



Universidad de Valladolid

CURSO 2018-2019

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

Comunicación y Travel Bloggers

Alumna: Jacqueline Sion Ceñera

Tutora: Leire Gómez Rubio

**Departamento: H^a Moderna, Contemporánea y de
América, Periodismo, Comunicación Audiovisual y
publicidad**

Convocatoria: Junio 2019

RESUMEN

La presente investigación nace con el objetivo de abordar los blogs de viajes, así como a sus protagonistas, los blogueros de viajes o *travel bloggers* como se conocen a nivel mundial. Esta figura siempre ha existido, pero gracias a la llegada de Internet y, por ende, de los blogs, han visto la oportunidad de compartir sus vivencias por el mundo. De escribir sobre el papel en línea las peripecias de sus travesías a una comunidad de viajeros y lectores, tanto en redes sociales como en sus bitácoras en línea personales. De esta manera se convierten en comunicadores digitales. A partir de esta situación, este trabajo elabora un análisis de contenido en el que se estudia la figura del bloguero de viajes mediante la elección de 7 bitácoras en línea hispanohablantes con gran repercusión en redes sociales, entre ellas Instagram. El objetivo principal es aquel de establecer una serie de semejanzas y diferencias en las que coincidan los blogueros.

PALABRAS CLAVE

Internet; Bitácoras en línea; Blogueros de viajes; Hispanohablantes; Viajeros; Viajes; Redes sociales

ABSTRACT

The present research takes place in order to know about travel blogs, as well as their protagonists, “los blogueros de viajes” or travel bloggers, as they are known all over the world. This figure has always existed, but thanks to the arrival both of Internet and blogs, travel bloggers have seen the opportunity to share their experiences around the world. Writing on the paper online their adventure trips to a community of travellers and readers, both in social networks and personal blogs. In this way they become as digital communicators. From this situation, this work develops a content analysis which studies the travel blogger figure through the election of 7 Spanish-speaking online blogs with great impact on social networks, Instagram between them. The main aim is to establish a series of similarities and differences in which bloggers coincide.

KEYWORDS

Internet; Blogs; Travel bloggers; Spanish-speaking; Travelers; Trips; Social networks

ÍNDICE

1. Introducción.....	2
1.1 Descripción y justificación del tema.....	2
1.2 Preguntas de investigación.....	4
1.3 Objetivos e hipótesis.....	4
2. Marco teórico.....	4
2.1 La nueva era del viajero.....	4
2.1.1 El bloguero de viajes.....	4
2.2 Nuevas formas de comunicar y transmitir experiencias viajeras: los blogs.....	7
2.2.1 Concepto e historia de los blogs.....	7
2.2.2 Blogs y Periodismo.....	8
3. Metodología.....	10
3.1 Variables de análisis.....	12
4. Resultados.....	12
4.1 Presentación blogueros de viajes.....	12
4.2 Presentación bitácoras online.....	16
4.3 Países visitados.....	20
4.4 Modalidad de viaje.....	21
4.5 Elementos añadidos.....	23
4.6 Comentarios en línea y proyección en redes sociales.....	24
4.7 Proyección en medios.....	25
5. Conclusiones.....	28
6. Bibliografía.....	30
7. Anexos.....	33

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Descripción y justificación del tema

Con la llegada del blog¹, también denominado weblog o bitácora, el individuo ha visto la oportunidad de compartir sus vivencias por el mundo. De plasmar sobre el papel en línea los entresijos de sus cortas o largas travesías a una comunidad de viajeros y lectores, tanto en redes sociales como en blogs. Este último es presentado como una página, que bien puede ser personal o colectiva, editada y publicada en internet con herramientas fáciles y disponibles a cualquier usuario, tenga o no conocimientos específicos. Sin embargo, a veces estas páginas se convierten en espacios globales de autoedición y publicación inmediata y directa (Bruguera, 2007).

A través de las bitácoras en línea se formula la interactividad en su mayor término, cuyos protagonistas, los blogueros o *bloggers*, se convierten en comunicadores digitales. Estas herramientas comienzan a popularizarse en 2001 a raíz del portal Blogger (perteneciente a Google en la actualidad) que permitía publicar información o experiencias personales en línea. Cinco años después, en 2006, se registran más de 30 millones de blogs a nivel mundial (Bruguera, 2007).

Los blogs son un símbolo, una marca que para muchos medios es objeto de negocio y, por ello, tanto las empresas que sean o no periodísticas deben de rentabilizar (Cebrián Herreros, 2010). Hoy día estos sitios web parecen estar de moda, destacando aquellos temáticos o especializados en un determinado tema como los de viajes. Y es que la figura del bloguero de viajes o *travel blogger* siempre ha existido, pero gracias a la aparición de Internet ha conseguido obtener un mayor peso. En palabras de la Fundeu² “el anglicismo está formado por los términos travel (‘viaje’) y *blogger* (‘persona que escribe regularmente en un blog’). Tal y como sostiene Ángel Martínez Bermejo:

Un bloguero de viajes profesional es una persona que escribe –que escribe o hace fotos o vídeos o utiliza cualquier otro medio de expresión- sobre viajes en un blog de forma regular, metódica y, sobre todo, pensando en los demás, en los lectores. Que aporte algo (*El País*, 2011).

Escribir, fotografiar, grabar. Esa parece ser la finalidad del viajero de hoy día, aquel que busca información; reportajes o crónicas redactados por él mismo o por otros

¹ El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE) incluye desde junio de 2012 la palabra blog que define como “sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores” así como sus derivados, tales como bloguero, bloguear o blogosfera. Recuperado de <https://hipertextual.com/2012/06/rae-blog> [Última consulta: 20 de mayo de 2019]

² La Fundeu acepta el anglicismo *travel blogger*, utilizado con frecuencia en el mundo del turismo para referirse a quienes mantienen blogs sobre viajes, pero determina que la palabra bloguero de viajes es la alternativa preferible en español. Recuperado de <https://www.fundeu.es/recomendacion/bloguero-de-viajes-mejor-que-travel-blogger/> [Última consulta: 20 de mayo de 2019]

viajeros (Aguilar, 2014). El lenguaje escrito es fundamental al igual que la inclusión de imágenes, sonido o vídeos, pues como afirma Rivas Nieto (2006) “relatar un viaje es algo connatural al propio viaje”.

Sin embargo, no basta solo con tener un ordenador y acceso a la red. Gayá (2015) sugiere la importancia de saber conectar bien con las personas. Es imprescindible hablar con naturalidad sobre aquellos lugares de interés y, sobre todo, ser honesto a la hora de explicar la realidad o la experiencia que el autor haya vivido, y así lo plasme en su plataforma digital. En definitiva, no dejar de ser fiel a uno mismo y a la filosofía del sitio web personal.

El blog de viajes es la gran revolución en la información de viajes, pues en los últimos años empieza a cobrar auge. Por ello, y debido al vacío existente en cuanto a estudios referentes sobre el tema, es por lo que surge el interés de la presente investigación. Autores como Cebrián Herreros y Flores Vivar (2007) analizan el fenómeno blog, el cual ha hecho posible que, en la actualidad, la sociedad encuentre todo tipo de información procedente de cualquier parte del mundo. En la misma línea, se encuentra recogido el trabajo de otros profesionales como Jiménez Cano (2008) o de Ugarte (2008), entre otros, surgido en un momento de eclosión de las bitácoras. Estos autores reflexionan sobre el estado de la blogosfera, además de esbozar aquellos caminos que pueda que recorra en tiempos venideros. También buscan estimular la presencia del español en la red.

En cuanto a la figura del bloguero de viajes, el investigador Rivas Nieto (2006) recoge un análisis de textos de periodistas viajeros, a los que se añade las reflexiones aportadas por su autor. Por su parte, Villegas y Rueda (2017) hablan de las utopías digitales y examinan el asunto viajeros/blogueros. Además de artículos académicos, se pueden encontrar informes como el elaborado por NH Hoteles y Territorio Creativo en 2013, donde se examina el nuevo perfil del viajero actual. También reflexiones aportadas por otros blogueros de viajes. Sin embargo, y como ya se ha comentado anteriormente, el tema no cuenta con un gran bagaje documentativo aportado por fuentes de información.

Además de esa motivación académica, se encuentra aquella personal. El interés por el mundo de los viajes; el desplazarse a otros lugares de la Tierra, en esta ocasión de manera virtual, estén más o menos alejados de nuestra cultura. A pesar de no poseer un blog personal donde compartir mis vivencias viajeras con otros individuos, el uso de la herramienta *Flickr* me ha sido de gran utilidad para almacenar pedacitos de mis travesías a través de imágenes tomadas. La realización de este trabajo académico se ha convertido en una oportunidad para desarrollar un ámbito que me inquieta y que se encuentra ligado al Grado de estudio realizado, el Grado en Periodismo. Algunas Universidades, como la Universidad Autónoma de Barcelona, incluyen como optativa en su plan de estudios la asignatura de Periodismo Medioambiental y de Viajes.

1.2 Preguntas de investigación

Algunas de las preguntas de investigación de las que este trabajo académico parte son las siguientes:

1. ¿Todo bloguero de viajes que narra sus experiencias viajeras en la red es periodista?
2. ¿Los blogs de viajes consiguen obtener repercusión en medios de comunicación?

1.3 Objetivos e hipótesis

Una vez planteadas las cuestiones a las que este trabajo fin de grado pretende dar respuesta, puede decirse que la importancia de esta investigación radica en la curiosidad por los blogs de viajes, al igual que la figura del bloguero de viajes o *travel blogger*. Ese individuo que comunica sobre travesías mediante la publicación de noticias, imágenes, vídeos y, cómo no, narraciones a través de sus páginas web personales o bitácoras en línea. Por otro lado, conocer las semejanzas y diferencias en las que confluyen los blogueros. Para ello se ha realizado una selección previa de siete perfiles de habla hispana con gran repercusión en redes sociales como Instagram, una de las plataformas digitales más destacadas hoy día.

Asimismo, las hipótesis de la investigación expuestas tras los objetivos planteados para el presente trabajo, son las siguientes:

- **Hipótesis 1:** La mayoría de países recorridos por los blogueros de viajes pertenecen al continente europeo.
- **Hipótesis 2:** El bloguero de viajes solo relata sus experiencias viajeras sin informar a mayores a los usuarios sobre los diferentes destinos u ofrecer otros servicios.
- **Hipótesis 3:** El bloguero de viajes vuelca en su bitácora en línea la misma cantidad de imágenes que de vídeos que acompañan las publicaciones escritas.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 La nueva era del viajero

2.1.1 El bloguero de viajes

Como dice el escritor de viajes Nelson Mochilero, creador del sitio de redes www.mochileros.org, “viajar no es llegar a un lugar, es abrir un camino”. Es el afán por descubrir lo desconocido y hacerlo conocido. En definitiva, sentir una experiencia vivencial que dará lugar a una serie de reflexiones que, a la postre, pueden resultar

plasmadas por su autor. En este sentido, Rivas Nieto (2006) aporta una reflexión en su libro *Historia y naturaleza del periodismo de viajes. Desde el Antiguo Egipto hasta la Actualidad*, en la que sostiene que:

Todo viaje implica un deseo de aventura entendida como la entrada de lo desconocido en lo conocido. Sin embargo, es complicado delimitar los contornos de los relatos de viajes y, más difícil, hacerlo con los del periodismo de viajes. Un texto de viajes surge de la necesidad de narrar las experiencias vividas; nace del deseo de contar a los demás lo que al viajero le ha sorprendido porque el viajero –el verdadero viajero- tiene algo de narrador, de informador. (p.63)

Descubrir, explorar, aprender. Ideas a las que también se añade la de narrar. De contar al mundo lo que el viajero ha experimentado durante su travesía, aquello que también le ha sorprendido (Rivas Nieto, 2006). De ahí subrayar la importancia de que el propio viajero se convierta en el cronista de su viaje, pues tal y como explica Javier Castaño³ en el programa radiofónico *Que no te lo cuenten*, hecho por y para aventureros, “lo que me gusta es viajar, pero al escribir vuelvo a viajar otra vez al recordar lo que he hecho y ponerlo por escrito”.

