltar and Algeciras.

Imagen 2. Elaboración propia.

3.2.2. Twitter

Podemos decir que **Twitter** es la plataforma de microblogging¹ por excelencia, que reúne las ventajas tanto de una red social, de un blog y de la mensajería instantánea. Permite la comunicación entre sus usuarios en tiempo real y a través de mensajes de 140 caracteres cómo máximo.

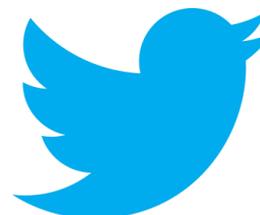


Imagen 3. Fuente: www.imperium.com

A diferencia de Facebook, las relaciones en Twitter son asimétricas, es decir no es necesario que las dos partes se pongan en contacto sino que diferencia entre “seguidores” o “followers” y “seguidos” o “followed”.

Aunque parezca que 140 caracteres son pocos para comunicar, la verdad que Twitter se ha convertido en una valiosa herramienta para la comunicación y que cada vez más empresas turísticas lo utilizan como instrumento para el marketing turístico, de forma que añaden valor a sus ofertas y promociones. Pero esto requiere de una estrategia sólida y bien orientada ya que si no se promociona calidad y se abusa de esta mensajería instantánea los tweets pueden perder el factor humano y ser fácilmente marcados como spam por los usuarios de Twitter.

Twitter permite a las empresas tener un mayor posicionamiento en la red y una interacción inmediata con el usuario interesado en el mercado turístico. Se crea una comunicación directa con los seguidores de la cuenta de la empresa invitándolos a participar, comentando, recomendando o como forma de reclamación. Si se realiza una gestión adecuada de la cuenta, puede ser una estrategia eficaz, sencilla y complementaria a las estrategias tradicionales.

Su principal característica es la inmediatez y se convierte en una herramienta idónea para el sector turístico. Las primeras empresas que han sabido verle este potencial han sido las aerolíneas, a pesar de que aún Facebook la supera en número de usuarios, estas empresas entienden que los usuarios de Twitter son mucho más influyentes.

Además Twitter cuenta con un apartado llamado “**Twitter for Business**” con información sobre cómo gestionar la cuenta de Twitter de una empresa, cómo anunciarse, las herramientas que proporciona para ello, ejemplos de casos de éxito y un sinfín de información para hacer Marketing online a través de esta red.

La ciudad de la Línea de la Concepción tampoco tiene presencia en Twitter. Carece de una cuenta oficial de la ciudad donde pudiera ofrecer diariamente sus novedades acerca de sus recursos turísticos, eventos o

¹ Microblogging o nanoblogging es un servicio de la web social que permite enviar y publicar mensajes de pocos caracteres con información sencilla y simplificada.

noticias relacionadas y aprovecharse de todos los beneficios que aporta esta red comentados anteriormente.

3.2.3. YouTube

YouTube es un servicio web gratuito donde usuarios de todo el mundo pueden subir y compartir vídeos. Con sede en San Bruno, California (EE.UU), fue creado a principios de 2005 por tres antiguos empleados de Paypal. Tal ha sido su éxito que ya en 2006 la revista Time lo nombró invento del año y poco después fue adquirido por Google operando ahora como una de sus filiales.

Su principal innovación fue el hecho de poder visualizar vídeos sin necesidad de descargar el archivo al ordenador personal. En principio YouTube fue creado para compartir vídeos personales, de vacaciones, fiestas etc. con amigos o familiares. Pero debido a su enorme crecimiento se comenzaron a publicar videoclips, trozos de películas y programas de televisión. Las empresas también comenzaron a hacer uso de este portal difundiendo sus anuncios en él.

Para reflejar el alcance que ha tenido YouTube en estos últimos años, he aquí algunas cifras clave:

- YouTube es el tercer sitio web más visitado del mundo, el siguiente sitio mejor situado de vídeo en Internet se encuentra en el puesto 100.
- El buscador de YouTube es el segundo buscador más popular del mundo, después de Google, por delante de Yahoo o Bing.
- YouTube recibe más de 800 millones de visitas únicas al mes.
- En el 2012 alcanzó las 4000 millones de reproducciones de vídeos al día. Esto representaría 4 reproducciones por día por cada habitante de los países desarrollados. (López, 2013)

En cuanto al impacto que ha supuesto en el sector turístico, podemos decir que ha sido muy relevante. Se ha convertido en una útil herramienta para los destinos y empresas turísticas para mostrar sus productos y atractivos. Una gran parte de personas que buscan vídeos en YouTube, lo hacen para obtener información y detalles sobre los destinos a los que les gustaría viajar. Los tipos de vídeo turísticos que se pueden encontrar suelen ser de experiencias propias de los turistas, de empresas turísticas y de los propios destinos.

Otra novedad que aportó YouTube fue la creación de **canales**. Son espacios personalizados que se crean cuando un usuario sube un vídeo a YouTube para que otros lo puedan ver. Contiene el perfil de usuario, videos subidos, favoritos, canales a los que se ha suscrito, tu actividad y la de los canales suscritos en YouTube y además permite definir y gestionar la forma en que los visitantes visitarán el canal.

Empresas y destinos turísticos utilizan también estos canales como un recurso más para mostrar y difundir sus atractivos y ofertas entre los usuarios de esta red.

La ciudad de la Línea de la Concepción no posee un canal oficial como destino turístico creado específicamente por alguna organización, sino que YouTube ha generado automáticamente un canal para esta ciudad a través de algoritmos que recopila los vídeos más populares por tema. Este canal recopila todo tipo de vídeos relacionados con La Línea de la Concepción, el cual funciona como canal de usuario que permite la suscripción a él de otros usuarios para mantenerse al tanto de los nuevos vídeos.

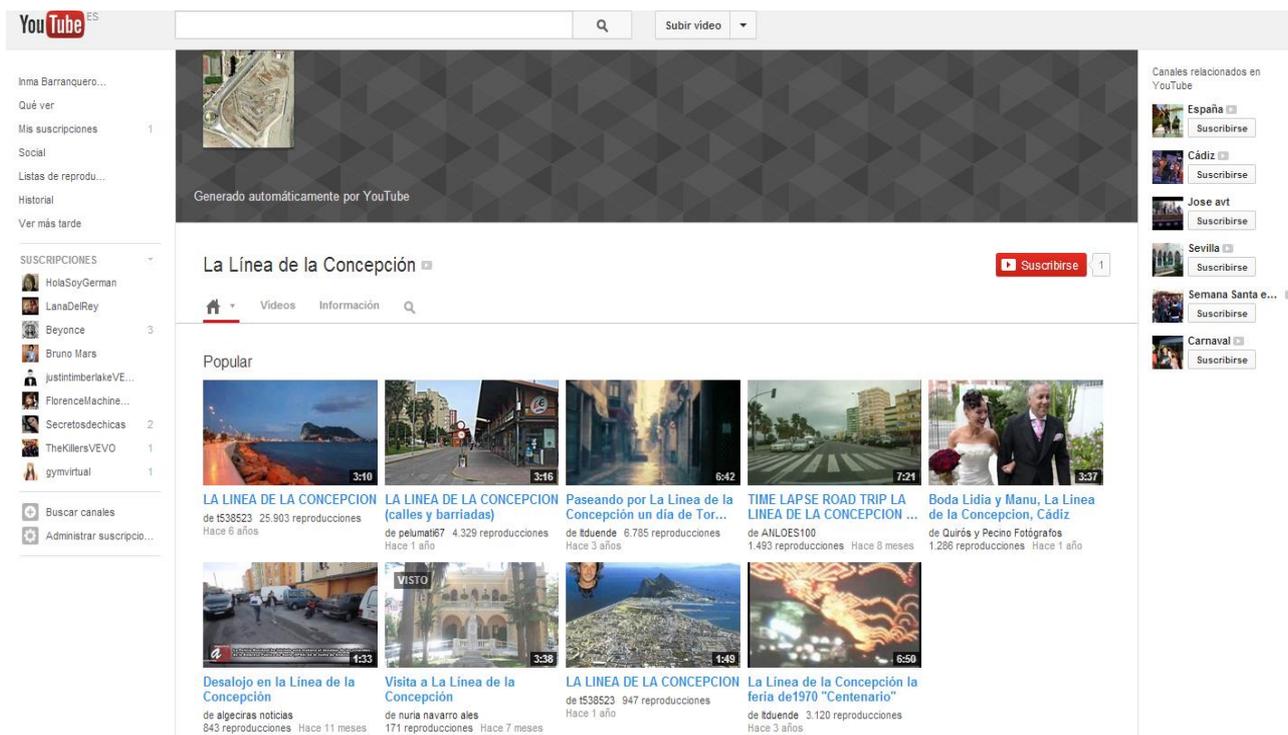


Imagen 4. Elaboración propia.

3.2.4. LinkedIn

LinkedIn es la mayor **red social profesional de contactos y negocios**, donde su objetivo principal es poner en contacto a empresas y profesionales de todo el mundo para compartir intereses y ayudarse unos a otros a mejorar y aumentar su productividad y rendimiento. Se ha convertido en una herramienta muy útil para la búsqueda de empleo, establecer nuevas relaciones comerciales y formar parte de grupos de discusiones en esta red.



Imagen 5. Fuente: www.gedestic.es

Como toda red social en LinkedIn cada usuario tiene su perfil que se asemeja a su Currículum Vitae el cual incluye su experiencia laboral, habilidades, aptitudes y conocimientos entre otros detalles, lo que permitirá buscar y ser buscado por expertos, y poder establecer comunicación.

De entre las utilidades de LinkedIn para profesionales y empresas se pueden destacar:

- Permite la expansión de la red profesional de un usuario lo que le puede aportar más oportunidades profesionales.
- Conecta con amigos, conocidos, clientes, empresas, etc. para expandir así estas oportunidades.
- Muestra la experiencia laboral del usuario, sus logros y recomendaciones de amigos o clientes.
- Permite estar en contacto con personas con los mismos intereses y objetivos profesionales a través de los grupos.
- Proporciona un canal donde aumentar la financiación.

LinkedIn supone para las empresas turísticas en concreto un instrumento muy efectivo a la hora de crear alianzas estratégicas. Posee un gran potencial para la búsqueda de clientes y proveedores, darse a conocer y encontrar opiniones y recomendaciones de los expertos en este sector.

3.2.5. Redes sociales turísticas

Existen también diversas redes sociales enfocadas al turismo, donde los propios usuarios comparten información acerca de sus experiencias viajando, se recomiendan y puntúan empresas turísticas y sirven de guía para el turista a la hora de planificar sus viajes. De entre ellas se destacarán las siguientes:

- **Tripadvisor**

Se trata de la **web de viajes** más grande del mundo y la más representativa de la web 2.0 relacionada con el turismo. Permite a los viajeros planificar su viaje a través de los consejos y recomendaciones que otros viajeros reales dan sobre destinos, sitios de interés, hoteles, restaurantes, etc. También posee herramientas y enlaces directos para la reserva y planificación.

Con sus más de 260 millones de visitantes al mes y sus más de 125 millones de opiniones y comentarios, esta red conforma la **comunidad de viajeros** más grande del mundo.

