

La comunicación en los sitios de patrimonio

La comunicación en los sitios de patrimonio.

Necesidad de comunicar. Aspectos claves para comunicar. Público, mensaje y acción. La comunicación como proceso.

Claudio Bertonatti

La comunicación en los sitios de patrimonio



El turismo puede ser una gran actividad productiva



O un gran engaño



Todo depende ...

Conocimiento

Planificación

Política sostenible

Compromiso y solidaridad

Coherencia

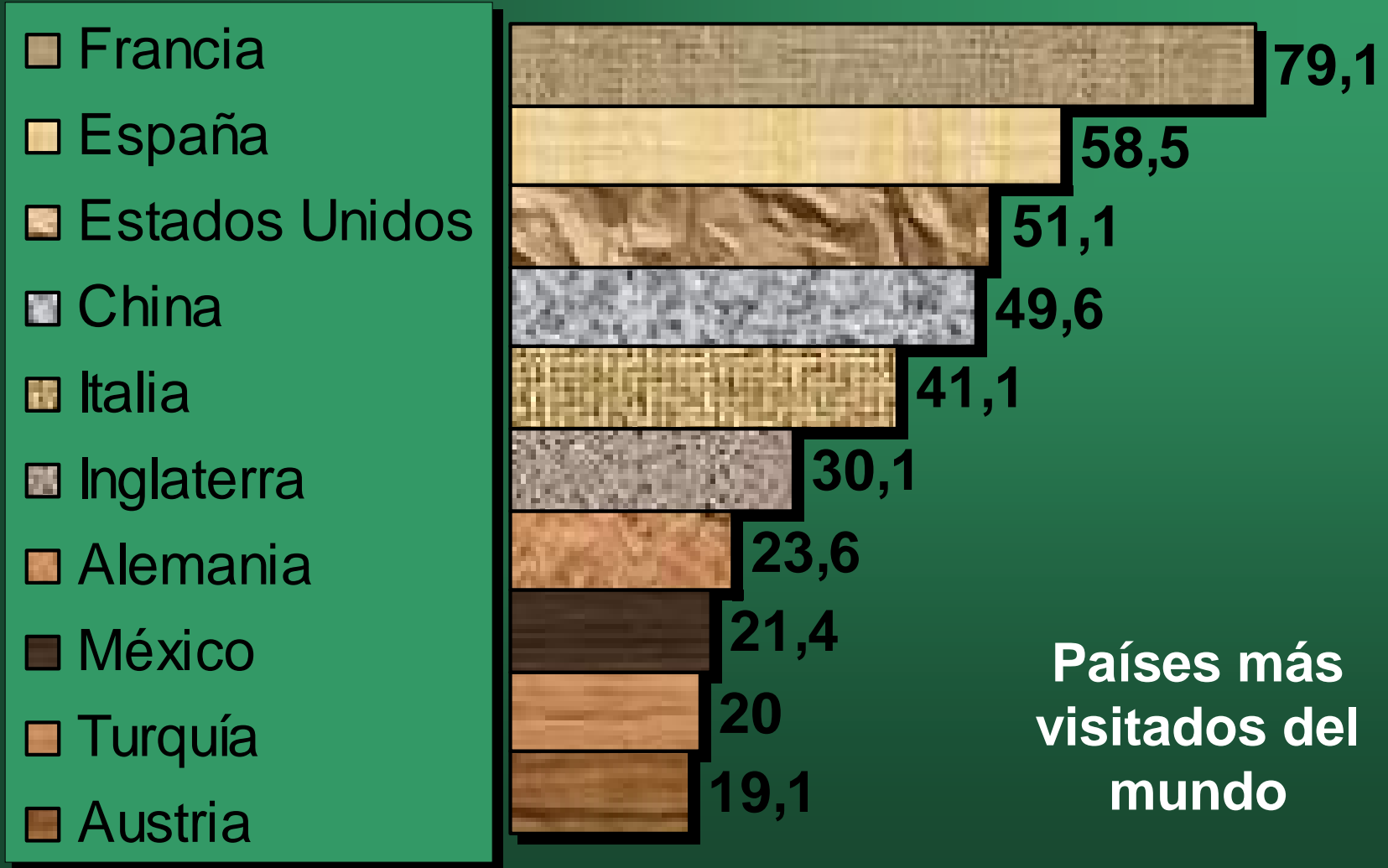


La comunicación es necesaria para...