Viajo y, por tanto, ¿soy turista? Esta es una de las incertidumbres que pretenden desvelar diversos autores. El periodista y también viajero español Martínez Reverte (2017) sostiene en su artículo *Viajero o turista* la tendencia dada a relacionar el ser una persona viajera con la posesión de un rasgo de nobleza, mientras que al turista se le da una connotación ordinaria. “Creo que el asunto reside en la masificación, en el desarrollo de los medios de comunicación, en la escasez de tiempo y en el rechazo a la improvisación” (Reverte, 2017, p.40). El autor habla de la falta de improvisación que se tiene hoy día, pues tal y como afirma:

Un viajero de hace un siglo se enfrentaba a multitud de situaciones inesperadas a lo largo de su ruta y ningún recorrido se cumplía entonces como estaba previsto. Era una parte importante de la actividad viajera y, sin duda, contenía una enorme emoción y, por qué no, incluso encanto. (Reverte, 2017)

Asimismo, este profesional de la información menciona en el mismo artículo a autores como el periodista británico, ya fallecido, Gilbert Keith Chesterton o el escritor estadounidense Paul Edward Theroux, quienes plasmaron en un determinado momento sus ideas acerca de la distinción viajero - turista. Chesterton (como se citó en Martínez Reverte, 2017) decía que “el viajero ve lo que ve, mientras que el turista ve lo que ha venido a ver”. Por su parte, Theroux (como se citó en Martínez Reverte, 2017), en líneas similares al primero, sostiene que “los turistas no saben en dónde han estado mientras que los viajeros no saben adónde están yendo”. Parece ser que algunos lo tienen claro con estas afirmaciones. Sin embargo, el periodista (2017) expone que “el viajero parte, en la mayor parte de las ocasiones, con billete de vuelta. Y lo que debe de

³ Javier Castaño de El hombre que viaja en el programa de radio por Internet: Que no te lo cuenten 04x09, 2013. Recuperado de <http://www.quenotelocuenten.org/04x09-filipinas-el-hombre-que-viajaba-fotografia-de-viajes-fidelity-cards/>, última consulta junio de 2019.

procurar es no perderlo o evitar que se lo roben” al igual que sucede en el caso del turista, pues “hoy en día, merced a la baratura de los viajes, desplazarse a otros lugares del mundo se ha puesto al alcance de millones de bolsillos”.

Turista o no turista, es evidente que el viajero ha tomado parte activa en la actualidad. Autores como Dediu (como se citó en Palau y Lekant, 2017) piensan que el viajero ha desempeñado su papel dejando de ser así un mero espectador; es decir, a través de su valoración y el empeño por dar su opinión, se ha convertido en una persona activa. Por su parte, Merino (como se citó en Palau y Lekant, 2017) también cree que ejerce su papel pero sólo a través de la narración de sus vivencias, coincidiendo así con la idea de Rivas.

Otros autores como Villegas y Rueda (2017) comentan en su artículo *Web social, viajeros y utopías digitales* que los viajeros/blogueros comparten en sus blogs y/o redes sociales sus vivencias por el mundo. Ambos explican, además, las dimensiones que conlleva la creación y divulgación de saberes sobre los viajes:

Deconstruir estereotipos de los lugares y sus habitantes; conocer las costumbres locales y tensionarlas con las propias; ampliar la red de amigos; usar el lenguaje escrito, la fotografía, el vídeo, en sus formas tradicionales y de expresión; compartir con detalle y constancia los avatares del viaje a la comunidad de viajeros y lectores en redes sociales y blogs, y, finalmente, un proceso de reflexión permanente sobre la propia experiencia, sobre lo que implica romper con las formas modernas de trabajo y hacerse empresario a través de los modos contemporáneos de trabajo en Internet. (p.48)

Por tanto, son viajeros porque se trasladan de un lugar a otro durante un tiempo determinado a través de cualquier medio de transporte. Es decir, viajan. Y, además, son blogueros ya que comunican y comparten los saberes construidos a través de la experiencia del viajar. El resultado se ve reflejado mediante la apertura de blogs de viajes. Una nueva plataforma donde contar las experiencias y también compartir información e impresiones con otros usuarios/lectores (Villegas y Rueda, 2017).

Los avances tecnológicos de los últimos años han propiciado el surgimiento de este nuevo perfil de viajero actual. Como recoge el Informe *El Viajero Social en 2013. Un análisis global* elaborado por NH Hoteles y Territorio Creativo, ahora se da una mayor complejidad en la toma de decisiones. “El viajero busca en sus sitios de confianza la inspiración y la recomendación de sus personas más cercanas para elegir un destino”. Antes las agencias de viajes gozaban con la llegada de personas que acudían con la intención de conseguir todo el viaje planificado. Ahora, esas mismas personas son quienes lo planifican en sus diferentes etapas: búsqueda del viaje, toma de decisiones, planificación, disfrute y, no menos importante, llegar a compartirlo a través de las redes sociales. Convirtiéndose así en un viajero social. El mismo informe explica que “el viajero social se siente parte de una comunidad mayor que la que podría abarcar en la realidad física. En estas comunidades busca opiniones, experiencias y fotos de otras personas para acotar sus listas de destinos”.

La duda parece surgir cuando se relaciona al bloguero con el periodista de viajes. Pokazanyeva (como se citó en Palau y Lekant, 2017) considera al primero como un usuario de Internet, sin experiencia alguna pero interesado en contar al mundo su experiencia personal. En cambio, al segundo lo describe como un profesional que cuenta con cierta formación y experiencia al ser parte de un equipo en un determinado medio de comunicación. Pokazanyeva (2015) recalca, además, los principios periodísticos que el profesional de viajes sigue respecto al cumplimiento de normas éticas y la adecuada presentación de la información, así como el respeto a la verdad, entre otras cosas.

A pesar de todo, parece ser que el número de escritores *amateurs* que difunden información sobre viajes ha aumentado en cantidad, y esto lo convierte en un desafío para el periodismo de viajes como profesión (Hanusch y Fürsich, 2014). Pero, ya sean o no profesionales de la información, recrean saberes. En este caso, viajeros. “Los saberes viajeros se entienden aquí como un espacio experimental para la producción de subjetividades a través de prácticas cooperativas de producción de experiencia, que se materializan en los blogs” (Villegas y Rueda, 2017, p.54). Los viajes son el objeto de conocimiento cuya metodología es simplemente viajar, y, a través de su carácter narrativo se obtiene el relato (*storytelling*).

2.2 Nuevas formas de comunicar y transmitir experiencias viajeras: los blogs

2.2.1 Concepto e historia de los blogs

Si bien es cierto que la llegada de Internet a finales del siglo XX ha hecho posible la aparición de los blogs, no es hasta el año 97 cuando surgen en la red las primeras referencias. “El término *weblog* fue utilizado por primera vez en 1997 por Jorn Barger para definir los diarios electrónicos personales, editados y publicados con herramientas informáticas de uso muy sencillo, que permitían volcar en la red con periodicidad regular textos breves ordenados cronológicamente” (Bruguera, 2007, p.14). El escritor estadounidense Barger⁴ acuñó la expresión *weblog* y la describió como “anotar (sobre) la Red”, (“*logging the web*”) o “mantener una bitácora de enlaces interesantes”. Poco después, el término sufrió una evolución hacia la abreviatura blog, lo que derivó a bitácora y/o cuaderno de bitácora en español. Finalmente, el Centro de Terminología de la Lengua Catalana (TERMCAT) fija la palabra “bloc” para referirse a la expresión en catalán.

Como se ha comentado en la introducción del presente trabajo, el periodista explica que el blog es “una página web, personal o colectiva, editada y publicada en Internet con herramientas electrónicas de uso simplificado y al alcance de usuarios sin conocimientos informáticos específicos” (Bruguera, 2007, p.9). La expresión forma parte de la blogosfera, espacio que es descrito como:

⁴ Jorn Barger, gran conocedor de Internet y editor de Robot Wisdom. Recuperado de <https://esacademic.com/dic.nsf/eswiki/646757>, última consulta junio de 2019.

Conjunto de comunidades y dinámicas de interacción entre millones de personas que utilizan este mismo formato electrónico de publicación, en las que el usuario anónimo puede adquirir presencia, visibilidad y relación con otros usuarios, personales y colectivos, sin ninguna barrera geográfica ni temporal. (p.10)

Por otro lado, especialistas como Cabero (2006), catedrático de Didáctica y Organización Escolar, hablan de la blogosfera como un “sistema virtual en el que se establecen comunidades de weblogs categorizados temáticamente o por perfiles de interés. Estos conforman, pues, el mensaje y la blogosfera, el lugar para habitar en internet” (p.234). Para muchos este fenómeno es aún desconocido, sin embargo, otros sienten la necesidad de estimular la presencia del idioma y volcarlo en Internet. Para Polo (2007) el mundo ya no es lo que era. “Con la llegada de las nuevas tecnologías de la comunicación, con Internet y, en particular, con la extensión de la proyección de cada uno de nosotros a través de nuestros blogs, nunca antes el individuo había sido tan relevante” (p.16).

Cabe destacar que las opciones de acceso a la publicación electrónica estaban muy limitadas en los años ochenta. En 1985 se establece la red, aunque su amplio desarrollo es alcanzado finalmente en 1990. En este año surge la conocida *World Wide Web* (WWW), creada por Tim Berners-Lee, como medio reciente en nuestras vidas. Nueve años después, se establece *Eatonweb Portal*, considerado el primer portal de blogs. También se lanza a la red la primera herramienta web de publicación electrónica denominada Pitas y aparece *Blogger*. Este servicio es pionero en cuanto a la creación y al alojamiento gratuito de los blogs. También forma parte del conglomerado de herramientas, medios y servicios de Google hasta hoy día (Bruguera, 2007). Colonnello (2008) afirma: “*Blogger* es, sin duda, el sistema más conocido y el más utilizado dentro de los servicios de blogs, y fue adquirido por Google en el año 2003” (p.30).

2.2.2 Blogs y Periodismo

La expansión de Internet parece no tener fin. Cebrián Herreros y Flores Vivar (2007) recogen en el libro *Blogs y periodismo en la red* dicho fenómeno, el cual ha hecho posible que, en la actualidad, la sociedad encuentre todo tipo de información procedente de cualquier parte del mundo ya sea en blogs u otras plataformas digitales, y, a través de un solo ‘click de ratón’. La situación no solo ha afectado e impactado a la ciudadanía, sino también a los medios de comunicación y, por ende, a los periodistas. En el libro *La gran guía de los blogs*, Jiménez Cano (2008) explica que:

En el ámbito de la comunicación, si bien «no ven, en líneas generales, los jóvenes aspirantes a periodistas, los blogs como una oportunidad, sino casi como una amenaza», no es menos cierto que «los medios sí han entendido el tener un blog para una temática concreta, y también para cubrir un evento». (p.18)

Por su parte, de Ugarte (2008) analiza la dificultad de definir la blogosfera como un conjunto de blogs, en lugar de hacerlo como un “conjunto de herramientas y servicios distribuidos de publicación electrónica personal” (p.27). Además cree que “el

blog será el gran centro de comunicaciones personal. Y por lo mismo tenderá a despojarse del egocentrismo de su modelo original anglosajón y 2.0” (p.27). El mundo cambia constantemente y, por ende, también los blogs. En palabras de Mancini (2008), “los blogs no son lo que eran ni –como casi nada en la web- serán lo que son. Se mueven, se transforman, se potencian, se reinventan” (p.33). Y todo esto porque, tal como aseguraba Miguel de Unamuno, al fin y al cabo “el progreso consiste en renovarse”.