Las empresas turísticas, destinos o recursos turísticos pueden anunciarse aquí de forma gratuita, además de obtener perfiles plus para que los visitantes se pongan en contacto con estos directamente. Tripadvisor, además, pone a disposición de las empresas y profesionales del sector turístico una división específica llamada "**Tripadvisor for business**", donde se ofrecen herramientas y oportunidades para el marketing, publicidad y soluciones de contenido.

La ciudad de la Línea de la Concepción está bien posicionada en Tripadvisor. Al hacer una búsqueda sobre la ciudad se observa que cuenta con multitud de hoteles, restaurantes y atracciones inscritas en esta red donde los usuarios aportan sus opiniones y críticas además de fotos y vídeos de la ciudad y sus recursos.

tripadvisor.es
La web de viajes más grande del mundo
Viajar a La Línea - Turismo en La Línea, España

Encuentra el hotel perfecto en TripAdvisor. Consulta millones de opiniones de viajeros.

Inicio > Europa > España > Andalucía > Costa de la Luz > Viajar a La Línea

Viajar a La Línea

Todas las fotos y vídeos del viajero

Los mejores hoteles de La Línea

Hoteles	Hostales
<p>AC Hotel La Línea by Marriott ★★★★☆ 232 opiniones</p> <p>Asur Hotel Campo de Gibraltar ★★★★☆ 455 opiniones</p> <p>Hostal La Campana ★★★★☆ 18 opiniones</p>	<p>H. Apartamentos Vista Real ★★★★☆ 21 opiniones</p> <p>Hostal Margarita ★★★★☆ 14 opiniones</p> <p>Hostal Paris ★★★★☆ 19 opiniones</p>

Ver 823 opiniones sobre 12 hoteles

Restaurantes y atracciones mejor puntuados

Restaurantes

- La Chimenea** ★★★★★ 98 opiniones
- El Rincon De Juan**

15 amigos han estado en La Línea y localidades cercanas

¿Es esta la mejor foto de viajes del mundo? [Vota ahora](#)

Imagen 6. Elaboración propia.

- **Minube**

Se trata de una red social de viajes española pensada específicamente para viajeros y aventureros. Este proyecto nació en 2007 de la mano de un grupo de emprendedores españoles.



Imagen 7. Fuente: www.celularis.com

Minube ofrece cuatro servicios:

- Decide tu destino, inspírate: A través de las experiencias, recomendaciones, puntuaciones, opiniones, fotos y vídeos de otros viajeros los usuarios pueden inspirarse y decidir cuál y cómo será su próximo viaje.
- Planifica tus viajes: Los usuarios pueden planificar dónde se alojarán, los restaurantes y sitios de interés que visitar y guardarlos en su perfil. Una de las innovaciones de Minube es la posibilidad que da a los usuarios para poder crear sus propias

guías de viaje en PDF basadas en las recomendaciones y experiencia de otros viajeros y en los gustos propios del usuario.

- **Compara precios:** Los usuarios pueden usar su comparador de precios de hoteles y vuelos en más de 45 webs. Además no cobra comisión alguna.
- **Comparte tus viajes:** Tras sus viajes los usuarios pueden compartir sus experiencias y opiniones para que otros viajeros puedan beneficiarse de ello. Además, pueden crear su propio blog para contar y guardar estas experiencias.

Otra novedad de Minube es su canal de televisión de viajes en Internet, **Minube.tv**. Este canal nace con el objetivo de motivar a los viajeros a decidir sus destinos a través de vídeos y documentales de la mano de viajeros de a pie. Este formato aporta un gran valor ya que la experiencia que se obtiene tras leer un artículo sobre un destino a verlo en vídeo puede marcar la diferencia.

Al hacer una búsqueda sobre la Línea de la Concepción Minube nos propone 5 apartados, Qué ver, Qué hacer, Dónde comer, Dónde dormir y Vuelos baratos, con detallada información que los viajeros han aportado sobre esta ciudad.

Otras redes sociales turísticas con similares características y servicios que Tripadvisor y Minube son **Viajeros.com**, la comunidad de viajeros más completa de habla hispana, **I wanna go there**, **Geckogo**, **Travelers Point** y **Triplt** entre otras.

3.3. BLOGS

Un **blog** es un sitio web donde uno o varios autores recopilan y publican cronológicamente y en orden inverso, apareciendo el más reciente primero, artículos y textos de diversas temáticas. La palabra blog viene de la unión de las palabras web y log (diario en inglés). Suelen hacer uso de enlaces a otras páginas web y blogs para ampliar la información y además permiten que los lectores hagan comentarios y así establecer una conversación entre autor y lector acerca de lo publicado.

Lo que diferencia a un blog de un sitio web es la naturaleza de sus contenidos, y las características que lo diferencian podemos resumirlas en tres:

- Se realizan publicaciones periódicamente. Por esto también se le llama bitácoras o diario.
- Crea una comunidad de lectores con los mismos intereses o aficiones a través de sus comentarios.
- Cada blog refleja un toque personal, suelen tener un tono informal y cercano creándose una relación de confianza entre autor y lector.

Para la creación de un blog existen en la red diversos sistemas o plataformas gratuitas que permiten la publicación de cualquier tipo contenidos

ya sea texto, fotos o vídeos. Se destacarán los más populares utilizados por los blogueros:

- **Blogger:** Popular plataforma para contenidos de blog, creada por Pyra Labs y comprada posteriormente por Google Inc. en 2003. Famosa por su facilidad de uso y por los múltiples servicios que ofrece a sus usuarios, como la publicación de textos, fotos y videos, herramientas para la personalización del blog y corrector de ortografía. Es ideal para los principiantes en el uso de blogs. Otra característica que lo hace muy popular es la posibilidad de ganar dinero a través de anuncios y publicidad con la aplicación Google AdSense. Además con una cuenta en Blogger los usuarios pueden seguir a sus blogs favoritos y estar al tanto de sus últimas publicaciones. Blogspot es la extensión que Blogger da a los usuarios al crear el dominio de sus blogs.
- **Wordpress:** es otro popular sistema de gestión de contenidos considerado el más completo y eficaz. Se caracteriza también por su facilidad de uso y su estética elegante. Dispone de 60 tipos de plantillas con estilos y diseños diferentes, según el carácter que el usuario le quiera dar a su blog. Además ofrece un servicio de estadísticas bastante popular para saber el número de personas que visitan, de dónde provienen, etc.

En cuanto a blogs relacionados con el turismo existen en la red una gran multitud de ellos donde los usuarios cuentan sus experiencias, recomiendan y dan consejos a sus lectores.

Existen diversos blogs relacionados con la ciudad de la Línea de la Concepción, la mayoría escritos por gente de la ciudad donde se publican información acerca de su historia, cultura y costumbres, atractivos, noticias, etc. Algunos de ellos son:

- Blog dedicado a La Línea de la Concepción y a sus habitantes
http://lalineadelaconcepcion.gentesde.com/?page_id=2
- Guía turística y gastronómica de la Línea de la Concepción
<http://gastronomiayunapizca.blogspot.com.es/2011/09/guia-turistica-y-gastronomica-de-la.html>
- Página web sobre la ciudad donde se facilitan enlaces a blogs clasificados según temática
<http://lalineaaenblancoynegro.com/index.html>

3.4. WIKIS

Un wiki o una wiki es un sitio web en el que sus usuarios colaboran en la creación, edición o borrado de su contenido. La palabra “wiki” proviene del hawaiano que significa “rápido”, debido a la rapidez que supone este medio para crear y actualizar sus páginas. Este formato se ha convertido en una útil

herramienta utilizada para la **difusión de conocimientos y el trabajo en equipo**.

Gracias a las wikis los usuarios pueden crear páginas sin tener que preocuparse por el diseño, formato o la organización de las mismas. Además permiten insertar enlaces o hipervínculos a otras páginas wiki si se inserta el título de alguna de ellas entre la información.

Para crear una wiki no es necesario tener muchos conocimientos sobre informática o programación ya que ofrece de una manera muy sencilla la posibilidad de insertar textos, hipertextos, enlaces, documentos digitales, fotos, etc.

Su principal inconveniente a veces puede ser la falta de autenticidad y rigor ya que cualquier persona puede participar en una wiki sin que la información que publique esté lo suficientemente contrastada. Por ello se intentan tomar las medidas más adecuadas que se encuentran al alcance para mejorar la fiabilidad de la información publicada.

Otro inconveniente de esta herramienta es la escasa protección de los derechos de autor que brinda debido a su facilidad para la copia de sus contenidos a los que tienen acceso todo el mundo. Por ello, se utilizan en las wikis la licencia **Atribución 2.0 de Creative Commons** bajo la cual se permite a cualquiera copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, así como hacer un uso comercial del contenido siempre y cuando se reconozca y cite el autor original. (Falla Aroche, 2006)

Sin duda la wiki más grande y popular que existe es **Wikipedia**. Se trata de una enciclopedia online y gratuita. Su lema es “La enciclopedia libre que todos pueden editar”. Posee más de 37 millones de artículos en 284 idiomas redactados por usuarios de todo el mundo. Nació en 2001 por sus creadores Jimmy Wales y Larry Sanger con la idea de que cualquier persona pudiera colaborar con información sobre temas que domine.

Desde su creación su popularidad ha ido en aumento, encontrándose actualmente entre los 10 sitios web más populares del mundo. Este éxito ha llevado a la aparición de proyectos similares con diferentes temáticas como Wikcionario (diccionario libre), Wikilibros (libros, manuales, tutoriales de contenido libre y gratuito), Wikinoticias (fuente de noticias), Wikiquote (frases célebres), entre otros.

En cuanto a temática turística también encontramos wikis relacionadas como es el caso de **Wikitravel**, una guía turística libre y de la que se hablará en profundidad más adelante. La ciudad de la Línea de la Concepción carece actualmente de una entrada en Wikitravel por lo que se incluirá una y se explicará cuáles son los pasos para ello.

Existe también **Wikanda**, basada en el concepto wiki, se trata de una enciclopedia libre de contenidos sobre el saber popular de Andalucía. Reúne los conocimientos de los propios andaluces sobre sus pueblos y ciudades, sus costumbres y leyendas, su arte, ciencia e historia. Wikanda pretende albergar

cuestiones e historia locales que son más del interés de la propia comunidad local que del interés universal como es el caso de Wikipedia.

La plataforma Wikanda se divide en wikis provinciales, centradas en las 8 provincias de la comunidad andaluza, y por otra parte incluye un wiki genérico para temas transversales o comunes de Andalucía.

En cuanto a la provincia de Cádiz se encuentra **Cadizpedia** con información general de la provincia y de sus localidades entre las que se incluye la ciudad de La Línea de la Concepción con detallada información sobre su historia, geografía, cultura, economía, gastronomía, sociedad, fiestas, etc.

The screenshot shows the Cadizpedia website interface. At the top left is the 'Cadizpedia' logo. To the right, there are navigation links for 'Registrarse/Entrar', a search bar with the text 'Buscar', and a 'Página aleatoria' link. Below these are social media buttons for 'Recomendar' (6) and 'Twitter' (0). The main content area is titled 'La Línea de la Concepción' and includes a map of the location, a list of categories, and a detailed description. The left sidebar contains navigation, help, and tools sections. The right sidebar contains a 'Contenido' section with a list of links to various articles.