- Crear posicionamiento y una marca ecoturística
- Difundir la marca y captar clientes
- Satisfacer el interés de los turistas conservando el patrimonio



¿Cómo se alcanza este resultado?



Países más visitados del mundo

Turismo es comunicación




¿Qué esperamos encontrar en un viaje?



Emociones







Y no nos da lo mismo qué tipo de comunicación hay en el destino



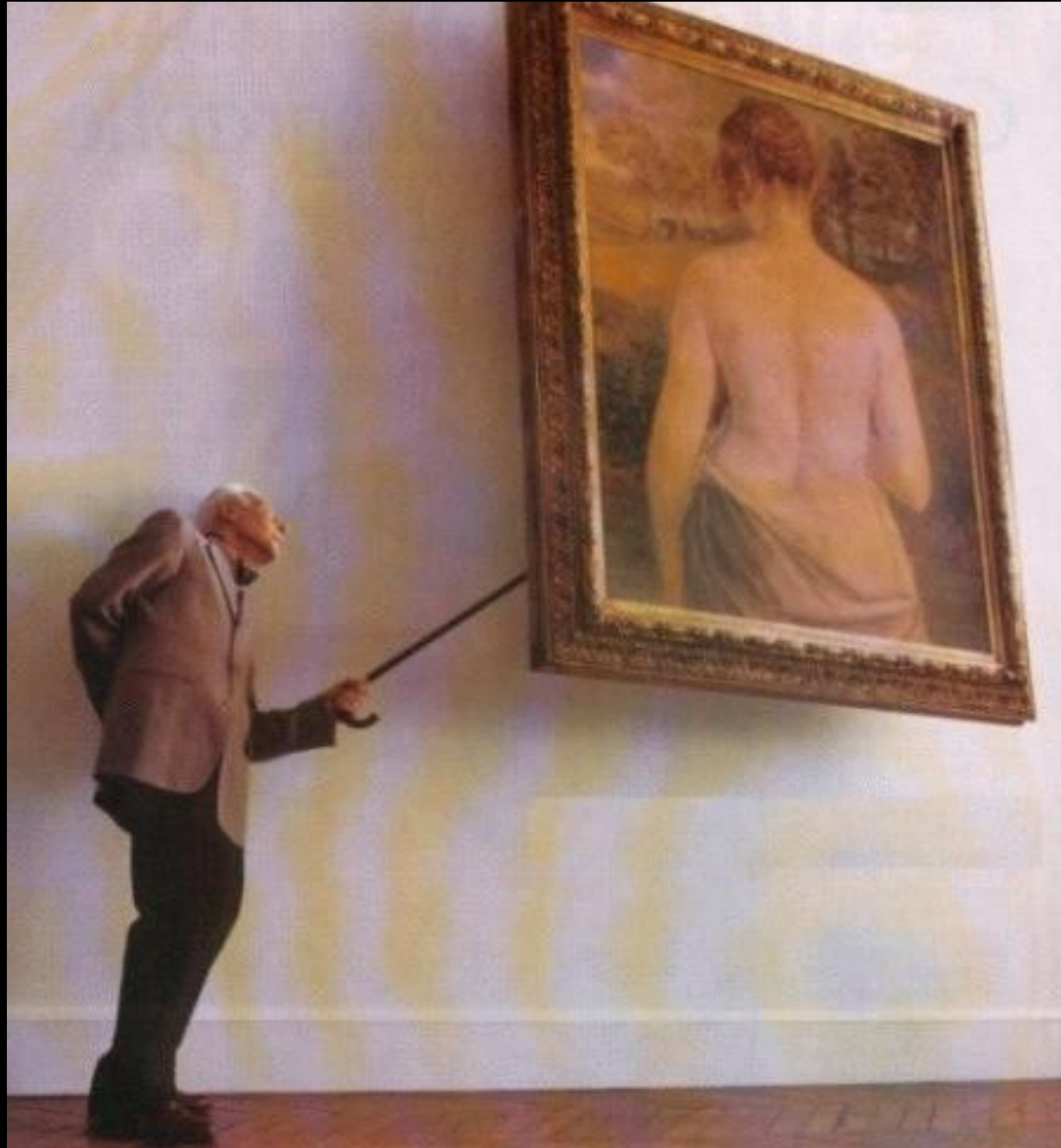
**Se necesita un plan
de comunicación**





**Para alcanzar
objetivos realistas**

Para aprovechar las oportunidades





Para evitar los contratiempos

Para que el visitante pueda disfrutar sin destruir



Y sin correr riesgos



Con técnicas personalizadas



Y otras no
personalizadas

Zona de Acampada Libre Organizada
La Roza
400 m →

Abrucena
9 Km →

Polarda
GR-240
← 16.9 Km

Piedra Negra
GR-240
11.2 Km →

En ambos casos hay reglas que cumplir



OREGON TRAIL RUTS

Registered National Historic Landmark



Wagon wheels cut solid rock, carving a memorial to Empire Builders. What manner of men and beasts impelled conveyances weighing on those grinding wheels? A line of shadows crossing boundless wilderness.