La idea de Mancini era clara: una blogosfera solo textual en sus inicios. Por otro lado, de Franco hablaba de la blogosfera como “el conjunto crecientemente interconectado de todos los blogs: abreviatura de weblogs, sistemas de publicación de contenidos en la web que siguen la estructura post-link comentario” (p.39).

En referencia al estilo del blog y la comunicación, es de vital importancia el uso correcto del lenguaje por parte del autor, así como la posibilidad de intercambio de mensajes o perspectivas con otros usuarios. Bruguera (2007) afirma:

Desde el punto de vista de la comunicación con lectores y usuarios, la redacción de anotaciones debe ir orientada a la conversación y a la apertura y mantenimiento de diálogos y debates. La simple proyección de pensamientos subjetivos y narraciones personales no favorece el establecimiento de relaciones ni la creación de vínculos de comunidad con otros usuarios. Y, por lo tanto, tampoco ayuda a generar nuevas entradas y circulación de comunicación. (p.49)

En líneas similares, Colonnello (2008) sostiene que “habitualmente, en cada artículo de un blog los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo” (p.28). No obstante, aquí entraría en juego la decisión que tome al respecto el autor del blog en cuanto a si los internautas pueden participar o no en ese intercambio comunicativo. Y es que el uso de cada blog es decisión personal, al igual que el tipo de contenidos que se quieran volcar. Es decir, la temática del blog.

Independientemente de la temática del blog, este fenómeno no surge de la nada, sino que se encuentra adscrito al campo de la comunicación. Meneses (2008) lo afirma:

Un blog bien hecho es un medio de comunicación multimedia. El que lo tiene en estas condiciones posee una emisora de radio, una cadena de televisión, un diario y un magacín, y además todo es difundido a nivel internacional y del mismo modo recibe respuesta de cualquier lugar de la Tierra. (p.47)

Meneses (2008) añade que “el bloguer puede ser tanto anfitrión como huésped en el hogar de otros. Puede conservar a disposición de los demás las entrevistas escritas, radiadas televisadas que le hayan hecho. O incluso crear su propio canal en YouTube e incluir vídeos en el blog” (p.49). Al fin y al cabo los blogs y los medios se retroalimentan. Cabe destacar a dos jóvenes, y ya periodistas profesionalizados, Daniel

Basteiro y Rita Álvarez, quienes decidieron abrir cada uno su blog de determinada temática sin dejar de practicar el periodismo en medios tradicionales (Berrios, 2008).

Jiménez Cano (2008) explica que en España, medios como la redacción de *20 minutos* decidieron crear sus propios blogs. También el periódico *El País* decidió abrir una sección dedicada a los blogs donde escriben diferentes profesionales como Eva Roy, Juan Cruz o Lluís Bassets. En total, 30 bitácoras ocupan hoy día la sección *Un país de blogs* del medio. Cabe destacar dos relacionadas al mundo de los viajes: *El viajero astuto* de Isidoro Merino y *El blog de viajes* de Paco Nadal. El primero, periodista español, se especializó en crónicas y libros de travesías y escribió para el suplemento de *El viajero* del periódico *El País*. El segundo, también escribe de viajes y turismo en el mismo diario desde 1992 y desde hace más de 10 años presenta un espacio viajero en la *Cadena Ser*. El resto de bitácoras en línea compartidas en el medio, contemplan otros temas, aunque algunos no descartan escribir sobre viajes como es el caso de la ya mencionada escritora especializada en cine adulto Eva Roy, quién decidió narrar su viaje con siete amigos a Japón y así desarrollar en su blog las costumbres, tendencias urbanas y lugares más emblemáticos del país.

¿Por qué no abrir en un medio un blog y transmitir los intereses o inquietudes de cada uno? Al fin y al cabo “los blogs se nutren de los medios y los medios de los blogs” (Jiménez Cano, 2008, p.67). Por su parte, Ramírez González (2008) interpreta esa necesidad que siente el ser humano de expresarse y volcar aquello que siente. “Nos apropiamos del entorno y lo convertimos en nuestro hogar en un intento heroico por salvarnos de la indigencia que caracteriza a nuestra especie” (p.91). La misma autora habla de esa “democratización de la cultura e interés por la divulgación, en muchos casos de forma gratuita, porque los apuntes en el libro de bitácora pueden servir para el viaje de muchos otros” (p.95).

3. METODOLOGÍA

Para la elaboración del Trabajo Fin de Grado “Comunicación y Travel Bloggers” se han utilizado diversos métodos de estudio. En primer lugar, para la composición del marco teórico y el contexto en el que se centra esta investigación se realizó una revisión bibliográfica de libros y artículos académicos, además de artículos y páginas web en línea. Para la fase empírica la metodología utilizada ha consistido en el análisis de contenido definida por el autor Krippendorff (1990) como “una técnica de investigación que se utiliza para hacer inferencias reproducibles y válidas de los datos al contexto de los mismos”.

El estudio del presente trabajo tiene por objeto realizar un análisis de contenido, cuyas unidades de observación son algunos de los blogueros de viajes de habla hispana con gran repercusión en redes sociales, entre ellas YouTube e Instagram. En total, se analizan siete bitácoras en línea de manera que se pueda obtener una perspectiva comparativa de ellas. Beltrán (1985) señala que:

El método comparativo es consecuencia de la conciencia de la diversidad: la variedad de formas y procesos, de estructuras y comportamientos sociales, tanto en el espacio como en el tiempo, lleva necesariamente a la curiosidad del estudioso, al examen simultáneo de dos o más objetos que tienen a la vez algo en común y algo diferente; pero la satisfacción de tal curiosidad no lleva más allá de la taxonomía y la tipificación, y cuando se habla del método comparativo en las ciencias sociales, parece que quiere irse más lejos de esas básicas operaciones de toda ciencia. (p.25)

El corpus de la investigación se ha llevado a cabo en los meses de abril y mayo, periodo en el que se han examinado cada uno de los siete blogs en línea elegidos, mientras se establecían una serie de variables. Una vez concretadas las variables, se ha recurrido a extraer de cada perfil aquella información considerada relevante para la elaboración del presente trabajo.

Las siete bitácoras en línea elegidas han sido: *Alanxelmundo*, *Viajeroscallejeros*, *Mindfultravelbysara*, *La 5th con Bleecker St.*, *Guíasviajar*, *Aliciasornosa* y *El Pachinko*. El proceso de selección de estos perfiles ha sido llevado a cabo a través de la búsqueda *online*. Una de ellas, resultado de visualizar un artículo publicado en *El blog de viajes* de Paco Nadal en *El País*, titulado *Los 25 blogs de viajes más leídos de España*, en este caso de 2017, y entre ellos se encuentran dos de las bitácoras elegidas: *Guíasviajar*, en primera posición, y *Viajeroscallejeros* en tercera. En el caso de *Alanxelmundo*, por ser “el autor del videoblog de viajes hispano más famoso de la red”, noticia publicada el 6 de marzo de 2018 también en *El blog de viajes*.

En cuanto al blog de Alicia Sornosa, la selección es debida a que la bloguera ha sido “la primera mujer en dar la vuelta al mundo en moto”, noticia publicada en *TeleMadrid* el pasado 29 de mayo de este mismo año. Por su parte, *La 5th con Bleecker St.* ha sido objeto por ser un blog dedicado sólo y exclusivamente a una determinada ciudad, en este caso Nueva York, pues su autora la ha visitado en numerosas ocasiones. Por último, y no menos importante, están *El Pachinko* y *Mindfultravelbysara*. En el primer caso la elección se ha debido a que es uno de los blogs referentes en cuanto a turismo familiar se refiere. Y en el caso de *Mindfultravelbysara* por ser también “una de las bitácoras de referencia de la blogosfera española e internacional”, según se manifiesta en *Skyscanner* en 2017.

Junto a toda la información recuperada en las redes sobre la relevancia de estas bitácoras en línea, se ha sumado la cantidad de seguidores en Instagram, una de las plataformas digitales con más peso hoy día. Pues cada uno de los blogs cuenta con un notable número de seguidores. Finalmente y, mediante la indagación a través de las páginas web personales de cada unidad de análisis, se establecerán esas determinadas variables con la finalidad de obtener unos resultados concretos.

3.1 Variables de análisis

Para llevar a cabo el desarrollo del análisis de contenido comparativo, con el propósito de establecer una serie de similitudes y desemejanzas, se establecieron unas variables determinadas. En concreto, son nueve las variables, agrupadas por epígrafes, que conforman la ficha de análisis. Todas son de creación propia con la intención de conseguir unos resultados que conduzcan a unas conclusiones concretas.

1ª variable: Fecha del blog: Año de creación de cada una de las bitácoras en línea. No se especifica ni día ni mes.

2ª variable: Profesión: Trabajo o estudios realizados por los blogueros.

3ª variable: Página inicial del blog: Distribución del contenido de cada una de las bitácoras, en cuanto a volumen.

4ª variable: Países: Países y continentes que fueron visitados por los blogueros.

5ª variable: Medios de transporte: aquellos medios de locomoción más utilizados en el transcurso de los viajes.

6ª variable: Imágenes y vídeos: Como recurso añadido a las entradas publicadas.

7ª variable: Comentarios: Si el espacio es abierto o no a comentarios en línea. En caso positivo, determinar si hay *feedback* por parte del autor del blog.

8ª variable: Redes sociales: Perfiles en redes donde volcarían el contenido del blog. También determinar número de suscriptores en YouTube y de seguidores en Instagram, cuentas muy utilizadas por sus protagonistas.

9ª variable: Medios de comunicación: Menciones, premios, entrevistas... en diferentes medios y que son compartidos por los *travel bloggers* en sus páginas web.

4. RESULTADOS

Del análisis de contenido realizado y detallado en la metodología se han obtenido los resultados que se expondrán a continuación. El número total de unidades de análisis examinadas es de 7 bitácoras en línea de blogueros de viajes de habla hispana con mayor repercusión en redes sociales. En el presente estudio se han incluido una serie de variables que definen a cada uno de los *travel bloggers* elegidos.

4.1 Presentación blogueros de viajes

Alanxelmundo: su nombre es Alan Estrada Gutiérrez, pero es mayormente conocido a nivel mundial como *Alanxelmundo*. Así se denomina su blog de viajes, creado en 2011 por este autor mexicano. Alan es actor, cantante, bailarín y youtuber, y, a pesar de no tener formación como periodista, explica en una entrevista realizada a *El*

blog de viajes de Paco Nadal en *El País* “haber trabajado muchos años en comunicación”, lo que le hizo “saber la importancia de ser profesional, de entregar las cosas a tiempo, de hacerlo con rigor”. El bloguero cuenta, además, sus comienzos en YouTube:

Llegué a YouTube subiendo vídeos de mis vacaciones, jamás pensé que la gente los iba a ver. Pero empezaron a tener más y más visitas y descubrí el mundo YouTube. Descubrí que era una ventana importantísima ya que la televisión estaba perdiendo si no valor, sí audiencia. (*El País*, 2018)

En su blog relata que su primer viaje lo realizó en 2004 a la India y al sudeste asiático (Camboya y Tailandia) como mochilero inspirado en la película *The Beach*, protagonizada por Leonardo Di Caprio. Su afición por viajar y plasmarlo por escrito comenzó como un hobby con el objetivo de “ayudar a los turistas”, pero después de ocho años se convirtió en “una forma de vida”.