NAVIGACIÓN

- Portada
- Portal de la comunidad
- Actualidad
- Cambios recientes
- Índice de artículos

AYUDA

- Participa
- Resuelve tus dudas
- Tutorial de videos
- Contacto
- Más ayuda

SOBRE CADIZPEDIA

- ¿Qué es Cadizpedia?
- Fundamentos
- Reglas genéricas
- Propiedad intelectual
- Preguntas frecuentes
- Estadísticas

HERRAMIENTAS

- Lo que enlaza aquí
- Cambios relacionados
- Páginas especiales
- Versión para imprimir
- Enlace permanente

LOCAPEDIAS

- Almeriapedia
- Cádizpedia

La Línea de la Concepción

Categorías: La Línea de la Concepción | Campo de Gibraltar

Comarca: Campo de Gibraltar
Población: 63.026 habitantes.
Altitud: 5 metros.
Superficie Física: 26 kms².
Gentilicio: Linense

Descripción

La Línea de la Concepción es una ciudad de la provincia de Cádiz perteneciente a la Comarca del Campo de Gibraltar. En el año 2005 contaba con 62.682 habitantes. Su extensión superficial es de 26 km² y tiene una densidad de 2.410,8 hab/km². Sus coordenadas geográficas son 36º 10' N, 5º 20' O. Se encuentra situada a una altitud de 5 metros y a 134 kilómetros de la capital de provincia, Cádiz. Sus habitantes reciben el gentilicio de linenses.

Se asienta sobre el istmo arenoso que une el Peñón de Gibraltar con la costa, en el flanco este de la Bahía de Algeciras, entre Sierra Carbonera y el Peñón de Gibraltar.

Contenido [ocultar]

- 1 Descripción
- 2 Geografía
 - 2.1 Playas
 - 2.2 Clima
 - 2.3 Hoteles
- 3 Comunicaciones
- 4 Demografía
- 5 Economía
- 6 Historia
 - 6.1 La Guerra de Sucesión Española y la ocupación inglesa de Gibraltar
 - 6.2 La Línea de Contravalación o La Línea

Imagen 8. Elaboración propia.

CAPÍTULO 4

RECOLECCIÓN DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LA HISTORIA DE LA CIUDAD DE LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN, DESDE EL PUNTO DE VISTA POLÍTICO, SOCIAL Y TURÍSTICO

4.1. INTRODUCCIÓN

La ciudad de la Línea de la Concepción pertenece a la provincia de Cádiz y a la comarca del Campo de Gibraltar. En el año 2012 contaba con 64.704 habitantes. Se asienta sobre el istmo² arenoso que une el peñón de Gibraltar con la costa, en el flanco este de la bahía de Algeciras, entre Sierra Carbonera y el peñón de Gibraltar. Su extensión superficial es de 26,1 km², y se encuentra situada a una altitud de 5 metros.

4.2. HISTORIA

A pesar de ser una de las ciudades más modernas, en cuanto a su origen, el estratégico enclave que ocupa la localidad gaditana de La Línea de la Concepción entre Sierra Carbonero y el mediterráneo, ha hecho de esta tierra un codiciado objeto de deseo desde la Antigüedad. La ciudad toma su actual nombre de la antigua “Línea de Contravalación de la Plaza de Gibraltar”, denominación dada a las fortificaciones que ordenó construir Felipe V en el s. XVIII con la intención de hacer prevalecer la presencia española sobre el istmo que separaba este territorio de la colonia gibraltareña cedida a los ingleses en Utrecht.

Lo que hoy día es término municipal de La Línea de la Concepción, fue parte del término de Gibraltar, en el Reino de Sevilla, desde su reconquista al Reino Nazarí de Granada por parte de la Corona de Castilla en el siglo XV, hasta la invasión inglesa a principio del siglo XVIII.

Sus orígenes como escenario humano se remontan a los ancestrales tiempos en que los primeros homínidos se adentraron en suelo peninsular, procedentes de África; por los alrededores abundaban los yacimientos prehistóricos paleolíticos y neolíticos, así como vestigios de las diferentes civilizaciones que habitaron la comarca. Iberos, fenicios, griegos, cartagineses, romanos, visigodos y árabes dejaron en esta ciudad sus huellas, hasta que los

² Se denomina istmo a la franja estrecha de tierra, que une dos áreas mayores de tierra a través del mar. En general, estas tierras están rodeadas de agua salvo en el sector que ocupa el istmo. Pueden unir islas, continentes, una península con el continente o una isla con continente.

castellanos de Alfonso X el Sabio cristianizaron el lugar y lo homogeneizaron con el resto de sus dominios recién adquiridos. (Datos históricos del Municipio de La Línea de la Concepción, 2013)

La Guerra de Sucesión Española y la ocupación inglesa de Gibraltar

Al morir Carlos II El Hechizado sin heredero a la Corona de España, estalló la Guerra de Sucesión Española entre los dos pretendientes principales al trono español, Felipe de Anjou y el Archiduque Carlos de Austria. El primero de ellos contaba con el apoyo de Francia, ya que era nieto de Luis XIV de Francia, mientras que Austria, Inglaterra y Holanda eran partidarias del segundo, por temor al daño que podría causar a sus intereses el surgimiento de una potencia del calibre de la resultante tras una hipotética unión de las casas reales francesas y españolas.

En agosto de 1704, mientras regresaba a Lisboa tras el infructuoso intento de tomar la ciudad de Barcelona, una flota anglo-holandesa con 45 navíos de línea británicos y 10 holandeses bajo el mando del almirante Sir George Rooke, tomó la ciudad de Gibraltar en nombre del Archiduque Carlos de Austria. Las fuerzas de desembarco estaban formadas aproximadamente por unos 10.000 hombres al mando del Príncipe de Darmstadt, jefe de las tropas partidarias del Archiduque Carlos de Austria, mientras que la Plaza de Gibraltar contaba sólo con un centenar de piezas de artillería en su mayoría inservibles y su guarnición ordinaria formada por 60 o 70 hombres bajo el mando de Diego de Salinas, a los que se sumaron voluntarios y vecinos armados hasta rondar la insuficiente cifra de 400 hombres.

Gibraltar cayó el 3 de agosto de 1704. En teoría las fuerzas anglo-holandesas no llegaban con ánimo de invadir ni conquistar ninguna parte de España, sino de proteger y liberar a los españoles del pretendiente francés al trono de España, Felipe de Anjou. Sin embargo, una vez tomada la plaza, el almirante Rooke, arrió el estandarte del Archiduque Carlos – izado por el príncipe de Hesse – sustituyéndolo por el inglés al tiempo que proclamaba a la reina Ana, dueña y señora del Peñón de Gibraltar. La población española de Gibraltar optó por trasladarse en bloque, lo mismo que su guarnición.

La mayoría buscó refugio en los alrededores de la ermita de San Roque, con la esperanza de que la situación se restableciera en poco tiempo y pudieran volver a sus hogares, fundándose en 1706 la ciudad de San Roque, donde como reza su lema “Reside la de Gibraltar”³, para que no se olvide cuál fue su origen.

Su término municipal comprendía los terrenos donde más tarde nacería la ciudad de La Línea de la Concepción. Parte de los gibraltareños originales optó por trasladarse a las cercanías de la ermita de San Isidro, dando así

³ *“Muy Noble y Más Leal ciudad de San Roque, donde reside la de Gibraltar”*

origen años más tarde a la villa de Los Barrios. Mientras que una minoría buscó refugio en las ruinas de la ciudad de Algeciras, deshabitada desde que en 1379 fuera destruida e incendiada por los árabes al ver que serían incapaces de conservar la ciudad ante el avance de las tropas cristianas.

En 1713 se firmó el Tratado de Utrecht por el cual España cedía Gibraltar a Inglaterra. Curiosamente el tratado sólo hace referencia a la cuestión en un artículo, el décimo.

La Línea de Contravalación o la Línea de Gibraltar

Gibraltar estuvo bajo vigilancia constante y fue sitiada en varias ocasiones (1727, 1779 – 1783) sin demasiada suerte para los ejércitos españoles. Los ingleses, más fuertes que nunca, iniciaron una política expansionista, comiendo terreno al istmo, que no estaba contemplado en el Tratado de Utrecht. Ante este hecho, el Gobierno Español tomó una decisión que sería fundamental en la historia de la futura Línea de la Concepción: la construcción de una plaza fuerte, Línea de Contravalación o Línea de Gibraltar, mencionada anteriormente.

Esta orden fue dada el 2 de noviembre de 1730 al director de Ingenieros, Isidro Próspero de Verboom, para la construcción de dos fuertes, uno situado a levante y otro a poniente del istmo, unidos ambos por una línea de fortificación, con el propósito de impedir el tránsito y hacer prevalecer los derechos sobre el istmo, además de hacer patente la presencia española en la zona, prohibiendo a los barcos ingleses el atraque fuera del puerto de Gibraltar.

Entre estos dos fuertes se construyó una gran muralla central con varias plazas de armas en punta de diamante con sus cuerpos de guardias respectivos, discurriendo desde Santa Bárbara a San Felipe. Todos ellos se encontraban situados a una distancia equidistante, llamados de Santa Mariana, San Benito, semi-plaza de armas y cuerpo de guardia de San José, San Fernando y San Carlos.

Se finalizaría la construcción de esta formidable línea defensiva con todos sus baluartes en 1735: la llamada Línea de Contravalación o Línea de Gibraltar. Las fortalezas de La Línea de Gibraltar quedarían intactas durante veinte años, cumpliendo el objetivo por las que fueron construidas.

A principios del siglo XIX se produce la invasión de la Península Ibérica por parte de las tropas francesas. España había firmado un pacto de defensa con Inglaterra para luchar contra los franceses en la Guerra de la Independencia Española.

Con el pretexto del temor a que las tropas de Napoleón Bonaparte, las cuales ya habían llegado a la comarca del Campo de Gibraltar, se adueñasen de esta línea fortificada, los españoles accedieron a que el coronel británico Holloway, jefe de ingenieros en la guarnición de Gibraltar, derribase las

fortificaciones españolas y las baterías de sus alrededores, procediendo a su voladura el día 14 de febrero de 1810.

Tras la destrucción de la línea física que bloqueaba el paso por el istmo, la ciudad continuó creciendo con una gran dependencia de Gibraltar, ya que cubrió las necesidades de todo tipo de la colonia británica (suministro de alimentos: carnes, frutas, verduras y hortalizas, de recreo y diversión, de espacio físico para alojamiento próximo de una fuerza de trabajo abundante al servicio de un Imperio en expansión, etc.).

El nacimiento de la ciudad

Negociantes, comerciantes y sencillos trabajadores quisieron que La Línea fuera un municipio independiente de San Roque, controlado por militares, terratenientes y aristócratas. La oposición social y política de ambas poblaciones hace comprensible su separación, no sin bastantes impedimentos y el lógico posicionamiento en contra de San Roque.

Fue el 17 de 1870 cuando se autoriza la segregación de La Línea del Ayuntamiento de San Roque, y se le conceden los pastos, frutos, aprovechamiento y sus usos públicos comprendidos en el término jurisdiccional.