Foremost, nimble mules and hand carts, come poised Mountain Men carrying a fur fair -- the Rendezvous. So, in 1811, the first wheels

from St. Louis to the Rocky Mountains trail, a decade later and on through the 1860's, heavy draft horses drawing Oregon pioneers. Trailing the Oregon-bound *avant garde* with those emigrants, inspired by religious fervor, loom worn companies -- Mormons dragging or pushing handcarts as the William Young to the Valley of the Salt Lake. And, after 1849, reacting to a different stimulus but sharing the same trail, urging draft animals to extreme, straining resources and often failing, hurry gold rushers California bound.

A different breed, no emigrants but enterprisers and adventurers, capture the 1860's scene. They appear, multi-teamed units in draft -- heavy wagons in tandem, jerkline operators and bullwhackers delivering freight to Indian War outposts and agencies. Now the apparition fades in a changing environment. Dimly seen, this last commerce serves a new, pastoral society; the era of the cattle baron and the advent of settlement blot the Oregon Trail.

Candidato al fracaso

Este cartel, comunica ...



¿Profesionales o amateurs?



Hay distintos tipos de carteles



Señaléticos



Normativos



Informativos





El Río Chachín te habla

¡Escuche! Ese murmullo es la voz del río Chachín. Él trae el agua del deshielo por intermedio de varios arroyos que bajan de la montaña y del Lago Queñi; de allí corre encajonado por una hendidura del terreno, sigue su recorrido desembocando en el Lago Nonthué a 625 metros sobre el nivel del mar, favoreciendo el desarrollo del bosque que nos rodea.



*The Chachín River is talking to you.
 Listen! The murmur it from the Chachín river will be watered
 from the snowmelt contributed by several streams and from Lago Queñi.
 Through it flows through a cut in the terrain to reach Nonthué Lake,
 at 625 m above sea level, to favoring it provides humidity for growth
 of the surrounding forest.*

-
-
-
-
-
-
-

Cascada Chachín
 PARQUE NACIONAL LANIN

Interpretativos



**Es necesario aplicar la
“interpretación del
patrimonio”**

¿A qué apuntamos?



A no olvidar tres aspectos importantes

El posicionamiento de la institución (sus características en la mente del público. Es decir, lo que ese público supone que hace y lo que no hace. Esto la diferencia de las demás).

La marca (que la identifica a través de un logotipo).

Un plan de comunicación. Con la definición de:

- objetivos
- el público específico al que se apunta llegar
- el mensaje a transmitir
- los medios a utilizar para transmitirlo
- el tono o lenguaje para comunicarlo
- la respuesta esperada





¿Dónde está
el camino?

A photograph of a massive, jagged blue glacier wall meeting a body of water. A small boat is visible in the water in the foreground. The sky is overcast with grey clouds. The text is overlaid on the image.

Donde identifiquemos ...

Un PÚBLICO

para darle un MENSAJE

a través de un MEDIO

y convocarlo a una ACCIÓN



Para alcanzar un objetivo de comunicación se necesita elegir **un PÚBLICO**, dar **un MENSAJE** y convocar **una ACCIÓN**.

Hay distintos
PÚBLICOS





Hay distintos
MENSAJES

Hay distintos pedidos de
ACCIÓN



Veamos qué efecto nos provoca una pieza de comunicación con la misma imagen, CON Y SIN...

- Un **público** específico elegido
- Un **mensaje**
- Un pedido de **acción**.

Va el ejemplo

Versión 1



Tráfico ilegal de fauna

Cría de mono carayá traficada ilegalmente.