En su biografía admite, además, dársele “muy bien la organización de itinerarios”, en cambio dice “ser pésimo para probar cosas nuevas en el terreno culinario”, aunque finalmente siempre lo hace. Al mexicano le gusta viajar acompañado aunque prefiere “hacerlo solo”, algo que tal y como refleja en su blog “le obliga a mezclarse con el entorno, a platicar con la gente, a preguntar y en el mejor de los casos, ser uno más”.

Viajeroscallejeros: ellos son Vanessa y Roger, una pareja de bloggers procedentes de Gerona que decidieron crear el blog *Viajeroscallejeros* en 2009. Aunque les apasiona explorar lugares solos, el primer viaje que realizaron fue organizado a Egipto. A partir de ahí comenzaron a aventurarse en nuevas travesías por libre. En cuanto a profesión, esta no viene especificada.

Mindfultravelbysara: tras el nombre de *Mindfultravel* se encuentra la madrileña Sara Rodríguez, quien creó el blog en 2012. Esta bloguera trabajó durante años con empresas del sector turístico y del *lifestyle*. Además de su experiencia y formación en marketing online y redes sociales, tuvo ocupación como auditora, formó parte del equipo de bloggers de *iambassador* –red líder mundial de *influencers* de viajes- y, en la actualidad, es miembro de la red profesional de *bloggers* de viaje TBnetEs, la Asociación de Bloggers Profesionales y de la Asociación de Bloggers de Madrid.

Desde que tenía 6 años viaja con sus padres. Ahora lo hace sola, en pareja, y, a veces, con su perro Kiba. Por ello, en su perfil da consejos de cómo viajar con mascotas. Además, admite “estar buscando nuevas y originales formas de colaborar” con el objetivo de “llevar lo mejor a sus lectores”. Sus publicaciones, tanto en redes sociales como en el blog, animan a los más curiosos a hacer sus viajes realidad.

La5thonbleeckerst: Isabel Leyva es la autora del blog *La 5th con Bleecker St.*, espacio creado en 2010 para la ciudad de Nueva York como guía de visita y de compras. Leyva es *freelance* y trabaja como Consultora de Marketing Digital, además de dedicarse al mundo del blog de manera profesional. Su ciudad natal es Gerona, pero visita “la Gran Manzana” varias veces al año durante largas temporadas. “Todavía no me acabo de creer que lleve 16 años recorriendo sus calles y que la haya visitado hasta en 34 ocasiones, porque cada vez que veo su *skyline*, siento la misma ilusión de la primera vez”, escribe la autora en el apartado ‘Sobre mí’. Pero no sólo tiene cabida en su corazón la ciudad de Nueva York, la autora también quiere conocer y disfrutar de otros lugares. Por ello decidió crear en 2014 *Travels and co*, pues tal y como escribe en la sección ‘Colaboraciones y publicidad’ del blog *La 5th con Bleecker St.*:

Diarios de viaje, vuelos, hoteles, restaurantes, actividades... informaciones valiosas para aquellas personas que están planificando un destino, en un solo lugar, y explicado siempre en primera persona. Porque detrás de todo el contenido, hay una conexión, una vivencia... no hay nada casual. (Leyva, 2014)

Desde 2012, y al igual que la autora de *Mindfultravel*, tiene mascota. En este caso se trata de un gato llamado Niu, que adoptó ese mismo año. Sin embargo, Leyva es de las que prefiere no viajar con animales, porque según anota en su blog “los gatos sufren stress con mucha facilidad y a Niu no le gustan nada los cambios”.

Guíasviajar: detrás de *Guíasviajar* se encuentra José Luis Sarralde, periodista madrileño y director de revistas especializadas y del sector de internet en los grupos líderes Motorpress Ibérica y G+J. Sarralde es el principal responsable del blog, creado en 2008, en el que ofrece consejos útiles para que los usuarios puedan planificar sus viajes. Junto a él se encuentra su hijo Carlos Sarralde, quien le ayuda a llevar a cabo el blog como proyecto profesional de plena dedicación. Ambos combinan sus experiencias como viajeros desde jóvenes junto a aquella de ser un profesional de la información en el caso del primero.

El objetivo principal del blog es informar al usuario sobre destinos turísticos que, combinado como medio informativo de viajes 2.0, sea una herramienta útil de promoción del turismo. *Guíasviajar* es, además, uno de los fundadores de la agrupación profesional de blogs de viajes *Travel Inspirers*, cuya labor es reunir los blogs de viajes más destacados de nuestro país.

Aliciasornosa: la madrileña Alicia Sornosa también es periodista, además de viajera, motorista y escritora. En 2008 decide crear su espacio personal donde plasmar y compartir con los usuarios experiencias y aficiones. El blog fue renovado en 2015 y también este mismo año. Una de sus grandes pasiones es el automovilismo, por ello su compañera de viaje es una moto con la que ya ha recorrido 51 países y realizado 285.000 kilómetros. Además de la automoción, en su página web destaca el *snowboard* y la vela como deportes de riesgo que le encantan. “Salí en plena crisis a dar «una vuelta

en moto»”, escribe Sornosa, quien se coronó como la única mujer europea y de habla hispana de este siglo en haber realizado la vuelta al mundo en moto. Un viaje apoteósico, donde no ha faltado aventura, esfuerzo y ayuda social.

La periodista también se define como “una comunicadora solidaria”, pues su labor no es aquella de traspasar fronteras, sino de lograr un compromiso solidario con todo aquello que realiza. Ayudar a los menos favorecidos, visitar hospitales infantiles, dar charlas en cárceles, colaborar con las ONG... Y no sólo eso, también anima a grupos de motoristas locales a contribuir con la causa mediante la organización de caravanas a lugares cercanos como Aldeas Infantiles o transmitiendo, a través de las redes, las historias de aquellas personas que más lo necesiten.

Como bien relata en el blog, su pasión por viajar comienza a los 14 años al obtener la licencia de ciclomotor. Cuatro años después, consigue el carnet de moto y así comienza a recorrer mundo en 2011 hasta que regresa de nuevo a España en octubre de 2013. En cuanto a los viajes, suele improvisar. Bien es cierto que conoce el punto de partida y hasta dónde quiere llegar, pero deja el camino abierto a confundirse y volver a encontrarse, sobre todo en los viajes largos.

Además, el dar la vuelta al mundo ha hecho que su protagonista se haya lanzado a llevarlo a la ficción en forma de novela, cuyo título es *360º*. En ella narra, a través del personaje principal de Sofía, un viaje épico de más de un año en moto en el que se mezclan los paisajes, sentimientos, problemas y soluciones que puedan surgir durante la travesía, además de las relaciones humanas. El periodista Paco Nadal afirma que “360 Grados es una pequeña gran historia de superación, un relato lleno de sinceridad y muy bien escrito, con el que Alicia se revela como una gran narradora de viajes”.

Y no sólo eso, también organiza viajes. Es decir, diseña travesías para quienes quieran vivir la aventura sobre dos ruedas y descubrir los caminos y carreteras más espectaculares de la zona, mezclados con la gastronomía y la cultura de cada lugar. Asia, América y África son los continentes elegidos en este año. En cuanto a la seguridad del recorrido, este será avalado por Sornosa, quien lleva desde 2014 organizando rutas diferentes.

El Pachinko: *El Pachinko*, “un blog de andar por casa”. Así lo han definido sus autores, Pau García Solves y Vero. Aparte de los viajes, que siempre han sido el tema principal del blog, la sencillez y algunos aspectos personales también formaban parte del mismo. Sin embargo, ahora sólo escriben sus experiencias viajeras.

Ellos son pareja y tienen dos hijos, Teo y Oriol, con los que viajan a cualquier lugar del mundo. Pau, el principal responsable del blog, es también periodista y bloguero de viajes profesional. Licenciado en Ciencias de la Información, ha trabajado y colaborado en diversos medios de comunicación en relación a Internet, nuevas tecnologías y turismo. Además de ser el creador del blog, es miembro fundador de las agrupaciones de blogueros *Travel Inspirers* y *Travel with Kids Blogs* y socio fundador

de la Comunitat Valenciana *Travel Bloggers*. También es co-autor del libro *Viajar con niños, el manual para preparar tus vacaciones en familia*. Por su parte, Vero, a quien le encanta la moda y la decoración, es Licenciada en Filología Catalana e imparte clases de valenciano a estudiantes de secundaria y bachillerato.

El Pachinko arrancó en marzo de 2008, siendo tal y como explican sus protagonistas “un blog de viajes especializado en destinos asiáticos”, sobre todo en “viajes a Japón”. Poco después, comenzaron a publicar contenidos de países de Europa, América y África. A raíz del nacimiento de sus hijos, Pau y Vero comienzan a dar consejos en su blog acerca de “viajes con niños”, además de especializarse en turismo familiar. La pareja no ha querido dejar de viajar por ser padres ni tampoco abstenerse de llevarlos con ellos en sus travesías. En una entrevista vía *skype* con uno de los *travel bloggers* más reconocidos en España, *Eduardo Pérez de viaje*, famoso en la red como *hombrelobo*, se habla del incremento de blogueros de viaje que realizan travesías en familia y es que, como bien dice Pérez “parece que mucha gente dice que tengo un hijo y dejo de viajar, y es al contrario. Tú has demostrado, además, que hay un nicho muy importante de gente que tiene familia y quiere viajar y disfrutar del mundo en familia” (Pérez, 2012).

4.2 Presentación bitácoras online

Cada bloguero presenta el contenido que quiere mostrar a los usuarios de diferentes maneras en las páginas de inicio de sus blogs. Algunos, como *Alanxelmundo*, *Aliciasornosa* o *La 5 th con Blecker St.* cuentan con diversas secciones.

Imagen 1. Mapa página web *Alanxelmundo*



Fuente: Elaboración propia

Además de esas secciones principales, algunas cuentan con subapartados. Por ejemplo, dentro del apartado ‘Publicaciones’:

- **Tips:** consejos para los viajeros.
- **Blog:** entradas publicadas.
- **Entérate:** noticias que pueden ser relevantes para cualquier aventurero.
- **Dato Viajero:** curiosidades o tradiciones de los diferentes destinos.

Colaboraciones: entradas publicadas por diferentes personas que colaboran en el blog. Cabe destacar que Alan comenzó solo su andadura en el mundo *blogger*, pero en la actualidad cuenta con la ayuda de diversos colaboradores:

- Nabile Guerra: fashion blogger.
- Isa Natalia Castilla: consultora de Arte Contemporáneo.
- Mauricio de la Garza: arquitecto y fotógrafo.
- Fernanda Pérez-Caballero: amante del arte y la fotografía.
- Manu Espinosa Nevraumont: consultor de marketing, Instagram *storyteller* y *runner*. Desde hace tres años es *freelancer* y se dedica a crear contenido para marcas y documentar viajes a través de fotografías y crónicas escritas, ya sea solo o junto a otros creadores de contenido.