Así nace con poco más de 300 habitantes La Línea de Gibraltar, nombre que heredó la población de la fortificación junto a la que nació. El casco urbano del recién nacido municipio se comprende entre la actual Plaza de la Iglesia, La Plaza de la Constitución, calle Real, la calle Jardines y la Avenida España.

Posee un cementerio, la comandancia, una aduana, un cuartel de carabineros y otro de soldados, más allá, el barrio del Espigón y lejos, en la Playa de Levante, La Atunara / Tunara, barriada de pescadores que no nació como un barrio más de La Línea, sino que sus orígenes datan nada más y nada menos que 640 años antes de que la propia ciudad. Entre todo esto muchos huertos como el de Pedro Vejer, Mondejar, del inglés, Fava, Recagno, Genovessa, Russi, etc.

El 20 de julio de 1870 se constituye el Ayuntamiento de La Línea, siendo su primer alcalde-presidente Lutgardo López Muñoz, elegido por una comisión de vecinos designados por la Diputación Provincial. En la primera sesión del nuevo Ayuntamiento se procedió a la elección del nombre con el que desde entonces debería ser conocida esta población y de forma unánime se decidió por el de La Línea de la Concepción, por ser la Inmaculada Concepción la patrona del ejército español en esas fechas.

Este nombre fue cambiado en varias ocasiones, pero persiste la propuesta primitiva, y es en 1883 cuando vemos aparecer este nombre en los libros de actas.

Fue en 1913 cuando el rey Alfonso XIII otorga el título de ciudad a La Línea de la Concepción. (La Línea de la Concepción, 2013)

Relaciones con Gibraltar

La ciudad de La Línea de la Concepción siempre se ha visto envuelta en conflictos y confrontaciones con Gibraltar, por el hecho de ser ciudad fronteriza con esta colonia inglesa. Estos hechos siempre han repercutido a los trabajadores linenses, ya que gran parte de ellos se ganan la vida gracias a Gibraltar. Se describirán algunos de estos conflictos brevemente:

- **La Verja:** En el año 1908, el ejército británico levantó un muro fronterizo en el istmo que une Gibraltar con La Línea, que añadía 106 hectáreas a su territorio original. España no reconoce la soberanía británica sobre este istmo ni a este muro como frontera internacional.
- **Francisco Franco procede al cierre de la Verja en 1969**, siendo éste uno de los mayores varapalos sufridos por la ciudad, ya que miles de personas perdieron su puesto de trabajo en la colonia, con la consiguiente caída de la economía de la ciudad y la emigración de cientos de linenses. La Verja fue reabierta el 14 de diciembre de 1982.
- **Manifestación contra el submarino nuclear HMS Tireless** en 2001.
- **Caso New Flame:** Vertido de petróleo acaecido en el año 2007-2008 como consecuencia del hundimiento del mismo, causando el detroce de las playas de la Bahía de Algeciras.
- **Caso Odissey:** El juzgado de La Línea de la Concepción ordenó el apresamiento de los buques de Odyssey Marine Exploration – Odyssey Explorer y el Ocean Alert – atracados en el puerto de Gibraltar, en el momento que se adentrasen en aguas españolas, ya que expoliaron un tesoro perteneciente al reino de España. Actualmente hay un juicio en proceso, cuyo veredicto decidirá a quién pertenecen esos tesoros.
- **Tasa de congestión:** En el verano de 2010, el Ayuntamiento de La Línea reordena el tráfico a la salida de Gibraltar, a fin de cobrar un peaje a los vehículos motorizados que visiten el Peñón de Gibraltar. Esto se debía a la multitud de atascos y contaminación que producían 10 millones de vehículos al año que circulaban por la travesía de la ciudad y acceso a Gibraltar.
- **Conflicto sobre la jurisdicción territorial de las aguas:** En agosto de 2013, después de que Gibraltar lanzara bloques de hormigón con pinchos en aguas españolas para impedir la pesca de arrastre, el Gobierno de España decidió prohibir el tránsito de camiones de hormigón y rocas hacia Gibraltar, que la colonia utiliza para expandir su territorio. También se estudia la posibilidad de recuperar la “Tasa de Congestión”, con un peaje de 50 euros por entrar a Gibraltar, y otros 50 euros por salir de la colonia, con el fin de evitar las continuas congestiones que a diario se producen en la zona. (La Línea de la Concepción, 2013)

4.3. CULTURA Y PATRIMONIO

El curioso devenir histórico de esta localidad acostumbrada al mestizaje cultural la confiere de una rica oferta cultural, y el potencial artístico de sus monumentos y edificios es un complemento en su propuesta de ocio y tiempo libre. De entre ellos se destacarían los siguientes:

Ayuntamiento

El Ayuntamiento de La Línea de la Concepción se encuentra situado en la Avenida de España, alojado en el interior de un palacio del siglo XIX y rodeado de unos bellos jardines, conocidos popularmente como “Paseito Chacon” o “Jardines de Saccone” que destacan por sus hermosas construcciones.

Museo Municipal

El Museo Municipal se encuentra ubicado en el Archivo del Ayuntamiento. Guarda una interesante colección de materiales que nos enseñan la historia de toda esta zona.

Casa de Cultura - Museo Cruz Herrera

Se localiza en el centro de la población, Plaza de Fariñas. En su interior situado en la segunda y la tercera planta se ubica el Museo Cruz Herrera, que guarda en su interior gran parte de la obra donada por el conocido pintor, natural de la población.

Calle Real

La Calle Real es una de las más emblemáticas de la Línea de la Concepción, centro de numerosas manifestaciones populares y lugar donde se concentran las cafeterías más antiguas de la población. Fue construida en el siglo XVIII, junto con todas las fortificaciones que formaban el sistema defensivo de la ciudad, conocido con el nombre de La Línea de Gibraltar.

Iglesia Parroquial de la Inmaculada Concepción



Imagen 9. Fuente: es.m.wikipedia.org

La Iglesia Parroquial de la Inmaculada Concepción fue levantada a finales del siglo XIX sobre los restos de un antiguo templo, la Ermita de Nuestra Señora, y se encuentra situada en la Plaza de la Iglesia. Es un templo de estilo colonial en el que destacan su retablo del siglo XVII y la imagen de la virgen, obra de Ortega Bru. Su fiesta se celebra el 8 de diciembre.

Las Tres Gracias

Monumento situado en la Plaza de la Iglesia. Obra de Nacho Falgueras que representa el cuadro del pintor linense José Cruz Herrera. Inaugurado recientemente es un homenaje a las mujeres de La Línea.

Monumento al Trabajador Español en Gibraltar

Obra también de Nacho Falgueras. Es un homenaje a los miles de linenses y campogibraltares en general que se dejaron parte de su vida trabajando en Gibraltar. En tiempos difíciles para España eran muchos los que cada día cruzaban la frontera buscando un trabajo con el que mantener a su familia. Este monumento es el homenaje del pueblo de La Línea a todos aquellos que trabajaron y trabajan en Gibraltar.

Monumento a Camarón de la Isla

Monumento situado en el acceso oeste de la ciudad, entre el Paseo marítimo de Poniente y la Casa de la Juventud. Dedicado a la figura del famoso cantaor flamenco José Monge Cruz, Camarón de la Isla, que residió buena parte de su vida en esta ciudad. La escultura es obra de Nacho Falgueras.

Museo taurino "Pepe Cabrera"

Guarda una gran colección de carteles taurinos, trajes de luces, sellos de ganaderías, fotografías de toreros, etc. Compuesto de cuatro salas y capilla, sala de Manolete, sala El Gordito, sala Antonio Duarte "Pota", sala El Marinero y sala Frascuelo. Con miles de fotografías, cartelería taurina, hierros de todas las ganaderías, vestidos de torear, trofeos, capotes, banderillas, estoques, etc. Cuenta con más de 50 años de historia, y se puede considerar como uno de los más importantes de toda la geografía nacional. Su fundador, José Cabrera Duarte, fue un gran aficionado a los toros, y desde temprana edad fue recopilando todo tipo de material dando forma al actual museo que lleva su nombre.

Museo del Istmo

Se ubica en el la antigua Comandancia Militar. Se pueden visitar diversas exposiciones históricas sobre la ciudad y otras exposiciones itinerantes.

La simétrica fachada del edificio tiene tres cuerpos: uno central con tres alturas y puerta de entrada de doble hoja. Los cuerpos laterales con planta baja y primera planta presentan cuatro ventanas en cada una. Desde sus orígenes la puerta está flanqueada por dos palmeras.



Imagen 10. Fuente: commons.wikimedia.org

Actualmente es el edificio más longevo de la ciudad, donde entre los años 1863 y 1865 se ubicaban los pabellones de Jefes y Oficiales de guarnición. En aquel tiempo la guarnición se componía de dos compañías del Regimiento de la Reina nº 2, contando con 200 hombres y 5 subalternos.

Ruta de los búnkeres

Durante los primeros años de la Segunda Guerra Mundial, España procedió a la fortificación de la zona del Estrecho de Gibraltar como medida de protección, aunque finalmente no participara en ella. Estos trabajos fueron especialmente intensos en los alrededores de la colonia británica de Gibraltar, donde el número de Bunkers ascendería a 498. En la actualidad el Ayuntamiento de La Línea ha restaurado 10 de estos Bunkers, uno de los cuales, el nº 162, en el Parque Reina Sofía, se utiliza como Sala de Exposiciones.



Imagen 11. Fuente: sobrecadiz.com

Al hacer una búsqueda en la página web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, sobre los **bienes inmuebles protegidos o de interés cultural de la Línea de la Concepción** se encuentran cuatro:

1. **Cueva del Extremo Sur:** Esta cueva se encuentra en terreno militar, en la ladera sur de la Sierra Carbonera. Posee representaciones rupestres pertenecientes a lo que se conoce como Arte Sureño, localizado en el sur de la provincia de Cádiz con más de 160 cuevas y abrigos con manifestaciones de arte rupestre.
2. **Plaza de Toros:** Es considerada uno de los tres edificios más antiguos de la ciudad, junto con la antigua Comandancia Militar, actualmente Museo del Istmo, y la parroquia de la Inmaculada Concepción, constituyendo un claro ejemplo del auge de la tauromaquia y de la arquitectura civil andaluza en el siglo XIX. Destaca por la longitud de su diámetro de su coso con 59 metros y por la personalidad que da al ámbito urbano en el que se sitúa. Construida en 1883, gracias a que Luis Ramírez Galuzo, uno de los vecinos de la ciudad con más nivel económico del siglo, presentara en el ayuntamiento el permiso para su construcción, siendo el proyecto llevado por el arquitecto Adolfo del Castillo, autor entre otras obras, del mercado de abastos, hoy de la Concepción, y el antiguo Matadero Municipal.

Debido a la dejadez por parte de la administración municipal, el edificio tuvo que ser sometido al derribo de su parte alta en los años 70. Desde entonces se han acometido diversas obras de adecentamiento que han permitido, la continuidad de la actividad en la plaza. Este abandono sirvió para intentar justificar en el año 1999, el anuncio del alcalde Juan Carlos Juárez Arriola, del futuro derribo de la misma, abandonando su mantenimiento. Amenaza de derribo que intentó culminar en 2005, siendo impedido por gran parte de la ciudadanía que con más de cinco mil firmas recogidas consiguieron que la administración autonómica iniciara el proceso para declararla monumento de interés cultural, blindándose el edificio ante futuras amenazas de derribo y abriéndose la posibilidad de una pronta restauración y reconstrucción de su estructura original.