Versión 2



Público

Mucha gente compra mascotas de especies prohibidas

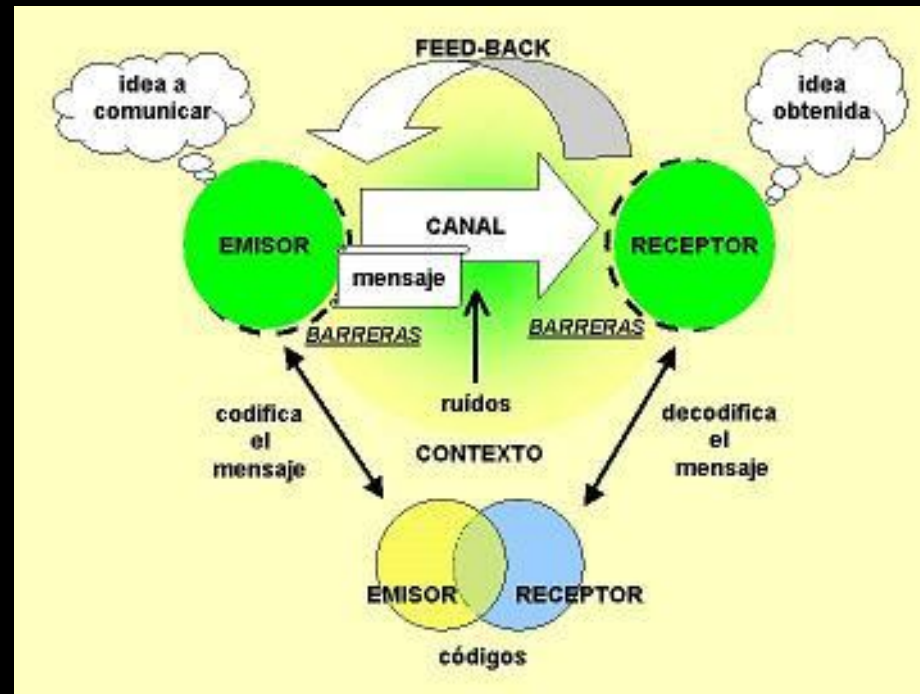
Mensaje

El tráfico ilegal de fauna mata muchos animales.

Acción

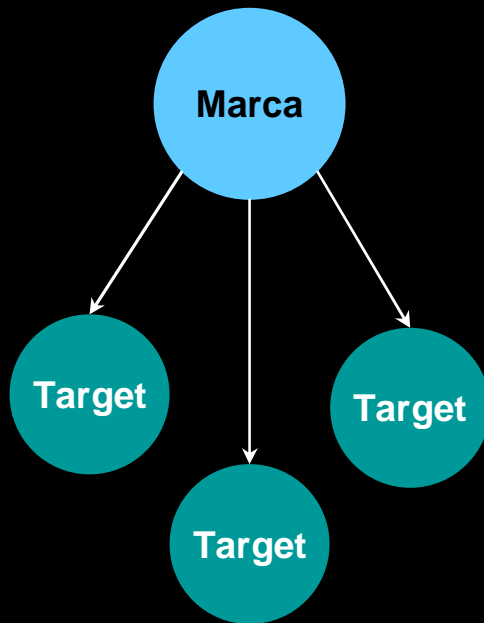
No compre especies prohibidas.

La comunicación es un proceso

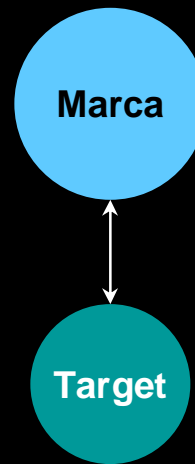


Antecedentes y tendencias

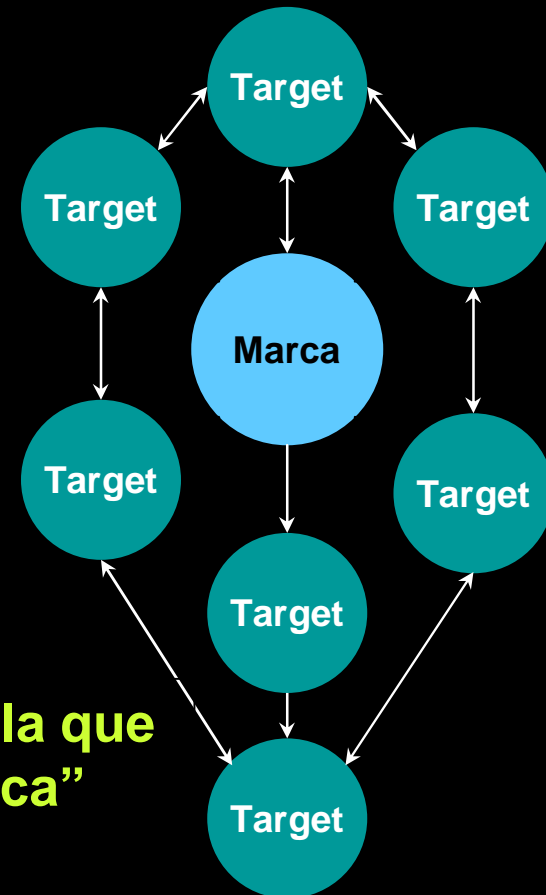
Comunicación masiva → Comunicación uno a uno → Comunicación de redes