Tú por el mundo:

- **Comparte tu historia:** historias relatadas por otros viajeros que son compartidas por Alan.

Tienda AXM:

- **Puntos de venta:** Lugares donde adquirir sus productos.
- **Tienda AXM:** tienda en línea donde los usuarios pueden adquirir diversos productos de la marca *Alanxelmundo*. Entre ellos: kit de cubiertos, camisetas, botas viajeras, neceseres...
- **Ayuda:** rellenar formulario si se necesita ayuda con la compra de cualquier producto.

Imagen 2. Mapa página web *Aliciasornosa*



Fuente: Elaboración propia

Al igual que *Alanxelmundo*, el blog de Alicia es una de las bitácoras online con mayor contenido. Destacar que dentro del apartado ‘Pasiones’, encontraremos una Alicia:

- **Viajera:** publicaciones de sus viajes en moto
- **Comunicadora:** debates, eventos, participaciones compartidos.
- **Periodista:** trabajos, reportajes
- **Solidaria:** ayudas por una buena causa. Por ello el apartado ‘Donaciones’, espacio abierto a la recaudación de fondos para ayuda en Kerala (India).

Además, su blog en línea también cuenta con el apartado ‘Tienda’, donde los usuarios podrán adquirir diversos productos de la marca Alicia Sornosa. Entre ellos, su novela 360°: una mujer, una moto y el mundo, camisetas y tazas.

Para la creadora de *La 5th con Bleeker St.*, su primer blog, este no es el único. La bloguera cuenta con otros dos: *Mamá, quiero ser blogger* y *Travels and co*. El primero está enfocado a cómo llegar a obtener un beneficio económico con el blog y así trabajar de ello desde cualquier parte del mundo. Incluye, además, un curso gratuito para aprender a conseguir ingresos en sólo 5 días. En cambio, el segundo, *Travels and co*, surge a raíz de su interés por conocer y explorar nuevos lugares. El 80% del blog se basa en los viajes que ha realizado y que realizará alrededor del mundo, y el 20% restante va orientado a la moda y a la decoración, otras de sus pasiones.

La diferencia de *Travels and co* respecto a *La 5th con Bleeker St.*, es la disposición del contenido. El primero es mucho más sencillo, pues sus apartados establecen los continentes recorridos, y dentro de ellos viene especificados los países que la bloguera ha visitado, con sus respectivas entradas.

Imagen 3. Mapa página web *La 5 th con Bleecker St.*



Fuente: Elaboración propia

Todas las secciones del blog se orientan sólo y exclusivamente a la ciudad de Nueva York, cuya intención es plasmada por la autora en su blog. “Desde este espacio, quiero compartir contigo mi amor por esta ciudad y enseñarte, aquellos rincones, lugares, tiendas, paseos... que me fascinan y que están alejados de turistas” (Leyva, 2010). Y su manera de llevarlo a cabo es a través de la propia experiencia. Aquellas situaciones que haya vivido y que compartirá con el fin de que los viajeros puedan resolver cualquier tipo de duda que les asalte. El resto de blogs presentan una disposición más sencilla y escueta del contenido.

En el caso de *Viajeroscallejeros*, las secciones son:

- **Diarios de viaje:** relatan el lugar al que viajarán, durante cuánto tiempo y todo aquello que verán y harán.
- **Artículos:** recomendaciones sobre las atracciones más emblemáticas que un viajero no debe perderse en aquellos lugares que visite.

Viajeroscallejeros también cuenta con un apartado de ‘Contacto’, otro donde realizan una presentación, ‘Quiénes somos’, y en la cabecera, los continentes con su correspondiente lista de países recorridos.

Los apartados más destacados de *Mindfultravelbysara* se dividen en:

- **Blog:** utilidades para que el viajero se pueda inspirar a la hora de viajar.
- **Planifica tu viaje:** recursos, herramientas y productos para facilitar las travesías.
- **Destinos:** continentes que ha visitado y países.

En *Guíasviajar*, además de cada uno de los continentes recorridos, destacan los apartados de ‘España’, ‘Quiénes somos’, ‘Vídeos YouTube’ y ‘Organiza tu viaje’.

Por último, *El Pachinko*, donde el usuario podrá navegar dentro de los apartados de:

- **Viajes con niños:** los viajes que los bloggers han realizado con sus hijos.
- **Qué ver en Japón:** itinerarios, consejos y trucos para visitar Japón, el destino favorito de los protagonistas de *El Pachinko*.
- **Qué ver en Fiordos Noruegos:** lugares que visitar y excursiones recomendadas.
- **Qué ver en Roma:** guía para disfrutar de una escapada a esta ciudad.
- **Quiénes somos:** presentación de los integrantes del blog.

4.3 Países visitados

Todos los bloggers, excepto cuatro, han recorrido los cinco continentes.

Tabla 1. Número de países visitados

	América	Europa	Asia	África	Oceanía
Alanxelmundo	11	16	17	3	3
Viajeroscallejeros	6	20	13	5	1
Mindfultravelbysara	10	12	8	7	0
La5thconbleeckerst	1	12	10	2	0
Guíasviajar	5	24	9	3	0
Aliciasornosa *					
El Pachinko	3	15	3	1	0

Fuente: Elaboración propia

Cada uno de los *travel bloggers* especifica en sus bitácoras online el número de países de cada continente que han recorrido hasta hoy día, siendo Europa el continente más visitado por *Viajeroscallejeros*, *Mindfultravelbysara*, *La 5th con Bleecker St.*, *Guíasviajar* y *El Packinko*. En el caso de *Alanxelmundo* es Asia y en el de

Aliciasornosa no viene especificado. Por otro lado, y en general, el menos frecuentado es Oceanía.

Cabe destacar que Asia se encabeza en la lista como el segundo continente más concurrido por parte de los blogueros.

* En el caso de Alicia Sornosa, la autora del blog no especifica ni el número ni la lista de nombres de los países conocidos. No obstante, en su página web dice haber recorrido los cinco continentes con su moto señalando un total de 51 países, aunque a veces no recuerde la cifra exacta, tal y como expresa en el apartado ‘Preguntas y respuestas’ de su blog.

La verdad que no los he contado, me hago un lío si son más de los dedos que tengo en las manos... en serio, no los he contado. No soy de las que van tachando países en un mapa o contando para ver si he recorrido más que otros viajeros. Muchos, más de 40... (*Aliciasornosa*, 2019)

4.4 Modalidad de viaje

Para cualquier viajero es importante conocer los medios de transporte que utilizará tanto para desplazarse de un país a otro como de una ciudad a otra, así como aquellos a los que recurrirá una vez se encuentre en el lugar de destino. Según el estudio realizado de cada uno de los perfiles de análisis a través de sus bitácoras online se ha concluido que el avión es el medio de traslado predominante.

Tabla 2. Medios de transporte más utilizados

	Modalidad viajera
Alanxelmundo	Avión
Viajeroscallejeros	Avión
Mindfultravelbysara	Avión
La5thconbleeckerst	Avión
Guíasviajar	Avión
Aliciasornosa	Moto
El Pachinko	Avión

Fuente: Elaboración propia

Todos los *travel bloggers* coinciden en el uso más frecuente del avión como medio de transporte tanto para desplazarse a destinos lejanos como para viajar de un país a otro dentro de un mismo continente, excepto en el caso de Alicia que es la moto. No obstante, cabe destacar otros medios recorridos por cada uno de los perfiles.

En el caso de *Alanxelmundo*, si el país que visita es muy grande, admite, según una entrevista realizada a *Forum Mexico*, “comprar el vuelo de ida a una ciudad y el regreso desde otra”, así lo que realmente realiza es “una línea” y “no un circuito”. Luego, en el lugar de destino viaja, en la mayoría de ocasiones, “a pie con mochila de 60 litros”, aunque para el transporte dice “no haber reglas”. A veces elige entre tren, autobús o avión según mejor le convenga a su tiempo y a su bolsillo, pues “no siempre lo más barato es lo más conveniente”.

Para la pareja de *Viajeroscallejeros*, aunque el avión sea el más utilizado, hubo ocasiones en las que han precisado del tren como, por ejemplo, la ruta que realizaron por Suiza mediante el *Swiss Travel Pass*, post publicado el pasado 26 de mayo de este 2019. También han alquilado coche para realizar una ruta por lugares de Sudáfrica o Escocia, entre otros.

Sara Rodríguez, autora de *Mindfultravel*, aunque opte por el avión, sobre todo para desplazarse a lugares lejanos como Estados Unidos, las Maldivas o países de Europa como Polonia, escribe en su perfil otras modalidades de viaje experimentadas. Y es que desde los 6 hasta los 13 años sus viajes en familia han sido realizados en caravana tanto por ciudades de España como por el resto de Europa. También recorrió Italia durante un mes en interrail y Túnez, según ha publicado en el apartado ‘sobre mí’ del blog, y realizado *roadtrips* por la costa oeste de Estados Unidos, Croacia, Islandia y Kenia con un coche de alquiler.

En el caso de *La 5th con Bleecker St.* también hay algunas excepciones. Entre ellas, el uso del barco en Tailandia para realizar un tour por las islas, el bus para desplazarse de Bangkok a Krabi o el coger un tren en Italia para ir de Pisa a Cinque Terre.

Para José Luis Sarralde, creador de *Guíasviajar*, el avión es primordial. Luego, dependiendo de la ciudad usa tren o metro con mayor frecuencia, y en menor asiduidad bus. Si es un viaje por Asia, suele reservar un transfer que le recogen en el aeropuerto y le llevan al hotel. En ciudades de centro Europa hace mucho uso de la bicicleta y en aquellos más lejanos, como Finlandia o Noruega, utiliza transporte privado por la nieve. A la hora de realizar *roadtrips*, como su ruta por la costa oeste y este de los Estados Unidos, utiliza un coche alquilado, al igual que sus travesías por España.

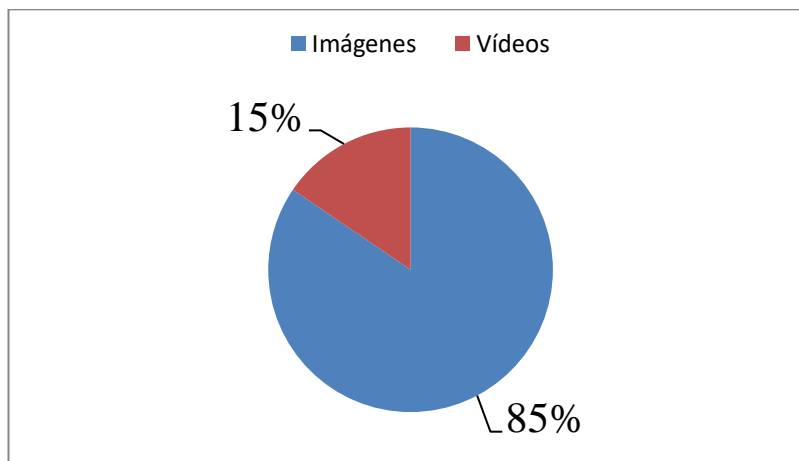
La excepción llega con *Aliciasornosa*, quien no abandona su moto como compañera de viaje. Si visita otro continente que no sea Europa, viaja sobre todo en avión y espera el envío de su automóvil a través de ese mismo medio o en barco y así comenzar la travesía. Por ejemplo, en su último viaje por África arrancó en Etiopía y el próximo de Estados Unidos lo hará en Los Ángeles. El resto del viaje lo realiza sobre dos ruedas, sin utilizar autopistas ni autovías. Siempre recurre a carreteras secundarias y caminos de tierra. En caso de que tenga que cruzar ríos, lo hace en un transbordador o por un puente si es el caso. Por último,

El Pachinko utiliza mayoritariamente el avión, y ya en el lugar de destino, y de manera prioritaria, opta por recorridos a pie.