3. **Torre Vigía:** Esta torre, conocida como Torre Nueva, se encuentra situada al norte de La Atunara, muy cerca de la Playa de Levante. Esta construcción, la más antigua del término municipal (1630), forma parte de las 44 torres de iguales características que contorneaban la costa desde el río Guadiaro hasta la frontera con Portugal, construidas todas ellas durante el reinado de Felipe III, hermanas con otras tantas situadas por toda la costa mediterránea, desde Málaga hasta Cataluña. La finalidad de las mismas era avisar del peligro que corrían los habitantes del litoral por la presencia de los barcos de piratas berberiscos. En estas atalayas o torres vigías, levantadas de trecho en trecho, y mediante señales de humo o fogatas se avisaba de la presencia de los barcos piratas. En su terraza se hallaba continuamente dispuesto un haz de leña seca para ser quemado de inmediato en caso de peligro, transmitiendo la señal de alarma a las torres vecinas.
4. **Ruinas del Fuerte de Santa Bárbara:** El Fuerte de Santa Bárbara es una fortaleza militar levantada en el siglo XVIII, durante el Sitio de Gibraltar. Fue arrasado por los ingleses a principios del siglo XIX, junto con el Fuerte de San Felipe y el Fuerte de San Carlos, para que no fueran utilizados por los franceses en la Guerra de la Independencia. Actualmente el Fuerte de Santa Bárbara está en fase de recuperación, mientras que del Fuerte de San Felipe han aparecido recientemente algunos restos. Del Fuerte de San Carlos no se conservan indicios.

CAPÍTULO 5

INCLUSIÓN EN LA WEB WIKITRAVEL DE UNA ENTRADA PARA LA CIUDAD DE LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN

5.1. ¿QUÉ ES WIKITRAVEL?

Wikitravel (<http://wikitravel.org/>) es un proyecto cuyo objetivo es crear una **guía mundial de viajes** gratuita, completa, actualizada y disponible para todos. Está construido con la colaboración de Wikiviajeros del mundo entero.

Este proyecto fue fundado en julio de 2003 por los usuarios Evan y Maj inspirándose en Wikipedia, la enciclopedia libre, para satisfacer la necesidad de los viajeros para acceder a información actualizada y puntual, que se hacía difícil de obtener a través de publicaciones que no se actualizan en largos periodos de tiempo.

Wikitravel se construye con **el espíritu de compartir el conocimiento** que hace tan agradable el viajar. Siempre que viajeros se encuentran en el camino, comparten información sobre los lugares de los que vienen y preguntan sobre los lugares a que piensan ir. Pretende facilitar el compartir de ese conocimiento y permitir a otros la misma habilidad; su licencia **Copyleft** implica que los datos que los usuarios aportan se pueden extender.

Para crear Wikitravel se usa la herramienta o tecnología Wiki, mencionada anteriormente, que permite a **cualquier usuario de Internet** crear, actualizar, editar e ilustrar cualquier artículo del sitio web. Los usuarios comparten consejos y conocimientos, los editan, depuran y agrupan en un conjunto unido. Cuanta más gente usa el vínculo **Edit**, será mejor Wikitravel. (Wikitravel: Acerca de, 2009)

5.2. COPYLEFT

Para la publicación de contenidos, tanto textos e imágenes, Wikitravel utiliza una licencia **Copyleft**, la cual da derecho al usuario de poder usar el contenido de esta web y de poder contribuir en ella de acuerdo con la licencia **Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0**.

Con Copyleft cada obra aportada por cualquier autor o editor de un contenido en Wikitravel puede ser leída, modificada o distribuida de cualquier manera por quien lo desee, con la única excepción de que siempre ésta distribución debe hacer referencia a sus creadores. Es decir haciendo referencia a los Wikiviajeros se puede compartir con otras personas las obras de esta web.

Además, hay que tener también muy en cuenta las leyes locales a la hora de realizar esta distribución, como los derechos de privacidad y de publicidad.

En cuanto a la veracidad de las obras publicadas en Wikitravel no hay garantía alguna, ya que los creadores pueden cometer errores como por ejemplo cambio de tarifas en alojamientos, horarios de transportes erróneos, etc.

El creador de un artículo es responsable de no publicar obras con los derechos de autor de otra persona sin su consentimiento o con una licencia compatible con Attribution-ShareAlike 3.0.

El contenido aportado perteneciente a otras páginas que no tengan la licencia que utiliza Wikitravel o una compatible, se le debe añadir la referencia al autor en la página de discusión del artículo. Estas páginas son utilizadas además para aportar sugerencias y colaboraciones a la información. (Wikitravel: Copyleft, 2010)

5.3. CÓMO CREAR UN ARTÍCULO NUEVO

Para empezar, el usuario que quiera añadir un nuevo contenido a Wikitravel debe crearse una **nueva cuenta** en ella. Para ello es necesario seguir el enlace de *Registrarse/Entrar* que aparece en todas las páginas de Wikitravel y añadir un nombre de usuario, contraseña y e-mail de contacto el cual es opcional.

Al crear una cuenta el wikiviajero recibe su propia página de usuario que le permite añadir páginas de su interés para realizar su seguimiento, además de poder adaptar la forma en que funciona Wikitravel.

Para comenzar a crear un nuevo contenido, por ejemplo el de un destino como es en este caso, el usuario se dará cuenta de que no existe la opción de “Crear una nueva página”. Esto se debe a que las nuevas páginas deben estar vinculadas a otras ya existentes para crear cierta unión y no obras aisladas.

A la hora de crear la entrada en Wikitravel para la ciudad de La Línea de la Concepción se ha editado el artículo de “Cádiz (provincia)” y se ha añadido un enlace para la nueva página titulado “La Línea de la Concepción” en su apartado “Ciudades”, ya que carecía un enlace para esta ciudad.

Spain - Wikitravel x Cádiz (provincia) - Wikitravel x pubs la línea - Buscar con x

wikitravel.org/es/Cádiz_(provincia)

Crear una cuenta Iniciar sesión

Wikitravel
The Free Travel Guide

Página discusión Leer Editar Ver historial [Buscar] Ir [Buscar]

¡Contribuya a un artículo y ayude a Wikitravel a crecer! Aprenda cómo.

Cádiz (provincia)

Andalucía: Cádiz

Contenido [ocultar]

- Regiones
- Ciudades
- Otros destinos
- Comprenda
- [+] Llegar
- Hable
- Compre
- Coma
- Beba y salga
- Duerma
- Aprenda
- Respete
- Salud
- Mantenga contacto
- Partir

Cádiz es una provincia de Andalucía.

Regiones [editar]

Ciudades [editar]

- Jerez de la Frontera
- Cádiz
- Puerto de Santa María
- San Fernando
- Chiclana de la Frontera
- Chipiona
- Puerto Real
- Algeciras
- Rota
- Sanlúcar de Barrameda

- Sotogrande
- La Línea de la Concepción

Otros destinos [editar]

Comprenda [editar]

Llegar [editar]

En avión [editar]

La provincia de Cádiz está comunicada por tren con Sevilla, Córdoba y Madrid, con 3 TALGO (ALVIA) diarios y con Barcelona con 1 TALGO diario.

Por avión, el aeropuerto de Jerez (a unos 30 minutos en coche, 46€ en taxi) tiene vuelos diarios con Madrid y Barcelona (Iberia y Vueling), así como con varias ciudades inglesas (Ryanair) y alemanas (Air Berlin). El aeropuerto de Gibraltar tiene vuelos a Londres.

Por carretera, está comunicada por Autopista con Sevilla y con Málaga.

Por mar, hay ferries muy frecuentes con el Norte de África (Tarifa - Tánger, Algeciras - Tánger y Algeciras - Ceuta).

En bus [editar]

Para los horarios Jerez-Cádiz y otras rutas, mira en [1]. La mayoría de los autobuses de largo recorrido salen de la estación de Comas en la Plaza de la Hispanidad.

Otros idiomas

de: Cadix (Provinz)
en: Cadiz (province)
it: Cadice (provincia)

otros sitios

Wikipedia
Open Directory

ES 12:57 02/12/2013

Imagen 12. Elaboración propia.

Para añadir enlaces a otros artículos se debe escribir en la página de edición el nombre del artículo al que se enlaza entre doble corchetes, [[La Línea de la Concepción]]. De esta manera ya se puede comenzar a crear una nueva página en Wikitravel.

Como ayuda para la creación de una nueva página y para facilitar la búsqueda y lectura de la información a los usuarios, Wikitravel ofrece plantillas o modelos de artículo adecuados a cada caso usando una jerarquía geográfica. En el caso de la ciudad de La Línea de la Concepción se ha utilizado el Modelo para ciudades pequeñas, que incluye los apartados: Ciudad, Geografía y clima, Llegar a, Vea, Duerma y Coma.

Wikitravel no permite incluir en el contenido de los artículos enlaces externos para evitar el spam. Sólo admite enlaces a fuentes primarias de información, como por ejemplo enlaces a páginas oficiales de información turística del destino, del gobierno, de un hotel, de un restaurante o bar, o de un museo, parque u otras atracciones. Se deben evitar enlaces a páginas de búsqueda y reserva de hoteles, de guías turísticas de un destino o páginas donde se muestran opiniones y críticas sobre servicios turísticos.

En cuanto al formato de texto e imágenes de los artículos, Wikitravel utiliza una sintaxis llamada *Wiki markup*, la cual determinará el aspecto general del contenido.

Para añadir imágenes a los artículos, primero se debe subir la imagen deseada a Wikitravel en la opción “Subir archivo” y luego al redactar el artículo se debe utilizar la correspondiente sintaxis para añadir esta imagen.