Transmisión



Diálogo



Interconexión

Hoy la comunicación exitosa es la que genera un efecto "boca en boca"

Hay que pensar la comunicación



(usando el corazón y la cabeza)



Limar diferencias



Cultivar buenas relaciones



**Tener aliados
poderosos**

¿Para qué?





Para aplicar los principios de sostenibilidad

¿Con cuántas de estas personas podemos comunicarnos con eficacia?



**La comunicación
masiva, ¿puede ser
efectiva?**



Sólo por un momento ...



Contemplemos







**Los colores
comunican**

Las actitudes comunican





**Los sonidos
comunican**

Los aromas comunican



**También, los
silencios**





La luz





Hay diferentes formas de comunicar

Es importante dejar un mensaje



Entre “ninguno” y “alguno”...





“Alguno” puede ser mucho

**Muchas “nadas”
hacen “nada”.**



**Muchos “pocos”
hacen “mucho”.**





**Si queremos
seguir
disfrutando...**



“Ningún viento favorece a quien no sabe dónde va.”



INDIO TIKUNA

ESPIRITISTA SECRETISTA

Orientador Indígena



Traer secretos de selva para solucionar problemas laborales de negocios, de hogar, infidelidad, mala suerte, maleficios y trabas en sólo 3 días.

Si estar impotente por culpa de hechicerías, yo ayudar. Si desea dominar o regresar al ser querido yo garantizar decir quien hace daño. Trabajos a larga distancia. Yo cobrar \$10. Si no quedar contento devolverle dinero.

Reclame trilogía Indígena para la suerte y dominio de todo.

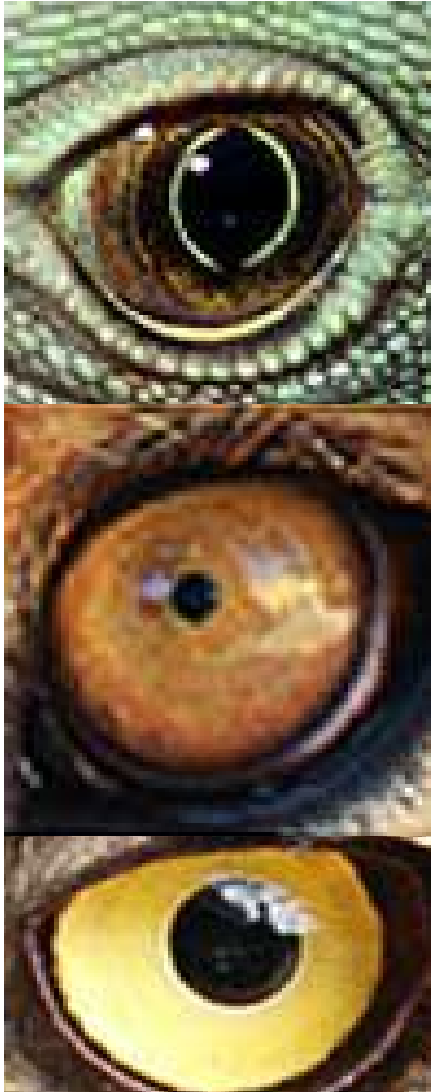
Cap.: CORRIENTES 2589 Piso 2 Oficina 6

Tel.: 4954-5693 Horario de Atención

L a V de 9 a 19 hs. - Sab. 9 a 13 hs.

**Necesitamos
comunicar
nuestro mensaje**

¿A quién recurrimos?



Son muchos los ojos que nos están mirando

Son muchos los ojos que nos miran



y en silencio.



ES HORA

DE HACER EL BIEN

“La constancia es la virtud por la que todas las otras dan su fruto.”

Arturo Graf

Muchas gracias

(Esto no fue todo. En minutos seguimos con otro tema)