4.5 Elementos añadidos

En todos los blogs se utilizan fotografías que acompañan a las publicaciones realizadas por sus autores. En cambio, la presencia de vídeos es más limitada. Quizá esto se deba a que cada uno de ellos cuenta con su propio canal de YouTube, espacio en el que vierten el contenido audiovisual realizado durante sus travesías.

Gráfico 1. Porcentaje de imágenes y vídeos incluidos en los blogs como elementos añadidos a las publicaciones escritas



Fuente: Elaboración propia

Los siete blogueros cuentan con varias imágenes que acompañan cada una de las entradas publicadas en sus respectivas bitácoras online. Incluso algunos muestran una galería de imágenes como es el caso de *El Pachinko*, quienes recogen, al final del apartado ‘Viajes con niños’, el conjunto de instantáneas realizadas en sus viajes.

En el caso de *Alanxelmundo*, su blog está repleto de imágenes: en su presentación, en la de sus colaboradores, también la fotografía de un mapa en el que se pueden observar todos los países que fueron visitados por el mismo. Además, en cada entrada hay expuestas varias instantáneas de sus viajes, algunas acompañadas de vídeo, elemento mayoritariamente presente en este blog comparado con su presencia en el resto de bitácoras. Y es que el blog de Alan también se define como videoblog. “El video blog de viajes más visto” se puede leer en su cabecera.

En cuanto al resto de *travel bloggers*, los hay quienes no incluyen vídeos como es el caso de *Viajeroscallejeros*. Otros sí los publican pero de manera limitada como son

Mindfultravelbysara en posts como ‘Las 5 mejores atracciones de Port Aventura’ o ‘Qué hacer en Islandia en verano’. En *La 5th con Blecker St.* se puede visualizar algún que otro vídeo de sus apariciones en medios de comunicación, así como uno en el apartado ‘Guía de NY’ del blog, donde explica el funcionamiento del mismo. En el caso de *Guíasviajar*, los vídeos se encuentran en el apartado ‘Vídeos youtube’, que dirigirá directamente al usuario al canal de YouTube de Sarralde. En el blog de Alicia, apenas se observan vídeos a menos que sea, al igual que sucede con el blog de *La 5th con Blecker St.*, de alguna aparición en medios. Además, Sornosa especifica en su bitácora que los usuarios podrán visualizar los vídeos, incluso en tiempo real, a través de los canales de YouTube e Instagram. Por último, *El Pachinko* utiliza el sitio web Flickr para almacenar sus vídeos.

4.6 Comentarios en línea y proyección en redes sociales

El espacio abierto a comentarios en línea es importante para un blog a la hora de que los usuarios puedan manifestar sus impresiones. Ya sea respecto a las entradas publicadas por los autores del blog o simplemente para expresar dudas acerca de todo aquello que no comprenda.

Tabla 3. Comentarios en línea y proyección en redes sociales

	Comentarios en línea	Proyección en redes
Alanxelmundo	Sí	YouTube, Twitter, Facebook, Foursquare e Instagram
Viajeroscallejeros	Sí	YouTube, Twitter, Facebook, Pinterest e Instagram
Mindfultravelbysara	Sí	YouTube, Twitter, Facebook, Pinterest, Flipboard e Instagram
La5thconbleeckerst	Sí	YouTube, Twitter, Facebook, Pinterest e Instagram
Guíasviajar	Sí	YouTube, Twitter, Facebook, Pinterest e Instagram
Aliciasornosa	Sí	YouTube, Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram
El Pachinko	Sí	YouTube, Twitter, Facebook, Flickr e Instagram

Fuente: Elaboración propia

En este caso, cada una de las bitácoras muestra un espacio abierto a comentarios al usuario. Aunque no todos participan de manera tan activa. En algunos blogs, como el de *Alanxelmundo*, hay un número considerable de comentarios por parte de sus lectores pero no se visualiza demasiado *feedback* por la de su autor. En cambio otros, como

Viajeroscallejeros, *La 5th con Bleecker St.*, *Aliciasornosa* y *El Pachinko* sí suelen dar respuesta con frecuencia a los usuarios. Por otro lado, están aquellos blogs que también permiten comentarios en línea, pero estos no reciben un gran número de ellos. Este es el caso de *Mindfultravelbysara* y *Guíasviajar*.

Además, cuentan con una serie de perfiles en redes sociales que son compartidos con los usuarios en sus respectivas páginas web. Aquellas mayoritarias son Instagram, Twitter y Facebook.

También, y como ya se ha comentado anteriormente, todos los bloggers tienen canal de YouTube donde vierten el contenido audiovisual realizado. Sin embargo, no todos cuentan con el mismo número de suscriptores.

Tabla 4. Número de suscriptores en YouTube y de seguidores en Instagram

	Suscriptores en YouTube	Seguidores en Instagram
Alanxelmundo	+ 2 millones	1 millón
Viajeroscallejeros	2.505	164 mil
Mindfultravelbysara	852	54 mil
La5thconbleeckerst	4.982	38,6 mil
Guíasviajar	12.951	23,7 mil
Aliciasornosa	No viene reflejado	22,3 mil
El Pachinko	83	5.859

Fuente: Elaboración propia

También la red social Instagram es importante para un *travel blogger* si quiere darse a conocer, pues se ha convertido en una de las redes sociales más utilizadas por todo el mundo. Como se puede visualizar, todos cuentan con un número considerable de seguidores en dicha red.

4.7 Proyección en medios

La mayoría de los bloggers han compartido en sus páginas web con los usuarios, tanto premios recibidos como entrevistas y menciones en medios de comunicación.

Viajeroscallejeros comparte un total de 57. Entre los que destaca:

- Mención en *La Vanguardia*.
- Mención en *Viajes National Geographic*.
- Mención cuenta de Instagram por parte de *Lonely planet*.

- Mención en *Hola.com* como uno de los mejores blogs de viajes del año.
- Participación en el artículo ‘¿Son también un peligro los ‘influencers’ de viajes?’ de *El País*.

La autora de *Mindfultravelbysara* ofrece, en el apartado ‘Sobre mí’, tanto artículos como vídeos publicados sobre ella y el blog. Además de entrevistas, charlas y varios premios encontrados en la sección ‘Medios y prensa’ de ese mismo apartado. Un total de 47 enlaces son compartidos por la bloguera para disfrute de sus lectores. También menciona una serie de campañas en las que ha participado recientemente:

- Campaña *Destination Makers*: promoción de destinos con gran riqueza cultural y gastronómica. Su labor era dar difusión a Nyons y Margherita di Savoia, a través del blog y las redes sociales.
- Campaña #Visit Nördlingen con la Oficina de Turismo de Nördlingen, en plena ruta de Alemania: promoción de ese pueblo alemán repleto de historia al estar situado en el cráter que dejó un meteorito hace 15 millones de años.
- Campaña TBnetEs para la Oficina de Turismo de Bélgica: promoción de la región de Valonia en bicicleta, tanto en el blog como en redes sociales.
- Campaña iAmbassador para la Oficina de Turismo de Irlanda: promoción de la ciudad de Dublín y la gastronomía irlandesa.
- Campaña para la Oficina de Turismo de Mauricio: promoción de la isla y de todos los espectáculos que se puedan ver o actividades que se puedan realizar en Mauricio. Su labor también abarcaba la creación de una guía de isla Mauricio en 10 días.

El blog de *La 5 th con Bleecker St.* se ha convertido en una de las bitácoras de referencia dentro de su temática al ser objeto de reconocimiento por diversos medios de comunicación, pues su autora ha conseguido el premio a Mejor Blog de Ocio y Actualidad en 2011. Y no sólo eso, tal y como se puede observar en el apartado ‘Colaboraciones’ y haciendo *click* en el enlace *reconocida por diversos medios de comunicación*, la bloguera ha colaborado y participado en diversas campañas publicitarias, aunque también está presente en la actualidad. Así lo comparte en su blog:

- Entrevista en el canal de televisión *Telemundo NBC*, para el programa *Acceso total NY*.
- Escribe un artículo al mes en la revista *Woman*.
- “10 razones por las que visitar NY”, escrito para el magazine de Mr. Wonderful.
- Elaboración de artículos para *Skyscanner* sobre dónde comer en Nueva York (mejores restaurantes, cafés y bares de la Gran Manzana), las 5 mejores actividades gratis para hacer en la ciudad y dónde alojarse y dormir en “la ciudad que nunca duerme”.
- Aparición en el reportaje de *Telva* sobre Nueva York.
- Recibimiento del premio *Mujer It* al mejor blog de ocio y actualidad, otorgado por la revista *Mujer Hoy*. Aparición en esa misma revista también.

- Aparición en *Telva.com* en la ruta fashionista por Nueva York.
- Aparición en la sección *A cop de clic* del Món a Rac1.
- Presentación en el *Huffington Post*.
- Presentación en la revista *Cinemanía*.

Por su parte, *Guíasviajar* se ha convertido en uno de los blogs con mayor reconocimiento en nuestro país por diversas razones, indicadas en el apartado ‘Quiénes somos’. Entre ellas:

- Reconocimiento con el Premio Internacional de la Comunicación Turística 2015 (PICOT) al mejor blog de viajes. Comparte galardón con los principales medios de comunicación de viajes y turismo en España en las diferentes categorías.
- Es uno de los fundadores de la agrupación profesional de viajes *Travel Inspirers*. Esta reúne a los más destacados blogs de viajes de nuestro país.
- El blog ha obtenido menciones en otros medios de información. Y no sólo menciones, sino también ha sido objeto de entrevistas en prensa, radio y otros blogs. Las más destacadas, compartidas por Sarralde en *Guíasviajar*, son las siguientes:

- Los 25 blogs de viajes más leídos de España, en el blog de Paco Nadal *El Viajero de El País* (12 enero 2018).
- Entrevista en *La Ventana de los Viajes* de la *Cadena SER* (12 enero 2018).
- Entrevista en el blog *Tu Hobbie, tu Viaje* (12 septiembre 2014).
- Charla sobre Valladolid en el programa de radio *Paralelo 20* (24 agosto 2014).
- Los ciberamigos del viajero, cita en la crónica del congreso internacional de *bloggers* de viajes TBEX en Girona, en *El Periódico* (22 septiembre 2012).
- Entrevista en el blog de *Escapada Rural* (23 agosto 2012).
- Entrevista en el blog de *Top Rural* (5 julio 2012).
- Entrevista en *Universal Places Blog* (22 junio 2012).
- Entrevista en el programa de radio *Paralelo 20*.
- Entrevista en el programa de radio *De Viaje en Intereconomía*.
- Los 10 blogs de viajes más influyentes, en blog *Vivir Europa*.
- 5 blogs de viajes que me inspiran, en blog *Viajes, Rock y fotos*.
- 100 blogs que me han inspirado, en blog *El Pachinko*.
- 20 cuentas de Twitter de turismo que debes seguir, en blog *Weblog Magazine*.
- Marketeros sin cargo: Rubén Marcos, en blog *Rumorismo*.