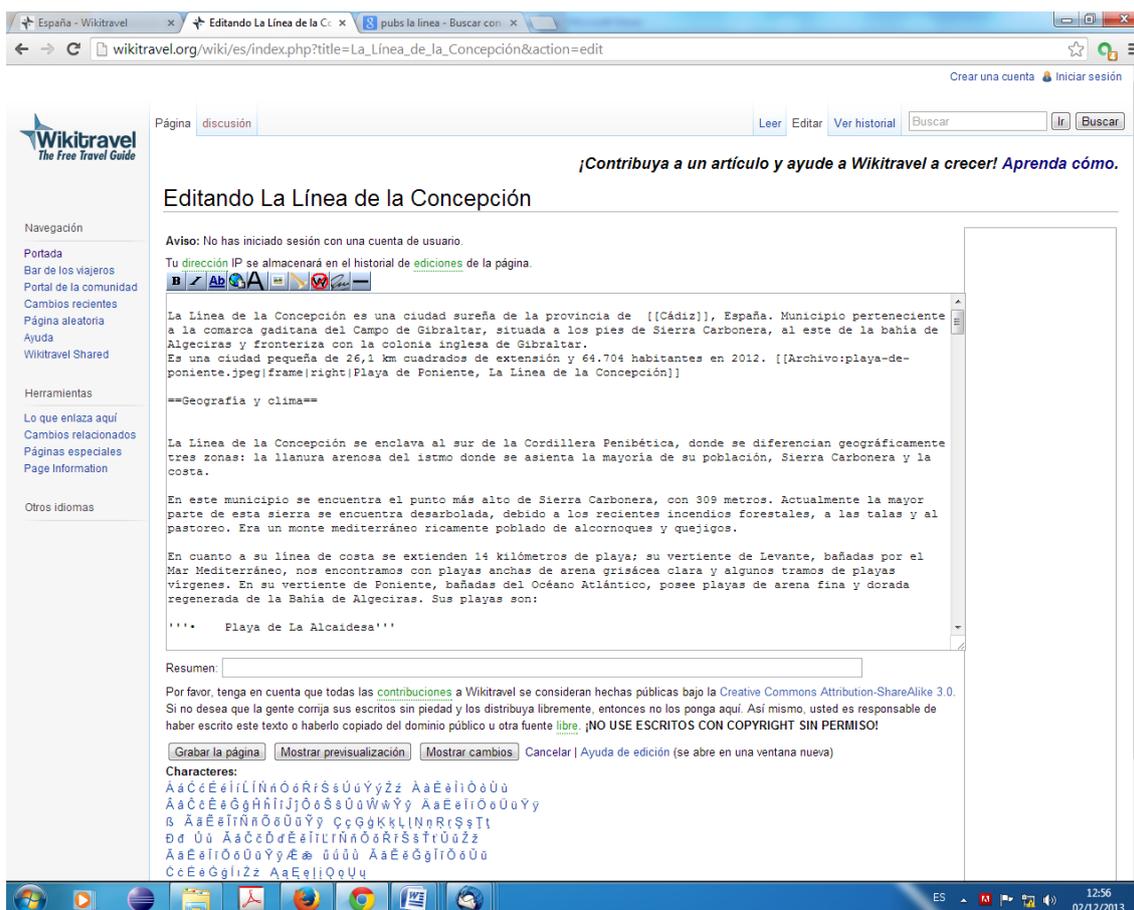


Imagen 13. Elaboración propia.

5.4. NUEVA ENTRADA EN WIKITRAVEL PARA LA CIUDAD DE LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN

Se ha realizado una nueva entrada en Wikitravel sobre la ciudad de La Línea de la Concepción, ya que carecía de ella en esta web. Para ello se han seguido las instrucciones que esta plataforma propone mencionadas anteriormente. La dirección URL de esta nueva página es:

<http://wikitravel.org/es/La Línea de la Concepción>

A continuación se mostrará la información y los apartados que se han incluido en la entrada de Wikitravel para la ciudad de La Línea de la Concepción.

LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN

La Línea de la Concepción es una ciudad sureña de la provincia de Cádiz, España. Municipio perteneciente a la comarca gaditana del Campo de Gibraltar, situada a los pies de Sierra Carbonera, al este de la bahía de Algeciras y fronteriza con la colonia inglesa de Gibraltar.

Es una ciudad pequeña de 26,1 km cuadrados de extensión y 64.704 habitantes en 2012.

Geografía y clima

La Línea de la Concepción se enclava al sur de la Cordillera Penibética, donde se diferencian geográficamente tres zonas: la llanura arenosa del istmo donde se asienta la mayoría de su población, Sierra Carbonera y la costa.

En este municipio se encuentra el punto más alto de Sierra Carbonera, con 309 metros. Actualmente la mayor parte de esta sierra se encuentra desarbolada, debido a los recientes incendios forestales, a las talas y al pastoreo. Era un monte mediterráneo ricamente poblado de alcornoques y quejigos.

En cuanto a su línea de costa se extienden 14 kilómetros de playa; su vertiente de Levante, bañadas por el Mar Mediterráneo, nos encontramos con playas anchas de arena grisácea clara y algunos tramos de playas vírgenes. En su vertiente de Poniente, bañadas del Océano Atlántico, posee playas de arena fina y dorada regenerada de la Bahía de Algeciras. Sus playas son:

- Playa de La Alcaidesa
- Playa de Santa Clara
- Playa de Torrenueva, con su torre vigía
- Playa de Levante, frente a la barriada de San Bernardo y La Atunara
- Playa de Sobrevela
- Playa de Santa Bárbara, a los pies de Gibraltar
- Playa del Espigón o de Poniente

Son playas perfectamente equipadas y acondicionadas con los servicios necesarios y adaptadas en su mayoría para personas con minusvalía, algunas de ellas obtuvieron reconocimiento con banderas azules.

Debido a su situación geográfica, este municipio con casi 3000 horas de sol al año, posee uno de los mejores climas de España. Su temperatura media es de 20º C, clima templado de inviernos suaves y veranos cálidos de temperaturas agradables.

Cómo Llegar

Por carretera: Tenemos dos opciones para viajar a La Línea de la Concepción en coche: una es por la carretera CA – 34 (antigua N – 351) tomando la salida 118 de la Autovía del Mediterráneo (A7), y la segunda opción es tomando la carretera A – 383 rumbo Este desde donde conectamos con la salida 124 de la Autovía A7 hasta la Línea.

Por autobús: La Línea de la Concepción posee una terminal de autobús en la Plaza de Europa, cercana a la frontera de Gibraltar, donde operan rutas para las distintas provincias andaluzas y conexiones con Madrid y Barcelona. Además su red de autobuses urbano permite moverse por toda la ciudad.

Por ferrocarril: La ciudad de La Línea no posee ferrocarril debida a que el proyecto de su construcción finalmente fue abandonado. Sus estaciones más cercanas son la de San Roque a 12 km de La Línea, tomando su servicio de Renfe Media Distancia Algeciras-Granada, o la Estación de Algeciras situada a 25 km con su servicio de Renfe Larga Distancia Algeciras-Madrid, y Media Distancia Algeciras-Granada.

Por avión: Junto a la frontera el aeropuerto de Gibraltar ofrece vuelos diarios a ciudades como Manchester, Londres y Malta, y hacia la capital de España. A más distancia se encuentran los aeropuertos de Jerez a 118 km, de Málaga - Costa del Sol a 121 km y de Sevilla a 203 km de la Línea de la Concepción.

Vea

La Línea de la Concepción cuenta además, con una variada oferta cultural y de ocio, para los amantes de la historia, los museos y el patrimonio. A continuación se detallan los lugares de interés que no se pueden perder de esta ciudad.

De entre sus museos podemos destacar:

- **Museo Cruz Herrera**, museo dedicado al pintor linense José Cruz Herrera. Dispone de 4 salas de exposiciones las cuales reflejan toda la evolución artística del pintor, con una gran variedad de bodegones, retratos, paisajes, y la exaltación de la mujer andaluza.

- **Museo del Itsmo**, ubicado en el edificio que antiguamente albergó la Comandancia Militar de la ciudad, se trata de uno de los edificios más antiguos. En su visita se puede contemplar la historia arqueológica de la ciudad con colecciones de fósiles, botánicas, además de exposiciones itinerantes como exposiciones belenísticas, muestras de Semana Santa, etc.

- **Museo Taurino “Pepe Cabrera”**. Este museo con más de 50 años de historia, se ha convertido en un museo de referencia en el mundo taurino nacional. Se expone todo tipo de material taurino que su fundador, José Cabrera Duarte, gran aficionado taurino, fue recopilando a lo largo de los años. Cita obligada para aquellos amantes del mundo del toreo.

Al recorrer sus calles, se pueden contemplar una serie de monumentos muy bien conservados como son: el monumento a **Camarón de la Isla** ya que vivió buena parte de su vida en la Línea. Una curiosidad de este monumento es que está colocado justo de espaldas al mar ya que se dice que Camarón le tenía miedo al mar. El monumento al **Trabajador Español en Gibraltar**, en homenaje a aquéllos trabajadores que cada día cruzan la frontera para trabajar en la colonia inglesa.

La Línea de la Concepción cuenta, además, con un patrimonio protegido por el Ministerio de Cultura Español, nombrados como bienes inmuebles protegidos o de interés cultural. Estos son:

- **La Cueva del Extremo Sur**, con interesantes representaciones rupestres pertenecientes a lo que se conoce como Arte Sureño.
- **Plaza de toros**, la cual constituye un claro ejemplo del auge de la tauromaquia y de la arquitectura civil andaluza del siglo XIX.
- **Torre Vigía**, conocida también como Torre Nueva, se construyó durante el reinado de Felipe III con la finalidad de avisar del peligro que corrían los habitantes del litoral por la presencia de los barcos de piratas berberiscos.
- **Ruinas del Fuerte de Santa Bárbara**, que actualmente se encuentra en fase de recuperación. Se trata una fortaleza militar levantada en el siglo XVIII, durante el Sitio de Gibraltar. Fue arrasado por los ingleses a principios del siglo XIX, junto con el Fuerte de San Felipe y el Fuerte de San Carlos, para que no fueran utilizados por los franceses en la Guerra de la Independencia.

Su iglesia más destacada es su **Iglesia Parroquial de la Inmaculada Concepción**, edificio de estilo colonial del siglo XIX, convertido en santuario en 2005. Su retablo del siglo XVII y la imagen de la Inmaculada Concepción son sus obras más relevantes. Enfrente de este templo, en su plaza, se encuentra el monumento de Las Tres Gracias, en homenaje a las mujeres de La Línea.

Una visita de interés es su **Ruta de los Búnkeres**, los cuales se construyeron en los primeros años de la II Guerra Mundial como medida de protección, alrededor de la colonia británica. De los 498 que se construyeron sólo se conservan 10 búnkeres, restaurados por el Ayuntamiento, de los cuales el nº 162 se utiliza como Sala de Exposiciones.

Como oferta de ocio, en sus numerosas playas se pueden realizar diversas actividades marítimas como surf, buceo o kitesurf. Además de sus famosas excursiones en barco organizadas para el avistamiento de cetáceos.

A lo largo del año se pueden disfrutar en esta ciudad de múltiples eventos y festividades. Las más populares son: su carnaval, conocido como el **Carnaval de la Concha Fina** celebrado entre febrero y marzo. Se ha convertido en uno de los más importantes de España; su **Semana Santa** declarada Fiesta de Interés Turístico de Andalucía; en junio se celebran las fiestas de las **Hogueras de San Juan**; Velada y Fiestas de La Línea de la Concepción, conocida como **La Salvaora**, a mediados de julio se viven 3 días

de fiesta con eventos taurinos, su gran cabalgata y el Domingo Rociero; y del 1 al 8 de diciembre se celebran las Fiestas Patronales de La Inmaculada Concepción, con actos conmemorativos en honor a la patrona de la ciudad, además de su procesión por las calles.

Duerma

A continuación se muestra una lista de los principales hoteles, apartamentos y hostales que se encuentran en la ciudad de la Línea de la Concepción:

Asur Hotel Campo de Gibraltar (4 estrellas)

Av. Príncipe de Asturias, s/n, 11300

Tel: 956 69 12 11

Web: <http://www.asurhoteles.com/es/asur-hotel-la-linea-concepcion-campo-gibraltar-cadiz.html>

AC Hotel La Línea by Marriot (3 estrellas)

Calle los Caireles, 2, 11300

Tel: 956 17 55 66

Web: <http://www.marriott.com/hotels/travel/xryli-ac-hotel-la-linea/>

Hotel Vita Mediterráneo (3 estrellas)

Paseo Marítimo, s/n, 11300

Tel: 956 17 56 66

Web: <http://www.vitahoteliers.com/es/>

Hotel Rocamar (3 estrellas)

Avenida de España, 182, 11300

Tel: 956 176 923

Web: <http://www.hotelrocamarlalinea.com/hotel-rocamar-la-linea.php>

Hotel Quercus (4 estrellas)

Calle de la Villa Real, 11300

Tel: 956 79 21 59

Hostal La Campana

C/ Carboneros, 3, 11300

Tel: 956 17 30 59

Web: <http://www.hostalcampana.es/>

Apartamentos Turísticos Aureus Bahía Sur

Avenida La Torre, s/n, 11315 Santa Margarita

Tel: 956 78 95 71

Web: <http://www.bahiasuraureus.com/>

Hotel Miramar

Avenida de España, 26, 11300

Tel: 956 76 17 01

Hotel-Apartamentos Vista Real La Alcaidesa

Avda. del Mediterráneo, 4 B. Urbanización La Alcaidesa 11315

Tel: 956 79 73 75

Web: <http://www.vistarealalcaidesa.com/>

Hostal Margarita

Avda. España, 38, 11300

Tel: 856 22 52 11

Web: <http://hostalmargarita.com/>

Hostal París

Calle del Sol, 58, 11300

Tel: 956 17 13 12

Web: <http://www.hostalparisenlalineacom/>

Hostal Carlos I

Calle Carboneros, 6, 11300

Tel: 956 762 144

Web: <http://www.hostalcarlos.es/>

Hostal Carlos II

Calle Méndez Núñez, 12, 11300

Tel: 956 76 13 03

Web: <http://www.hostalcarlos.es/>

Coma

La gastronomía de La Línea se nutre en su mayor parte de la cocina andaluza, además la influencia de Gibraltar y del norte de África debido a las materias primas que llegaban a Gibraltar como el queso, la mantequilla (manteca Flandes), pistoletes (pan tipo viena), mermeladas, cafés, chocolates, bacalao, los arenques, etc. Y al ser paso fronterizo de África a algunos platos se le añaden especies morunas, miel, canela, clavo y curry.

Al ser una ciudad principalmente marinera, sus platos de pescados y mariscos tienen una reconocida fama. El visitante que quiera degustar estos platos solo tiene que pasear por el barrio de la Atunara con numerosos bares y restaurantes que ofrecen platos como las sardinas espetadas, guisos y cazuelas de mariscos y pescados, pulpo a la brasa y las famosas almejas de la Atunara.

Muy conocidas también las verduras que se producen en los cultivos de los huertos del Zabal.

Y si se trata de tapear, La Línea de la Concepción posee los mejores establecimientos de tapeo de la provincia. Solo basta pasear por el centro para poder degustar variadas tapas y montaditos.

En cuanto a su repostería tradicional la conforman dulces artesanales basados en recetas andaluzas y anglosajonas, como por ejemplo su famoso "Queki", bizcocho basado en la receta del Cake. Los dulces más populares y demandados en sus confiterías son la japonesa, los piononos y las milhojas de chocolate.

Muchos son los bares y restaurantes donde se puede disfrutar de los platos típicos linenses. Entre los cuales señalaremos:

- Mesón La Serrana, Calle del Sol, 44
- La Chimenea, Calle Moreno de Mora, 21
- El Rincón de Juan, Calle Doctor Villar, 3
- La Bodeguilla, Calle San Pablo, 3. Esq. Carbonero
- Casa Antonio, Calle Gibraltar, 193
- El Bocao, Calle Duque de Tetuán, 8
- Restaurante La Marina, Paseo Marítimo, La Atunara, S/N

- Mesón La Bellota, Calle Gibraltar
- Galardón Café, Calle Real, 32
- Aqa Restaurante & Lounge Bar, Av. Príncipe de Asturias, 3
- Casa Fariñas, bar de tapas, Calle Carboneros, 25
- Restaurante El Pantalán, Av. Príncipe de Asturias, s/n, Puerto Chico

En cuanto a sus pastelerías más populares se encuentran:

- Okay, cafetería y pastelería, Calle Real, 38
- Pastelería Moka e Hijos, Calle Ríos Rosas, 18
- Café Modelo, Calle Real, 30
- Pastelería Mermelada, Calle del Sol, 63

CAPÍTULO 6 CONCLUSIONES

Actualmente se está convirtiendo en casi una obligación para los destinos y empresas turísticas estar presentes activamente en la red, a menos que quieran caer en el olvido para los consumidores. Internet está siendo la primera y principal fuente de información a donde acuden los usuarios a la hora de decidir y organizar el viaje a un destino. Esto es debido a que se ha perdido el miedo a realizar transacciones a través de Internet y se ha logrado la adquisición del conocimiento necesario para usar estas nuevas tecnologías. Por esta razón destinos y empresas deben poner todos sus esfuerzos para que esta presencia en Internet sea lo más satisfactoria y de utilidad para sus visitantes.

Con la realización de este trabajo se ha pretendido colaborar para la ciudad de la Línea de la Concepción con el objetivo de fomentar su desarrollo turístico online aprovechando los recursos y herramientas que hoy día nos aportan las tecnologías web 2.0.

Para ello, antes de comenzar a realizar esta colaboración, se ha analizado y evaluado los recursos y la información turística que la ciudad de La Línea posee en la red.

Tras realizar una búsqueda sobre las páginas dedicadas a promover y proporcionar información turística sobre La Línea de la Concepción, se han seleccionado 6 de ellas para realizar su análisis. Con una simple vista se puede

observar que a esta ciudad le queda un camino largo por recorrer para estar a la altura en cuanto a promoción turística online se refiere.

En primer lugar, estos sitios web carecen de un diseño de atractivo visual para el usuario que permita una interacción adecuada con el mismo, factor principal para su captación. Suelen ser bastante pobres y rudimentarias, viéndose la falta de la mano de un profesional en este aspecto. Esto también se observa en su accesibilidad y usabilidad web, ya que no en todas las webs se usan herramientas para facilitar la navegación, como pueden ser: disponer de una lista de contenidos o menú, de un buscador, prestar atención al tipo y tamaño de letra o priorizar aquella información que realmente le puede ser útil al usuario para mejorar su experiencia.

Todas estas características son fundamentales en el desarrollo de un sitio web, y en concreto para uno de promoción turística. Se debe tener muy en cuenta el tipo y la información que se ofrece en estos sitios webs, saber qué es lo que el visitante espera encontrar. En este caso, todas las páginas web analizadas carecen de alguna información que se considera básica para que el visitante que está decidiendo si viajar a la ciudad de La Línea lo haga finalmente o no.

Tras haber realizado este análisis es conveniente hacer una reflexión. El Ayuntamiento o las entidades encargadas de la gestión del turismo en la ciudad de la Línea de la Concepción deberían plantearse la realización de medidas para su fomento a través de la mejora de la posición de la ciudad en Internet. Al no tener en cuenta esto puede que se estén desaprovechando los múltiples recursos turísticos que esta ciudad posee. Con esta desinformación turística se pierde gran cantidad de clientes potenciales a nivel global. Por tanto se debe hacer un esfuerzo para aprovechar las grandes oportunidades que Internet ofrece y así atraer cada vez más un creciente número de turistas a la ciudad.

Además de las características señaladas anteriormente, es necesario que estas páginas web turísticas incorporen las herramientas que proporciona la denominada web 2.0. Esta revolución tecnológica ha supuesto un cambio radical en las nuevas formas de viajar y de organizar el viaje de los usuarios.

Por esta razón se ha realizado un estudio sobre las principales herramientas y aplicaciones de la web 2.0, especialmente las relacionadas con el turismo.

Las redes sociales, herramienta por excelencia de la web 2.0, están ganando importancia en la promoción de destinos, ya que se comparten experiencias, opiniones y se califican la calidad de los productos y servicios turísticos. Se ha hecho un recorrido por las redes sociales más importantes actualmente como Facebook, Twitter, Youtube y LinkedIn, en las cuales la ciudad de la Línea aún tiene poca presencia. En cuanto a las redes sociales turísticas se describen Tripadvisor, considerada la web de viajes más grande del mundo, Minube, una red social de viajes española, y se mencionan otras redes sociales de características y servicios similares como Viajeros.com, I wanna go there y Geckogo, entre otras. La ciudad de la Línea, en cambio, sí

está mejor posicionada en Tripadvisor y Minube con multitud de hoteles, restaurantes y recursos turísticos registrados en estas redes sociales.

Se hacen también referencia a los blogs relacionados con la ciudad, la mayoría escritos por propios linenses con información sobre su historia, cultura y costumbres.

Para terminar con las tecnologías web 2.0, no se podían olvidar las herramientas wiki donde los propios usuarios son los encargados de crear y editar los contenidos, lo que facilita la difusión de conocimientos y el trabajo en equipo. Wikipedia es la wiki más grande y popular que existe, pero también existen otras de diferentes temáticas como Wikanda, enciclopedia libre de contenidos sobre el saber popular de Andalucía, y la más importante turísticamente es Wikitravel, una guía turística libre en la que se ha incluido una entrada para la ciudad de La Línea, ya que aún carecía de ella.

Pero antes de hablar sobre esta nueva entrada en Wikitravel, era necesario hacer una recolección sobre el origen, la historia y los recursos turísticos de esta ciudad.

Es interesante conocer los orígenes de esta ciudad ya que desde su nacimiento hasta la actualidad está marcada por las constantes confrontaciones con la colonia británica de Gibraltar, debido a su posición fronteriza con ella y su situación estratégica. Prueba de ello es su nombre, que deriva de "Línea de Contravalación", línea de fortificación construida en 1730 para proteger el terreno de istmo perteneciente a los españoles que estaba siendo invadido por los ingleses de forma ilegítima.

Por lo que, hasta hoy día, esta ciudad se sigue viendo envuelta en la controversia con Gibraltar con numerosos problemas fronterizos y de jurisdicción territorial.

En cuanto a su cultura y patrimonio se ha hecho una descripción de sus principales monumentos y edificios, así como una especial mención a los bienes protegidos y de interés cultural de esta ciudad nombrados por el Ministerio de Cultura de España.

Para terminar, se ha realizado la inclusión de una nueva entrada para la ciudad de La Línea en Wikitravel, herramienta de la web 2.0 que, como se ha mencionado anteriormente, permite crear y editar artículos de información turística que los propios viajeros aportan. Se ha seguido todas las instrucciones así como la sintaxis y formato web que Wikitravel propone, respetando su licencia de derechos de autor para la publicación de contenidos.

Con la realización de este trabajo, personalmente, he comprobado la importancia que hoy en día tiene Internet para el sector turístico, así como la importancia del turismo sostenible. Con la implantación de un sitio web 2.0 para el turismo de la ciudad de La Línea de la Concepción he adquirido un conocimiento general de las características, principios y usos de las tecnologías Web 2.0, principalmente de los beneficios que aporta a la

promoción turística, así como un conocimiento profundo de una herramienta de la web 2.0 dedicada en exclusiva al sector turístico: Wikitravel.