En el caso de Alicia Sornosa, algunas de las menciones y apariciones de la periodista reflejadas en el blog son las siguientes:

- Intervención en el programa *Está Pasando* de *Telemadrid*, que comenzó con su llegada a plató en moto.
- Premio al *Mejor Viaje del Año 2018* por parte de la Sociedad Geográfica Española.
- Intervención en el programa *Cámara Abierta* emitido en el canal 24h y TVE2 para dar respuesta a preguntas planteadas por los usuarios.
- Entrevista de *RNE Nómadas*, donde explicaba qué iba a hacer y cómo prepararía su moto en su travesía por el continente africano.

Por último, tanto el blog de *Alanxelmundo* como *El Pachinko*, no comparten en sus respectivos blogs ni menciones ni apariciones en medios de comunicación, aunque estas sean varias. No obstante, destacar algunas.

En el caso de *El Pachinko*:

- Entrevista vía *skype* con el *travel blogger* Eduardo de viaje, más conocido como *hombrelobo* en la red.
- Participación en el vídeo *#viajandoconbloggers* de *B the travel brand* donde recomienda a los viajeros ‘los 10 mejores destinos para viajar con niños’.
- Premio *BlogueroGold de American Express* al mejor blog de viajes en 2016.

En el caso de *Alanxelmundo*:

- Entrevista para *El blog de viajes* de Paco Nadal en *El País*.
- Entrevista para el periódico de Guatemala *Prensa Líder*
- Premio *Destination Canada 2017* por la realización de vídeos sobre los osos polares.

5. CONCLUSIONES

Una vez detallados los resultados de la presente investigación, se expondrán las conclusiones que evidenciarán la confirmación o refutación de las hipótesis planteadas.

1. Tres de los siete blogueros de viajes analizados (*Alanxelmundo*, *Viajeroscallejeros* y *Aliciasornosa*) han recorrido los cinco continentes, como bien exponen en sus bitácoras en línea. Excepto en el caso de Alicia Sornosa, que no especifica el número de países de cada continente, y Alan que ha visitado 17 lugares de Asia, el resto de blogueros han viajado a más países del continente europeo hasta hoy día, tal y como se puede observar en los resultados. Un total de 20 fueron visitados por *Viajeroscallejeros*, en el caso de *Mindfultravelbysara* 12, *La5thconbleeckerst* 12, *Guíasviajar* 24 y *El Pachinko* 15. A pesar de que el mayor número de países conocidos por Alan pertenezcan a Asia, cabe destacar que sólo por una cifra no iguala la cantidad, siendo 16 países europeos los visitados por el mexicano. Por lo tanto, la hipótesis 1 que

preveía que la mayoría de países recorridos por los blogueros de viajes pertenecen al continente europeo queda comprobada.

2. Los siete blogueros de viajes presentan, a su gusto, el contenido que quieren mostrar a los usuarios en la página inicial de sus bitácoras en línea. Como se ha podido comprobar, todos ellos cuentan con diversas secciones. Además de publicar entradas donde narran sus experiencias viajeras, cada uno de ellos aporta una pequeña ayuda al usuario/viajero. Es decir, ofrecen recomendaciones sobre qué ver, qué comprar, atracciones más emblemáticas, además de recursos y herramientas que puedan facilitar la travesía realizada por y para el viajero. Algunos, como son el blog de *Alanxelmundo* y *Aliciasornosa*, incluyen el apartado “Tienda”, donde los usuarios podrán adquirir productos como camisetas, tazas, neceseres... De este modo, la hipótesis 2 que sostenía que el bloguero de viajes solo relata sus experiencias viajeras sin informar a mayores a los usuarios sobre los diferentes destinos u ofrecer otros servicios queda refutada.

3. En todos los blogs analizados se utilizan fotografías que acompañan a las publicaciones en línea. Y no sólo eso, también se añaden grabaciones aunque la presencia de estas es bastante más limitada, tal y como reflejan los resultados. La inserción de vídeos se aprecia en un 15% frente al 85% que corresponde a las instantáneas. El resultado ha quedado visible al examinar cada una de las bitácoras en línea y comprobar que algunos blogueros incluso no añaden vídeos, como es el caso de *Viajeroscallejeros*. Por lo general, el resto aporta escaso contenido audiovisual. Esto es debido a la presencia de YouTube, pues todos ellos cuentan con este espacio donde, en mayor o menor medida, suben los vídeos realizados durante sus travesías. Es decir, los siete blogueros tienen su canal de YouTube, aunque los hay quienes hacen más uso de él. Con todo ello, la hipótesis 3 queda refutada en cuanto a que el bloguero de viajes vuelca en su blog la misma cantidad de imágenes que de vídeos que acompañan a las publicaciones escritas.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, L. (2014). *Revistas de viajes 2.0. Los casos de “Viajes National Geographic” y “Geo”* (Artículo académico). Universidad Jaime I, Castellón de la Plana, España.
- Alicia Sornosa, la primera mujer en dar la vuelta al mundo en moto. (29 de mayo de 2019). Recuperado de <http://www.telemadrid.es/programas/esta-pasando/Alicia-Sornosa-primera-mujer-vuelta-2-2126207410--20190529082923.html>
- Beltrán, M. (1985). Cinco vías de acceso a la realidad social. *REIS*, (29), enero-marzo 1985, pp. 7-42.
- Berrios, O. (2008). Blogs y blogactivismo. En F. Polo y R. Jiménez (Ed.), *La gran guía de los blogs* (pp. 53-60). Madrid, España: Colección Planta 29.
- Bruguera, E. (2007). *Los blogs*. Barcelona, España: UOC.
- Cabero, J. (2006). Bases pedagógicas para la integración de las TICs en primaria y secundaria. *Biblioteca virtual del Grupo de Tecnología Educativa de la Universidad de Sevilla*. En <http://tecnologiaedu.us.es/nweb/htm/bibliovirdocs.asp>
- Cebrián Herreros, M. (2010). *Desarrollos del periodismo en internet*. Sevilla, España: Comunicación Social S.C.
- Cebrián Herreros, M. y Flores Vivar, J. (2007). *Blogs y Periodismo en la red*. Madrid, España: Editorial Fragua.
- Colonnello, P. (2008). La situación actual de las plataformas de blogs. En F. Polo y R. Jiménez (Ed.), *La gran guía de los blogs* (pp. 28-32). Madrid, España: Colección Planta 29.
- Cuni, P. (2 de marzo de 2017). *Blog del mes: Mindful Travel, el blog de Sara Rodríguez*. Skyscanner. Recuperado de <https://www.skyscanner.es/noticias/blog-del-mes-mindful-travel>
- de Franco, A. (2008) Blogs y democracia. En F. Polo y R. Jiménez (Ed.), *La gran guía de los blogs* (pp. 38-46). Madrid, España: Colección Planta 29.
- de Ugarte, D. (2008). De la web 2.0 a la web 2.1. En F. Polo y R. Jiménez (Ed.), *La gran guía de los blogs* (pp. 20-27). Madrid, España: Colección Planta 29.
- Estrada, A. (2011). Alan x el Mundo [Blog]. Recuperado de <https://alanxelmundo.com/>
- Fundéu BBVA. (2016). Fundación del Español Urgente. Recuperado de <https://www.fundeu.es/recomendacion/bloguero-de-viajes-mejor-que-travel-blogger/>

- García, P. (2008). El Pachinko [Blog]. Recuperado de <https://elpachinko.com/>
- Gayá, V. (2015, 2-8 de noviembre). ‘Youtuber’ o bloguero de profesión. *El Siglo*. Recuperado de <http://www.elsiglodeeuropa.es/siglo/historico/2015/1129/1129Tiemposdehoy.pdf>
- Hanusch, F y Fürsich, E. (2014). *Travel journalism. Exploring production, impact and culture*. Basingstoke, United Kindom: Palgrave Macmillan.
- Jiménez, R. (2008). Blogs y medios de comunicación... de cómo los blogs y los medios se retroalimentan. En F. Polo y R. Jiménez (Ed.), *La gran guía de los blogs* (pp. 64-68). Madrid, España: Colección Planta 29.
- Jiménez, R. y Polo, F. (Ed.). (2008). *La gran guía de los blogs*. Madrid, España: Colección Planta 29.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica* (traducido por: L. Wolfson), Barcelona, Paidós (la edición original americana es de 1980).
- Leyva, I. (2010). La 5th con Bleecker st. [Blog]. Recuperado de <https://www.la5thconbleeckerst.com/>
- Leyva, I. (2014). Travels and co. [Blog]. Recuperado de <https://www.travelsandco.com/>
- Mancini, P. (2008). Blogs y herramientas para blogs. En F. Polo y R. Jiménez (Ed.), *La gran guía de los blogs* (pp. 33-37). Madrid, España: Colección Planta 29.
- Martínez Reverte, J. (18 de octubre de 2017). Viajero o turista. *el Periódico*. Recuperado de <https://viajar.elperiodico.com/viajeros/viajero-turista>
- Martínez, Á. (2011). Citado en Nadal, P. (2011). Si tienes un blog (de viajes), ¿eres periodista (de viajes)?. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2011/01/21/paco_nadal/1295564400_129556.html
- Meneses, E. (2008). Políticos en blogs o el blog de los políticos. En F. Polo y R. Jiménez (Ed.), *La gran guía de los blogs* (pp. 47-52). Madrid, España: Colección Planta 29.
- Mochilero, N. (Sin fecha). *Las 70 frases y citas de viajes más inspiradoras*. Mochileros.org. Comunidad de mochileros. Recuperado de <https://mochileros.org/frases-de-viajes/>
- Nadal, P. (12 de enero de 2018). Los 25 blogs de viajes más leídos de España [Mensaje en un blog]. Recuperado en https://elpais.com/elpais/2018/01/11/paco_nadal/1515698051_919154.html

- Nadal, P. (6 de marzo de 2018). El youtuber de viajes en español con más seguidores del mundo aterriza en Madrid [Mensaje en un blog]. Recuperado en https://elpais.com/elpais/2018/03/05/paco_nadal/1520248467_686256.html
- NH Hoteles y Territorio Creativo. (2103). El viajero social en 2013. Un análisis global Recuperado de <https://visitabo.com/author/dam/>
- Palau, D. y Lekant, M. (2017). Periodismo de viajes e innovación en la red. Perfiles, apuesta y motivación de los bloggers. *Zer*, 22 (43), 167-184. doi: 10.1387/zer.17938
- Polo, F. (2008). Introducción. En F. Polo y R. Jiménez (Ed.), *La gran guía de los blogs* (pp. 15-19). Madrid, España: Colección Planta 29.
- Ramírez, Reyes M. (2008). Blogs y arte. Largo es el arte; la vida en cambio corta como un cuchillo. En F. Polo y R. Jiménez (Ed.), *La gran guía de los blogs* (pp. 91-96). Madrid, España: Colección Planta 29.
- Rivas, P. E. (2006). *Historia y naturaleza del periodismo de viajes. Desde el Antiguo Egipto hasta la Actualidad*. Madrid, España: Miraguano.
- Rodríguez, S. (2012). Mindful Travel by Sara [Blog]. Recuperado de <https://mindfultravelbysara.com/>
- Sarralde, J. (2008). Guías Viajar [Blog]. Recuperado de <https://guias-viajar.com/>
- Sornosa, A. (2008). Alicia Sornosa [Blog]. Recuperado de <https://aliciasornosa.com/>
- Vanessa y Roger (2009). Viajeros Callejeros [Blog]. Recuperado de <https://www.viajeroscallejeros.com/>
- Villegas, E. y Rueda, R. (2017). Web social, viajeros y utopías digitales. *Nómadas*, (47), 47-63.
Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6379698>

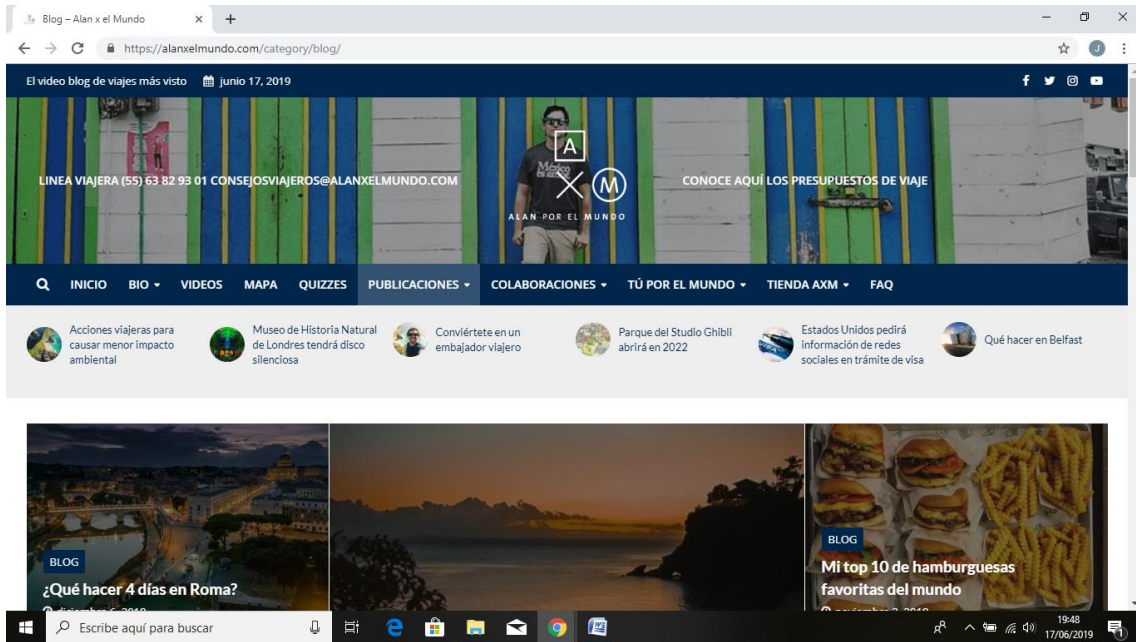
7. ANEXOS

Anexo 1. Tabla de recogida de datos empleados en el análisis de contenido

BITÁCORAS ONLINE ANALIZADAS	VARIABLES ESTABLECIDAS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO
1. Alanxelmundo	1. Presentación blogueros de viajes: <ul style="list-style-type: none"> - Fecha del blog - Profesión - Información adicional
2. Viajeroscallejeros	2. Presentación bitácoras online: <ul style="list-style-type: none"> - Página inicial del blog
3. Mindfultravelbysara	3. Países visitados: <ul style="list-style-type: none"> - Continentes y países recorridos
4. La5thconbleeckerst	4. Modalidad de viaje: <ul style="list-style-type: none"> - Medios de transporte mayormente utilizados
5. Guíasviajar	5. Elementos añadidos: <ul style="list-style-type: none"> - Imágenes y vídeo como recurso
6. Aliciasornosa	6. Comentarios en línea y proyección en redes sociales: <ul style="list-style-type: none"> - Espacio abierto o no a que el usuario pueda dejar comentarios <i>online</i> y si hay <i>feedback</i> por parte del autor del blog - Perfiles personales en la red donde vuelvan el contenido del blog. Añadir número de suscriptores en YouTube y seguidores en Instagram
7. El Pachinko	7. Proyección en medios: <ul style="list-style-type: none"> - Menciones, premios, entrevistas... compartidos por los blogueros en sus bitácoras en línea

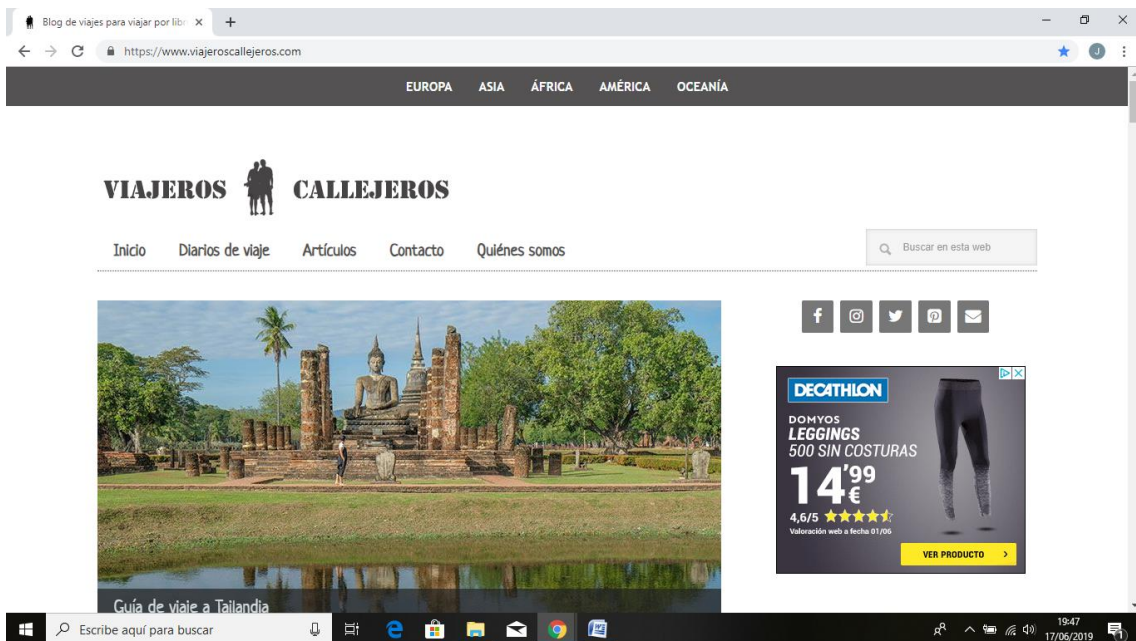
Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Imagen principal *Alanxelmundo*



Fuente: Página web del blog

Anexo 3. Imagen principal *Viajeroscallejeros*



Fuente: Página web del blog

Anexo 4. Imagen principal *Mindfultravelbysara*



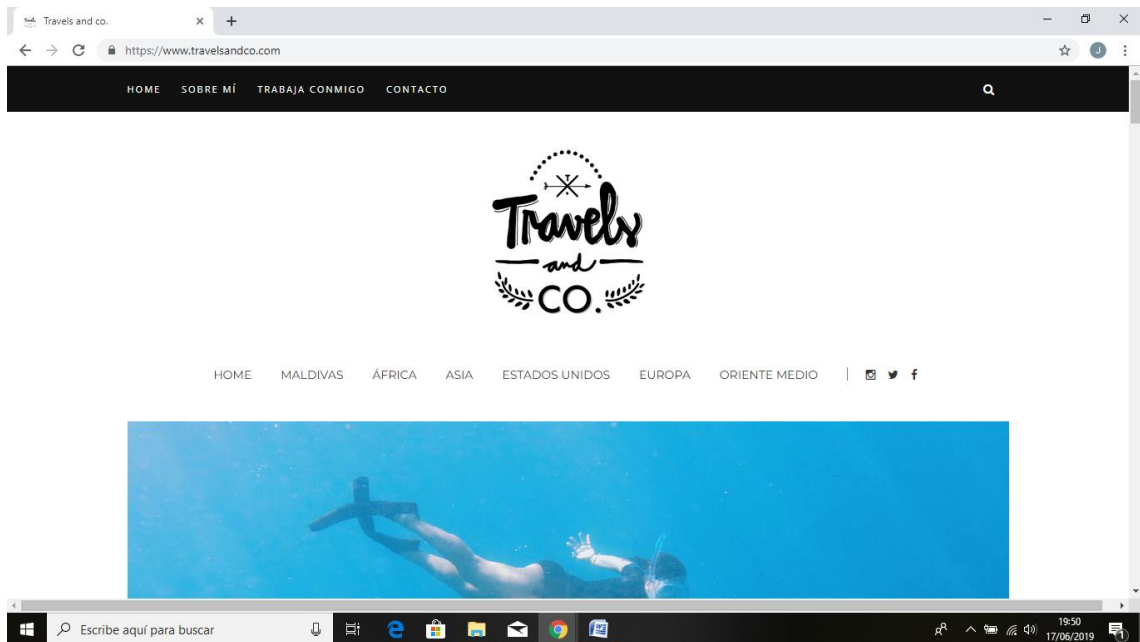
Fuente: Página web del blog

Anexo 5. Imagen principal *La5thconbleeckerst*



Fuente: Página web del blog

Anexo 6. Imagen principal *Travels and co.* Misma autora de *La5thconbleeckerst*



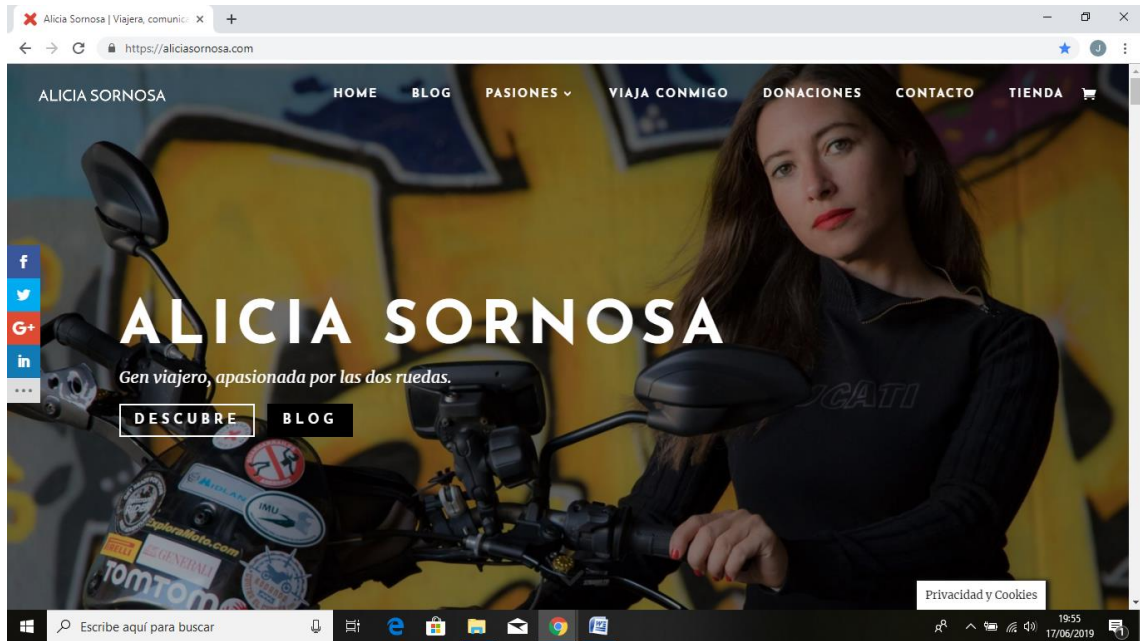
Fuente: Página web del blog

Anexo 7. Imagen *Guíasviajar*



Fuente: Página web del blog

Anexo 8. Imagen *Aliciasornosa*



Fuente: Página web del blog

Anexo 9. Imagen *El Pachinko*



Fuente: Página web del blog