CAPÍTULO 7 BIBLIOGRAFÍA

- ¿*Qué es un blog?* (s.f.). Recuperado el 20 de Noviembre de 2011, de Weblog SL: <http://www.weblogssl.com/que-es-un-blog>
- ¿*Qué es minube.tv?* (2009). Recuperado el 19 de Noviembre de 2013, de Minube.tv: <http://www.minube.tv/que-es-minubetv/>
- Wikitravel: Acerca de.* (2 de Noviembre de 2009). Recuperado el 23 de Noviembre de 2013, de http://wikitravel.org/es/Wikitravel:Acerca_de
- Wikitravel: Copyleft.* (5 de Enero de 2010). Recuperado el 23 de Noviembre de 2013, de <http://wikitravel.org/es/Wikitravel:Copyleft>
- La Línea de la Concepción.* (2011). Recuperado el 23 de Octubre de 2013, de Web Oficial de Turismo de Andalucía: <http://www.andalucia.org/es/destinos/provincias/cadiz/municipios/la-linea-de-la-concepcion/>
- ¿*Para qué sirve LinkedIn?* (28 de Mayo de 2012). Recuperado el 19 de Noviembre de 2013, de Propinión: <http://www.prnoticias.com/index.php/opinion/859-juan-m-romero/20114458-ipara-que-sirve-linkedin>
- La Línea de la Concepción (Cádiz).* (21 de Marzo de 2012). Recuperado el 23 de Octubre de 2013, de Andalucía Turismo Digital: <http://www.andaluciaturismodigital.com/noticia.asp?idcontenido=7916>
- Datos históricos del Municipio de La Línea de la Concepción.* (2013). Recuperado el 21 de Noviembre de 2013, de [http://www.pueblosandaluces.com/pueblos/historia.asp?pr=C%E1diz&pu=L%EDnea%20de%20la%20Concepci%F3n%20\(La\)&cat=historia](http://www.pueblosandaluces.com/pueblos/historia.asp?pr=C%E1diz&pu=L%EDnea%20de%20la%20Concepci%F3n%20(La)&cat=historia)
- Entrevista a Toni Mascaró. Destinos que intentan intermediar online: más fracasos que éxitos.* (2013). Recuperado el 7 de Noviembre de 2013, de http://www.hosteltur.com/132770_destinos-intentan-intermediar-online-fracasos-exitos.html
- Facebook.* (2013). Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de Wikipedia, la enciclopedia libre: <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>

- La Línea de la Concepción*. (2013). Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de Cadizpedia, Wikanda: http://cadizpedia.wikanda.es/wiki/La_L%C3%ADnea_de_la_Concepci%C3%B3n
- La Línea de la Concepción*. (2013). Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de Wikipedia.es: http://es.wikipedia.org/wiki/La_L%C3%ADnea_de_la_Concepci%C3%B3n
- Plaza de toros de La Línea de la Concepción*. (2013). Recuperado el 22 de Noviembre de 2013, de Wikipedia, la enciclopedia libre: http://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_toros_de_La_L%C3%ADnea_de_la_Concepci%C3%B3n
- Wikipedia*. (31 de Octubre de 2013). Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de Wikipedia, la enciclopedia libre: <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>
- 8 comunidades para viajeros donde armar vacaciones*. (s.f.). Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de Doovive: Noviembre
- Alvarado, C. (21 de Diciembre de 2010). *Qué es Facebook Places y cómo funciona*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, de El blog de inca-trade.com: <http://www.inca-trade.com/blog/marketing-con-facebook-2/que-es-facebook-places-y-como-funciona/>
- Barba, V. (30 de Julio de 2013). *¿Tu Web Turística realmente Sirve?* Recuperado el 1 de Noviembre de 2013, de <http://e-marketingturistico.com/tu-web-turistica-realmente-sirve/>
- De Sagarra, C. (13 de Abril de 2005). *Creative Commons y los derechos de autor en internet*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de Maestros del web: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/creativecommons/>
- Definición de wiki - Qué es, significado y concepto*. (s.f.). Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de Definición.de: <http://definicion.de/wiki/>
- Definición de Youtube - Qué es, significado y concepto*. (s.f.). Recuperado el 14 de Noviembre de 2013, de definicion.de: <http://definicion.de/youtube/>
- Díaz Luque, P., Guevara Plaza, A., & Caro Herrero, J. L. (2004). *Promoción Turística de las Comunidades Autónomas en Internet*. Recuperado el 21 de Octubre de 2013, de <http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec/actas/2004/4.pdf>
- Domínguez Vila, T., Araújo Vila, N., & Fraiz Brea, J. A. (2011). *El Fenómeno 2.0 en el sector turístico. El caso de Madrid 2.0*. Recuperado el 7 de Noviembre de 2013, de Aecit.org: <http://www.aecit.org/actas/mijas/Comunicaciones/Sesion%205/3.%20El%20fenomeno%202.0%20en%20el%20sector%20turistico.%20El%20ca%20so%20de%20Madrid%202.0.pdf>

- Escudero, F. (s.f.). *Qué es LinkedIn*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2013, de About.com Redes sociales: <http://redessociales.about.com/od/comousarlinkedin/a/Que-Es-LinkedIn.htm>
- Falla Aroche, S. (6 de Marzo de 2006). *¿Qué es un wiki?* Recuperado el 21 de Noviembre de 2013, de Maestros del web: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/queeswiki/>
- Gentes de La Línea de la Concepción*. (s.f.). Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, de http://lalineadelaconcepcion.gentesde.com/?page_id=2
- Guevara Plaza, A. (2008). *La Web 2.0 y su aplicación al sector turístico. Travel 2.0*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, de <http://www.coit.es/publicaciones/bit/bit170/38-40.pdf>
- La Línea de la Concepción*. (s.f.). Recuperado el 23 de Octubre de 2013, de Web Oficial Turismo de Cádiz: <http://www.cadizturismo.com/destinos/provincias/cadiz/municipios/lalineade-la-concepcion/>
- La Línea de la Concepción*. (s.f.). Recuperado el 23 de Octubre de 2013, de andalucia.com - Central de Reservas: <http://www.andalucia.com/lalineadelaconcepcion/index.htm>
- La Línea de la Concepción. Turismo Cádiz, Rentals, Inmaculada*. (s.f.). Recuperado el 23 de Octubre de 2013, de [lalineadelaconcepcion.net](http://www.lalineadelaconcepcion.net/): <http://www.lalineadelaconcepcion.net/>
- Latorre, A. (2 de Septiembre de 2011). *Descubre Minube, la mejor red social de viajeros, ahora ya para Android*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2013, de El Androide Libre: <http://www.elandroidelibre.com/2011/09/descubre-minube-la-mejor-red-social-de-viajeros-ahora-ya-para-android.html>
- López, B. (26 de Mayo de 2013). *Qué es un blog. Guía para principiantes*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de Ciudadano 2.0: <http://www.ciudadano2cero.com/que-es-un-blog/>
- López, B. (20 de Abril de 2013). *Qué es YouTube, cómo funciona y qué te puede aportar*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2013, de Ciudadano 2.0: <http://www.ciudadano2cero.com/youtube-que-es-como-funciona/>
- López, B. (25 de Abril de 2013). *Qué es YouTube, cómo funciona y qué te puede aportar*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de <http://www.ciudadano2cero.com/youtube-que-es-como-funciona/>
- Marín Carrillo, M. B., & Sánchez Fernández, R. (s.f.). *Las Organizaciones de Promoción Turística de destinos del Mediterráneo en Internet*. Recuperado el Octubre de 21 de 2013, de <http://www.ual.es/congresos/Turismo-Mediterraneo/panel1-8.pdf>

- Marketing, S. M. (14 de Julio de 2010). *Cinco ventajas y cinco desventajas de Facebook como herramienta corporativa*. Recuperado el 8 de Noviembre de 2013, de marketingdirecto.com: <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/cinco-ventajas-y-cinco-desventajas-de-facebook-como-herramienta-corporativa/>
- Merelo, M. (s.f.). *Guía turística y gastronómica de La Línea de la Concepción-Cádiz*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, de Gastronomía y una pizca de algo más: <http://gastronomiayunapizca.blogspot.com.es/2011/09/guia-turistica-y-gastronomica-de-la.html>
- Ministerio de Educación, C. y. (s.f.). *Consulta a la base de datos de bienes inmuebles*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2013, de Patrimonio Cultural: <http://www.mcu.es/bienes/buscarBienesInmuebles.do;jsessionid=13412A19A9A3867A70A6A12C4837407F>
- Qué es Blogger?* (s.f.). Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de Misrespuestas.com: <http://www.misrespuestas.com/que-es-blogger.html>
- Qué es Wordpress?* (s.f.). Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de Misrespuestas.com: <http://www.misrespuestas.com/que-es-wordpress.html>
- Qué es y cómo funciona TripAdvisor*. (s.f.). Recuperado el 19 de Noviembre de 2013, de TuriSustentable: <http://turismo.sustentabilidad.mx/que-es-y-como-funciona-tripadvisor/>
- Quiénes somos*. (s.f.). Recuperado el 19 de Noviembre de 2013, de Minube: <http://www.minube.com/quienes-somos>
- Rouhiainen, L. (s.f.). *Marketing con vídeos de Youtube - Para el sector turístico*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de marketingconvideo.com: <http://www.marketingconvideo.com/myt.pdf>
- Rubín, R. (18 de Julio de 2012). *Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2013, de Ciudadano 2.0: <http://www.ciudadano2cero.com/facebook-que-es-como-funciona/>
- Rubín, R. (10 de Julio de 2012). *Qué es Twitter, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, de Ciudadano 2.0: <http://www.ciudadano2cero.com/twitter-que-es-como-funciona/>
- Traverso, L. J. (Febreo de 2011). *La Línea en Blanco y Negro*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, de lalineanenblancoynegro.com: <http://lalineanenblancoynegro.com/index.html>

- Turismo, O. M. (s.f.). *Promoción de Destinos Turísticos en el Ciberespacio - Retos del Marketin Electrónico*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de [pub.unwto.org:
http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1133/1133-4.pdf](http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1133/1133-4.pdf)
- Twitter, I. (2013). *Twitter for Business*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2013, de <https://business.twitter.com/es>
- Velásquez, E. (14 de Abril de 2011). *¿Cómo debe ser el sitio web de un establecimiento turístico?* . Recuperado el 29 de Octubre de 2013, de Afshooter.com: <http://www.afshooter.com/seo-web/45-paginas-web-para-empresas-turisticas.html>
- Velásquez, E. (2012). *5 beneficios que las empresas turísticas pueden obtener de las redes sociales*. Recuperado el 31 de Octubre de 2013, de Afshooter.com: <http://www.afshooter.com/seo-web/45-paginas-web-para-empresas-turisticas.html>
- Vicente, A. (29 de Abril de 2012). *Como crear una buena web turística*. Recuperado el 6 de Noviembre de 2013, de Master en Comunicación Corporativa: <http://com.unicacion.com/avicente/como-crear-una-buena-web-turistica/>
- Visita La Línea: guía turística de la ciudad de La Línea de la Concepción*. (s.f.). Recuperado el 23 de Octubre de 2013, de [visitalalineacom.com:
http://www.visitalalineacom.com/index.htm](http://www.visitalalineacom.com/index.htm)